

Na osnovu člana 25. Statuta Općine Stari Grad Sarajevo - Prečišćeni tekst ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 20/13) i članova 2., 3. i 7. Odluke o jedinstvenim kriterijima za raspodjelu sredstava obezbjeđenih u Budžetu Općine Stari Grad Sarajevo za finansiranje rada boračkih udruženja ("Službene novine Kantona Sarajevo, broj 3/15), Općinsko vijeće Stari Grad Sarajevo, na 16. sjednici održanoj 29. marta 2018. godine, donijelo je

ODLUKU

O RASPODJELI BUDŽETSKIH SREDSTAVA ZA FINANSIRANJE RADA BORAČKIH UDRUŽENJA ZA 2018. GODINU

Član 1.

Ovom Odlukom vrši se raspodjela sredstava utvrđenih Budžetom Općine Stari Grad Sarajevo za 2018. godinu, ekonomski kod 614300 - Grantovi neprofitnim organizacijama, boračkim udruženjima sa područja Općine Stari Grad Sarajevo.

Član 2.

Za redovnu djelatnost boračkih udruženja, sredstva predviđena u Budžetu Općine Stari Grad Sarajevo, u iznosu od 100.000,00 KM, raspoređuju se, kako slijedi:

Redni broj	Naziv udruženja-organizacije	Iznos u KM
1	Udruženje "Savez boračkih Organizacija - Udruženja i ABNOR-a" Općine Stari Grad Sarajevo	44.000,00 KM
2	Organizacija porodica šehida i poginulih boraca	19.000,00 KM
3	Udruženje dobitnika ratnih priznanja i odlikovanja	11.000,00 KM
4	Udruženje "RVI Općine Stari Grad"	16.000,00 KM
5	Udruženje "Bosnae-Zelene beretke"	10.000,00 KM
	UKUPNO	100.000,00 KM

Član 3.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u "Službenim novinama Kantona Sarajevo".

Broj 02-49-124/18
Marta 2018. godine
Sarajevo

Zamjenik predsjedavajućeg
Općinskog vijeća
Stari grad Sarajevo
Irfan Čengić, s. r.

STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA OPĆINE STARI GRAD 2018-2022

Sarajevo, mart, 2018. 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, Garmi 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, Caffe club Downtown
14. Amar Mehić, Caffe 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 Hadžiomerović, 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, Caffe club City Lounge
33. Dragana Selmanović, Centar za okolišni održivi razvoj
34. Džana Torlaković, Caffe bar Giannini
35. Dževad Mujan, Sarajevo film festival
36. Dževad Pleh, Gazi Husrev-begova medresa
37. Denan Nezirović, Caffe 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. Elvedin Subašić, Preporod
49. Elvir Bajrić, MUP KS PU Logavina
50. Elvir Imamović, Proizvodnja sokova na tradicionalni način
51. Emina Čengić, Zavod za planiranje KS
52. Emina Kašmo, Zavod za planiranje KS
53. Emina Švrakić Tabaković, ETN doo
54. Emina Torić, Insider city tours and excursions
55. Emir Salispahić, KUD Baščaršija
56. Emir Zulum, Fast food Memo
57. Enis Hadžimujić, Hotel President
58. Ermin Selimović, Služba za investicije, plan i analizu općine Stari Grad
59. Fahrija Kolar, Studio Farah
60. Fatima Omerović, JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola
61. Fehim Spahić, BH Spirit
62. Ferid Ganić, Medžlis Islamske zajednice Sarajevo
63. Hamdija Hasanović, Spomenički kompleks Tunel D-B
64. Haris Hodžić, Hotel Aziza
65. Haris Karahmet, Komisija za urbanizam i ekologiju
66. Haris Pamuk, Hostel Haris Youth
67. Harun Terzić, Ventura Travel Agency
68. Ibrahim Spahić, Internacionalni festival Sarajevska zima
69. Ilvana Čengić Muminović, Restoran Vidikovac
70. Indira Čorović, TR Rino
71. Izet Ždralović, Sahadžija
72. Jana Čarkadžić, Sarajevo susret kultura
73. Jasmin Skorupan, Komisija za finansije i budžet
74. Kemal Đinalić, Hotel Logavina 8
75. Kemal Isanović, Obrtnička komora Kantona Sarajevo

