

**Strategije razvoja turizma i turističkih potencijala na općini Maglaj
za period 2019. - 2024. godine**

NACRT

Maglaj, oktobar 2018.

Nosilac izrade: Služba za privredu, finansije/finansije i razvoj poduzetništva, Općina Maglaj
Saradnici: prof. dr. Almir Peštek, Ekonomski fakultet u Sarajevu
doc. dr. Merima Činjurević, Ekonomski fakultet u Sarajevu

Učesnici radnih grupa:

Mirsad Mahmutagić, Općinski načelnik
Senada Alibajraktarević, Služba za privredu, finansije/finansije i razvoj poduzetništva,
Ferhat Bradarić, Služba za privredu, finansije/finansije i razvoj poduzetništva,
Nermin Bešliagić, Služba za privredu, finansije/finansije i razvoj poduzetništva,
Jasminka Hajrulahović, Služba za urbanizam, geodetske i imovinsko pravne poslove
Eldina Mehinagić, Služba za BiZ, opću upravu i društvene djelatnosti,
Sanela Kotorić, prof. Historije i Geografije – član EuroClio Udruženja historičara BiH,
Mubera Havić, prof. Biologije i Hemije
Orjana Ruvić-Arifagić, prof. Njemačkog jezika i književnosti
Sanja Pavlić, Udruženje građana Ekološki pokret „Eko Maglaj“
Džahid Begović, Planinarsko društvo „Smajlovac“,
Majid Alispahić, dipl.inž. arh.
Enisa Karabegović, educirani turistički vodič
Emina Hasanić, Privredni savjet,
Faruk Zupčević, RTV Maglaj
Senađ Šehić, Internet portal Maglaj.net
Damir Bašić, JU Dom kulture Maglaj
Nina Salkić, JU Narodna biblioteka Maglaj
Saša Stanić, direktor "MAGNET STUDIO" d.o.o. Maglaj
Azur Čušковиć, direktor „SENI-BUS“ doo Maglaj
Omar Fazlić, dipl. politolog
Erna Spahić, dipl. iur.
Amina Međić, dipl.ing. prehrambene tehnologije
Arnela Tumbić, bachelor žurnalistike
Amila Šahman, mr prehrambenih tehnologija
Elza Gračić, dipl iur.
Edina Terzimehić, dipl iur.
Amsal Mulalić, dipl iur.

Sadržaj

Popis pojmova	4
Popis ilustracija.....	5
Popis tabela	5
UVOD	6
Ciljevi Strategije	6
Metodološki pristup izradi Strategije	6
PREGLED GLAVNIH TRENDOVA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU.....	8
Kvantitativni trendovi.....	8
Kvalitativni trendovi	9
ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA	11
Analiza turističke resursne osnove.....	11
Analiza interesnih grupa.....	15
SWOT MATRICA RAZVOJA TURIZMA.....	21
Prednosti i nedostaci	21
Prilike i prijetnje	22
STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA.....	24
Izbor modela razvoja turizma.....	24
Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma	25
Strateški cilj 1: Uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja turističkom destinacijom	26
Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda	27
Strateški cilj 3: Širenje i produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti	36
AKCIJSKI PLAN.....	38
ZAKLJUČAK.....	42
PRILOG 1 DOSTAVLJENI PROJEKTI NA JAVNO OBJAVLJENI POZIV OPĆINE MAGLAJ	43
LITERATURA.....	50

Popis pojmova

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

Popis ilustracija

Ilustracija 1. Pristup izradi Strategije razvoja turizma općine Maglaj za period 2019. – 2024.....	7
Ilustracija 2. Predviđanja na međunarodnom turističkom tržištu.....	8
Ilustracija 3. Ocjena kvaliteta elemenata turističke ponude, stavovi predstavnika interesnih grupa ..	20
Ilustracija 4. Mogući pravci razvoja turizma na području općine Maglaj, stavovi predstavnika interesnih grupa	20
Ilustracija 5. Matrica proizvoda turizma općine Maglaj u 2024. godini	35
Ilustracija 6. Destinacijski lanac vrijednosti kroz primarne i prateće aktivnosti	36
Ilustracija 7. Destinacijski lanac vrijednosti iz perspektive turista	37

