

Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
Srednjobosanski kanton/Kanton Središnja Bosna
Općina Travnik

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE TRAVNIK 2011-2015



Travnik, 2011 godine

U nastojanjima da pravilno pozicioniramo svoje mogućnosti, stvarne kapacitete i komparativne prednosti koje Travnik čine jedinstvenim prostorom i namjeri da optimalno iskoristimo svoje razvojne potencijale, turizam je izdvojen kao jedan od imperativa na kojima treba zasnivati lokalni ali i regionalni razvoj.

Bogato kulturno historijsko nasljeđe, prirodna bogatstva, Vlašić kao već poznat zimski turistički centar sa ogromnim potencijalima za razvoj ljetnog i zimskog turizma, samo su neke od realnih pretpostavki na kojima se mogu stvarati nove poslovne mogućnosti i vrijednosti.

Zato je važno stvoriti ambijent i okvir za razvoj turističke ponude, identifikovati pravce sistemskog i planskog djelovanja u cilju razvoja turizma, ponuditi nove mogućnosti investicijama, raditi na očuvanju postojećeg turističkog potencijala i nasljeđa ali i poticati stvaranje savremene turističke ponude.

Strategija razvoja turizma je dokumenat koji treba da objedini naše mogućnosti, potrebe, nastojanja i obaveze ali i da postane poticajna snaga koja će biti osnova za pretvaranje Travnika u još privlačniju turističku destinaciju.

NAČELNIK

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE TRAVNIK 2011-2015 GODINA

Autor:

Upravljačka grupa za izradu Strategije razvoja turizma,

Amira Đelilbašić dipl.ecc
Semin Konjalić dipl.politolog
Elma Pružan dipl. ing. šumarstva
Samer Dolovac turistički radnik
Fatima Maslić dipl. historičar umjetnosti
Nihad Korić ecc za turizam

Lektori: Amra Lolić i Jelica Tusun

Grafički dizajn korica: Upravljačka grupa za izradu Strategije razvoja turizma

Tehničko uređenje i obrada:

Štampa:

Za štampariju:

Dokument usvojen na sjednici Općinskog vijeća Travnik, dana
(Odluka br.

Načelnik Općine Travnik:

Predsjedavajući Općinskog vijeća Travnik:

Tiraž 50 komada.

SADRŽAJ

1.	UVOD	6
2.	VAŽNOST I PERSPEKTIVA TURIZMA	7
2.1.	Turizam – globalno svjetski fenomen	7
2.2.	Trendovi međunarodnog turističkog tržišta	7
2.2.1.	Najznačajniji trendovi	7
2.2.2.	Promjene na tržištu ponude	8
2.2.3.	Promjene na tržištu potražnje	9
2.2.4.	Turizam u BiH	9
3.	OSNOVNE INFORMACIJE O TRAVNIKU	11
3.1.	Prirodno-geografski položaj	11
3.2.	Administracija	11
3.3.	Komunikacija i transport	11
3.4.	Klima	12
3.5.	Stanovništvo	13
3.6.	Historija	13
4.	TURISTIČKI RESURSI OPĆINE TRAVNIK	15
4.1.	Historija turizma na općini Travnik	15
4.2.	Turistički potencijali općine Travnik	15
4.2.1.	Gradsko jezgro Travnika	16
4.2.2.	Planina Vlašić	19
4.2.3.	Ostala područja, naselja i lokaliteti	20
4.2.3.1.	Biljanska regija	20
4.2.3.2.	Turbetska regija	21
4.3.	Običaji i tradicija	21
4.4.	Znamenite ličnosti	21
4.5.	Priče i legende	22
4.6.	Brendovi	22
4.7.	Smještajni kapaciteti na općini Travnik	23
4.8.	Ugostiteljska ponuda na općini Travnik	25
4.9.	Turistička organizacija, zaposleni u turizmu na općini Travnik	25
4.10.	Razvojni dokumenti iz oblasti turističke djelatnosti na općini Travnik	25
4.11.	Posjete i turistička kretanja	25
4.12.	Posjete i turistička kretanja na Vlašiću	27
4.13.	Posjete i turistička kretanja u gradu Travniku	28
4.14.	Posjete i turistička kretanja u ostalim naseljima i lokalitetima	28

5.	SWOT ANALIZA TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE TRAVNIK	30
6.	KONKURENTNOST	32
7.	VIZIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE TRAVNIK	33
8.	STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA NA OPĆINI TRAVNIK 2011 – 2015	34
8.1.	Razvijen i održiv turizam općine Travnik	34
8.2.	Uređen i prostor i očuvan okoliš	44
8.3.	Razvijena poslovna infrastruktura	46

1. UVOD

Strategija razvoja općine Travnik prije svega ima za cilj dugoročni razvoj turizma koji će se od strane menadžmenta u bliskoj saradnji sa lokalnom privredom, uzimajući u obzir aktuelne nacionalne i internacionalne turističke trendove, uspješno razvijati i prodavati ponude koje su tržišno orjentisane.

Načelnik općine je formirao upravljačku grupu za izradu Strategije razvoja turizma općine Travnik čiji je zadatak da sa predstavnicima GTZ - Njemačkim društvom za tehniču saradnju definišu akcioni plan , kao i da izrade Strategiju razvoja turizma općine Travnik.

Strateška orijentacija za naredni period u općini Travnik obuhvata povećanje raznolikosti, kvalitete i konkurentnosti integralnog turističkog proizvoda koji ima za cilj stvoriti visokokvalitetne turističke destinacije, obezbijediti dovoljno radnih mjesta i povećati rast životnog standarda.

U narednom periodu Travnik će, kao turistička destinacija sa bogatom i kvalitetnom ponudom, sa destinacijama raznolike kulturne baštine, zimskim centrima za skijanje, planinskom ljetnom turističkom ponudom, zaštićenim prirodnim područjima očuvanog biodiverziteta i dr., permanentno poduzimati potrebne mjere i stvarati uslove u privlačenju sve većeg broja turista koji će u narednom periodu provoditi sve više vremena i uživati na prostoru naše općine.

2. VAŽNOST I PERSPEKTIVA TURIZMA

2.1. Turizam – globalno svjetski fenomen

Turizam je razvojno najinteresantnija „industrija“ svijeta, za mnoge zemlje značajan izvozni faktor i generator zapošljavanja, a za mnoge nerazvijene i zemlje u razvoju turizam predstavlja stratešku razvojnu šansu.

Obuhvata široki splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki, socijalni te kulturni aspekt života. U strukturnim analizama i dugoročnim projekcijama turizam se ocjenjuje kao jedna od najdinamičnijih pojava s gotovo neprocjenjivom važnošću za razvitak svjetske privrede.

Uprkos oscilacijama u svjetskoj ekonomiji i raznim događanjima koji narušavaju globalnu stabilnost, razvoj svjetske industrije turizma je u stalnom usponu.

Prema izvjestaju UNWTO svjedočimo otvaranju novih destinacija i dodatnim ulaganjima u turistički razvoj što pretvara moderni turizam u ključnu lokomotivu socio-ekonomskog progresa kroz otvaranje novih radnih mjesta i projekata, unapređenje infrastrukture i zarađivanje novca kroz “izvoz na kućnom pragu”.

Doprinos turizma u ukupnoj svjetskoj ekonomiji se procjenjuje na 5%. Značaj turizma u zapošljavanju je i nešto veći, pretpostavlja se da 6-7% svih radnih mjesta u svijetu povezano, direktno ili indirektno sa turizmom.

2.2. Trendovi međunarodnog turističkog tržišta

2.2.1. Najznačajniji trendovi

U prethodnih 60 godina turizam je konstantno rastao, razvijao se i širio svoju ponudu da bi postao jedan od najvećih i najbrže rastućih sektora svjetske ekonomije. Uz tradicionalne destinacije u Europi i Sjevernoj Americi svjedočili smo i svjedočimo pojavi brojnih novih turističkih odredišta širom zemaljske kugle.

Uprkos povremenim potresima, međunarodna turistička putovanja pokazuju zapravo tendenciju neprekidnog rasta – od 25 miliona turista u 1950. godine, 277 miliona u 1980. godine, 438 miliona u 1990.godine, 681 milion u 2000.godini do 880 miliona u 2009. godini.

Prije 2009.godine koja ima tendenciju opadanja zbog svjetske ekonomske krize, prethodne četiri godine su zabilježile porast broja putnika iznad dugogodišnjeg prosjeka.

Uključujući i nepovoljnu 2009.godinu, od 2000.godine prosječan godišnji porast broja turista bio je 3%.

Turistički rast i razvoj je bio posebno brz na novim destinacijama, tako da je udio novih destinacija i zemalja u razvoju u ukupnom broju svjetskih turističkih putovanja postojano rastao sa 32 % u 1980.godini na 47% u 2009.g.

Predviđa se da će broj međunarodnih turista do 2020. godine porasti na milijardu i 600 miliona putnika, gotovo dvostruko više nego u 2009. godini.

2.2.2. Promjene na tržištu ponude

U proteklom desetljeću nastala je potpuno nova situacija na međunarodnom turističkom tržištu.

Razvoj tehnologije donosi promjene u strukturi tržišta i primjeni marketinga, te omogućava proces koncentracije subjekata ponude. Pod pritiskom sve veće konkurencije i borbe za mjesto na tržištu ponuđači ulaze u vertikalne i horizontalne integracije, što im daje mogućnost da konkuriraju i cijenom i kvalitetom.

Euro i internet olakšavaju usporedivnost destinacija i cijena te skraćuju vrijeme potrebno za prikupljanje informacija i omogućuju jednostavan „direktni booking“.

Standarizacija na različitim nivoima odnosa cijena i usluga sve više je prisutna u hotelijerstvu. Atraktivnost standarizacije s aspekta kupca temelji se na nekoliko prednosti: učinkovitost, mogućnost izračuna troškova, usporedivost, predvidivost i kontrola.

Uočljive su raznolike strategije specijalizacije hotela (all-inclusive, wellness, romantični, kongresni, klupski, umjetnički, za gurmane, za samce, za naturiste, za golf, za bebe i djecu i sl.). Klasični sve-namjenski hoteli uskoro bi se mogli pretvoriti u marginalnu pojavu.

Sve je veća konkurentnost na globalnom tržištu kapitalnih investicija u turizam. Kako tok kapitala sve više prelazi na globalnu razinu, konkurencija između destinacija na tom polju raste. Presudni faktor je povrat na uloženi kapital, bilo da se temelji na nižim troškovima, blažoj i jednostavnijoj regulaciji, dostupnim poticajima i sl. Ulaganje u podizanje kvalitete i smanjenje sezonske ponude rezultira rastom stope povrata od investicije, te povećanim interesom investitora, odnosno preusmjeravanjem toka kapitala u područje viših prinosa.

2.2.3. Promjene na tržištu potražnje

Kompleksniji paketi motiva za putovanje. Uz glavni motiv (kupanje, odmor, kultura) pojavljuje se novi paket motiva za odlazak na putovanje u koji spadaju između ostalog i intezivni užitak, aktivnosti u prirodi, naglašena potreba za doživljajima, čulnost, emocije, rekreacija, zdravlje itd. Turist načelno želi iskusiti kontra-svjetove koji se jasno razlikuju od njegovog svakodnevnog okruženja i uobičajenih životnih situacija i okolnosti.

Veća očekivanja turista potpomognuta su medijima i naprednim telekomunikacijama, većom obrazovanošću i predhodnim ličnim iskustvom i znanjem. Isti faktori utječu i na brže prenošenje informacija i sve veću moć neposredne usmene promocije.

Inovativne ponude i inscenacije koje pored osnovnih standarda omogućuju i neobična iskustva, iznenađenja i poticaje. Turisti dobivaju atmosfersku ili emocijalnu dodatnu korist (ambijent, doživljaj, zabava, avantura, kontakti sa drugim gostima, atrakcije i atraktivnosti).

Promjene u potrebama potencijalnih turista je stalan proces. Rastom životnog standarda, ljudi raspoložu sa sve više raspoloživog novca, a sve manje slobodnog vremena, što čini dva osnovna preduvjeta za uključivanje u turističke tokove. Rezultat tih promjena je sve veća popularnost kratkih i kružnih putovanja.

Kao odgovor na brzi ritam savremenog urbanog načina života, raste potražnja za nedirnutim, ekološki čistim područjima. Lična sigurnost postaje jedna od glavnih kriterija odluke, a sve je veći trend brige za vlastito zdravlje (wellness, fitness).

Putovanje sve više postaje potreba, smisao i stil življenja, a sve manje luksuz i nešto nepristupačno.

2.2.4. Turizam u BiH

Bez obzira na nasljeđe ratnog perioda i generalno loš imidž, BiH ima jednu od glavnih razvojnih šansi u budućnosti upravo u razvoju turizma, zahvaljući svojim raznolikim i visoko izraženim potencijalima na vrlo malom geografskom prostoru, gdje na nevjerovatno „simboličnim“ udaljenostima ima različite prirodne, kulturološke, tradiciojsko-vjerske, historijske i druge potencijale sa mogućnošću razvijanja velikog broja različitih vidova turizma.

Prednost BiH leži u i u geoprometnom položaju na Balkanu, naslanjajući se na vrlo dobro turistički orjentirane susjedne zemlje.

Mali broj zemalja u svijetu svoj turistički potencijal i svoje turističke proizvode može promovisati i ponuditi sa visoko izraženim i raznolikim potencijalima kao što ima BiH (nedirnuto prirodni, kulturološki, historijski, tradicijsko - vjerski i drugi fenomeni).

Posljednih godina BiH je svrstana među turistička odredišta u Europi sa najbržim stopama rasta. U prvih 7 mjeseci 2010.g. zabilježeno je 30% više posjeta nego u istom periodu 2009.g. prema informacijama Turističke zajednice F BiH. Uzimajući u obzir da dostupni statistički podaci ni približno nisu relevantan prikaz stvarnog stanja posjeta u BiH, može se pretpostaviti da je broj posjetitelja i rast daleko veći od prikazanog.

Turizam u BiH ima svoje duboke historijske korijene i nije nepoznat način privređivanja.

3. OSNOVNE INFORMACIJE O TRAVNIKU

3.1. Prirodno-geografski položaj

Općina Travnik je smještena u središnjem dijelu Bosne i Hercegovine sa izraženim karakteristikama planinsko-brdskih područja i predstavlja zaokružen saobraćajno-geografski prostor. Općina Travnik je smještena u uskoj kotlini doline rijeke Lašve, a okružuju je padine Vilenice i masiv Vlašića. Uska kotlina proteže se od naselja Turbe do Doca na Lašvi gdje se počinje širiti u Travničko polje.

Općina Travnik prostire se na površini od 563 km², a prema geografskim kordinatama nalazi se 44° i 14' sjeverne geografske širine i 17° i 40' istočne geografske dužine.