76. Kimeta Katica, Hostel i Agencija Ljubučica	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)
77. Lejla Neretljaković, OR Zlatar Neretljaković		
78. Mehmed Magoda, UR Zan		
79. Melisa Sefer Ličin, Muzej Sarajevske pivare		
80. Mersiha Katić, Hostel Bejturan		
81. Mirela Smajović, Hostel Franz Ferdinand		
82. Monsinjo Ante Meštrović, Vrhbosanska nadbiskupija		
83. Muamer Čolić, UR Chipas	Emitivni turizam	Emitivni turizam (engl. outbound) uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje, npr. državljani BiH koji putuju u EU. (Izvor: UNWTO)
84. Muhamed Bećirović, Restoran Epicentrum		
85. Muhamed Međuseljac, KJKP Rad		
86. Muhammad Perviz, Galerija Isfahan		
87. Naida Muminović Hota, JU Prva bošnjačka gimnazija	Incoming agencije	Agencije koje nude turističke proizvode za nerezidente.
88. Narcisa Puljek Bubrić, Bošnjački institut		
89. Nasir Jabučar, Kazandžijska radnja		
90. Nedim Mašić, volonter u Općini Stari Grad	Interesne grupe	Interesne grupe (engl. stakeholders) su sve grupe pojedinaca i/ili institucija koje imaju direktan ili indirektan interes za razvoj. (Izvor: Business Dictionary)
91. Nermina Ljutić, Muzej zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995		
92. Nermina Softić, KJKP Rad		
93. Neven Bratić, DVD Vratnik	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)
94. Nevzeta Jesenković, JU Srednja škola poljoprivrede, prehrane, veterine i uslužnih djelatnosti		
95. Nezir Hodžić, KJKP VIK		
96. Nirela Smajović, Hod Tours d.o.o. Franz Ferdinand Hostel		
97. Nudžejma Čeho, Gazi Husrev-begov muzej	Receptivni turizam	Receptivni turizam (engl. inbound) uključuje turiste nerezidente koji borave u određenoj zemlji, npr. državljani EU koji dolaze u BiH. (Izvor: UNWTO)
98. Omar Krasnić		
99. Omer Branković, Insider city tours and excursions		
100. Osman Sušić, Komisija za pitanja mladih		
101. Said Katica, Komisija za turizam i privredu	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)
102. Samir Avdić, Zemaljski muzej BiH		
103. Samir Bučo, BB Sport Moj Cafe		
104. Sanela Muharemović, Udruženje Naš koncept		
105. Sanja Tufo, Konjički klub Djeca vjetra		
106. Sara Devrisme, Alterural		
107. Sead Šahović, "Gravex" d.o.o. Residence Hotel	SWOT analiza	SWOT je skraćenica za snage, slabosti, prilike i opasnosti (engl. strengths, weaknesses, opportunities and threats) i odnosi se na strukturirani planski metod koji evaluira ova četiri elementa.
108. Senad Beširović, Art kuća sevdaha		
109. Senad Jusufbegović, Muzej zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995		
110. Sinan Kinal, Mr. Kunefe		
111. Suad Ibrahimagić, Klub Monument	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)
112. Šulejman Hrgić, Kazandžijska radnja		
113. Šefko Husić, Galerija Zvekir		
114. Tarik Ahmedspahić, Almy Travel Sarajevo		
Sadržaj		
Sadržaj		
Popis pojmova	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)
Uvod		
Strateški okvir za razvoj turizma		
Polazne pretpostavke za razvoj destinacije		
Situaciona analiza		
Turistička kretanja i statistike		
Interesne grupe		
Ocjena odabranih elemenata uspješnosti destinacije		
SWOT analiza		
Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma	WTO	United Nations World Tourism Organization (UNWTO) je agencija Ujedinjenih nacija odgovorna za promociju odgovornog, održivog i univerzalno pristupačnog turizma. (Izvor: UNWTO)
Strateški cilj 1 - Integracija i efikasno upravljanje turističkom destinacijom		
Strateški cilj 2 - Razvoj atraktivnih turističkih proizvoda		

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)

Uvod

Strategija razvoja održivog turizma Općine Stari Grad 2018.-2022. godine 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. Definisane su nove vremenske opsege Strategije - 2018.-2022. godina. Formirane su radne grupe za izradu Strategije koje su činili predstavnicima 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 okvirnu listu projekata predloženih od strane učesnika radionica, Općine Stari Grad i saradnika. Poziv za dostavu je bio upućen i drugim institucijama, kompanijama i udruženjima sa područja Općine. Ukupan broj projekata koji su inkorporirani u tekst Strategije: 79 (SC1 45 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 određište 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 zahtijevaju 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

moгу 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 zamagljuje 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 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 Gavriela 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	Čekrekćijina 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	Bašaršijska 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	Prirodno i historijsko područje	Nekropole sa stećcima i nišanima Grčko groblje/ Svatovsko groblje (Donji Moćioci)	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	Mišćina 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://stariograd.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 Općine 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 integriranih 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 Bačaršije, 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 (uvodjenje mjera za energetske 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 primijetiti 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 sistematska promocija turističke ponude KS	<ul style="list-style-type: none"> - Jačanje kapaciteta u turizmu i uvodjenje 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 Zaštićenog područja Trebević - Izrada Studije za uvodjenje 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"> - Uredjenje i održavanje izletišta i drugih turistički atraktivnih cjelina - Izgradnja kompleksa Podlipnik za valorizaciju prirodnih resursa - Izgradnja turističkog kompleksa Priječko polje (integrirani turistički grad "Buroj Ozona" Bjelašnica) - Uredjenje 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 Kantom 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,
- Baščaršija 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%), Poljske (4,1%) i Njemačke (4%) 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 noći, 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 noći 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 izraženom 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

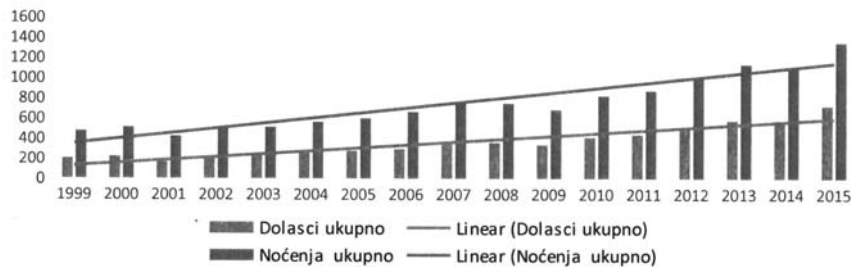
Godina	Noćenja	Indeks	Noćenja strani	Indeks	Noćenja domaći	Indeks	Prosječno zadržavanje
	Ukupno	1999=100	1999=100	1999=100	1999=100		
1999	474	100	214	100	260	100	2,4
2000	511	108	263	123	248	95	2,3
2001	421	89	222	104	199	77	2,3
2002	506	107	275	129	231	89	2,4
2003	509	107	286	134	223	86	2,2
2004	562	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	691	446	597	489	94	285	1,9

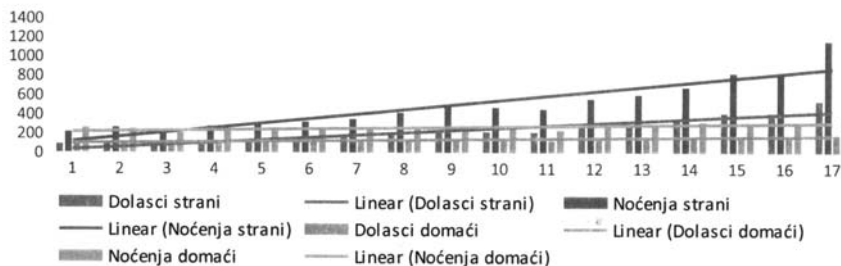
Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

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

Ukupan broj dolazaka i noćenja, FBiH, 1999-2015, u 000



Struktura dolazaka i noćenja, FBiH, 1999-2015, u 000



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 iz izuzetno kratko zadržavanje turista.