Popis tabela

Tabela 1. Ključne turističke atrakcije na području općine Maglaj.....	12
Tabela 2. Interesne grupe u razvoju turizma na području općine Maglaj.....	16
Tabela 3. Ocjena elemenata turističke ponude općine Maglaj, rezultati primarnog istraživanja provedenog među interesnim grupama	18
Tabela 4. Prednosti/snage općine Maglaj	21
Tabela 5. Nedostaci/slabosti općine Maglaj.....	22
Tabela 6. Prilike za razvoj turizma na području općine Maglaj	23
Tabela 7. Prijetnje/opasnosti za razvoj turizma na području općine Maglaj	23
Tabela 8. Dugoročni ciljevi razvoja turizma na području općine Maglaj.....	24
Tabela 9. Sistem turističkih proizvoda općine Maglaj	27
Tabela 10. Razvojni portfolio i ocjena razvijenosti.....	34

UVOD

Ciljevi Strategije

Polazeći od zahtjeva da se bogati kulturni i prirodni resursi na području općine Maglaj iskoriste i valorizuju s ciljem dugoročnog povećanja kvaliteta života lokalnog stanovništva, unapređenja broja posjeta i zadovoljstva turista te ukupne turističke industrije, projekt Strategija razvoja turizma i turističkih potencijala općine Maglaj 2019. – 2024. godine (u daljem tekstu Strategija), imao je sljedeće ciljeve:

- oblikovanje jasne vizije razvoja turizma općine Maglaj;
- definisanje strateških smjernica razvoja turizma, a koje su u funkciji postizanja vizije;
- poticanje procesa unapređenja i razvoja cjelovite inovativne turističke ponude;
- generisanje ideja za inoviranje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda;
- stvaranje pretpostavki za uspješno tržišno pozicioniranje općine Maglaj kao turističke destinacije;
- definisanje projekata čija bi realizacija omogućila stvaranje željene konkurentske pozicije općine Maglaj kao turističke destinacije.

U skladu s postavljenim ciljevima dokument predstavlja cjelovit konceptijski okvir i operativni program djelovanja svih interesnih grupa u upravljanju turizmom općine Maglaj. Strategija predstavlja platformu za donošenje odluka općinskih, turističkih i drugih ekonomskih subjekata te je značajan izvor informacija za buduće potencijalne investitore u području turizma općine Maglaj.

Metodološki pristup izradi Strategije

Izrada Strategije temelji se na uobičajenom metodološkom pristupu za izradu razvojnih planskih dokumenata s područja turizma, koji uključuje nekoliko istraživačkih, analitičkih i interpretacijskih postupaka kao što su:

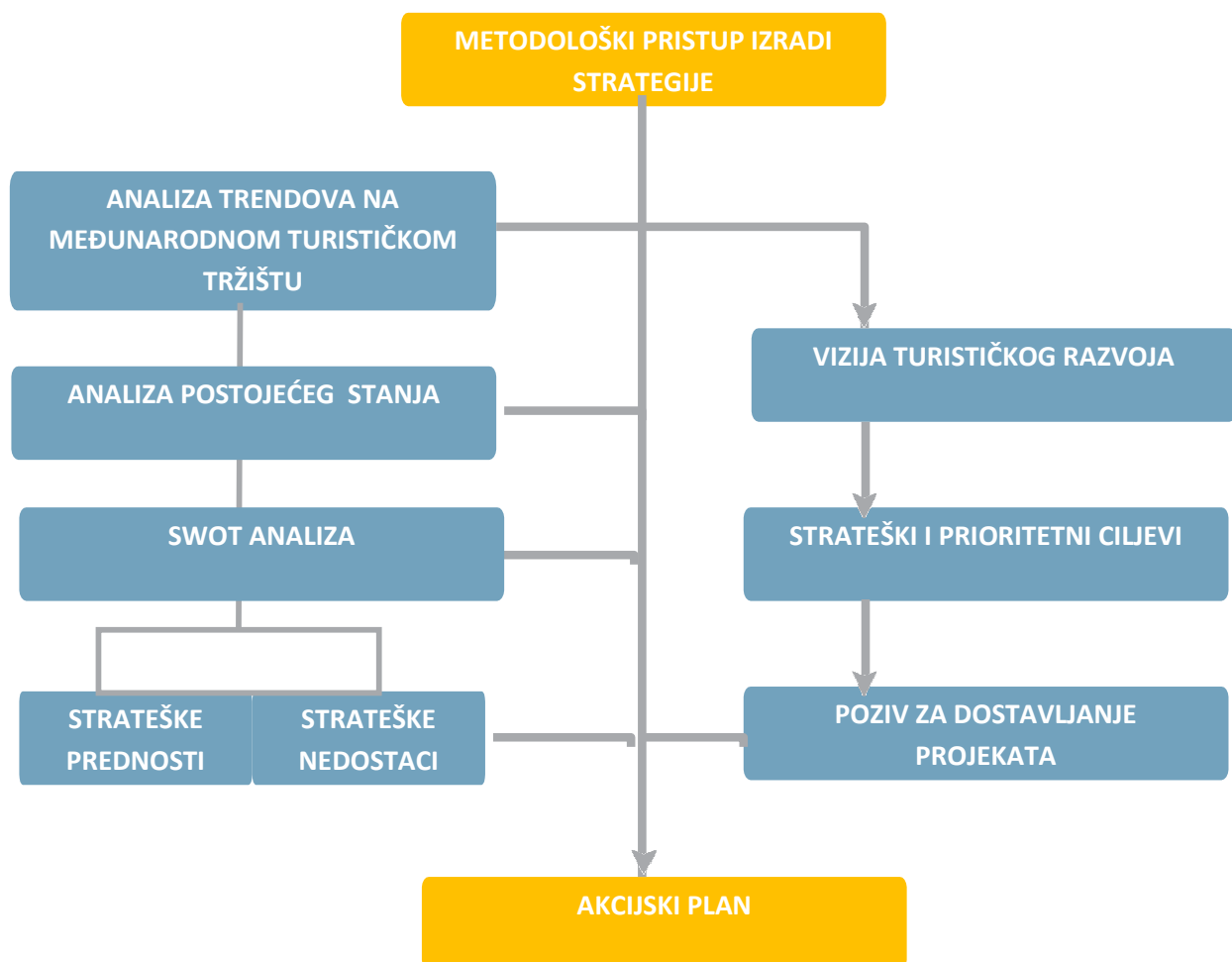
- prikupljanje podataka iz javno dostupnih sekundarnih izvora,
- obilazak terena odnosno pojedinih lokaliteta koji su značajni za razvoj turizma,
- identifikacija i valorizacija turističke resursne osnove,
- SWOT analiza,
- provođenje primarnog istraživanja među različitim interesnim grupama iz javnog, privatnog i nevladinog sektora u svrhu utvrđivanja percipiranog nivoa kvalitete pojedinih elemenata turističke ponude općine Maglaj i
- radionice s ključnim učesnicima turističkog razvoja iz javnog, privatnog i nevladinog sektora.

Uvažavajući opis projektnog zadatka i prethodno definisane glavne metodološke odrednice, pristup izradi projekta opisan je u tekstu koji slijedi. Projekat započinje pregledom glavnih kvalitativnih i kvantitativnih trendova na međunarodnom turističkom tržištu koje je potrebno uzeti u obzir prilikom definisanja koncepta budućeg turističkog razvoja općine Maglaj. Analiza postojećeg stanja obuhvata geografske, prostorne i prometne karakteristike područja općine Maglaj. Također, provodi se

detaljna analiza i vrednovanje turističke resursne osnove. Potom se spoznaje stečene analizom postojećeg stanja sintetiziraju kroz SWOT analizu što pruža analitički uvid u prednosti, nedostatke, mogućnosti i ograničenja turističkog razvoja općine Maglaj.

Na osnovu informacija dobivenih SWOT analizom definiše se strategija razvoja turizma koja uključuje viziju turističkog razvoja, ciljeve turističkog razvoja te odrednice upravljanja turizmom na području općine Maglaj. Na osnovu prethodno definisanih elemenata strategije razvoja, definišu se i akcioni plan, pri čemu se za svaki projekt definiše opis projektnih aktivnosti, ciljevi projekta, nosioci projektnih aktivnosti, uključene interesne grupe, period implementacije te prioritete implementacije projekta (nizak/srednji/visok). Prioritet implementacije projekta određen je na osnovu trenutnog stepena tržišne spremnosti projektnog prijedloga, visine predvidivih ulaganja te značaja projekta za ukupni turistički razvoj općine Maglaj.