Travnik je smješten na nadmorskoj visini od 517 m.n.v., dok je planina Vlašić jedna od najviših planina u BiH sa nadmorskom visinom do 1943 m.n.v.

3.2. Administracija

Općina Travnik je administrativno sjedište Srednjobosanskog kantona koji ukupno čini 12 općina (Travnik, Novi Travnik, Bugojno, Vitez, Busovača Jajce, Gornji Vakuf, Donji Vakuf, Kiseljak, Fojnica, Kreševo i Dobretići). Najveći broj institucija i javnih ustanova od kantonalnog značaja ima sjedište u Travniku. Općinu Travnik čine 34 mjesne zajednice.

3.3. Komunikacija i transport

Najznačajnije komunikacije protežu se dolinama rijeka Lašve i Vrbasa, gdje se i nalaze važna urbana naselja. Centralni geografski položaj Travnika povezuje tranzitne pravce sjeverozapad-jugoistok (Bihać-Travnik-Sarajevo-Goražde) i sjeveroistok-jugozapad (Tuzla – Zenica – Travnik – Bugojno – Mostar – Ploče, odnosno Neum, te iz Bugojna za pravac Livno - Split). Geografska lociranost u centru i dolinski zadori Vrbasa i Lašve pretvaraju prostor općine u značajno tranzitno čvorište za sve smjerove i na svim nivoima (BiH, Balkan, i dalje Zapadna Europa, Mala Azija i Bliski Istok).

Zbog tranzitne važnosti koja se ogleda u velikoj frekvenciji saobraćaja na području Srednje Bosne planirana je nova saobraćajnica (brza cesta – „Lašvanska petlja – Donji Vakuf“) koja će omogućiti brže i kvalitetnije povezivanje općine Travnik sa drugim područjima, a ujedno stvoriti preduvjete za razvoj novih turističkih potencijala i ponude.

Indirektan uticaj na brže i kvalitetnije povezivanje sa mnogim tržištima predstavljat će izgradnja autoputa (koridor VC).

Osnovni parametri koji karakterišu udaljenost od većih gradova u Bosni i Hercegovini, gradova u regiji i komunikacijske infrastrukture prikazani su narednim tabelarnim pregledima.

Tabela 1. Udaljenost većih gradova u BiH¹

Grad	Zenica	Sarajevo	Tuzla	Banja Luka	Bihać	Mostar
Travnik	42 km	95 km	180 km	120 km	206 km	167 km

Tabela 2. Udaljenost većih gradova u regiji²

Grad	Zagreb	Beograd	Split
Travnik	340 km	388 km	236 Km

Tabela 3. Udaljenost (putevi, željeznice, aerodromi)³

Grad	Udaljenost u km					
	Pruga Sarajevo-Šamac	Autoput Beograd-Zagreb	Aerodrom Sarajevo	Aerodrom Banja Luka	Aerodrom Mostar	Aerodrom Zagreb
Travnik	95	304	90	150	175	320

Komunikacija između Travnika i većih gradova u regiji je dobro organizirana preko solidno uređene autobusne stanice u Travniku sa redovnim autobusnim linijama unutar BiH, ali i prema Splitu, Zagrebu, Beogradu, Ljubljani i dalje.

Komunikacija između Travnika, prigradskih naselja i posebno Vlašića (28 km od Travnika) je svakodnevno organizirana redovnim autobusnim linijama. Ne treba zanemariti i dobro organizovan taksi prevoz.

Na području općine posluje veći broj autoprevozničkih kuća, od kojih najznačajniji prevoznici dio voznog parka koriste i u turističke svrhe.

3.4. Klima

Klimatski uvjeti u Travniku formirani su pod uticajem reljefa, nadmorske visine, klimatskih specifičnosti ovih prostora. Klima umjereno kontinentalna, sa umjereno toplim ljetnim periodom, proljeće i jesen imaju ravnomjerne temperature, a zima je umjereno hladna. Prosječna temperatura u Travniku iznosi 9 °C, a godišnja temperaturna amplituda 21,3 °C.

Tabela 4. Osnovni meteorološki pokazatelji⁴

Minimalne temperature	Maksimalne temperature	Prosječne godišnje temperature	Prosječan broj sunčanih dana	Prosječne godišnje padavine
-23,8	38 °C	8,6 °C	72	897 mm

Za razliku od Travnika klima na planini Vlašić je tipično planinska.

Trend klimatskih promjena sa dugoročnog aspekta će bitno uticati na razvoj i održivost specifičnih vidova turizma (npr. zimski turizam).

¹ Autokarta Bosne i Hercegovine

² Autokarta Bosne i Hercegovine

³ Autokarta Bosne i Hercegovine

⁴ Federalni meteorološki zavod BiH

Općina Travnik, 2011.godine

3.5. Stanovništvo

Prema popisu iz 1991. godine u Općini je živjelo ukupno 70.402 stanovnika, a broj stanovnika prema etničkoj pripadnosti, dobnoj i polnoj strukturi prikazan je narednim tabelarnim pregledima.

Tabela 5. Osnovni pokazatelji etničke pripadnosti stanovništva⁵

Godina	Stanovništvo prema etničkoj pripadnosti				
	Bošnjaci	Hrvati	Srbi	Ostali	Ukupno
1991.	31.862	26.008	7.751	4.781	70.402

Tabela 6. Osnovni pokazatelji dobne i polne strukture stanovništva⁶

Do 14 godina		Od 15 godina do 64 godine		65 godina i više	
Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene
11,8%	10,8%	33,1%	33,9%	5%	5,1%

Posljednji popis stanovništva bio je 1991. godine, nakon čega su uslijedili događaji koji su bitno uticali na promjenu demografske slike općine Travnik.

3.6. Kulturološke odrednice iz prošlosti

Kako bi se dočarao duh grada Travnika navodimo literarni prikaz poznatog travničkog kulturnog djelatnika Enesa Škrge:

„Najbolje geografsko određenje ove varoši i čaršije pripisuje se znamenitom glumcu travničkoga porijekla Josipu Pejakoviću koji primjećuje da se Sarajevo, kao današnji glavni grad Bosne i Hercegovine, nalazi kod Travnika! U tome se sluti aluzija na dane prijestolničkoga reda i tišine, kada je u konzulska vremena Travnik bio «najgospodskiji grad na zemlji, a u njemu svet odmeren i mudar, s carem da govori...».

Istovremeno je to podsjećanje na lucidno uviđanje Ive Andrića da «nikad niko u Travniku nije ni pomislio da je to varoš stvorena za običan život i svagdašnje događaje».

Travnik se naziva i muzejom na otvorenom, u kojemu su vidljivi tragovi prošlosti i svih historijskih epoha, civilizacija i kultura koje su bile prisutne u Bosni, od plemenskih saveza do carstava i kraljevstava što su se ovdje smjenjivali i prožimali. Odete li na vrh Bukovice, brda iznad Plave vode, naići ćete na ilirske tumuluse i gradine, u prastarj Gučoj Gori vidjet ćete stare katoličke žene s tetovažama na rukama kao običajem koji potječe od izumrlih ilirskih plemena, u Turbetu ćete u središtu naselja vidjeti dijelove rimske bazilike, u susjednim selima Varošluku i Tenićima postoje nadgrobnici iz Bosanskog kraljevstva.

Gradska zona se može opisati navodima travničkoga pisca Muharema Bazdulja koji će reći da je Travnik mali grad a ipak predstavlja svojevrsni pupak svijeta: «*Grad je fantastičan i neviđen spoj*

⁵ Strategija razvoja općine Travnik 2010-2015

⁶ Strategija razvoja općine Travnik 2010-2015

Općina Travnik, 2011.godine

orijentalnog i srednjoevropskog naselja. Glavna bi se ulica mogla bez ikakve preinake prenijeti u Zagreb, dok neki kvartovi predstavljaju originalni krajobraz iz Tisuću i jedne noći.»

U godinama što su ostale upamćene po uzmožnom mužu tepčiji Batalu Santiću, koji gospodariše župom Lašva na prijelazu iz 14. u 15. stoljeće, vremenima bojazni i strepnje od turskog carstva, izgleda da je baš kralj Tvrtko II. Kotromanić odlučio da na uzvisini iznad potoka Hendek i Šumeće sagradi tvrđavu i uz nju malo varošište i trgovište.

Nakon što je sultan Mehmed II. Fatih osvojio tvrđavu 3. juna 1463. godine, počinje postepeno pretvaranje podgrađa tvrđave u orijentalni grad, s Donjom i Gornjom čaršijom. Najslavniji dani Travnika započeli su nakon najstrašnijih dana što ih je proživjela dotadašnja prijestolnica Bosne, Sarajevo, koje 1697. godine okrutno razoriše trupe austrijskoga princa Eugena od Savoje. Dvije godine potom vezir Halil-paša Ćoso prenese vezirsku stolicu u Travnik, koji će sve do 1850. godine biti sjedište Bosanskoga pašaluka. U tih 150 godina čak je 77 paša sjedilo na vezirskim šiltetima i minderima rezidencije Konak. Premda je većina vezira dolazak u Travnik pripisivala prokletstvu i smatrala službom po kazni, veziri poput Mehmed-paše Kukavice, Elči Ibrahim-paše, Muhsin Zade Abdulah-paše... zavijestali su svoja bogatstva za izgradnju sakralnih i svjetovnih objekata. 17 sačuvanih džamija, turbeta, sahat-kule, sunčani sat, medrese, bezistan, česme... predstavljaju ona obilježja Travnika po kojima se i danas naziva *vezirski grad*.

Konzulska vremena, kao podnaslov romana "Travnička hronika", označavaju period u istoriji grada-prijestolnice u koju Napoleon Bonaparta 1807. godine šalje prvog i jedinog francuskog konzula Pierra Davida da uspostavi Francuski generalni konzulat.

Godinu potom, i austrijska carevina otvara svoj generalni konzulat. Prva dvojica austrijskih konzula, von Miteser i von Paulic, uz francuskog konzula Davida, ostat će ovjekovječeni i poznati u svijetu kao likovi toga romana Ive Andrića. Univerzalne vrijednosti romana tvorcu će donijeti Nobelovu nagradu za književnost, a njegov rodni grad učiniti planetarno poznatim.

1878. godine tursku posadu u tvrđavi zamijenit će austrougarski vojnici pod komandom vojvode Wirtenberga. Nova monarhija donijela je u travnički kraj, osim industrijalizacije, i dah srednjoevropske arhitekture, muzike, običaja, jezika.

Time se upotpunjava ona slika o Travniku kao mjestu susretanja Orijenta i Okcidenta.

U doba Kraljevine Jugoslavije izgled grada se nije bitnije mijenjao, a u socijalističkom periodu, uz urbanizaciju i razvoj industrije, razvija se osebujni avangardni izraz u pozorištu i muzici, i pamte se brojni uspješni sportisti.

Neizrecivu posebnost Travnika čine upravo njegovi slavni sugrađani, i to je nimalo slučajan grad, jer s manje stanovnika nego što londonsko Udruženje filatelista ima članova, a s tolikim brojem znamenitih ljudi, zaista zaslužuje takvu karakterizaciju!

U kulturnom bosanskohercegovačkom filmu «Otac na službenom putu», lik po imenu Muzafer kaže: «Ako me se poželite vidjeti, vi put pod noge, pa u Travnik – to nije daleko!» Dodajmo: «A kad već dođete u Travnik, znajte da u ovom gradu ništa nije daleko!!!».

4. TURISTIČKI RESURSI OPĆINE TRAVNIK

4.1. Historija turizma na općini Travnik

Geoprometni položaj učinio je općinu Travnik prostorom na kojem su se putnici namjernici zadržavali na svojim putovanjima još od pradavnih vremena i ovu činjenicu možemo posmatrati kao preteču tranzitnog turizma.

Počeci savremenijeg razvoja turizma na općini Travnik vezani su za period Austro-Ugarske vladavine i mogu se računati od otvaranja prvog hotela u Travniku 1897.g. (hotel Vlašić).

Razvoj planinarstva na Vlašiću krajem 19. stoljeća vremenom je usmjerilo pažnju turista na prirodne ljepote planine Vlašić, tako da planinarstvo možemo smatrati pretečom razvoja turizma na Vlašiću.

Krajem šesdesetih godina prošlog stoljeća, prepoznavši mogućnosti i potencijale općine, dolazi do ekspanzije razvoja turizma uporedo na dva najznačajnija odredišta općine: grad Travnik (gradsko jezgro) i Babanovac na planini Vlašić (SRC „Babanovac“).

Do 1992.g. Travnik, a posebno SRC „Babanovac“ se izgradio u poznato turističko odredište na području ex-Jugoslavije, sa naglašenim razvojem zimskog turizma.

Nakon rata, već 1997.g., su osposobljeni prvi ski-liftovi da bi Babanovac do 2005.g. u vrlo kratkom periodu učinio veliki pomak u saniranju i rekonstrukciji generalne turističke privrede sa intezivnim investicionim aktivnostima, a danas, prateći trendove u turizmu i potrebe posjetitelja, razvija i nove oblike turističke ponude.

Uporedo se kontinuirano obnavlja, sanira, rekonstruiše, unapređuje i razvija ponuda grada Travnika (povijesno gradsko jezgro i prirodni ambijent Plava voda), koja postaje jedno od nezaobilaznih mjesta u tranzitnim i izletničkim dolascima sa stalnim rastom broja posjeta.

Ostali dijelovi općine Travnik u prošlosti su imali neznatnu zastupljenosti u tranzitnom, lovnom i ribolovnom turizmu te u izletničkim posjetama vezanim za lokalne manifestacije. Tek u zadnjih desetak godina, i uglavnom se naslanjajući na razvoj turizma u gradu Travniku i na Vlašiću, stvaraju se osnovni preduvjeti za razvoj turizma i na našem području.

4.2. Turistička područja općine Travnik

Općinu Travnik po zastupljenosti turističkih potencijala, ali i po razvoju turizma možemo podijeliti na područja:

- Gradsko jezgro Travnik (gradsko jezgro sa prirodnim dobrom Plava voda)
- planinu Vlašić
- ostala travnička naselja i lokaliteti

Turistički potencijali se ogledaju u prirodnom, kulturnom, historijskom i vjerskom nasljeđu, a poseban značaj imaju običaji i tradicija, znamenite ličnosti, priče, legende i brendovi. Na području općine Travnik su već prisutne određene vrste turizma, ali se posebno mogu razviti i unaprijediti:

- planinski turizam;
- kulturni i vjerski turizam;
- eko i seoski turizam;
- avanturistički turizam;

- tematski turizam;
- zdravstveni turizam;
- sportski turizam;
- kongresni i poslovni turizam;
- lovni i ribolovni turizam;
- kružna putovanja i posjete u vidu đaćkih ekskurzija, škola u prirodi i sl.