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

Godina	Dolasci ukupno	Indeks	Dolasci strani	Indeks	Dolasci domaći	Indeks
		1999=100		1999=100		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

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

Godina	Dolasci ukupno	Indeks	Dolasci strani	Indeks	Dolasci domaći	Indeks
		1999=100		1999=100		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)

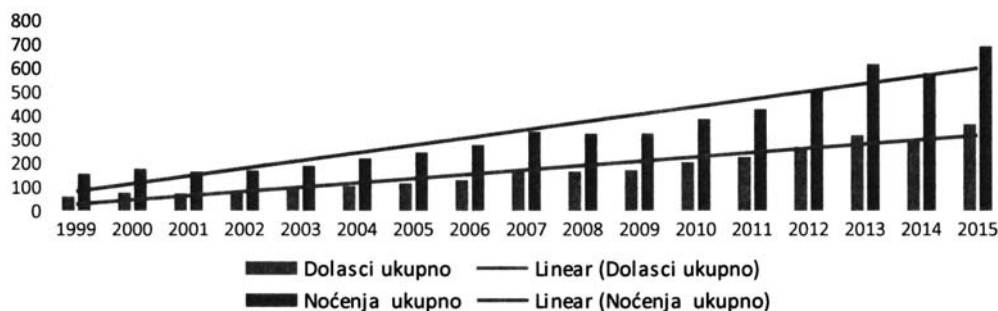
Tabela - Broj noćenja u KS, 1999.-2015. godina, u 000

Godina	Noćenja ukupno	Indeks	Noćenja strani	Indeks	Noćenja domaći	Indeks	Prosječno zadržavanje
		1999=100		1999=100		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

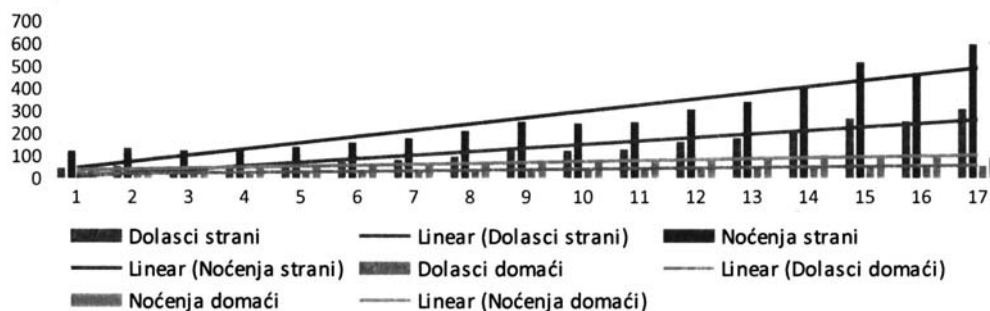
Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

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

Ukupan broj dolazaka i noćenja, KS, 1999-2015, u 000



Struktura dolazaka i noćenja, KS, 1999-2015, u 000



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

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

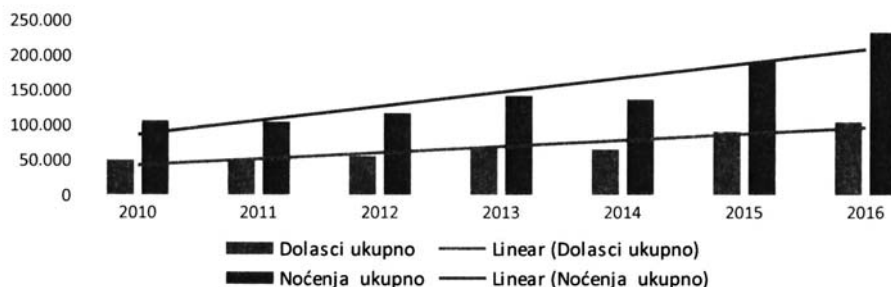
Tabela - Broj noćenja u Općini Stari Grad, 2010.-2016. godina

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

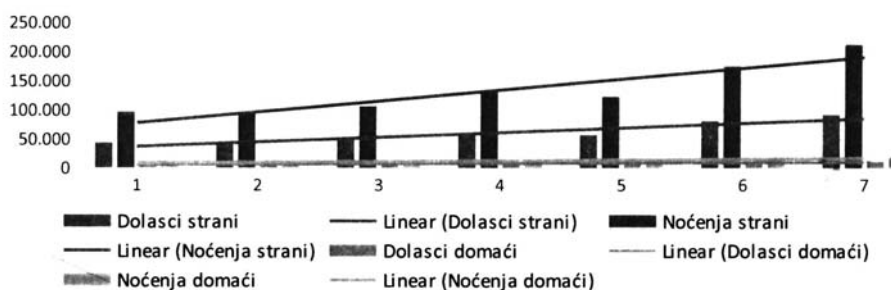
Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

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

Ukupan broj dolazaka i noćenja, Općina Stari Grad, 2010-2016



Struktura dolazaka i noćenja, Općina Stari Grad, 2010-2016



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 1.763 registrovanih 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 cijena, neloyalne konkurencije i snižavanja cijena smještaja. Prema podacima 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 Činjarević 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 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.
Javne i privatne kompanije i ustanove	Javne i privatne kompanije i ustanove imaju važnu ulogu u razvoju turizma kroz obavljanje privrednih djelatnosti koje su direktno ili indirektno povezane sa turističkom djelatnošću, odnosno srodnim i povezanim djelatnostima. Razvoj turizma bi trebao omogućiti ubrzan razvoj biznisa u raznim oblastima (transport, proizvodnja hrane, zanati, itd.) zbog same integrativne prirode turizma, ali i privlačnja investitora. U ovom kontekstu je važno spomenuti škole koje obrazuju kadrove u turizmu, muzeje, javna preduzeća - Gras, Rad, Park, ViK, itd.
Nevladine organizacije i fondacije	Nevladine organizacije i fondacije su važan faktor u razvoju turizma i zaštiti okoliša. Kroz projekte obavljaju aktivnosti usmjerene ka lokalnom stanovništvu, privatnom i javnom sektoru, drugim nevladinim organizacijama, itd. Djelovanje nevladinih organizacija predstavlja i važan korektivni faktor u djelovanju privatnog i 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 čije je djelovanje povezano sa očuvanjem kulturnog naslijeđa i očuvanjem prirode.
Institucije za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa	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.