Ilustracija 1. Pristup izradi Strategije razvoja turizma općine Maglaj za period 2019. – 2024.



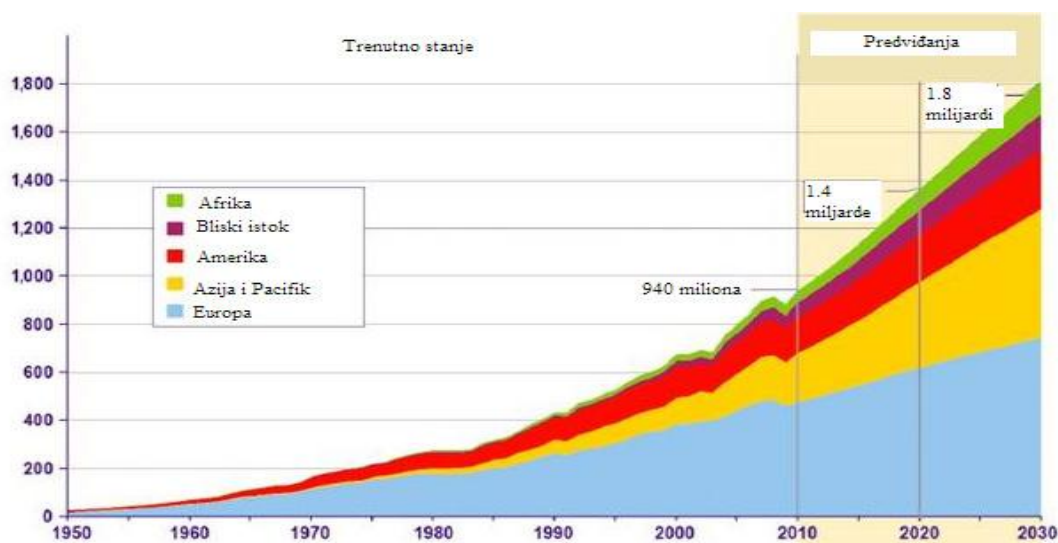
PREGLED GLAVNIH TRENDOVA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Promjene u glavnim sferama društvenog života značajno utiču na turistička kretanja. Posljedično, sistemsko praćenje i analiziranje kvantitativnih i kvalitativnih trendova u turizmu neophodno je za kvalitetno planiranje razvoja turističke destinacije. Analiza navedenih trendova omogućava destinaciji da kritički sagleda vlastiti položaj na turističkom tržištu kako bi se mogla što bolje prilagoditi promjenama i nositi sa konkurencijom.

Kvantitativni trendovi

Turizam je postao jedan od najznačajnijih društveno-ekonomskih fenomena u posljednjih sto godina, od aktivnosti dostupne samo za bogate ljude u prvoj polovini 20. stoljeća, do masovne pojave nakon Drugog svjetskog rata, posebno od 1970. U periodu između 1995. i 2013. turizam je u prosjeku imao godišnje stope rasta veće od 4 posto, a međunarodni turistički dolasci su bilježili kontinuirani rast od 25 milijuna u 1950., na 278 milijuna u 1980., 528 milijuna u 1995., i 1 322 milijuna u 2017. godini (UNWTO, 2018.). Prema projekcijama Svjetske turističke organizacije očekuje se da će međunarodni turistički dolasci dosegnuti 1,4 milijarde do 2020. i 1,8 milijardi do 2030. godine.

Ilustracija 2. Predviđanja na međunarodnom turističkom tržištu



Izvor: UNWTO

Također, procjene su da će međunarodni turistički dolasci u Evropu dosegnuti broj od 744 miliona turista do 2030. godine. Iako je najveće receptivno tržište, Evropa je i najveće emitivno turističko tržište. Blizina i veličina evropskog tržišta su značajni elementi za razvoj turizma u BiH, a time i na području općine Maglaj.