Treba imati u vidu nužnost kontinuiranog praćenja trendova u turizmu, jer je za očekivati da će se u budućnosti pored navedenih vrsta turizma javiti potreba za razvojem i nekih drugih (primjer općine Visoko).

4.2.1 Gradsko jezgro Travnik

Mali broj gradova u BiH se može pohvaliti da na relativno malom prostoru ima veliku koncentraciju turističkih potencijala koji se u najvećem dijelu ogledaju kroz prirodno i kulturno-historijsko nasljeđe.

Stoga je Travnik jedinstveni muzej na otvorenom. Zahvaljujući kompaktnosti gradskog jezgra najljepši i najznačajniji spomenici kulturno – historijskog nasljeđa su grupisani i dostupni za upoznavanje laganom šetnjom u trajanju od nekoliko sati.

Donosimo pregled objekata sa područja Općine Travnik koji po svojim arhitektonskim, estetskim i historijskim karakteristikama spadaju u značajne primjerke kulturne baštine Bosne i Hercegovine:

- Kulturni pejzaž, vizura Travnika posmatrana s istoka
- Turbe Ibrahim-dede u Doci na Lašvi (15 st.). (Privremena lista nacionalnih Spomenika)
- Jeni džamija s turbetom bosanskog vezira Abdulah-paše Defterdarije i haremom, (16.-18. stoljeće), (Nacionalni spomenik)
- Varoška džamija (16.-20. st.). (Privremena lista nacionalnih spomenika)
- Kameni most na Lašvi (16. st.)
- Sahat-kula na Musali (17. st.). (Nacionalni spomenik)
- Sulejmanija (Šarena džamija) (16.-19.st). (Nacionalni spomenik)
- Kaldrmisani put s pripadajućom kamenom ogradom na Lončarici (17. st.)
- Elči Ibrahim-pašina medresa (18.-19. st.). (Privremena lista nacionalnih spomenika)
- Kompleks Derventa i Plava voda: Turbe i groblje (16. -19.st.)
- Lutvina kahva – Rudolfova kafana (18.-19. st.), zgrada
- Hidrocentrale i brana jezera Plava voda (19.st.)
- Tradicionalna stambena arhitektura (Osoje, Musala) (19.st.)
- Konatarska džamija (18.st.). (Nacionalni spomenik)
- Hafizadića kuća (19.st.)
- Lukačka džamija (17.st.). (Privremena lista nacionalanih spomenika)
- Zgrada Zavičajnog muzeja Travnik, zgrada Vatrogasnog doma (treće desetljeće 20. st.)

- Fufićeva zadužbina (Osnovna muzička škola Travnik) (početak 20.st.),(Nacionalni spomenik)
- Pravoslavna crkva Uspenja presvete Bogorodice (18.st.). (Nacionalni spomenik)
- Škola i samostan časnih sestara Milosrdnica (20.st.) (Nacionalni spomenik)
- Katolička crkva Ivana Krstitelja (19.st.). (Privremena lista nacionalnih spomenika)
- Vezirska turbeta i česma kod hotela Lipa (18.-19.st.)(Nacionalni spomenici)
- Hadži Ali-begova džamija, sahat-kula, groblje, česma i sunčani sat na zidu Hadži Ali-begove džamije (18.-19.st.). (Nacionalni spomenik)
- Zgrada nadbiskupske gimnazije 19.st.- Katolički školski centar (Nacionalni spomenik)
- Zgrada Suda (početak 20.st.)
- Zgrada Oficirskog doma (početak 20.st.) (Nacionalni spomenik)
- Zgrada Hotela Vlašić (19.st)
- Jevrejsko groblje na Bojni (18.-20.st.)
- Katoličko groblje na Bojni (19.st.)
- Parna lokomotiva i voz „Ćiro“ (19.st)
- Crkva Blažene Djevice Marije i katoličko groblje u Gornjem Docu (19. St.) (Privremena lista nacionalnih spomenika)
- Franjevački Samostan Guča Gora i groblje Gorica (19.st.). (Nacionalni Spomenik)
- Župna crkva Sv. Mihovila, Ovčarevo (19.st.). (Nacionalni spomenik)
- Ostaci kasnoantičke bazilike u Turbetu (6. st). (Nacionalni spomenik)
- Batalova grobnica sa stečkom (14.st.). (Nacionalni spomenik)
- Džamija i turbe Ismail-dede u Turbetu (16.st.).

U cilju boljeg upoznavanja turističkih potencijala općine Travnik navodimo nekoliko foto zapisa određenih znamenitosti kako slijedi.



Slika 1. Rodna kuća Ive Andrića



Slika 2. Zgrada Muzeja



Slika 3. Sahat Kula



Slika 4. Hafizadića kuća



Slika 5. Gimnazija



Slika 6. Pravoslavna crkva



Slika 7. Kafana „Derвента“ Plava voda

Slika 8. Šarena džamija



Slika 9. Tvrdava Stari grad



Slika 10. Medresa



Slika 11. Crkva Gospino vrilo



Slika 12. Samostan Guča Gora

Uz raznoliku kulturnu ponudu i bogatstvo graditeljske baštine koncentrisane u užoj gradskoj jezgri gdje se smjenjuju spomenici iz srednjovjekovnog, osmanskog i austrougarskog perioda, i gdje je razmješteno nekoliko muzejskih postavki, nezaobilaznu turističku destinaciju čini prirodni kompleks Plava voda koga pored pejzašnih i hidrografskih osebnosti krasi i upotpunjuju kulturno-historijske znamenitosti.

Taj nesvakidašnji spoj graditeljskog i prirodnog naslijeđa čini Travnik privlačnom destinacijom za mnoge posjetioce, posebno u toku ljeta. S druge strane Vlašić je poznat kao zimska turistička destinacija premda je posljednjih godina sve više prisutna intencija za puno većom turističkom posjetom u ljetnom periodu.

Potencijal za razvoj turizma leži i u činjenici da je Travnik kulturno i administrativno sjedište SBK, a odnedavno i univerzitetski centar.

4.2.2. Planina Vlašić

Najizraženiji potencijali i trenutno najveća zainteresovanost turista su na planini Vlašić, gdje u ovom trenutku najznačajniju ulogu ima zimski turizam.



Slika 11. Vlašić



Slika 12. Vlašić



Slika 13. Vlašić

Etablirani zimsko – sportski centar zahtijeva daljnju izgradnju adekvatne infrastrukture kako bi u potpunosti realizovao postojeće potencijale.

Najveći izazov predstavlja produžavanje posjete turista sa dva zimska mjeseca na cijelu godinu za što Vlašić ima sve predispozicije. Razvijanjem imidža zračne banje, visinskog centra za pripremu sportista, centra za kongresni, avanturistički, ekoturizam, ribolovni i lovni turizam... Vlašić može i treba privlačiti posjetioce tokom cijele godine, te stvoriti imidž planinskog centra koji je aktivan 365 dana u godini.

4.2.3. Ostala područja, naselja i lokaliteti

Ljepota i raznolikost prirode u spoju sa kulturno – historijskim spomenicima razasutim po cijelom prostoru travničke općine idealna su baza za razvoj raznovrsne i specijalizirane turističke ponude, od eko (seoskih) gazdinstava, preko vjerskog i arheološko - etnografskog turizma do rekreativnih programa, i ponude (brdski biciklizam) uz mogućnost kreiranja velikog broja kombinovanih programa.

4.2.3.1. Biljanska regija

- Selo Brajkovići sa župnom crkvom u čijoj se blizini nalazi nekoliko katoličkih grobalja sa sačuvanim srednjovjekovnim nadgrobnicima stećcima, među kojima su i neki sa natpisom i u obliku monumentalnih krstača: groblja Bogduša, Vinište, Ivanjsko. Uz samo groblje Bogduša nalazi se i staro muslimansko groblje.
- U dolini Jasenice na stjenovitom planinskom grebenu uzdižu se ostaci srednjovjekovne utvrde (14.-15. st.) Vrbenac do koje vodi strma, relativno sigurna staza kroz vrletne predjele. Destinacija je posebno zanimljiva za rekreacijski turizam sa avanturističkim izazovima.
- Na putu prema ovoj lokaciji nalazi se i restoran sa malim vještačkim jezerom i ribnjakom, te mlinom i stupom za valjanje domaćeg sukna od vune.
- Nedaleko od ovoga mjesta uzvodno u kanjonu rijeke Bile je drugo ribogojilište sa vještačkim jezerom i uređenim prostorom gdje se gostima pruža prilika da na roštilju prirede ribu koju su sami upecali.
- Ako se iz doline rijeke Bile uputi uzvodno uz planinsku rječicu Kozicu, nakon kraće vožnje šumskim putem dolazi se do jedinstvenog vodopada Kozice.
- U toj regiji se nalazi i selo Guča Gora gdje je smješten Franjevački samostan sa crkvom i bogatom zbirkom umjetnina. U blizini je staro groblje Gorica na kome se sahranjuju franjevci i mještani iz obližnjih sela a sačuvano je i nekoliko srednjovjekovnih nadgrobnika.
- Nekoliko kilometara idući putem prema Travniku prolazi se kroz selo Mosor i dolazi na zaravan Gostunj gdje su dva stara groblja, muslimansko i katoličko jedno u blizini drugog. Odatle vodi put prema Bukovici gdje se nalazi mala katolička kapelica. U blizini su tragovi ilirske gradine i tumulusa, a tu su svojevremeno otkopani i ostaci

ranokršćanske crkvice. Od kapelice se otvara jedinstven pogled, vidikovac na lašvansku kotlinu i na grad Travnik. Sa toga platoa ljeti uzlijeću paraglajderi, a planinari i rekreativci se spuštaju serpentinama sa strana Bukovice ili putem preko Hajdarovih njiva do lijepo uređene staze kojom se silazi do samoga grada, prolazeći neposredno pored srednjovjekovne tvrđave. Na toj maršruti se mogu posjetiti dvije špilje Velika peća i Mala peća za koje se pretpostavlja da bi sistematska arheološka istraživanja mogla utvrditi postojanje materijalnih tragova paleolitskog čovjeka.

4.2.3.2. Turbetska regija

U samom mjestu Turbe nalazi se nekoliko znamenitosti:

- Arheološki ostaci kasnoantičke kršćanske bazilike (VI. st.) u čijoj neposrednoj blizini je i spomen obilježje poginulim rodoljubima u II svjetskom ratu i spomen česma šehidima iz odbrambeno-oslobodilačkog rata 1992.-1995.g.
- U dvorištu direkcije „Šumarija“ nalazi se nekropola stećaka (srednji vijek) i spomen obilježje poginulima u II. Svjetskom ratu.
- Džamija i turbe Ismail-dede iz Horosana (15. st.) po kome je naselje i dobilo ime Turbe.
- Uz džamiju se nalazi najstariji primjerak bijele topole (*Populus alba* L.) za koju se pretpostavlja da je stara preko 500 godina. Kao rijedak primjerak drvo je pod zaštitom države.
- Na lokalitetu Crkvine gdje se sada nalazi pravoslavna crkvice stoji stećak koji je nekada pokrivao ulaz u mauzolej - grobnicu Batala Santića, srednjovjekovnog bosanskog velmože koji je krajem 14. stoljeća gospodario župom Lašvom. On je imao svoj dvor u tvrđavi Toričan u blizini obližnjeg Varošluka.
- Uz ilirsku gradinu Potkraj te nekoliko lokaliteta sa stećcima na tome području te na području obližnje Karaule, moguće je formirati zanimljive šetnice i staze za rekreativce. Njihovo uređenje, opremanje, markiranje i unošenje u mape itinerera, mogao bi postati novi turistički proizvod i atrakcija na ovome području. Bio bi to svojevrsan poticaj i za lokalno stanovništvo da se uključi u njihovo korištenje a time bi se razvijala svijest o postojanju i vrijednostima kulturne tradicije kraja.

4.3. Običaji i tradicija

Nadopunjavajući i obogaćivajući turističku ponudu, raznovrsni običaji na području cijele općine Travnik predstavljaju nezaobilazan i vrijedan potencijal. Raznolikost običaja proizilazi iz multinacionalnosti općine Travnik i uticaja mnogih kultura, kako sa zapada tako i sa istoka. Tradicije i običaji travničkog kraja protkali su se kroz brojne historijske periode, od mlađeg kamenog doba pa do danas (npr. ispiranje zlata u rijeci Lašvi, borba bikova – korida, rekonstrukcije događaja iz perioda Bosanskog kraljevstva, Osmanskog i Austro - Ugarskog perioda...itd).

4.4. Znamenite ličnosti

Za općinu Travnik vezane su mnoge znamenite ličnosti koje su se rađale, živjele ili na drugi način bile povezane sa ovim prostorom. Najpoznatiji je svakako laureat Nobelove nagrade za književnost Ivo Andrić.



Slika 14: Nobelovac Ivo Andrić



Slika 15: Književno djelo Ive Andrića

Pored nobelovca Ive Andrića poznati su još i Erik Brandis, Petar Barbarić, pjesnik Abdulvehab Ilhamija Žepčak, slikar Muhamed Kulenović, pjesnik Skender Kulenović pisac, Sead Sarić kulturni radnik, Operska pjevačica Srebrenka Sena Jurinec a od aktuelnih ličnosti glumac Josip Pejaković, pjevač Seid Memić Vajta, sportski radnik Miroslav Ćiro Blažević, muzičar Nikša Bratoš, književnica Nura Hubijar Bazdulj, komunikolog Besim Spahić i drugi.

Život i djelo znamenitih ličnosti mogu igrati značajnu ulogu u turističkoj ponudi Travnika i biti važan motiv za posjetu, pod uslovom da se ovaj segment turističke ponude kvalitetno i inovativno osmisli (primjer «Rodna kuća nobelovca Ive Andrića»).

4.5. Priče i legende

Općina Travnik je tokom burne prošlosti iznjedrila brojne priče i legende povezane sa historijskim dešavanjima, prirodnim atrakcijama i znamenitim ličnostima (priče o vezirovom slonu, „konzulskim vremenima“, ruži Brandis, pjesniku Ilhamiji, izvorištu Dokuzi...) koje unose suptilnu komponentu u turističku ponudu općine Travnik

4.6. Brendovi

Plava voda je lokalitet kojim protiče bistra i bučna voda potoka „Šumeće“ koji je postao prirodna i kulturno –historijska atrakcija, nezaobilazan u svakoj turističkoj posjeti. U bujnom zelenilu klisure kroz koju protiče rječica Šumeće interpolirani su spomenici kulture iz različitih epoha: srednjovjekovna tvrđava, medresa, turbe, staro muslimansko groblje, džamija, ostaci feudalnog

dvora-Hasanpašića kula, brana akumulacionog jezera i zgrada prve hidrocentrale iz vremena austrougarske uprave, Lutvina kafa (Rudolfova kafana) itd.

Originalni i prepoznatljivi brendovi postali su ultimativan uslov za svaku ambiciozniju turističku destinaciju. Brend mora biti jedinstven i konstantne, zaštićene i očuvane kvalitete.