Mediji	Mediji imaju veliki značaj za razvoj područja, kroz kreiranje i plasman vijesti za lokalno i šire tržište, ali i kroz edukaciju stanovništva.
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 uključnje 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 uključnje u proces razvoja turizma.

Interesna grupa	Interesi	Važnost za razvoj turizma	Uticaj na razvoj turizma	Učešće u razvoju turizma destinacije
Federacija BiH	Zaštita okoliša i održivi razvoj Izgradnja infrastrukture Integrirani razvoj FbiH	+++	+++	Zakonska regulativa Planski dokumenti Donatorski i razvojni projekti
Kanton Sarajevo i Općina Stari Grad	Zaštita okoliša i održivi razvoj Ekonomski i društveni razvoj kroz unapređenje turizma i razvoj stimulativnog poslovnog ambijenta Razvoj infrastrukture Očuvanje kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa Razvojni lokalni i regionalni projekti Uvezivanje sa drugim destinacijama Promocija preduzetništva Razvoj imidža destinacije Donatorski projekti	+++	+++	Upravljanje razvojem područja Razvoj poslovnog ambijenta i stimulacija preduzetništva Zakonska regulativa Planski dokumenti Razvojni projekti Finansiranje projekata Privlačenje donatora Tehnička podrška Uvezivanje privatnog, javnog i nevladinog sektora
Turistička zajednica 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 izvidajnim. 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 ispitnika	Min. ocjena	Maks. ocjena	Prosjeck	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
Urednost 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 destinaciji	128	1	5	2,3	3	3
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
Gostoprinstvo 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 razgovora i intervjua,
- Analize aktuelnih turističkih trendova i ukupne situacije u BiH.

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

SNAGE
- 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 - 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 - Vodosaobijevanje - 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 ekscurzije - 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 grupe 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 gostoprimitstva, radnih navika i ljubaznosti građana.

Prijedlog 2 nosioca izrade Strategije

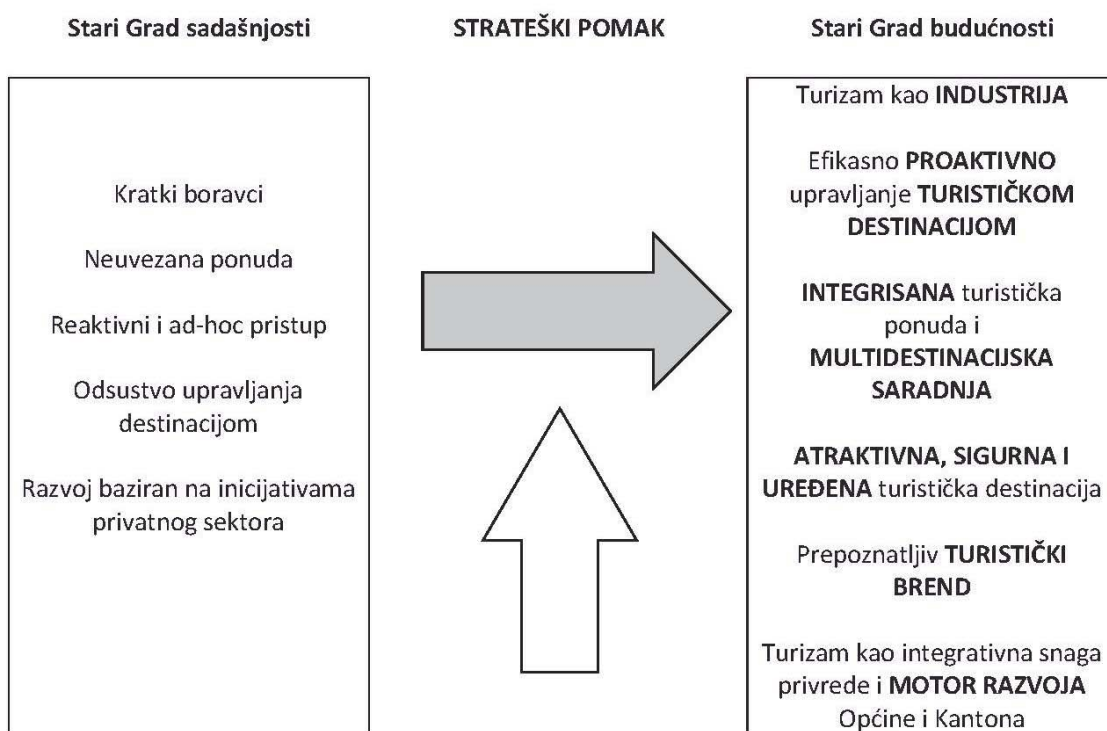
Urbano uređena i ekološki čista, bezbjedna, finansijski stabilna Općina sa razvijenim ruralnim sredinama i otvorena za međuopćinsku, regionalnu i međunarodnu saradnju. Privlačna za biznise i investicije, otvorena za ideje i motiviranje građana za prosperitetan i kvalitetan standard življenja na ekonomskom, 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:

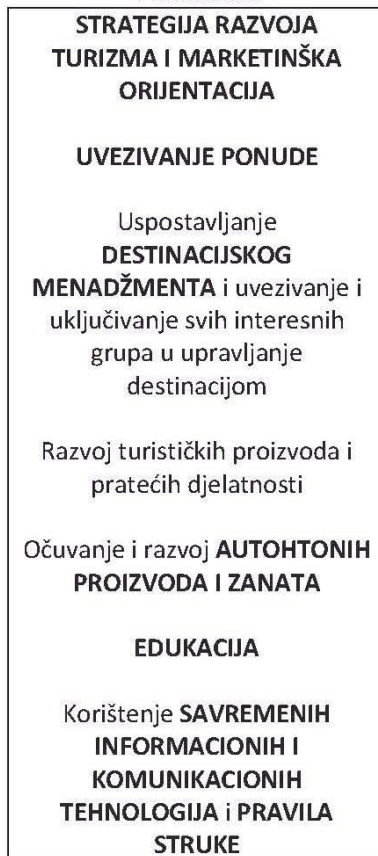
- Multikulturalnost,
- Jedinstvenost,
- Naslijeđe i tradicija,
- Otvorenost,
- Sigurnost,
- Dinamičnost,
- Integracija.