Kvalitativni trendovi

Iako su globalni turistički trendovi s kojima se suočavaju gotovo sve zemlje svijeta pod uticajem brojnih ekonomskih i društvenih kretanja, na turističkom tržištu se sve više cijene autohtone i izvorne vrijednosti, a što rezultira rastom popularnosti interakcije s lokalnim stanovništvom i upoznavanja drugačijeg stila života ("kultura života i rada"). Brzi ekonomski rast Azije oblikuje nova jaka tržišta poput BRICS (Brazil, Rusija, Indija, Kina i Južnoafrička republika) i zemalja Golskog zaljeva (Bahrein, Katar, Kuvajt, Oman, Saudijska Arabija i Ujedinjeni Arapski Emirati) koje utiču na promjene turističke ponude i potražnje. Navedeno rezultira stvaranjem novih ciljnih grupa posjetilaca poput 'halal turista' i 'kulturnih kreativaca'. Rast potrošačke moći novih tržišta utiče na povećani broj i odmorišnih i poslovnih putovanja. Aktivni odmor, težnja za cjelokupnim doživljajem i kvalitetom, individualna organizacija putovanja, inovativni oblici turističkih sadržaja te vrijednost za novac, glavne su promjene navika u putovanjima savremenih turista.

S obzirom na povećanu brigu o zdravlju i sve veću educiranost ljudi, turisti postaju sve zahtjevniji. Putuju češće, ali kraće, okreću se specifičnim oblicima turizma i potraži za novim doživljajima. Turističko putovanje postaje doživljaj, prilika za učenje i ulaganje 'u sebe'. Važan trend danas čine i promjene u svijesti potrošača o važnosti očuvanja prirode. Ljudi postaju ekološki svjesni, traže ekološku ravnotežu, okrenutost prema zdravlju, netaknutu prirodu, zdravu hranu, boravak na otvorenom i laganu rekreaciju. Sve se više govori o eko hotelima, eko proizvodima i svemu onome što uključuje prirodno, izvorno i istinsko. Također, pojedini turistički segmenti traže i vrijednost netipičnosti ponude kao što je „dark“ turizam, mračni turizam ili turizam crnih mjesta. Dark/mračni turizam predstavlja pojavu koja objedinjava prezentaciju (ponude) i konzumaciju (od strane posjetitelja) lokaliteta povezanih sa događajima vezanim za ratna dešavanja, stradanja, itd. Glavni motivi posjeta nekoj destinaciji ili izdvojenom lokalitetu su u suštini obrazovanje i empatijski odnos prema tragediji, patnji i ljudskim žrtvama koje su posljedica društvenih sukoba, prirodnih katastrofa ili nesretnih slučajeva.

Svakodnevno povećanje broja turističkih destinacija jedno je od glavnih obilježja ponude u turizmu. Intenzivna konkurencija među turističkim destinacijama transformisala je turističko tržište iz tzv. tržišta masovnog turizma u tržište specifičnih ili posebnih interesa. To podrazumijeva turističke aktivnosti kojima se bave turisti čiji je izbor destinacije za odmor u najvećoj mjeri motivisan njihovim specifičnim interesima i kod kojih je stepen zadovoljstva turističkim proizvodima i uslugama u najvećoj mjeri određen kvalitetom iskustva kojeg dožive u destinaciji. Destinacije nastoje biti konkurentne, razvijaju nove proizvode i usluge, a sve sa ciljem stvaranja prepoznatljivih turističkih brendova. Dolazi do horizontalnih i vertikalnih integracija subjekata na turističkom tržištu. To utiče i na povezivanje geografski bliskih destinacija tako da nude povezane proizvode i stvaraju zajednički brend, čime se smanjuje mogućnost supstitucije jedne destinacije drugom. Također, pojava Interneta i modernih tehnologija unijela je značajne promjene u pružanju usluga u turizmu. Informacije o destinacijama su stalno dostupne potrošačima širom svijeta koji brzo mogu doći do potrebnih informacija. Internet je omogućio potpuno nove, globalne i virtuelne prodajno-komunikacijske kanale pružajući značajne mogućnosti informisanja, promocije i prodaje proizvoda turističke destinacije što ujedno mijenja, ali i olakšava marketinške i upravljačke procese u destinaciji.