Regionalno poznati brendovi travnički sir i travnički ćevapi, već su se pozicionirali i zauzeli vrlo bitno mjesto u turističkoj ponudi kao gastro komponenta manje-više svih hotelsko –ugostiteljskih objekata.



Slika 16: Lutvina kahva



Slika 17: Travnički ćevapi



Slika 18: travnički/vlašički sir

Brendovi koji također imaju veliki potencijal u turističkoj ponudi su Plava voda, tvrđava Stari grad, travnički kratkokljuni golub, pas tornjak, Dubska pramenka, Lutvina kahva, Brandisova ruža,..itd.



Slika 19: Tornjak



Slika 20: Kratkokljuni golub



Slika 21: Dubska pramenka

4.7. Smještajni kapaciteti na općini Travnik

Registrovani smještajni objekti na općini Travnik⁷

Lokacija	Smještajni objekti	Kategorija	Broj kreveta
Babanovac	Pansion „Vlašić ski“	nije kateg.	40
Babanovac	Pansion „Villa Trenica“	nije kateg.	40
Babanovac	Pansion „Kelly“	nije kateg.	26
Babanovac	Pansion „Relax“	nije kateg.	28
Babanovac	Pansion „Libertas“	nije kateg.	17
Babanovac	Sobe za iznajmljivanje „Villa Sax“	nije kateg.	30

⁷ Ministarstvo privrede/gospodarstva SBK/KSB

Babanovac	Hotel „Blanca Spa&resort“	4 zvjezdice	140
Babanovac	Hotel „Pahuljica“	3 zvjezdice	74
Babanovac	Hotel „Sunce“	3 zvjezdice	105
Babanovac	Hotel „Vlašić“	3 zvjezdice	60
Babanovac	Hotel „Villa Ugar“	3 zvjezdice	62
Babanovac	Hotel „Central“	3 zvjezdice	34
Babanovac	Hotel „Babanovac“	2 zvjezdice	76
Ukupno Babanovac			732

Lokacija	Smještajni objekti	Kategorija	Broj kreveta
Grad Travnik	Hotel „Lipa“	3 zvjezdice	33
Grad Travnik	Motel Consul*	3 zvjezdice	16
Grad Travnik	Motel „Garni Aba“	3 zvjezdice	33
Ukupno grad Travnik			82

* Motel „Consul“ u Travniku 2010.g. više ne obavlja funkciju smještajnog kapaciteta otvorenog tipa.

Lokacija	Smještajni objekti	Kategorija	Broj kreveta
Dolac na Lašvi	Motel „Bajra“	3 zvjezdice	35
Donje Putičevo	Motel „Bosna“	3 zvjezdice	15
Nova Bila	Motel „Nobil“	2 zvjezdice	18
Nova Bila	Motel „Dani“	3 zvjezdice	28
Nova Bila	Motel „Calypso“	3 zvjezdice	18
Ukupno prigradska naselja			114

Ukupno registrovani smještajnih kapaciteta je 21 sa 928 kreveta. Najzastupljeniji su hoteli i moteli kategorizacije 3 zvjezdice. Po tipovima najviše ima dvokrevetnih i trokrevetnih soba.

Najveći broj smještajnih kapaciteta se nalazi na Vlašiću (Babanovac) u vidu hotela, pansiona, apartmana i kuća za odmor (vikendica). Ostali smještajni kapaciteti se nalaze u gradskoj zoni, te na području Nove Bile, Doca na Lašvi i Donjeg Putičeva.

Na području Vlašića veliki broj smještajnih objekata nije kategoriziran, mada veliki problem stvara i što mnogi nemaju ili nemogu dobiti upotrebne dozvole za rad zbog nerješanih imovinski odnosa.

Osim gore navedenih objekata najveći broj smještajnih kapaciteta na Vlašiću nije zvanično evidentiran ni registriran (privatni smještaj). Treba imati u vidu da se smještajni objekti, kuće za odmor (vikendice) i apartmani, u velikoj mjeri iznajmljuju (stalno ili povremeno).

Zato se može pretpostaviti da na području Vlašića osim registrovanih 732 kreveta, po slobodnoj procjeni ima dodatnih minimalno 4.500 kreveta (cca 900 objekata x minimalno 5 kreveta) što predstavlja veliki potencijal kada su u pitanju smještajni kapaciteti, ali treba naglasiti da trenutno isti stvaraju veliki problem na Vlašiću u vidu «sive ekonomije» i nelojalne konkurencije.

Raznolikost smještajnih kapaciteta i prisustvo ponude čine planinu Vlašić dostupnom „za svačiji džep“. Jedan od argumenata leži i u činjenici da je Babanovac mjesto sa izraženim karakteristikama turističkog mjesta.

Osim Vlašića i u drugim područjima općine Travnik (Slimena, Biljanska dolina, Karaula, Komar..itd) postoji veći broj kuća za odmor, ali se iste ne koriste za iznajmljivanje tj. u turističke svrhe. Također, ne postoje seoska gazdinstva koja se bave seoskim turizmom.

U samom gradu Travniku nema registrovanih smještajnih kapaciteta u privatnom smještaju.

4.8. Ugostiteljska ponuda na općini Travnik

Ugostiteljstvo, odavno već tradicionalna djelatnost, kao i smještajni kapaciteti, u najvećoj mjeri su zastupljeni na području Vlašića, a u gradu Travniku najveća koncentracija istih je u zoni donjeg dijela grada („Žitarnica“ i Plava Voda). U prigradskim naseljima Mehurić, Han Bila, Nova Bila, Dolac na Lašvi, Turbe i Karaula, Komar postoji određen broj ugostiteljskih objekata naslonjenih na saobraćajnice.

Najveći broj registriranih smještajnih objekata na Vlašiću su ujedno i ugostiteljski objekti, a u gradu Travniku i u prigradskim naseljima su bez smještajnih kapaciteta, u vidu restorana, čevabdžinica, picerija, konoba, kafe barovi...itd.

Veliki broj ugostiteljskih objekata u svojoj ponudi nudi i tradicionalna jela, mada je mali broj istih koji svoju poslovnu politiku vodi isključivo na bazi tradicionalne gastro ponude, a posebno eko i organske zdrave hrane iz vlastite proizvodnje ili proizvodnje sa općine Travnik.

Ugostiteljski objekti u gradskim i u prigradskim naseljima dio svog prometa ostvaruju preko individualnih i grupnih posjeta (tranzitni, izletnički, poslovni turizam...itd.), ostali dio prometa se odnosi na domace stanovništvo, dok je na Vlašiću ugostiteljska ponuda u najvećoj mjeri okrenuta posjetiteljima.

Za obavljanje ugostiteljske djelatnosti registrirano je 365 ugostiteljskih objekata, s tim da veliki broj istih nije direktno u funkciji turizma.

4.9. Turistička organizacija, djelatnici u turizmu na općini Travnik

Po trenutnoj zakonskoj regulativi unapređenje i promociju turizma u F BiH vrše turističke zajednice. Travnik je u sastavu Turističke zajednice SBK koja ima glavni ured u Travniku i ispostavu na Vlašiću.

Zbog ukazane potrebe na nivou općine Travnik u 2008.g. je uveden referat za turizam u sklopu Službe za razvoj, privredu i vanprivredu, a u 2009.g. je imenovana Upravljačka grupa za razvoj turizma na Općini koju čine predstavnici Općine, TZ SBK, privrednici i NVO...

U Travniku nema turističko - informativnog centra (TIC), nego tu funkciju trenutno obavljaju ured TZ SBK, turističke agencije i punktovi koji su u nadležnosti Zavičajnog muzeja, autobusna stanica kao i hotelsko-ugostiteljski objekti.

U Travniku postoje dvije putničke agencije koje se bave i receptivnim turizmom, ali daju i značajan servis građanima i posjetiteljima u komunikaciji, putovanjima i informacijama.

Značajnu ulogu u turističkoj djelatnosti obavljaju zaposlenici Zavičajnog muzeja i certificirani turistički vodiči.

Vrlo mali broj pravnih lica, udruženja i organizacija je prepoznalo mogućnost svog učešća u razvoju turizma, ali i turističkom privređivanju na općini Travnik. Oni koji su i uključeni u turističke tokove više „nesvjesno i pasivno rade za turizam“.

Zabrinjavajuće je da su turistička djelatnost i zanimanja koja su usko povezana sa turizmom na niskom nivou popularnosti prilikom odabira i upisivanja u škole (struke: turistički tehničari, konobari, kuhari...itd).

4.10. Razvojni dokumenti iz oblasti turističke djelatnosti na općini Travnik

Imajući u vidu značaj turizma na području SBK, Ministarstvo privrede SBK je izradilo Strategiju razvoja turizma na SBK, a sa druge strane prepoznavajući značaj Vlašića općina Travnik je donijela niz regulacionih planova kao i dokument „Zooning plan“ za područje Vlašića koji je više baziran na analizama i generalno daje osnovne pravce razvoja na Vlašiću. Segmentno, u Strategiji razvoja općine Travnik 2010-2015.g. turizam zauzima jedan od strateških pravaca razvoja „Turistički centar“.

Resorno kantonalno ministarstvo u čijoj su nadležnosti šume, u saradnji sa općinom Travnik je izradilo „Elaborat o šumama posebne namjene na području gornjeg toka rijeke Ugra“ sa kojim se uspostavlja poseban režim gospodarenja nad šumama u cilju zaštite vodnih resursa i razvoja turizma.

U saradnji sa Ministarstvom za turizam FBiH i Ministarstvom privrede SBKKSBB provode se aktivnosti na izradi Master plana.

Krajem 2010.g. općinsko vijeće je usvojilo i posebnu Odluku o komunalnom redu na području turističkog naselja Babanovac koja obuhvata prostor Zooning plan-a na Vlašiću sa glavnim ciljem uređenja i unapređenja komunalnog reda, ali i drugih vrlo značajnih oblasti u cilju razvoja turizma.

4.11. Posjete i turistička kretanja

Mada su posjete i boravak turista na općini Travnik svakodnevne, postoje periodi kada su iste izraženije i intenzivnije, odnosno, smanjene i to na različitim odredištima.

Područje Vlašića je posebno aktivno u zimskom periodu od sredine decembra pa sve do sredine marta zavisno od snježnog pokrivača i vremenskih uvjeta za zimske aktivnosti i sportove.



Slika 22: Vlašić-Paljenik



Slika 23:Vlašić-Babanovac



Slika 24:Vlašić-ski-lift

U zimskom periodu posjete na ostalim područjima općine Travnik i u gradu su slabog intenziteta, a u periodu proljeća, ljeta i jeseni posjete u gradu Travniku i prigradskim naseljima su izraženije. U zadnjih nekoliko godina i na području Vlašića su sve intenzivnije posjete izvan zimskog perioda.

Tabela 7: Pregled i broj noćenja na području općine Travnik za 2005. i 2009.g.⁸.

Broj noćenja	2005.godina	2009.godina
Vlašić	7.077	8.421
Grad Travnik	6.307	6.169
Ostalo (izvan grada)	211	800
Ukupno:	13.595	15.390

Iz gore navedene tabele dolazimo do zaključka da je u 2009.g. broj noćenja na općini Travnik veći za cca 11% u odnosu na 2005.g.

Uzimajući u obzir i cca 10.000 kreveta u privatnom smještaju na Vlašiću koji nisu registrovani dolazimo do interesantnog zaključka da je broj noćenja daleko veći sa realnom pretpostavkom da se samo u periodu novogodišnjih praznika na Vlašiću ostvari veći broj noćenja nego što je broj noćenja na godišnjem nivou prema dostupnim statističkim podacima.

4.12. Posjete i turistička kretanja na Vlašiću

Bez obzira što je Vlašić u prvom redu poznat kao zimski turistički centar, posjete i turistička kretanja su aktivna tokom čitave godine.

U zadnjih nekoliko godina Vlašić, prateći trendove turističkih kretanja, razvija i druge vidove turizma.

Posebno se ističe kongresni, avanturistički i sportski turizam, kao i dolasci u vidu škola u prirodi, đačkih ekskurzija i jednodnevnih izleta.

Novi doživljaji se najviše ogledaju kroz nove trendove u turizmu kao što je organizacija „team buildinga“ i „adventure sportovi“ – hiking, paragliding, alpinizam, brdski biciklizam...i sl.

U odnosu na ostale periode dužina boravka doseže u zimskom periodu i 7 – 10 noćenja, a glavni razlozi dolaska su skijanje (zimске aktivnosti), priroda i planinski zimski ambijent.

Najveći broj noćenja u zimskom periodu ostvaruju turisti iz BiH i Hrvatske (ne treba zanemariti ni našu dijasporu, te turiste „pionire“ iz Turske, Slovenije...), a dnevni posjetitelji su u najvećem slučaju iz BiH. U ostalim periodima preovladavaju turisti i posjetitelji u najvećem broju iz BiH.

Realni pokazatelji govore da je u zadnjih nekoliko godina zbog loših zimskih vremenskih uvjeta (nedostatka snijega), recesije, ekspanzije razvoja drugih ski-centara u BiH (konkurencija), nedovoljne i zastarjele infrastrukture vertikalnog transporta koja je na relativno niskim nadmorskim visinama (cca 1.200 – 1.300 m n.v.) i drugih faktora, broj posjeta realno smanjen u zimskom periodu, boravci su postali kraći, a zbog nepredvidljivosti vremenskih uvjeta rezervacije se rade sve kasnije, skoro na dan prije dolaska.

Zbog gore navedenog posljednje zimske sezone na Vlašiću ukazuju da Vlašić mora postati planinski turistički centar tokom cijele godine.

⁸ Evidencija je izvedena iz podataka dostupnih Turističkoj zajednici SBK/KSB. Smatramo da je broj noćenja na općini Travnik znatno veći iz razloga što veliki broj objekata koji pružaju usluge smještaja na općini ne prijavljuju ta noćenja. Ovo se odnosi posebno na objekte locirane na području planine Vlašić i smatramo da nije prijavljeno i do 60% noćenja (informacija TZ SBK)

4.13. Posjete i turistička kretanja u gradskom jezgru Travniku

Za razliku od Vlašića posjete u gradskom jezgru Travnika su najintenzivnije u periodu proljeće, ljeto i jesen, a glavni razlozi dolazaka su: obilazak kulturno-historijskog i prirodnog nasljeđa i generalno „travničkog ambijenta“ sa gastro ponudom. Obilasci gradskog jezgra Travnika se svode na jednodnevne ili poludnevne posjete koje je vrlo teško evidentirati.

Najveći broj posjeta ostvaruje se na lokalitetu Plava voda za koji se pretpostavlja da tokom ljeta primi do 100.000 posjetilaca.