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.

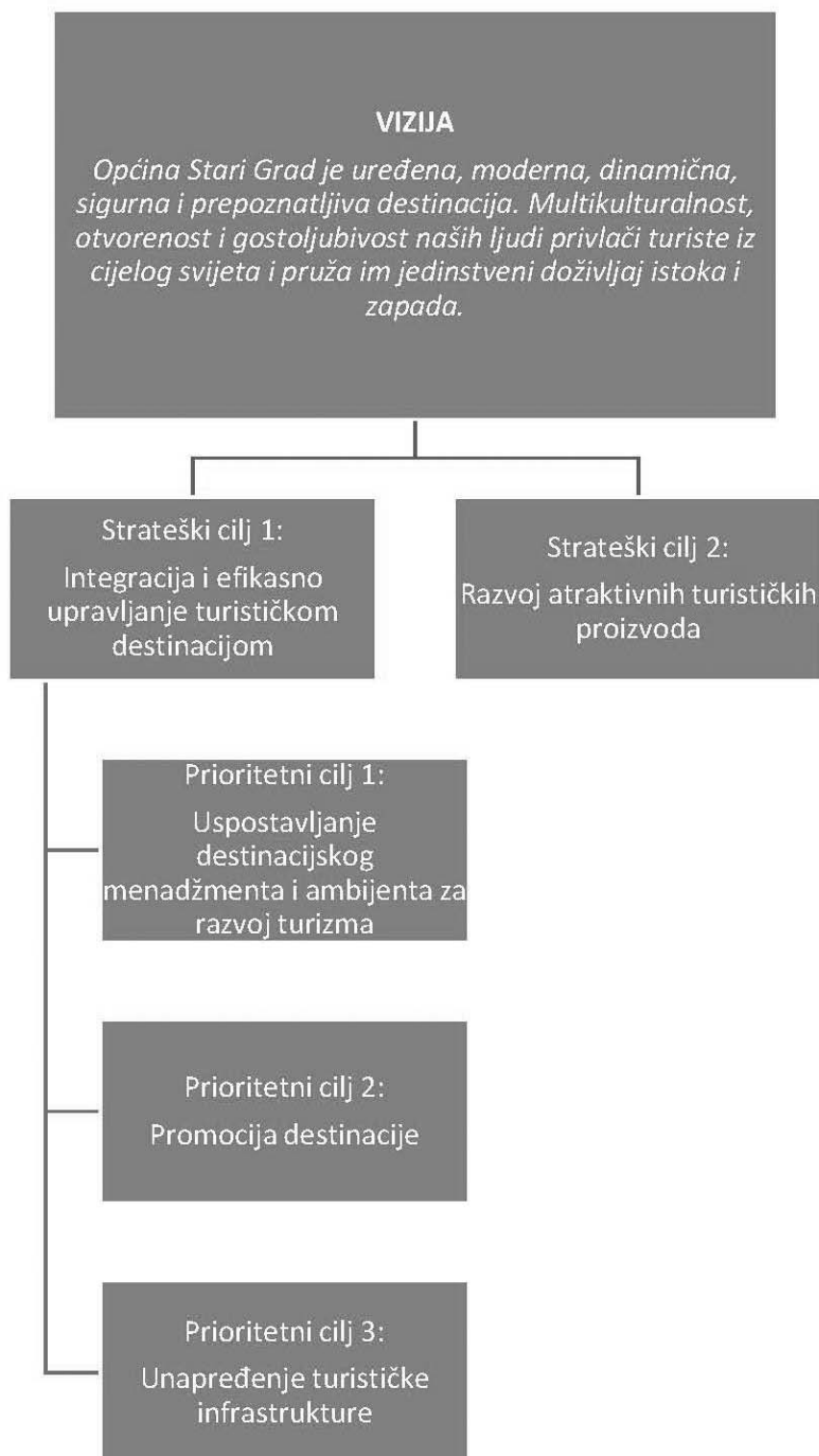


Preduslovi:



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 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 finansije, 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.

Služba za finansije, uz podršku Sektora za lokalni razvoj i Turističkog vijeća, će svaka tri mjeseca izvještavati Općinsko vijeće Stari Grad o realizaciji Strategije i kretanjima u turizmu Općine.

Za razvoj turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere koje su u vezi sa razvojem 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 uredenosti,
 - 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,
 - Kadrovske jačanje općinske uprave i tijela povezanih sa razvojem turizma.

U kontekstu ovog strateškog cilja se može govoriti o tri prioritarna 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 sajmova 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 biti proširena tokom implementacije Strategije.

SLUŽBENE NOVINE
KANTONA SARAJEVO

Broj 16 – Strana 40

Četvrtak, 19. aprila 2018.