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

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

- Globalizacija. Različitost zajednica, tehnološke promjene i liberalizacija tržišta povećavaju mobilnost ljudi i smanjuju prepreke fizičkih granica.
- Demografske promjene. Dvije najznačajnije pojave u dijelu demografskih promjena su porast broja stanovnika (ali po opadajućoj stopi rasta) i starenje stanovništva. Procjenjuje se da će u 2020. godini oko 20% evropske populacije biti starije od 65 godina. Ovaj dio stanovništva ima značajnu kupovnu moć i više slobodnog vremena za putovanja. Pored starenja stanovništva, broj domaćinstava sa jednom ili dvije osobe će se povećati. Demografske promjene imat će značajan uticaj na budući razvoj turizma. Uticat će na tipove turista koji će putovati, odakle i gdje će putovati, vrstu smještajnih kapaciteta koju će odabirati i aktivnosti koje će na putovanjima poduzimati.
- Tehnološke promjene. Razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija, poput Interneta su u potpunosti izmjenili poslovanje i lanac vrijednosti u turizmu.
- Ekonomija doživljaja/iskustva. S obzirom na obimnu ponudu, kada postaje teško razlikovati proizvode i usluge prema kvaliteti, potrošači sve više traže ostale faktore na temelju kojih će temeljiti svoj izbor. Turisti su u potrazi za novim/bogatijim/dubljim iskustvima odnosno iskustvima za pamćenje.
- Prilagođavanje. potrošači traže rješenja „po mjeri“ koja odgovaraju njihovoj ličnosti. Društvo se više ne može podijeliti na homogene ciljne grupe, već se sastoji od mnogo manjih tržišnih niša.
- Održivost. Zabrinutost zbog klimatskih promjena, zagađenja životne sredine i socijalnog blagostanja vodi ka povećanju tražnje u okviru ekološki, društveno i ekonomski odgovorne potrošnje. Ovaj trend je pojačan zakonodavnim inicijativama usmjerenim ka podsticanju potrošača i kompanija da djeluju na održiviji način.
- Zdravlje i wellness. Povećava se tražnja usmjerena ka zdravlju i wellness-u, kao aktivnosti u slobodnom vremenu.
- Poslovni modeli zasnovani na niskim troškovima. Ovi poslovni modeli sve uspješnije prodiru na tržište svodeći proizvode i usluge na njihove najosnovnije komponente.

ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

Socio-ekonomska analiza Maglaj je prikazana u tekstu Strategije razvoja općine Maglaj 2012. – 2020. godina - na stranicama 9-56, a dio koji se odnosi na razvoj turizma se nalazi na stranicama 24 i 25. Namjera ovog dokumenta nije prezentacija detalja i atrakcija vezanih za turističko-resursnu osnovu nego razumjevanje ukupnog konteksta i kreiranje strateškog okvira za razvoj.

Strategija razvoja općine Maglaj 2012. - 2020. godina ocjenjuje sljedeće elemente važnim za razvoj turizma: dobar geografski položaj i prometna povezanost sa ostalim gradovima i regijama, bogato kulturno-historijsko nasljeđe, prirodne ljepote, kultura života i rada na području općine Maglaj.

Strategijom razvoja općine Maglaj 2012. – 2020. godina, navedeni su sljedeći stubovi razvoja konkurentne prednosti u turizmu općine Maglaj:

- izuzetno poljan geografski položaj i prometna povezanost (magistralni put M17),
- bogati kulturno-historijsko naslijeđe, kulturne i vjerske znamenitosti,
- prirodne ljepote, i
- autohtonost života, običaja i ljudi (gostoprimstvo).

Kao nedostaci su navedeni:

- potencijal ponude doživljaja i aktivnosti nije primjereno valorizovan i usklađen sa novim trendovima,
- turizam se još uvijek svodi na entuzijizam pojedinaca i povremene osmišljene događaje, ne postoji integrisani sistem upravljanje destinacijom,
- neadekvatna je turistička opremljenost raspoloživih resursa, i
- kvalitet ukupne turističke ponude je na nižem nivou od objektivno mogućih.

U nastavku je opisana analiza turističke resursne osnove općine Maglaj te su identifikovane interesne grupe u razvoju turizma općine Maglaj.