Jedan od najznačajnih kulturno-historijskih objekata je Stari grad, realno je najposjećeniji, što potvrđuje i pregled posjeta od 2007.g. do 2010.g.

Tabela 8: Pregled broja posjetilaca na Starom gradu u Travniku⁹

Godine	2007.g.	2008.g.	2009.	2010.g. (do 01.11.)
Individualne posjete	1.617	2.698	3.894	5.207 (odrasli) 2.121 (djeca)
Organizovane Posjete	6.309	6.283	8.361	3.326 (odrasli) 4.394 (djeca)
Ukupno:	7.926	8.983	12.255	15.048

Iz tabele se može zaključiti da od 2007.g. do 2010.g. postoji konstantan i stabilan rast posjeta zbog permanentnog obogaćivanja i osmišljavanja sadržaja i generalno dobre organizacije u unutarnoj zoni Starog grada. Najveći broj posjetitelja je iz BiH uključujući i dijasporu, mada je uvrštavanjem Travnika u globalne turističke programe i ponude BiH sve veći broj posjetitelja iz Turske, Slovenije, Hrvatske...itd. u vidu organiziranih grupa, ali i individualnih posjetitelja koji trenutno BiH doživljavaju kao turističku destinaciju.

Posjete i turistička kretanja u gradskom jezgru Travnika su najizraženija u donjem dijelu grada, u trouglu Plava Voda – Stari grad – Zavičajni muzej, gdje se individualnim posjetiteljima i organiziranim grupama nudi mogućnost da na vrlo malom prostoru sa laganom šetnjom posjete veliki broj kulturno-historijskih objekata, te kompleks „Žitarnice“ i Plave vode kao mjesta opuštanja i gastro užitaka.

U Gornjem dijelu grada su posjete manjeg intenziteta, uglavnom zbog ograničenog vremena u kojem grupe realizuju svoje posjete Travniku. Da bi se Travnik upoznao sa svim svojim potencijalima i atrakcijama potreban je boravak sa minimalno jednim noćenjem, a u gradskom jezgru Travnika nema adekvatnih smještajnih kapaciteta za ozbiljnije grupne posjete zbog nedovoljnog broja smještajnih jedinica u smještajnim objektima.

4.14. Posjete i turistička kretanja u ostalim naseljima i lokalitetima

Posjete i turistička kretanja u ostalim naseljima i lokalitetima su u najvećoj mjeri naslonjena na posjete gradu Travniku i Vlašiću, ili se posjećuju kao mjesto „predaha“ na proputovanjima kroz Srednju Bosnu.

⁹ JU „Zavičajni muzej Travnik“

Najintezivnije posjete su duž putne komunikacije magistralnog puta M5 (Lašvanska petlja – Donji Vakuf) i odvajanja regionalne saobraćajnice R 413 Turbe – Skender Vakuf u naseljima Nova Bila, Dolac na Lašvi i Turbe.

Ostale posjete i turistička kretanja se odnose na lovni, ribolovni i izletnički turizam, kao i obilasci kulturno-historijskog nasljeđa i objekata, te obilasci ili dolasci kroz tradicionalne manifestacije ili događanja u ostalim naseljima i lokalitetima.

5. SWOT ANALIZA TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE TRAVNIK

Na temelju trenutnih turističkih kretanja na općini, svjetskih, regionalnih i BiH kretanja u turizmu, te turističkih potencijala izdvajamo osnovne prednosti, slabosti, mogućnosti i prijetnje u budućem razvoju turizma na općini Travnik putem SWOT analize.

Snaga (S)	Slabosti (W)
<ul style="list-style-type: none"> - Izraženo prirodno i kulturno-historijsko nasljeđe općine Travnik - koncentracija turističkih potencijala na vrlo malim prostorima - relativno ekološki čisto prirodno okruženje bez velikih zagađivača - geoprometni položaj općine Travnik - opredjeljenje općine Travnik, ali i viših razina vlasti za strateškim pravcem razvoja turizma - gostoprimstvo, neposrednost i pozitivno suptilan odnos i šarm prema gostima - zadovoljavajuća sigurnost boravkom na odredištu - bogata i šarolika flora i fauna - zainteresiranost za regionalnu i internacionalnu saradnju - stečena iskustva i tradicija turizma na općini Travnik - izraženi brendovi i prepoznatljiva gastro ponuda - multinacionalni koncept življenja sa raznolikom tradicijom i običajima - univerzitetski centar 	<ul style="list-style-type: none"> - loš image kvalitetnog odredišta zbog ratnih dešavanja u bliskoj prošlosti - nasljeđe i breme ratnog perioda (ruševine, minska polja) - nerješeni imovinsko pravni odnosi (područje Vlašića) - siva ekonomija i neloyalna konkurencija - nizak nivo brige o zaštiti životne okoline i kompletnog nasljeđa - slaba uključenost ruralnog stanovništva i proizvođača u same procese razvoja turizma - nizak nivo popunjenosti kapaciteta i izrazita sezonalnost - vrlo slaba i nedovoljna vanpansionska ponuda, ali i osnovni sadržaji u pojedinim zonama (Vlašić – zdravstvena zaštita, bankomat, benzinska pumpa, sportski tereni, zabavni program, itd.) - slaba koordinacija aktera u turizmu u cilju upravljanja, promocije i razvoja turizma - nedostatak profesionalnog managementa - slabo poznavanje stranih jezika turističkih radnika - neiskorištenost prirodnog i kulturno-historijskog nasljeđa u turističke svrhe - relativno slaba i nedovoljna turistička infrastruktura - nedovoljno razvijena infrastruktura i infrastruktura vertikalnog transporta (Vlašić) - nerješeno upravljanje otpadom - slaba ekološka svijest građana - nepostojanje relevantnih statističkih podataka bitnih za razvoj turizma - pasivne i nedovoljne marketinške

	aktivnosti <ul style="list-style-type: none"> - loš imidž i slab interes u obrazovnim insitucijama o turističkoj djelatnosti i komparativnim djelatnostima u turizmu - nedostatak finansijskih sredstava za razvojne projekte iz oblasti turizma - Kapaciteti TZ SBK, kadrovski i tehnički nerazvijeni - Nepostojanje sistema praćenja efekata od turizma - Neuvezan sistem praćenja i evidencija turističkih posjeta
Mogućnosti (O)	Prijetnje (T)
<ul style="list-style-type: none"> - razvoj velikog broja održivih i specifičnih vrsta turizma i turističkih proizvoda - mogućnost kreiranja i proizvodnje vlastitih proizvoda i usluga - planski razvoj Vlašića kroz implementaciju Master plana - mogućnost kvalitetnijeg uvezivanja modernim cestovnim komunikacijama u budućnosti - podrška međunarodnih organizacija - EU fondovima i podrška viših nivoa vlasti za razvoj turizma i zaštitu okoliša - kroz razvoj turizma potiče se razvoj mnogih drugih proizvodnih i uslužnih djelatnosti - implementacija pozitivnih zakonskih regulativa i akata - implementacija LEAP-a - uključivanje i angažman mnogih udruženja i organizacija u cilju razvoja turizma - kvalitetnije uključivanje putničkih agencija i regionalnih turoperatora za dovođenje turista na područje općine Travnik - međusobna povezanost turističke ponude kroz turističke proizvode na općini Travnik i drugih općina (turističkih odredišta) - dodatne edukacije svih aktera u turističkoj privredi - kvalitetnija promocija turističke ponude 	<ul style="list-style-type: none"> - konfliktne razvojne opcije razvoja turizma - neusklađena zakonska regulativa, raspodjela nadležnosti i sprovođenje zakonske regulative - predugi procesi u privatizacijskim postupcima i dodjelama koncesija - nedostatak koncepata turističkog razvoja određenih lokaliteta i područja - nekontrolisana turistička kretanja i razvoj - generalna pasivnost građanstva, privrednog i NVO sektora - minirana područja - razvoj turizma u ostalim općinama i ekspanzija razvoja planinskog turizma u drugim centrima (konkurencija) - nedostatak Zakona o privatnom i javnom partnerstvu

Iako je SWOT analiza uopćeno urađena za općinu Travnik postoji znantna razlika u snazi, prednostima, slabostima i pretnjama na različitim područjima općine.

Tako je npr. snaga smještajnih kapaciteta na Vlašiću u isto vrijeme slabost u gradu Travniku. Smještajni kapaciteti, usluge i profesionalni management je kvalitetniji na Vlašiću u odnosu na ostala područja općine.

Takodjer infrastruktura i njeno održavanje, komunalna djelatnost, osnovne uslužne djelatnosti i potrebe (zdravstvena zaštita, bankomati, vatrogasna prisutnost...itd.) su nerazvijenije i u nepovoljnijem položaju na Vlašiću u odnosu na grad Travnik.

U gradskom jezgru Travnika je manja prisutnost sive ekonomije u odnosu na Vlašić...itd.

Slabosti i prijetnje su posebno izražene u ostalim naseljima i lokalitetima na općini Travnik, a sa druge strane u određenim područjima „netaknute prirode“ snaga i mogućnosti su posebno naglašeni.

6. KONKURENTNOST

U Strategiji razvoja turizma SBK ovaj kanton je definisan kao „turistički biser aktivnog odmora“ sa izraženim turističkim potencijalima na kompletnom prostoru.

Ujedno manje-više sve općine na kantonu su prepoznale razvojnu šansu u turizmu.

Od općina na SBK koje imaju izražene potencijale i prisutnost turizma posebno izdvajamo: Jajce i Fojnicu.

Grad Jajce je vrlo dobro geoprometno pozicioniran, sa velikim brojem turističkih potencijala koji se ogledaju u kulturno-historijskom i prirodnom nasljeđu, što sa Plivskim jezerom i Ranča planinom daje vrlo dobru osnovu za razvoj različitih vrsta turizma.

Fojnica u odnosu na Travnik i Jajce nema dobar geoprometni položaj, ali sa već tradicionalno razvijenim banjskim turizmom i razvojem planinskog turizma, te sa kulturno-historijskim nasljeđem grada, predstavlja „skriveni turistički biser“ koji privlači sve veći broj posjetitelja.

Jedna od prednosti općina Jajca, Travnika i Fojnice sa aspekta turizma leži u mogućnosti kreiranja mnogih programa za organizovane obilaske (kružna putovanja ili proputovanja kroz BiH), pogotovo je izražena povezanost Jajca i Travnika gdje skoro svako organizovano putovanje kroz Srednju Bosnu uključuje ova dva odredišta.

Jedan od fenomena (aktivan samo par godina) u razvoju turizma je općina Visoko koja je arheološki turizam, rijetku vrstu turizma u BiH, vrlo dobro pozicionirala u cjelokupnom razvoju.

Ono što je bitno za Travnik u odnosu na sve općine u SBK i šire jeste da pravce razvoja turizma usmjerava i zasniva na svojim specifičnostima, za što sigurno ima kapaciteta, tj. treba izbjegavati koliko je moguće „sterotipe“ i „kopiranja“ ponude bližeg okruženja konkurentnih turističkih destinacija.

Posebna izražena konkurentnost na koju područje Vlašića mora obratiti pažnju u svojim smjernicama razvoja turizma je ekspanzija novih zimskih centara što na SBK tako i u BiH, koji zasigurno „odvlače“ dio posjetitelja sa Vlašića.

Sa druge strane, analizirajući kompletnu ponudu BH planinskih centara uviđa se da svi zajedno imaju 100-njak uređenih ski-staza, što ih po kapacitetu čini ravnim jednom manjem selu u Austriji.

Stoga općina Travnik mora ponuditi nove turističke proizvode koji će je učiniti drugačijom od drugih, a posebno svojom atraktivnošću može doprinjeti ukupnom razvoju turizma kako na općini Travnik pa tako i šire, što će vrlo značajno uticati na zapošljavanje i povećanje bruto proizvoda naše općine.

7. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE TRAVNIK

Ovom strategijom se nastavlja kontinuitet razvoja turizma u sveukupnom razvoju općine Travnik koji je segmentno ustanovljen Strategijom razvoja općine Travnik 2010 – 2015 g. – sa motom „turistički centar“ gdje su već stvoreni mnogi preduvjeti za njeno realno unapređenje i u konačnici ostvarenje kroz glavni cilj stvaranja okvira za razvoj još kvalitetnije turističke ponude i konkurentnosti turističkog tržišta općine Travnik.

VIZIJA

«Travnik je odredište razvijenog turizma čiji se razvoj temelji na održivom korištenju prirodnih i kulturnih potencijala, stvarajući okruženje privlačno za buduće investitore sa aktivnim posjetama i boravcima tokom čitave godine.»

8. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA NA OPĆINI TRAVNIK 2011 – 2015

Da bi se ostvarila definisana vizija, utvrđeni su sljedeći **STRATEŠKI CILJEVI**:

8.1. Razvijen i održiv turizam općine Travnik

8.2. Uređen i prostor i očuvan okoliš

8.3. Razvijena poslovna infrastruktura

8.1. Razvijen i održiv turizam općine Travnik

Održivim razvojem turizma ispunjava se ravnoteža i stabilnost turističke ponude, te stvara vrijednost za sve aktere turističkog tržišta.

Po principu održivog razvoja turizma trebaju postupati svi sudionici koji participiraju u turističkom tržištu.

Svaki sudionik koji je direktni ili indirektni akter na turističkom tržištu mora biti svjestan da je on samo jedna, ali ujedno i vrlo bitna karika u lancu turističkih kretanja i pojava na odredištu.

Da bi se ispunila dugoročna načela održivog razvoja turizma neophodno je:

- razumjeti, prepoznati i zadovoljiti potrebe turista, jer ukoliko se ne ispune njihova očekivanja, negativne implikacije ličnog doživljaja podjelit će sa svima u okruženju, što uveliko šteti i imidžu destinacije.
- osigurati preduvjete za profitabilno poslovanje subjekta na tržištu, jer stvaranjem pozitivne poslovne klime osigurava se uvjet za dolazak novih investitora i razvoj turizma u budućnosti.
- investirati u obrazovanje i trening zaposlenih u turizmu, ali i generalno stanovništva na područjima intezivnog turizma zbog izrazitih kontakata sa gostima i potrebe za educiranim turističkim menadžmentom i turističkim radnicima.
- odnos stanovništva prema turizmu i turistima je posebno bitan kroz ostavljanje pozitivnog dojma koji turistima pričinjava zadovoljstvo.
- investirati u zaštitu i obnovu prirodnog bogatstva kao primarnog resursa turizma na općini Travnik.
- integrirati kulturno historijsko naslijeđe u razvoju turizma uz poštivanje i očuvanje osobenosti spomenika kulture, uključujući i lokalitete na kojima se nalaze, kao i lokalnu zajednicu koja može imati direktnu korist od razvoja turizma.

- osigurati kontinuiranu aktivnu ulogu državnih institucijama na svim nivoima koja kroz razvoj infrastrukture, korigovanje i prilagođavanje zakonske regulative i stvaranja preduvjeta ambijenta uveliko utječe na razvoj turističke privrede odredišta, a dugoročno ima velike koristi od njenog razvoja.