Naziv projekta	Nosilac projekta i partneri	Početak	Završetak
2.1. Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta			
2.1.1. Uspostavljanje i djelovanje Turističke organizacije Općine u saradnji sa TZ KS i kontinuirana saradnja sa Turističkom zajednicom Kantona Sarajevo	Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	Po usvajanju Zakona o turizmu FBiH	Kontinuirano
2.1.2. Uspostavljanje odjela za turizam u okviru Službe za finansije uz podršku Sektora za lokalni razvoj	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.3. Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Općine (privatni i javni sektor)	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.4. Turistička signalizacija	Općina Stari Grad Grad Sarajevo Kanton Sarajevo Turistička zajednica KS	2018	2019
2.1.5. Uspostavljen sistem registracije turista	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Turistička zajednica KS	2018	2019
2.1.6. Kontinuirano ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista	Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
2.1.7. Kursevi stranih jezika (engleski i njemački) za uposlenike Policijske uprave	PU Logavina Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (tri ili šest mjeseci godišnje)
2.1.8. Razvoj i implementacija projekata cjeloživotnog obrazovanja za radnike u turizmu	Općina Stari Grad Srednje škole i fakulteti Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
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	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Edukacijske ustanove Turistička zajednica KS	2019	Kontinuirano
2.1.10. Stimulisanje i subvencioniranje start-up u turizmu	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.11. Stimulisanje i subvencioniranje poslovanja turističkih biznisa na području općine	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.12. Podrška turističkim biznisima za uvođenje inovacija i informacionih i komunikacionih tehnologija u turizam (multimedija, virtual reality, mobilne aplikacije, augmented reality, web alati, društveni mediji)	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.13. Obezbjedenje uslova za pokretanje procedura za izmjene regulacionih planova u svrhu realizacije projekata u oblasti turizma	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.14. Kreiranje kataloga investicionih projekata u turizmu na području općine za ulaganja (uključujući i javno-privatno partnerstvo)	Općina Stari Grad	2018	2019
2.1.15. Uspostaviti efikasan i kontinuiran sistem podrške javnim događajima, manifestacijama i festivalima važnih za turizam Općine i kreiranje i promocija godišnjeg plana/kalendara događaja, manifestacija i festivala	Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
2.1.16. Rješavanje problema sive ekonomije	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Policijska uprava Inspekcije	2018	Kontinuirano
2.1.17. Unapređenje sigurnosti turista i postavljanje video nadzora	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Policijska uprava	2018	Kontinuirano
2.1.18. Razvoj programa očuvanja i razvoja starih zanata i autentičnih suvenir/proizvoda	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.19. Uvezivanje turističke ponude sa ponudom drugih destinacija u BiH i regiji	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.20. Dodjela godišnjih nagrada za razvoj turizma u Općini Stari Grad biznisima, organizacijama i pojedincima	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.1.21. Zajednička ulaznica za atrakcije	Općina Stari Grad Muzeji Turistički biznisi Turistička zajednica KS	2018	2019
2.2. Promocija destinacije			
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	Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
2.2.2. Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima u regiji i svijetu	Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
2.2.3. Obezbjedenje uslova za pokretanje procedure za nominaciju Baščarsije za UNESCO listu	Općina Stari Grad Grad Sarajevo Kanton Sarajevo Turistička zajednica KS	2018	Kontinuirano
2.2.4. Turističko-informativni centar Općine Stari Grad	Općina Stari Grad	2018	kontinuirano
2.2.5. Sarajevo susret kultura/Promocija destinacije	Udruženje Sarajevo susret kultura Općina Stari Grad	2018	2019

2.3. Unapređenje turističke infrastrukture			
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	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.3.2. Uklanjanje nelegalno postavljene signalizacije, objekata i vizuelno i ambijentalno neprihvatljivih elemenata	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Inspekcije	2018	Kontinuirano
2.3.3. Uredjenje javnih prostora i površina kroz urbanistički i prostorno prihvatljiva rješenja (putem javnih poziva)	Općina Stari Grad	2019	Kontinuirano
2.3.4. Rješavanje problema saobraćaja u mirovanju, dostavnih vozila, drop-off zona i parkinga za autobuse	Općina Stari Grad Kanton Sarajevo Polijska uprava Inspekcije	2018	Kontinuirano
2.3.5. Grijanje i unutarnje osvjjetljenje Katedrale Srca Isusova u Sarajevu	Kaptol Vrhbosanski Općina Stari Grad	2018	2018
2.3.6. Uredjenje minibusnog terminala na Baščaršiji	KJKP Gras Općina Stari Grad	2018	2018
2.3.7. Hortikulturno uredjenje zelenih površina oko objekata Muzej Jevreja BiH i Galerija "Novi Hram"	KJKP Park d.d. Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (mart-april ili jesen)
2.3.8. Studija izvodljivosti za uspostavljanje Zanatsko-gostiteljske atrakcije sa izvornim tradicionalnim ručnim radom i jedinstvenim ambijentom - Zanatski i umjetnički centar Kovači	Općina Stari Grad	2019	Kontinuirano
2.3.9. Unapređenje stepena javne higijene na području općine Stari Grad nabavkom korpica i električnog usisivača	KJKP Rad d.d. Općina Stari Grad	2018	2019
2.3.10. Uvođenje selektivnog prikupljanja otpada na području općine Stari Grad nabavkom reciklažnih kontejnera i kanti za odvojeno prikupljanje otpada	KJKP Rad d.d. Općina Stari Grad	2018	2019
2.3.11. Unapređenje prikupljanja komunalnog otpada na području općine Stari Grad nabavkom kontejnera i električnog vozila	KJKP Rad d.d. Općina Stari Grad	2018	2019
2.3.12. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju sportsko-rekreacionog centra općine Stari Grad i izgradnja centra	Općina Stari Grad	2019	2022
2.3.13. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju i uredjenje biciklističkih staza	Općina Stari Grad	2018	2022
2.3.14. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju adrenalinskog parka	Općina Stari Grad	2019	2020
2.3.15. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju tematskog Aqua parka i izgradnja parka	Općina Stari Grad	2019	2022
2.3.16. Edukativni kutak - Stari Grad, prijatelj Zemaljskog muzeja BiH	Zemaljski muzej BiH Općina Stari Grad	2018	2022
2.3.17. Obilježavanje mjesta vezanih za I svjetski rat	Općina Stari Grad	2018	2022
2.3.18. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za formiranje Muzeja mira i baštine Starog Grada	Međunarodni centar za mir Općina Stari Grad	2018	2022
2.3.19. Obezbjedenje uslova za vidljivost Muzeja zločina protiv čovječnosti i genocida 1992.-1995.	Udruženje Centar za post-konfliktnu pravdu Općina Stari Grad	2018	2018