Analiza turističke resursne osnove

Resursna osnova predstavlja skup turističkih atrakcija i infrastrukture koja je neophodna za razvoj nekog potencijalnog turističkog područja. Za inicijalni razvoj turizma tu su najbitnije turističke atrakcije, realne i potencijalne, koje predstavljaju bazu za turistički razvoj nekog područja. Upravo struktura i intenzitet privlačnosti atrakcija određuju moguću strukturu turističkog destinacijskog proizvoda i njegov mogući imidž na turističkom tržištu. Prema tome, svako razvojno (dugoročno) planiranje turizma, treba da sadrži analizu turističke atrakcijske osnove konkretne turističke destinacije, što se, u ovom slučaju, odnosi na područje općine Maglaj. Proces se pri tome mora sastojati od prepoznavanja svih turističkih atrakcija koje postoje na određenom području, od onih koje već imaju svoju turističku funkciju (realne), do onih koje se tek prepoznaju kao takve (potencijalne). Ključne turističke atrakcije na području općine Maglaj predstavljene su u Tabeli 1.

Tabela 1. Ključne turističke atrakcije na području općine Maglaj

<p>Stari grad Maglaj, Gradina ili tvrđava, nastaje u 13. stoljeću i to je prva srednjovjekovna utvrda koju su kasnije dograđivali Turci. Uprkos svom nepristupačnom položaju, kulama, zidinama i tabijama, puškarnicama i topovima, tvrđava je u nekoliko navrata nakratko osvajana. Prvi put kod napada Eugena Savojskog, zatim 100 godina kasnije kad su njeni branioci otvorili kapije austro-ugarskom vojskovođi Laudonu, da bi to učinili i 1850. godine i pred Omer-pašom Latasom koji je u Bosnu došao da pokori svoj begovat.</p>	 <p>Nacionalni spomenik</p>
<p>Delibegov han – sagrađen je oko 1850. godine i u svoje vrijeme bio je jedina kuća na lijevoj obali rijeke Bosne. Delibegov han je služio putnicima namjernicima kao konačište, uz obrok i piće. Obnova građevine završena je krajem 2013. godine, u okviru EU projekta „Prošlost za budućnost“ koji je implementirala REZ Agencija u partnerstvu s Općinom Maglaj. Međutim, tokom poplava koje su se desile u maju 2014. godine građevina je oštećena te su potrebna ulaganja kako bi ista postala realna turistička atrakcija.</p>	 <p>Spomenik gradnjaškog naslijeđa</p>
<p>Uzeirbegov konak je izuzetno lijep objekt, smješten uz samu obalu rijeke Bosne. Izgrađen u starobosanskom stilu 19. stoljeća, oko 1875. godine. Konak je izgradio Salih-beg Uzeirbegović, jedan od potomaka maglajskih kapetana. Konak je bio poznat po tome što je njegov vlasnik svojim gostima nudio beslatan konak i hranu.</p>	
<p>Kalavun Jusuf pašina (Kuršumlija) džamija sa haremom i česmom čini graditeljsku cjelinu koja se nalazi se na listi nacionalnih spomenika zaštićene kulturno-historijske baštine BiH. Džamiju je podigao Jusuf paša Budimlija 1560. godine. Džamija je dobila ime Kuršumlija (turski kuršum – olovo) po krovu koji je pokriven olovom. Sazidana je od kamena pješčara i predstavlja jedinstven spomenik kulture 16. stoljeća.</p>	

Vali Recep Yazicioğlu džamija je ime dobila po preminulom valiji turskog grada pobratima Erzincana, koji je bio inicijator izgradnje džamije na lijevoj obali Bosne. Džamija je izgrađena sredstvima vakufa iz Ankare (Turska) i predstavlja kombinaciju tradicionalnog i modernog stila gradnje.



Pravoslavna crkva Svetog Ilije Proroka sagrađena je u vizantijskom stilu. Građena je periodu od 1906. do 1908. godine. Jednobrodno zasvođena građevina, s bočnim pjevnicama, zvonikom na zapadnoj strani i apsidom na istočnoj. Na crkvi postoje dva portala: glavni na zapadnoj strani i sporedni na južnoj strani objekta.