Samo ravnotežom u međusobnom odnosu i ispunjavanju potreba odnosno ciljeva različitih sudionika na turističkom tržištu, stvorit će se stabilan i dugoročno održiv turistički razvoj.

S obzirom na globalne ekološke, socijalne i privredne izazove međunarodna je zajednica u Rio de Janeiru s Agendom 21 odredila okvir radi osiguranja održivog razvitka koji Svjetska turistička organizacija konkretizira za turizam:

Održivi razvitak turizma u obzir uzima potrebe današnjih turista i turističkih destinacija, no također štiti i poboljšava razvojni potencijal za budućnost. Svi se resursi smiju koristiti samo u toj mjeri u kojoj su zadovoljeni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi svih sudionika na turističkom tržištu.

Strateški cilj	Prioritetni ciljevi	Mjere
8.1. Razvijen i održiv turizam općine Travnik	8.1.1. Cjelovita ponuda turističke destinacije	<p>8.1.1.1. Obogatiti kulturna zbivanja u Travniku</p> <p>8.1.1.2. Očuvati kulturnu i historijsku baštinu</p> <p>8.1.1.3. Objediniti i učiniti dostupnim turističke sadržaje i programe na cijelom području općine sa fokusom na turiste i posjetitelje</p> <p>8.1.1.4. Obezbjedenje adekvatnih prostora za rad institucija iz oblasti kulture, sporta i dr. i kadra za rad u istim</p> <p>8.1.1.5. Razvijati saradnja sa vjerskim institucijama u cilju razvoja turizma</p> <p>8.1.1.6. Jačati kapacitete i odnose svih aktera u lancu turističke privrede na općini Travnik</p> <p>8.1.1.7. Rješiti imovinsko pravne odnose</p> <p>8.1.1.8. Eliminirati sivu ekonomiju</p>

		8.1.1.9. Implementacija Master plana
		8.1.1.10. Uključiti lokalno stanovništvo sa turističkih destinacija u turizam
	8.1.2. Pozicioniranje i stvaranje imiđa turističke ponude općine Travnik	8.1.2.1. Uspostavljanje partnerstva između privatnog i javnog sektora 8.1.2.2. Promocija turističkih destinacija na regionalnom, državnom i lokalnom nivou. 8.1.2.3. Uspostaviti bolju saradnju sa investitorima 8.1.2.4. Turističku ponudu usmjeriti na već zastupljene ciljane grupe, kao i djelovati ka novim tržištima potencijalnih posjetitelja 8.1.2.5. Turističku ponudu bazirati na specifičnostima ovog kraja
	8.1.3. Promocija i marketing	8.1.3.1. Izrada promotivnog materijala (CD, kataloga i dr.) 8.1.3.2. Kreiranje zvaničnog turističkog web portala općine Travnik

8.1.1.1. Obogatiti kulturna zbivanja u Travniku

U cilju izrade projekata usmjerenih ka poboljšanju kulturnih zbivanja kao i pri izradi godišnjih programa kulturnih dešavanja na općini potrebno je poboljšati saradnju svih kulturnih i obrazovnih institucija, kao i NVO-a. Raditi na unapređenju tradicionalnih i kreirati nove kulturne manifestacije objedinjavajući ih u već unaprijed definisan kalendar događanja dostupan građanima općine Travnik, ali i potencijalnim posjetiteljima i turistima.

8.1.1.2. Očuvati kulturnu baštinu

Kulturna djelatnost se bazira na očuvanju i prezentaciji tradicionalnih vrijednosti i njegovanju savremenog izraza u okviru djelatnosti brojnih kulturnih subjekata kao što su: Javne ustanove (Zavičajni muzej Travnik, Centar za kulturu Travnik, Hrvatski kulturni centar, Gradska biblioteka Travnik), kulturno-umjetnička društva, pozorišta, udruženja, obrazovne ustanove, nevladine organizacije i dr.

Za očuvanje bogate kulturno-istorijske baštine općine Travnik neophodno je izraditi program mjera, zaštite i sanacije kulturno-istorijskog naslijeđa sa pregledom potrebnih troškova, kao i izradu Registra nepokretnog kulturno-istorijskog naslijeđa.

8.1.1.3. Objediniti i učiniti dostupnim turističke sadržaje i programe na cijelom području općine sa fokusom na turiste i posjetitelje

Održavanjem i unapređenjem te razvojem novih kvalitetnih i raznovrsnih dodatnih sadržaja na određitu obogaćuje se turistička ponuda koja smanjuje ovisnost turizma o ograničenim resursima (npr. snijeg, zimski uvjeti), generalno smanjuje izrazite sezonalnosti, povećava broj noćenja i posjeta određitu te stimulatивно i pozitivno utiče na turistička kretanja.

Sadržaji se prevashodno odnose na razvoj i unapređenje: muzeja, kulturno-istorijskih dobara, zabavnih, edukativnih, rekreativnih sadržaja..itd., koji obogaćuju „vanpansionsku ponudu“ stvarajući nove doživljaje i direktno utiču na kreiranje i bogatstvo turističke ponude.

Svaka prirodno i kulturno dobro je potencijalna turistička atrakcija koja daje impuls razvoju turizma. Kvalitetan marketing temeljen na stvarnim potencijalima, te kreiranje „priče“ i „doživljaja“ vezanog za taj potencijal, dugoročno taj potencijal razvija u turistički proizvod, a splet tih atrakcija i „doživljaja“ na određenom prostoru ili mjestu tvore turističku destinaciju.

8.1.1.4. Obezbjeđenje adekvatnih prostora za rad institucija iz oblasti kulture i kadra za rad u istim

Poteškoću u obavljanu redovnih aktivnosti u javnim ustanovama iz oblasti kulture predstavlja nedostatak prostora, kao i nedostatak kvalitetnog kadra. U narednom periodu potrebna je vanjska i unutrašnja sanacija zgrade Zavičajnog muzeja. Zbog nedostatka prostora u muzeju nije moguće proširenje postavki. I druge Javne ustanove iz oblasti kulture (Biblioteka, Centar za kulturu, Hrvatski kulturni centar) se susreću sa nedostatkom prostora u obavljanju svojih aktivnosti.

8.1.1.5. Razvijati saradnju sa vjerskim insitucijama u cilju razvoja turizma

Razvijati saradnju sa vjerskim institucija u cilju unapređenja turističke ponude kao nezaobilaznog i bitnog faktora u turističkim kretanjima na općini Travnik, ali i ciljano razvijati i unaprijediti vjerski turizam.

8.1.1.6. Jačati kapacitete i odnose svih aktera u lancu turističke privrede na općini Travnik

U procesu razvoja i pozicioniranja turističke ponude destinacije, da bi bio uspješan, moraju sudjelovati svi poslovni i privatni subjekti vezani za taj prostor, od privatnih davatelja usluga te malih obrtnika, do hotelijera, lokalnih putničkih agencija i predstavnika stranih agencija i turoperatora, turističke zajednice, medija, javnih preduzeća i gradske vlasti.

Možemo slobodno reći da svi stanovnici turističkog mjesta ili područja svojim radom i aktivnošću utječu na kvalitet stvaranja imidža i pozicioniranje turističke ponude određitu.

Također, ne smijemo zanemariti posebnu ulogu naše dijaspore, poznatih javnih ličnosti općine Travnik i mnogih domaćih (iz drugih krajeva BiH) i stranih investitora i vlasnika objekata koji bitno mogu uticati svojim lobiranjem na dobro pozicioniranje turističke ponude i imidža destinacije na državnom, regionalnom i svjetskom nivou, svako na svom području rada i djelovanja.

Najkvalitetnije i najefikasnije pozicioniranje turističke ponude proizilazi iz pozitivnih iskustava samih posjetitelja, koji u modernom svijetu komunikacije vrlo brzo prenose informacije svojih pozitivnih iskustava i skreću pažnju na odredište.

Gore navedeni daju pozitivan signal domaćim i stranim putničkim agencijama i turoperatorima za „doživljenim“ turističkim tržištem, koji svojom ulogom u kreiranju programa i ponude plasiraju iste na svom tržištu djelovanja.

Aktivnosti koje su značajne za kvalitetnije pozicioniranje i stvaranje imidža turističke ponude su:

- kontinuirano učešće i lobiranje svi sudionika u turističkim kretanjima na općini Travnik, kao i stanovništva;
- animiranje „živih legendi“ općine Travnik i dijaspora kao „putujućih“ promotora;
- stimuliranje najvjernijih gostiju i „prijatelja destinacije“, medija, domaćih i stranih turoperatora koji svjesno ili nesvjesno lobiraju i preporučuju naše turističke potencijale i proizvode;
- razvijati i unapređivati imidž „starog grada“, „vezirskog grada“, „grada nobelovca“, „grad sira“, „grada konzula“, „muzeja na otvorenom“, „spoja istoka i zapada“ kao i posebno posvetiti pažnju kreiranju imidža planine Vlašić (imidž „ski i rekreativnog centra“, vazdušne banje“, „centra za bazne pripreme sportista“), te ostalih područja (eko i seoski turizam)... itd.

Ne trebamo zaboraviti da općina Travnik ima već djelimično izgrađenu poziciju u turističkim kretanjima, a postojeće imidže koje treba još optimalnije valorizirati i unaprijediti.

8.1.1.7. Eliminirati sivu ekonomiju

U saradnji sa višim nivoima vlasti i Turističkom zajednicom SBK/KSB poduzimati sve mjere kako bi spriječili sivu ekonomiju na Vlašiću, te je potrebno:

- uraditi registar objekata i kapaciteta
- uraditi sistem evidentiranja posjetitelja turista
- uraditi sistem praćenja ekonomskih efekata od turizma.

8.1.1.8. Implementacija Master plana

Turistički Master plan je regulativni dokument koji sadržava sve strateške i operativne smjernice turističkog razvoja područja plana, povezujući upotrebu prostora s konceptom turističkog ali i općeg ekonomskog razvoja. Imajući u vidu da je ovaj proces pokrenut, potrebno ga je završiti i što je posebno bitno raditi na njegovoj implementaciji i primjeni.

Master plan je osnova za:

- donošenje odluka o dodjeli zemljišta za različite namjene i uvrštavanja namjena u provedbenu plansku dokumentaciju
- logičan razvoj kapaciteta skijališta i drugih sadržaja za korištenje planine u zimskoj i ljetnoj sezoni
- Projekcija daljeg turističkog razvoja sa finansijskim podacima

8.1.1.9. Uključiti lokalno stanovništvo sa turističkih destinacija u turizam

Najveći dio općine predstavlja ruralno područje u kojem se nalaze porodična seoska domaćinstva koja se bave poljoprivrednom proizvodnjom dugi niz godina. Kroz turizam kao privrednu granu, mogu se izravno plasirati poljoprivredni proizvodi proizvedeni u domaćinstvima.

Postojeca seoska domaćinstva predstavljaju veliki potencijal kao specifični segment turističke ponude nudeći svoje vlastite proizvode (vlašički sir, suveniri, gastro ponudu tradicionalnih jela i dr....).

8.1.2.1. Uspostavljanje partnerstva između privatnog i javnog, nevladinog sektora

Jačanje javno-privatnog partnerstva ima za cilj definisanje zajedničkih ciljeva i koristi koje će doprinjeti boljim uslugama za sve korisnike, stvaranju boljeg poslovnog okruženja i boljih uslova za život, a samim tim i boljih uslova za turiste. Saradnja sa NVO će doprinjeti realizaciju velikog broja projekata i lakše definisanje potreba iz oblasti turizma, koji će imati za cilj razvoj lokalne zajednice i razvoj turizma.

8.1.2.2. Promocija turističkih destinacija na regionalnom, državnom i lokalnom nivou

U kontinuitetu vršiti promociju svim dostupnim kanalima marketinga turističke ponudu općine Travnik, te na taj način uticati na njeno kvalitetno pozicioniranje u lokalnim ali i globalnim turističkim kretanjima.

8.1.2.3. Uspostaviti bolju saradnju sa investitorima

Mada je općina Travnik posebno izražen prostor (najzastupljeniji na Vlašiću) u investicionim aktivnostima, te aktivnosti treba intenzivirati i kontrolisati vraćajući se uvijek na bitna načela:

- osigurati pravni okvir i sigurnost investicija za sve investitore, domaće i inostrane, te intenzivirati efikasnu i kvalitetnu podršku direktnim investicijama u turizam;
- deklarirati turizam i privlačenje investicija kao odluku donesenu na najvišem političkom nivou, te osigurati njeno provođenje u praksi, odnosno intenzivirati finansijski, fiskalni i organizacijski angažman općine kao institucije;
- intenzivirati saradnju javnog, nevladinog i privatnog sektora. Takav način saradnje i ulaganja u turizam je dokazano dugoročno efikasan;
- intenzivirati saradnju sa međunarodnim organizacijama, te pojačati aktivnosti na izradi kvalitetnih projekata iz oblasti turizma u cilju iznalaženja dodatnih finansijskih sredstava preko svih dostupnih fondova i poticaja;
- planovi podrške i subvencija moraju biti u sprezi sa postojećim prostornim planovima kako bi investicije bile u skladu sa planiranim razvojem turizma;
- adekvatna prezentacija stimulativnih mjera i pozitivnih faktora bitnih za potencijalne investitore. Marketing je vrlo važna komponenta poticanja investicija;
- Politika potencijalnih kadrova i radne snage zahtjeva stimulativne mjere iz mnogih razloga, ali bi naglasili ključnu- učiniti turizam privlačnim za mlade kadrove;

8.1.2.4. Turističku ponudu usmjeriti na već zastupljene ciljane grupe, kao i djelovati ka novim tržištima potencijalnih posjetitelja

Raznolikost koja se ogleda u multinacionalnosti općine Travnik, pitomosti prirodnih ljepota, geoprometnom položaju, uticaju mnogih kultura sa njihovim nasljeđem, kako sa zapada tako i sa

istoka, te različitih historijskih perioda i epoha koje su ostavile vidljive tragove u našoj općini (te drugi faktori) stvaraju odlične mogućnosti djelovanja prema širokom spektru ciljanih grupa posjetitelja kako u BiH tako i u inostranstvu.

Ciljane grupe na koje treba obratiti posebnu pažnju su porodice, đaci i studenti, te ciljane grupe koje preferiraju u svojim putovanjima:

- planinski turizam ;
- kulturni i vjerski turizam;
- eko i seoski turizam;
- avanturistički turizam;
- tematski turizam;
- zdravstveni turizam;
- sportski turizam;
- kongresni i poslovni turizam;
- lovni i ribolovni turizam;

Imajući u vidu da turisti žele upoznati „kontra – svjetove“ vrlo lako možemo doći do zaključka da generalno ciljane grupe turista koje žive i borave u ravničarskim područjima postaju „plodno tlo“ za ponude planine Vlašića ili primjer područja uz mora ili sa blagom klimom koja „nemaju“ snijeg i pravi zimski ambijent, također predstavljaju izrazita područja koja mogu biti potencijalni posjetitelji na planini.