Strateški cilj 2 - Razvoj atraktivnih turističkih proizvoda

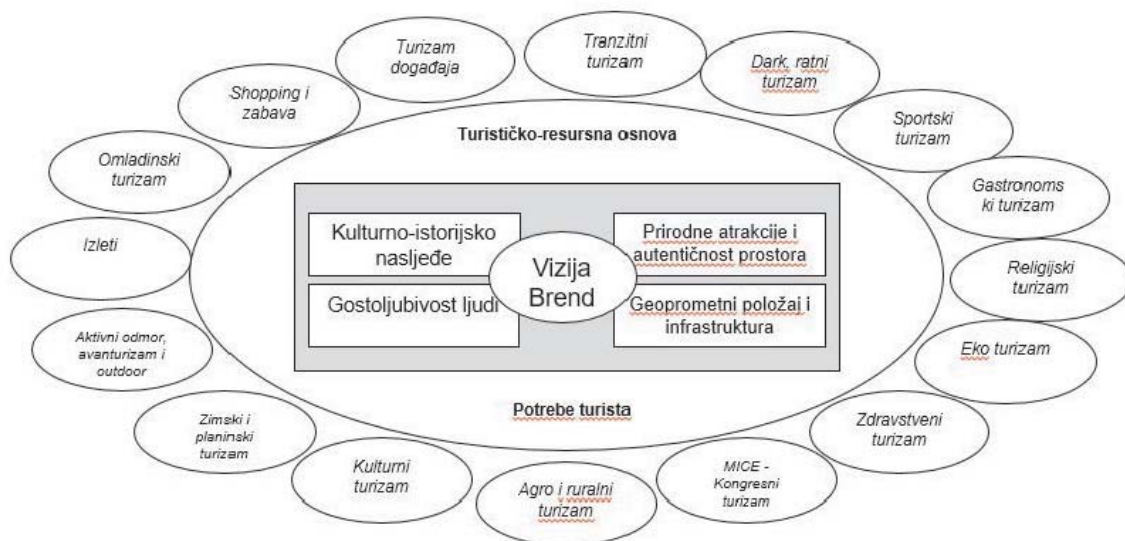
Općina Stari Grad može ponuditi brojne aktivnosti i koje imaju dovoljnu privlačnu snagu za različite segmente posjetilaca i turista, a posebno u saradnji sa drugim općinama u Kantonu Sarajevo.

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 ekskurzije.
- 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 pravci 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 biti proširena tokom implementacije Strategije.

Naziv projekta	Nosilac projekta i partneri	Početak	Završetak
2.1. Razvoj i promocija outdoor i avanturističkog turizma	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.2. Programi podsticaja za razvoj, promociju i izgradnju kapaciteta ruralnog turizma	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.3. Razvoj i promocija kongresnog i konferencijskog turizma	Općina Stari Grad	2019	Kontinuirano
2.4. Stari Grad - The Heart of the European Jerusalem	Islamska zajednica u BiH/Preporod Općina Stari Grad Turistička zajednica KS Religijske zajednice	2018	2019
2.5. Sarajevo Evropski Jerusalem	Udruženje Hagada Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	2019
2.6. Jevrejsko Sarajevo	Udruženje Hagada Općina Stari Grad Turistička zajednica KS	2018	2019
2.7. Večeri Sevdaha u Art Kući Sevdaha	Udruženje "Promokultura"	2018	Kontinuirano
2.8. Interaktivne školske radionice-Art Kuća Sevdaha-kao odredište i kao put	Udruženje "Promokultura"	2018	Kontinuirano (tokom školske godine)
2.9. Budućnost kulture kroz turističku ponudu	KUD Bašaršija Općina Stari Grad	2018	2019
2.10. Sarajevska zima	Međunarodni centar za mir Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.11. Međunarodni festival etno stvaralaštva	Općina Stari Grad	2019	Kontinuirano
2.12. International jazz day	Club Monument Općina Stari Grad Jazz festival	2018	Kontinuirano (april)
2.13. Late nite stage	Club Monument Općina Stari Grad Jazz festival	2018	Kontinuirano (novembar)
2.14. Monument 365-366	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.15. Monument Music Fest	Club Monument Sarajevo Film Festival Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (avgust)
2.16. Monument - Bašaršijske noći	Club Monument Festival Bašaršijske noći Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (juli)
2.17. Monument - Sarajevska zima	Club Monument Festival Sarajevo-Sarajevska zima Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (mart)
2.18. Open door - Comedy Show	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (52 dana godišnje)
2.19. Orient nights	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (52 dana godišnje)
2.20. Playing for change days	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (septembar)
2.21. Sevdah nights	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (52 dana godišnje)
2.22. SMB 222 Vikend	Club Monument Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.23. Sarajevo 92-96 Live AMBIJENT	Udruženje A-zona Općina Stari Grad	2018	2019
2.24. Gastro festivali na otvorenom	Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano
2.25. Edukacija turističkih radnika o gastro ponudi	JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (dva mjeseca godišnje)
2.26. Kurs kuhanja	JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola Općina Stari Grad	2018	Kontinuirano (mjesec dana godišnje)
2.27. Turistička tura Tragovima starih zanata	Fondacija Kulturno naslijeđe bez granica (CHwB) Zanatlije Općina Stari Grad	2018	2019
2.28. Prezentacija starih zanata Bašaršije u Kući zanata	Obrtnička komora Kantona Sarajevo Općina Stari Grad	2018	2019
2.29. Očuvajmo tradiciju kroz zanate	Srednja škola za tekstil, kožu i dizajn, Sarajevo Općina Stari Grad	2018	2019
2.30. Nove priče - novi doživljaji: oživljavanje kulturno-turističke ponude Općine Stari grad	Bošnjački institut - Fondacija Adila Zulfikarpašića Općina Stari Grad	2018	2019
2.31. Virtualna prezentacija vakufa u Općini Stari Grad	Prva Bošnjačka gimnazija Općina Stari Grad	2018	2019
2.32. Studija izvodljivosti za Zip Line Sarajevo	Turistička agencija "Haris Youth Hostel" Općina Stari Grad	2019	2020
2.33. Obilazak grada električnim biciklima	Hod tours Općina Stari Grad	2018	2019
2.34. Ekspozat- Biciklo kao vremeplov	Hod tours Općina Stari Grad	2018	2018

Strategija stupa na snagu osmi dan od objave u "Službenim novinama Kantona Sarajevo".

Broj 02-49-138/18
Sarajevo

Zamjenik predsjedavajućeg
Općinskog vijeća
Stari Grad Sarajevo
Irfan Čengić, s. r.