Vrlo slično se odnosi i na sam grad Travnik gdje se posjetitelji sa „zapada“ žele upoznati sa specifičnostima „istoka“, a gosti sa „istoka“ da se upoznaju sa uticajima i nasljeđem „zapada“, ali i da upoznaju „misteriju“ prisutnosti istočnjačkih kultura na području općine.

Ruralna područja su interesantna za ciljane grupe koje žive u izrazitim urbanim područjima, podložnim „brzom i urbanom načinu života“.

Ovakva situacija „uklopljena“ sa geoprometnim položajem je velika komparativna prednost i nije samo izražena na području općine Travnik nego za najveći dio BiH, stvarajući nezaboravan raznolik doživljaj i pozitivne emocije kod posjetitelja.

Trenutne analize za zimski period pokazuju da je na području Vlašića po starosnoj dobi najviše zastupljeno gostiju od 26 do 45 god. (72%). Posjetioci Vlašića su parovi (40%) i porodice (38%).

Po geografskom prostoru dominiraju gosti iz Sjeveroistočne Bosne (Tuzlanski kanton), Sjeverozapadne Bosne (Unskosanski kanton), Sarajevske regije i područja Srednje Bosne (najčešće jednodnevni posjetioci).¹⁰

Sarajevska regija predstavlja i svojevrsan izuzetak, zbog olimpijskih planina u bližoj okolini Sarajeva bilo bi očekivano da nema većeg posjeta Vlašiću, , ali zbog karakteristika i pogodnosti Vlašića i zbog toga što je veliki broj vlasnika objekata na Vlašiću iz Sarajevske regije, imamo značajan broj posjetitelja iz ovog dijela BiH.

¹⁰ Analiza postojećeg stanja sa komentarima i preporukama)(izrada GTZ-Njemačka organizacija za tehničku saradnju)

Još od prije rata područje Vlašića je u velikoj mjeri bilo posjećeno od tradicionalnih gostiju sa područja Dalmacije (R Hrvatska) i Novog Sada (R Srbija). Gosti iz Dalmacije su nastavili kontinuitet dolazaka i jedna su od najznačajnijih ciljanih grupa inostranih gostiju, dok gosti sa područja Novog Sada u neznatnom broju posjećuju Vlašić.

Pored područja Dalmacije u aktivnim dolascima iz R Hrvatske se ističu područja Slavonije, Zagreba i okoline, Kvarnera i Istre.

Posebna tržišta u BiH na kojima treba uložiti više napora za dovođenje gostiju su područje Banjalučke regije (tradicionalni gosti) tj. kompletnog sjevernog područja entiteta Republike Srpske.

U zadnjih par godina područje Vlašića u zimskom periodu posjećuju gosti iz Slovenije, Turske te neznatan broj gostiju (osim naše dijaspore) iz zemalja EU i Srbije.

Jedno od posebnih potencijalnih tržišta koje nije obrađeno je Mađarsko tržište, a isto će u budućnosti, pogotovo sa izgradnjom koridora Vc, biti vrlo interesantno za djelovanje.

Također vrlo interesantno i potencijalno važno tržište može biti Arapski/Perzijski zaljev (Katar, Saudijska Arabija, Ujedinjeni Arapski Emirati, Kuvajt).

Što se tiče obilazaka grada Travnika, najviše se svode na poludnevne ili jednodnevne izlete i tranzitne posjete, po starosnoj dobi najviše su zastupljeni dječiji uzrasti (đačke ekskurzije) te organizovane grupe na proputovanjima i kružnim turama.

Također, u porastu je broj individualnih posjetilaca, kako domaćih tako i stranih, trend primjetan u cijeloj BiH.

Po geografskom prostoru dominiraju posjetioci sa prostora F BiH, pogotovo iz Sarajevskog, Zeničko-Dobojskog, Tuzlanskog, Unsko-Sanskog i Hercegovačko-Neretvanskog kantona.

U organizovanim obilascima grada Travnika prednjače grupe iz Hrvatske, Turske i Slovenije, a u budućnosti se predviđa sve veći broj grupa iz Zapadne i Srednje Europe, ali i sa Bliskog istoka (Saudijska Arabija i Perzijski zaljev) koji će posjećivati grad Travnik na kružnim putovanjima i proputovanjima kroz BiH.

Naslanjajući se na posjete i boravke na planini Vlašić i gradu Travniku, gore navedene ciljane grupe predstavljaju i potencijal za obilaske i boravke u ostalim naseljima, lokalitetima i područjima. Razvojem eko i seoskog turizma otvara se mogućnost stvaranja posebne ciljane grupe koje „konzumiraju“ taj vid turizma.

Strategiju prema gore navedenim ciljanim i potencijalnim grupama treba usmjeriti u pravcu pojačanih i kontinuiranih marketinških aktivnosti, lobiranja i pozicioniranja kvalitetne ponude i prodaje na strateški stečenim i potencijalnim tržištima, ali u konačnici ponuda prema istima treba da bude adekvatna (optimalna) potrebama i zahtjevima istih, Krajnji rezultat treba biti njihov povratak i pozitivna preporuka što je i cilj privređivanja u turizmu.

Imajući u vidu značaj razvoja naprednih tehnologija interneta i direktnih kanala distribucije (online booking), te korištenje dostupnih medija (printanih, TV i radio) dolazimo do zaključka da optimalan strateški pravac komunikacije i prodaje treba zasnivati na mješavini svih dostupnih kanala komunikacije u prodaji i marketingu.

Direktna prodaja je bitan kanal distribucije, a uključuje lokalne putničke agencije, internet, prodaju putem kataloga, te direktno kontaktiranje smještajnih objekata.

Zadnjim analizama je ustanovljeno da najveći broj gostiju organizaciju putovanja u zimskom periodu na Vlašiću realizuje izravnim „bookingom“ i to direktno prema smještajnim kapacitetima (97%).

Izravni ponuđači prodaju i distribuciju najviše vrše putem interneta koristeći svoje lične web portale ili specijalizovane portale za prodaju i promociju smještajnih kapaciteta i usluga, mada su već aktivni i inovativni kanali internet komunikacije i prodaje (razni pretraživači, facebook, forumi... itd.)

Za analizu izravne prodaje bez posredovanja putničkih agencija i turoperatora postoji više razloga od kojih izdvajamo da putničke agencije i turoperatora zbog velikog broja neregistrovanih objekata ne mogu u zakonskom okviru da turistički privređuju, a zbog izrazite sezonalnosti i nepredvidivosti zimske sezone (pomanjkanja kvalitetne ponude u ostalim periodima) se isti vrlo teško uključuju u turistička privređivanja sa ponudama koje obuhvataju veće i duže sezone, na taj način smanjuju efekat dobijanja povoljniji uvjeta prodaje ponude destinacije te postaju nekonkurenti i u konačnici gube interes za destinacijom.

Velikih razlika i odstupanja, mada u manjoj mjeri, nema u kanalima komunikacije i prodaje turističkim proizvoda i usluga za grad Travnik i ostalih naselja i lokalitete, s tim da je efekat turističkog privređivanja u velikoj mjeri umanjen nepostojanjem dovoljnih, adekvatnih smještajnih kapaciteta, tako da je u dosadašnjim ponudama i programima Travnik određište za trazitne posjete, poludnevne i jednodnevne izlete bez noćenja..

8.1.2.5. Turističku ponudu bazirati na specifičnostima ovog kraja

Ono što je bitno za općinu Travnik u odnosu na proizvode i ponude drugih turističkih destinacija (pogotovo u bližem okruženju) je da strategiju proizvoda i ponude usmjeri ka svojim specifičnostima, za što sigurno ima mogućnosti i kapacitete, tj. treba izbjegavati koliko je god moguće „sterotipe“ i „kopiranja“ ponude iz bližeg okruženja.

U tim proizvodima je vrlo bitno naglašavati i nuditi sve ono što je svojstveno ovom području (priroda, nasljeđe, običaji, brendovi, znamenite ličnosti, te spletove različitih doživljaja na što privlačniji i efektivniji način), ali i primjenjivati dobre prakse i iskustva širom svijeta i to ciljano ona koja su se pokazala u afirmativnom, produktivnom, inovativnom i korisnom obliku, a mogu se realno primjeniti u našem okruženju.

Vrlo bitno je da cijena ponude i proizvoda bude u optimalnom odnosu, prihvatljiva i dostupna za potencijalne posjetitelje, stalno „oslušujući“ i prateći konkurentna tržišta, te kontinuirano osmišljavati nove i nadopunjavati stare ponude i proizvode. Svaka ponuda i proizvod na tržištu mora zadovoljavati optimum kvaliteta na obostrano zadovoljstvo jer turističko privređivanje je uspješno i dugoročno jedino kada su svi akteri zadovoljni u potpunom turističkom procesu.

Posebno naglašavamo da se sve komponente usluge i proizvoda moraju u najvećoj mogućoj mjeri direktno proizvoditi na općini Travnik, koristeći maksimalno vlastite resurse uključujući i ljudske, jer se na taj strateški način stimulatino i pozitivno utiče na razvoj kompletne privrede i zapošljavanje.

8.1.3.1. Izrada promotivnog materijala (CD, kataloga i dr.), te njegova distribucija na tržištima ciljanih grupa posjetitelja (uključujući i nova tržišta) te TIC u BiH i regionu.

Izrađivati i objedinjavati promotivni materijal svih aktera u turizmu, te ciljano vršiti njihovu distribuciju prema ciljanim grupama posjetilaca i turista uključujući i nova tržišta.

Sudionici turističkih kretanja na općini Travnik moraju poboljšati učinkovitost izravne prodaje, efikasnije djelujući na područjima ciljanih grupa, a posebno agresivnije djelovati na potencijalna i nova tržišta.

Razvoj i unapređenje partnerstva sa velikim turoperatorima i drugim putničkim agencijama razvija vrlo bitan distribucijski kanal za dovođenje turista jer u saradnji sa njima donosi značajne prednosti:

- produženje sezone,
- znatno povećanje broja posjetitelja;
- značajno poboljšavaju marketing i distribuciju u svojim područjima djelovanja
- stvaranje pozitivnog imidža;

Ne treba zaboraviti da osim interneta ključni alati u prodaji i marketingu čine i katalogi te bi fokus trebao biti na:

- katalogima većih objekata koji sadrže ne samo informaciju o cijeni i lokaciji, već i opis destinacije te turističke ponude prilagođeni ciljanim segmentima tržišta;
- katalogima manjih objekata i privatnog smještaja, specifične ponude pojedinih prostora;

Naglasak na ponudi putem interneta treba biti na detaljnosti i vizuelnoj atraktivnosti prezentiranih informacija o smještajnim kapacitetima i turističkim proizvodima, (na više stranih jezika – prilagođavajući se ciljanim grupama) te sa mogućnošću direktne prodaje pod uvjetom da je ista vjerodostojna i identična i u praksi.

Osim gore navedenog značajnu ulogu u komunikaciji i prodaji igraju i stimulirajuća studijska putovanja i posjete domaćih i stranih putničkih agencija i turoperatora koji direktnim upoznavanjem ponude „na terenu“ imaju bolje i lakše mogućnosti u plasmanu turističke ponude i proizvoda na tržištu djelovanja, a tu su i neizostavni mediji koji ukupnim pozitivnim doživljajem odredišta učinkovito i afirmativno medijski djeluju.

Uz razna sportska i kulturna događanja na odredištu dodatno se intenziviraju kanali komunikacije i marketinga i afirmativno pozicionira destinacija.

Vrlo bitna je i promocija direktno na području ciljanih grupa u vidu prezentacija, distribucije propagandnog materijala...itd., kao i stalna prisutnost i djelovanje na sajmovima iz oblasti turizma i privrede kako u BiH tako i u inostranstvu.

Značajnu ulogu u promotivnim i marketinškim aktivnostima ima i Turistička zajednica SBK koja treba da uloži dodatne napore u što efikasnijoj afirmaciji SBK, ali i općine Travnik. Djelovanje TZ SBK je u velikoj mjeri limitirano niskom naplatom svojih izvornih prihoda (posebno boravišna taksa), a participacijom svih 12 općina u TZ SBK se umanjuje efikasnost, mogućnost i „prostor“ promocije i marketinga općina sa izraženim turističkim potencijalima i prisutnostima u turizmu u koje spada i općina Travnik.

U razvijanju saradnje općine Travnik kao lokalne samouprave sa drugim gradovima i regijama u BiH i u inostranstvu (grad Lajpcig, Ulcinj...itd.) otvaraju se nove mogućnosti i tržišta za unapređenje komunikacije i prodaje, s tim da posebno treba razvijati saradnju sa područjima i gradovima koje su i ciljne grupe i potencijalna tržišta u dovođenju gostiju, ali i razvijati saradnju sa naprednim i sličnim nama područjima i općinama sa izraženom turističkom privredom zbog razvoja i međusobne saradnje te razmjene iskustava.

U konačnici najefikasnija, a ujedno i najjeftinija (besplatna) komunikacija, pozicioniranje i marketing je od samih posjetilaca tj. moć promocije „od usta do usta“, u kojoj trebaju učestvovati svi sudionici turističkih kretanja na općini Travnik i stanovništvo

8.1.3.2. Kreiranje zvaničnog turističkog web portala općine Travnik

Kreirati zvanični turistički portal općine Travnik koji bi objedinio i prezentovao turističku ponudu općine Travnik sa ciljem što kvalitetnije promocije ali i davanja potrebnih informacija potencijalnim turistima i posjetiteljima.

8.2. Uređen i prostor i očuvan okoliš

Zaštita okoliša temeljni je preduslovt dugoročnog i održivog razvoja. Travnik ima dobro očuvan okoliš i naša je zadaća osigurati čuvanje i daljnje poboljšanje kvalitete okoliša u kojem živimo.

Uvođenje reda u prostor i okoliš te sprečavanje njihove daljnje devastacije u skladu s najboljom praksom razvijenih zemalja predstavlja našu prednost u razvoju turizma.

Uređen prostor i zaštićen okoliš nije moguće ostvariti bez razvoja svijesti građana o značaju životnog prostora, prirodnih i kulturnih dobara, kao i o svim aspektima očuvanja i zaštite životne sredine.

Strateški cilj	Prioritetni ciljevi	Mjere
8.2. Uređen i prostor i očuvan okoliš	8.2.1. Zaštita okoline uz očuvanje prirodnih resursa osnova je za djelotvorno upravljanje životnom sredinom i za efikasan i ubrzan turistički razvoj.	8.2.1.1. Promoviranje ekološki prihvatljivog odnosa prema životnoj sredini i njenoj zaštiti i očuvanju. 8.2.1.2. Implementacija LEAP-a. 8.2.1.3. Donošenje podzakonskih akata i potrebne dokumentacije za proglašenje područja sa posebnom namjenom na Općini Travnik. 8.2.1.4. Unaprijediti mehanizme i efikasnost u cilju primjene odluka o komunalnom redu na terenu 8.2.1.5. Održivo iskorištavanje, zaštita i razvoj prirodnih dobara
	8.2.2. Prostorno uređenje zajednice	8.2.2.1. Izrada i usklađivanje prostorno planske dokumentacije 8.2.2.2. izrada koncepta i

		regulacija drugih turističkih zona i potencijala na općini Travnik
--	--	--

8.2.1.1. Promoviranje ekološki prihvatljivog odnosa prema životnoj sredini, njenoj zaštiti i očuvanju.

U saradnji sa NVO, drugim ustanovama provoditi edukacije stanovništva vezano za očuvanje životnog prostora, kao i podržavati projekte koji se odnose na očuvanje životnog prostora i očuvanja okoline.

8.2.1.2. Implementacija LEAP-a.

Općina Travnik je izradila i usvojila LEAP-Lokalni ekološki plan općine Travnik, te isti sadrži procjenu sadašnjeg stanja okoliša sa identifikacijom i analizom problema te definisanjem ciljeva i akcijama koje treba poduzimati za unapređenje, zaštitu i upravljanjem okoliša na području općine Travnik.

8.2.1.3. Donošenje podzakonskih akata i potrebne dokumentacije za proglašenje područja sa posebnom namjenom na Općini Travnik.

Donošenje podzakonskih akata i potrebne dokumentacije za proglašenje područja sa posebnom namjenom na Općini Travnik će omogućiti da se na prostoru općine Travnik planirano i programski sprovodi zaštita pripodnih cjelina i svakog prirodnog dobra pojedinačno.

8.2.1.4. Unaprijediti mehanizme i efikasnost u cilju primjene odluka o komunalnom redu na terenu

U kontinuitetu raditi na unapređenju mehanizama i efikasnije primjene odluka o komunalnom redu u praksi kao bitnog preduvjeta za razvoj turizma na općini Travnik

8.2.1.5. Održivo iskorištavanje, zaštita i razvoj prirodnih dobara

Prirodni resursi su jedan od glavni motivacijski faktora za dolazak i boravak posjetitelja na općini Travnik. Održivo iskorištavanje, zaštita i razvoj prirodnih dobara je ključ uspjeha dugoročnog razvoja turizma.

Ekološki aspekti turizma temelji se na očuvanju prirodnih resursa te edukaciji svih sudionika o aspektima, važnosti i primjeni ekoloških načela u turizmu. Takav koncept razvoja turizma teži optimalnom ekonomskom efektu, uz minimalno degradiranje životne sredine.

Poštivanje ekoloških standarda se sve više nameće kao trend među turističkom potražnjom. Povratak prirodi i zdrava prehrana te korištenje prirodnih materijala je svjetski trend u turizmu.

Kompatibilne aktivnosti u cilju zaštite vrijednosti prostora i unapređenja okoliša su:

- stavljanje važnih prirodnih područja (posebno zone aktivne u turističkim kretanjima) pod poseban režim zaštite kroz više ekološke standarde i njihovu strogu primjenu i kontrolu;

- permanentno uključenje ekologije u program edukacije svih sudionika u turizmu kao i stanovništva;
- stimulativne i poticajne mjere za projekte iz oblasti ekologije, ali i eko turizma;

8.2.2.1. Izrada i usklađivanje prostorno planske dokumentacije

U cilju razvoja turizma donijeti prostorno planske i provedbene dokumente kojima će se definisati namjena i način korištenja prostora.

8.2.2.2. Izrada koncepta i regulacija drugih turističkih zona i potencijala na općini Travnik

Izraditi koncepte i regulacije i drugih turističkih zona na općini Travnik sa strateškim i operativnim smjericama razvoja.

8.3. Razvijena poslovna infrastruktura

Postojanje kvalitetne komunalne, društvene i turističke infrastrukture te njeno učinkovito održavanje i upravljanje čine osnovne pretpostavke razvoja svih segmenata društveno-privrednog razvoja, podizanja kvalitete života, te jačanja konkurentnosti.

Stoga je ovaj cilj usmjeren na rješavanje identificiranih prioritenih potreba koji se odnose na izgradnju, sanaciju, nadogradnju i opremanjem objekata komunalne, društvene i turističke infrastrukture.

Strateški cilj	Prioritetni ciljevi	Mjere
8.3. Razvijena poslovna infrastruktura	8.3.1. Uređeni vlasnički odnosi	8.3.1.1. Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa na Babanovcu 8.3.1.2. Zaustavljanje bespravne gradnje
	8.3.2. Razvoj unapređenje i održavanje infrastrukture (uključujući i turističku infrastrukturu)	8.3.2.1 - Razvoj unapređenje i održavanje infrastrukture (uključujući i turističku infrastrukturu) 8.3.2.2. Rješavanje vodosnabdijevanja na platou Vlašića 8.3.2.3. Rješavanje javne rasvjete na Babanovcu 8.3.2.4. asfaltiranje preostalih lokalnih puteva i centralnog platoa unutar naselja Babanovac

		<p>8.3.2.5. markacija i obilježavanje rekreativnih staza za pješaćenje i biciklizam</p> <p>8.3.2.6. Obilježavanje (putokazi, natpisne ploče) kulturno historijski i prirodnih atrakcija na kompletnoj općini Travnik (koji nisu obilježeni)</p> <p>8.3.2.7. poboljšati funkcionisanje i unapređenje rada turističko informativnih punktova (TIC) na Vlašiću i u Travniku</p> <p>8.3.2.8. rješavanje problema primarne zdravstvene zaštite na Babanovcu (sezonska ambulanta)</p> <p>8.3.2.9. rješavanje vatrogasne dežure na Babanovcu u periodima turističkih sezona</p> <p>8.3.2.10. postavljanje i markiranje sezonske signalizacije za zimske sportove na Vlašiću</p> <p>8.3.2.11. saniranje ruševnih objekata u turističkim zonama</p> <p>8.3.2.12. rješavanje problema minskih polja</p> <p>8.3.2.13 uređenje parking prostora</p>
	<p>8.3.3. Edukacija ključnih nosioca razvoja turizma</p>	<p>8.3.3.1. Edukacija svih sudionika u turističkoj djelatnosti i stanovništva</p>

8.3.1.1. Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa na Babanovcu

Uređenje vlasničkih odnosa, posebno na odredištu Vlašić, predstavlja jedan od prioritarnih zadataka. Sadašnje stanje jedan je od najvećih problema u razvoju, a manifestuje se kroz vrlo izraženu sivu ekonomiju, nekategorizaciju objekata i neizvjesnost u njihovom radu, a sve se to reflektuje kroz pasivan i nekontrolisan razvoj, slabo punjenje budžeta, neloyalnu konkurenciju i na kraju dovodi do smanjenja broja posjetilaca.

Posebno treba imati u vidu da dio objekata koji se bavi iznajmljivanjem (privatni smještaj), a nisu registrovani za tu djelatnost, kao i određeni posrednici u izdavanju tih kapaciteta ne rade u skladu sa zakonom, pravilima i dobrim turističkim običajima i skloni su mešetarenju i prevarama.

8.3.1.2. Zaustavljanje bespravne gradnje

Poduzeti sve mjere kako bi se zaustavila bespravna gradnja i riješili problemi nastali bespravnom gradnjom koja znatno narušava, devalvira i ugrožava identitet izraženih turističkih zona te u velikoj mjeri negativno utiče na razvoj turizma na općini Travnik

8.3.2.1. Razvoj unapređenje i održavanje infrastrukture (uključujući i turističku infrastrukturu)

Doživljaj turističkog odredišta počinje samim prolaskom ili dolaskom na teritoriju općine i pretvaraju i samo putovanje do krajnjeg odredišta u pozitivno iskustvo. Podizanje kvaliteta generalno infrastrukture (uključujući i turističku infrastrukturu) i njeno održavanje rezultirat će i većim brojem posjetilaca, koji ujedno postaju potencijalni potrošači proizvoda i usluga ne samo na krajnjem odredištu nego i na proputovanjima od i do odredišta.

Potrebno je generalno podići kvalitet infrastrukture i održavanja na što veći nivo, te efikasno riješiti probleme infrastrukture na najznačajnijim turističkim odredištima zbog boljitka i dugoročnog razvoja turizma. Osim posjetiteljima infrastruktura je veoma bitna svim sudionicima u turističkim kretanjima, ali i potencijalnim investitorima.

8.3.2.2 Rješavanje vodosnabdijevanja na platou Vlašić

Pored vodovoda na platou Vlašića, a koji se napaja sa izvorišta rijeke Ugar, planirana je i izgradnja vodovoda koji će se napajati sa izvorišta rijeke Ugrić. Izgradnja navedenog vodovoda je od strateškog značaja za razvoj kako lokalne zajednice, tako i za razvoj ljetnog i zimskog turizma.

8.3.2.3. Rješavanje javne rasvjete na Babanovcu

Imajući u vidu da je u funkciji jedan manji dio javne rasvjete na području Babanovca nastaviti rješavanje javne rasvjete na području Babanovca.

8.3.2.4. Asfaltiranje preostalih lokalnih puteva i centralnog platoa unutar naselja Babanovac

Kvalitetna infrastruktura je preteča za razvoj turizma, pa je u narednom periodu potrebna sanacija i asfaltiranje centralnog dijela Babanovca, kao i preostalih lokalnih puteva na platou Vlašića.

8.3.2.5. Markacija i obilježavanje rekreativnih staza za pješaćenje i biciklizam

Izvršiti obilježavanje i markaciju rekreativnih staza za pješaćenje i biciklizam u cilju obogaćivanja vanpansionske ponude.

8.3.2.6. Obilježavanje (putokazi, natpisne ploče) kulturno historijski i prirodnih atrakcija na kompletnoj općini Travnik

Izvršiti obilježavanje i markaciju kulturno-historijski i prirodni atrakcija na općini Travnik koji nisu obilježeni te sa istim se stvaraju pretpostavke za njihovo kvalitetnije pozicioniranje i uvrštavanje u cjelokupnu turističku ponudu općine Travnik.

8.3.2.7. Poboljšati funkcionisanje i unapređenje rada turističko informativnih centara (TIC) na Vlašiću i u Travniku

U kontinuitetu djelovati na funkcionalniji i kvalitetniji rad turističko informativnih centara (TIC) na Vlašiću i u Travniku

8.3.2.8. Rješavanje problema primarne zdravstvene zaštite na Babanovcu (sezonska ambulanta)

Prioritetno na sistematičan način riješiti problem nepostajanja sezonske primarne zdravstvene zaštite na Vlašiću (zimski sezona).

8.3.2.9. Rješavanje vatrogasne dežure na Babanovcu u periodima turističkih sezona

Prioritetno na sistematičan način riješiti problem nepostajanja vatrogasne dežure u periodu zimski sezone na Vlašiću.

8.3.2.10. Postavljanje i markiranje sezonske signalizacije za zimske sportove na Vlašiću

Obilježavanje i markacija prostora za zimske sportove je jedan od prioritarnih zadataka koji će uticati na red i kvalitetniju organizaciju istih.

8.3.2.11. Saniranje ruševnih objekata u turističkim zonama proisteklih

Imajući u vidu da u turističkim zonama postoji određen broj ruševnih objekata proisteklih iz ratnog perioda potrebno je pristupiti saniranju istih.

8.3.2.12. Rješavanje problema minskih polja

Bezbjednost je jedan od najbitnijih preduvjeta u odabiru turističkog mjesta svakog turista. Najmanji rizik koji može uticati na bezbjednost tokom boravka može imati velike negativne posljedice za razvoj turizma, te je neophodno poduzeti sve mjere kako bi se turistička destinacija očistila od mina.

8.3.2.13. Uređenje parking prostora

Uređenje parking prostora značajno bi pospješilo turističku ponudu kako na Babanovcu tako i u gradskom dijelu općine.

8.3.3.1. Edukacija svih sudionika u turističkoj djelatnosti i stanovništva

Imajući u vidu da je demografska slika općine Travnik doživjela velike promjene u zadnjih 20-tak godina i da su se mnogi sudionici u turističkoj djelatnosti promjenili, vrlo je bitno trenutnu demografsku strukturu općine Travnik i sudionike u turističkim kretanjima upoznati sa turizmom kao jednim od strateških pravaca razvoja općine Travnik.

Susretljivost, pomoć, gostoprimstvo te suptilan i neposredan, a ne agresivan, bahat i napadan odnos svakog sudionika u turističkim kretanjima ili mještanina daje dodatni pozitivni impuls u ukupnom doživljaju koji turista osjeti na području boravka i koji može prevagnuti da se isti ponovo vrati i preporuči područje boravka što je srž turističkog privređivanja.

Ljudi su ključni faktor uspjeha u turizmu. Ukupno zadovoljstvo gostiju turističkom ponudom direktno ovisi o kvaliteti usluge koju im pružaju turistički djelatnici, a uspjeh u poslovanju ovisi o tom kako se tim poslovanjem upravlja.

Posebnu pažnju treba posvetiti obrazovanju, obuci i certificiranju kadrova neophodnih za planirani i očekivani razvoj turizma na općini, kako kroz postojeće obrazovne institucije tako i kroz edukativne centre kojima upravlja nevladin sektor kroz planiranje i uvođenje nastavnih programa za zanimanja za kojima će se ukazati potreba u skladu sa ovom Strategijom. Potrebno je planirati i osposobljavati kadrove ne samo za «tradicionalna» zanimanja (turistički vodiči, recepcioneri, kuhari, konobari itd.) već i za zanimanja koja su u savremenom svjetskom turizmu postala neizostavna (menadžeri u turizmu, specijalizovani instruktori (zimskih sportova, team buildinga, adventure programa, animatori, specijalisti za wellness i spa programe itd.)

Jedan od prioritetnih strateških ciljeva je povećanje udjela visokoobrazovanih kadrova u turizmu, te insistiranje na konstantnoj edukaciji kadrova na svim nivoima, kako bi održali korak sa savremenim tehnologijama i trendovima u svjetskom turizmu.

Treba poticati turistička preduzeća za poboljšanje edukacije, uključujući:

- investiranje u daljnju edukaciju vlastitih zaposlenika;
- zapošljavanje mladih, stručno obrazovanih kadrova, koji se potom educiraju u praksi;
- povezivati, poticati i usmjeravati školske institucije sa postojećim provjerenim turističkim preduzećima, ugostiteljskim objektima i smještajnim kapacitetima (i obrnuto) u cilju realizovanja što kvalitetnije praktične nastave učenika u srednjem i visokoškolskom obrazovanju ;