Na osnovu člana 18. stav (1) tačka c) Odluke o dodjeli u zakup poslovnih zgrada i poslovnih prostora Općine Stari Grad Sarajevo i rasporedu poslovnih djelatnosti na području Općine Stari Grad Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 3/18), kojim je propisano da, na osnovu zahtjeva, Općinski načelnik, uz saglasnost Općinskog vijeća, može neposredno dodijeliti poslovni prostor, bračnom drugu ili djeci zakupoprimca u slučaju nemogućnosti zakupoprimca da dalje obavlja djelatnost zbog invalidnosti ili drugog teškog oblika bolesti, kao što su karcinomi, infarkti, TBC i slično, a što se dokazuje validnom medicinskom dokumentacijom, ili u drugim sličnim slučajevima koji će se rješavati pojedinačno, uz pismenu saglasnost zakupoprimca, pod uslovom da je zakupnina u cijelosti izmirena, Općinsko vijeće Stari Grad Sarajevo, na sjednici održanoj 29. marta 2018. godine, donijelo je

SAGLASNOST

OPĆINSKOM NAČELNIKU ZA NEPOSREDNU DODJELU - PRENOS PRAVA ZAKUPA POSLOVNOG PROSTORA U ULICI BESARINA ČIKMA BROJ 1

- Daje se saglasnost Općinskom Načelniku za neposrednu dodjelu - prenos prava zakupa poslovnog prostora u ulici Besarina čikma broj 1, površine 7,80 m², na Bošnjaković Hanu, kćerku Mulić Šemse, ranijeg zakupoprimca predmetnog prostora.
- Ova saglasnost stupa na snagu osmi dan od dana objavljivanja u "Službenim novinama Kantona Sarajevo".

Broj 02-49-129/18
Marta 2018. godine
Sarajevo

Predsjedavajući
Općinskog vijeća
Stari Grad Sarajevo
Dr. sci. **Jusuf Pušina**

Na osnovu člana 18. stav (1) tačka a) Odluke o dodjeli u zakup poslovnih zgrada i poslovnih prostora Općine Stari Grad Sarajevo i rasporedu poslovnih djelatnosti na području Općine Stari Grad Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 3/18), kojim je propisano da, na osnovu zahtjeva, Općinski načelnik, uz saglasnost Općinskog vijeća, može neposredno dodijeliti poslovni prostor ako se, nakon smrti zakupoprimca - poslodavca, ugovor o zakupu zaključuje i nastavlja obavljanje djelatnosti od strane članova porodičnog domaćinstva (djece, bračnog druga, roditelja) ili sa suvlasnikom - radnikom, koji je u radnom odnosu preko tri godine sa dosadašnjim zakupoprimcem pod uslovom da je zakupnina u cijelosti izmirena, a uz prethodnu saglasnost članova porodičnog domaćinstva, Općinsko vijeće Stari Grad Sarajevo, na sjednici održanoj 29. marta 2018. godine, donijelo je

SAGLASNOST

OPĆINSKOM NAČELNIKU ZA NEPOSREDNU DODJELU - PRENOS PRAVA ZAKUPA POSLOVNOG PROSTORA U ULICI GAZIHUSREVBEGOVA BROJ 12

- Daje se saglasnost Općinskom Načelniku za neposrednu dodjelu - prenos prava zakupa poslovnog prostora u ulici Gazihusrebegova broj 12, površine 30,00 m², na Čehaić Mirsadu, suprugu Čehaić Nezira, ranijeg zakupoprimca predmetnog prostora.

- Ova saglasnost stupa na snagu osmi dan od dana objavljivanja u "Službenim novinama Kantona Sarajevo".

Broj 02-49-127/18
Marta 2018. godine
Sarajevo

Predsjedavajući
Općinskog vijeća
Stari Grad Sarajevo
Dr. sci. **Jusuf Pušina**

Na osnovu člana 25. Statuta Općine Stari Grad Sarajevo - Prečišćeni tekst ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 20/13) i člana 24. Poslovnika Općinskog vijeća Stari Grad Sarajevo - Prečišćeni tekst ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 49/17), Općinsko vijeće Stari Grad Sarajevo, na sjednici, održanoj 29. marta 2018. godine, donijelo je

RJEŠENJE

O RAZRJEŠENJU I IMENOVANJU ČLANA KOMISIJE ZA PREDSTAVKE I ŽALBE

I

U Komisiji za predstavke i žalbe, razrješava se:

AMRA GAČIĆ - dužnosti člana

a imenuju se:

MINELA ALIĆ - na dužnost člana.

II

Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja, a naknadno će biti objavljeno u "Službenim novinama Kantona Sarajevo".

Broj 02-49-123/18
Marta 2018. godine
Sarajevo

Zamjenik predsjedavajućeg
Općinskog vijeća
Stari Grad Sarajevo
Irfan Čengić, s. r.

Općinski načelnik

Na osnovu člana 6. Zakona o porezu na promet nepokretnosti i prava ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 23/05 - Prečišćeni tekst, 26/06 i 41/08), člana 24. Zakona o sudskim taksama ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 21/09) i člana 69. Statuta Općine Stari Grad Sarajevo - Prečišćeni tekst ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 20/13), Općinski načelnik Općine Stari Grad Sarajevo, donosi

UPUTSTVO

O NAČINU RADA KOMISIJE ZA UTVRĐIVANJE VRIJEDNOSTI NEPOKRETNOSTI I PRAVA

Član 1.

Ovim Uputstvom utvrđuje se način rada na utvrđivanju vrijednosti nepokretnosti i prava i kriteriji na osnovu kojih se vrši utvrđivanje prometne vrijednosti nepokretnosti i prava kao i vrijednosti predmeta spora u vlasničko-pravnim sporovima.

Član 2.

Prometnu vrijednost nepokretnosti i prava kao i vrijednost predmeta spora u vlasničko-pravnim sporovima utvrđuje Komisija za utvrđivanje prometne vrijednosti nepokretnosti i prava (u daljem tekstu: Komisija) koju imenuje Općinski načelnik.

Član 3.

Poresku prijavu za rez rez poreza sa pratećom neophodnom dokumentacijom Komisiji dostavlja ovlašteno službeno lice nadležne Poreske uprave - ispostava Općina Stari Grad Sarajevo.

Zahtjev za utvrđivanje vrijednosti predmeta spora u vlasničko-pravnim sporovima podnosi zainteresovana stranka nadležnoj Komisiji putem Centralne pisarnice Općine Stari Grad Sarajevo.

Komisija je dužna u roku od 7 (sedam) dana od dana prijema poreske prijave, odnosno zahtjeva, izvršiti procjenu vrijednosti nepokretnosti i prava, odnosno vrijednosti predmeta spora i