Svetište sv. Leopolda. Na lijevoj obali Bosne 1919. godine podignuta je katolička crkva Svetog Ante Padovskog. Na istom mjestu, 60 godina poslije (1979.) sagrađeno je svetište u čast Svetog Leopolda Bogdana Mandića, sa križolikim zvonikom i tri zvona posvećena Svetom Bogdanu, Blaženoj Katarini Kosača – Kotromanić i Svetom Nikoli.



Maglajska kamena kugla i stećak. Maglajska kugla pronađena je 1979. godine u tunelu "Sikola". Procijenjena starost kugle je 12.000 godina. Stećak, postavljen po pravcu istok – zapad, je s lokacije Smajlovac. Potiče najvjerojatnije iz perioda od 12. do 15. stoljeća



<p>Spomenik austrougarskim vojnicima. Austro-ugarske trupe okupirale su Bosnu i Hercegovinu 1878. godine, a 3. augusta/kolovoza iste godine VII husarska regimenta upala je u zasjedu kod Maglaja izgubivši 46 vojnika. O tom događaju svjedoče spomenik koji su Austrijanci podigli na obali rijeke Bosne, kao i neki od grobova na obližnjem maglajskom Gradskom groblju.</p>	
<p>Pećina Megara se nalazi u naselju Donji Rakovac. Prema nekim speleoškim istraživanjima, njena dužina iznosi oko 2.500 metara. Dijeli se na suhu i mokru Megaru, zavisno od toga da li je potopljena vodom ili ne. U pećini Megara obitava endemična vrsta bijelog pauka. Turistička subinfrastruktura na lokalitetu pećine Megara trenutno nije razvijena.</p>	
<p>Izletište Borik nalazi se u blizini grada Maglaja i okruženo je crnogoričnom šumom. Trenutno, ugostiteljski objekti koji se nalaze na ovoj lokaciji nisu u funkciju, a staze i površine nisu uređene.</p>	
<p>Izletište Bistrica. Prostor oko rijeke Bistrice okružen je borovom šumom, a posebnu čar ovom izletištu daje žubor i osvježenje male rijeke Bistrice. Turistička infrastruktura na lokalitetu izletišta Bistrica trenutno nije razvijena.</p>	

Izvor: Internetske stranice

Postojanje resursne osnove za razvoj turizma na području općine Maglaj je neupitno, no stanje pojedinih resursa ukazuje da je njihova spremnost za korištenje na vrlo niskom nivou. To se prvenstveno odnosi na kulturno-historijske znamenitosti (npr. Maglajska Gradina, Delibegov han), prirodne resurse, koji su važni potencijali, no daleko su od mogućnosti turističkog korištenja. Uređenjem i interpretacijom navedenih resursa, moguće je daljnje unapređenje kvaliteta turističke ponude općine Maglaj.

Neophodna je i daljnja razrada manifestacija u vidu jačanja njihovog značaja, ali i interpretacija nematerijalnog naslijeđa. Neke od ključnih kulturnih i sportskih manifestacija koje se održavaju na području općine Maglaj su:

- Međunarodna kulturna manifestacija „Studentsko ljeto“ - „Studentsko ljeto“ je muzički festival narodne i zabavne muzike koji je prvi put održan 1964. godine, a prema ideji tadašnjih maglajskih studenata i ostale omladine, koji su odlučili da do tada dosadna maglajska ljeta pretvore u festivale: sunca, sporta, ljubavi i pjesme. U okviru ove kulturne manifestacije održava se i dječiji muzički festival "Malo ljeto". Manifestacija „Studentsko ljeto“ traje 2 mjeseca i uključuje niz kulturnih događaja kao što su večeri poezije, galerije, izložbe i slično.
- Međunarodni festival folklor „Kolo na bosankom ćilimu“ održava se od 2005. godine, uz učešće kulturno-umjetničkih društava iz BiH i inostranstva.
- Gastrokulturni susreti "Maglaj fest" je manifestacija koju organizuje Dom kulture „Edhem Mulabdić“ pod pokroviteljstvom Općine Maglaj. „Maglaj fest“ ima za cilj afirmaciju gastronomskih, privrednih, turističkih i kulturnih vrijednosti Maglaja te međusobno uvezivanje malih i srednjih preduzetnika, proizvođača prerađivača hrane u cilju očuvanja nematerijalnog naslijeđa te razvoja turizma na području općine Maglaj.
- Proljetni dani kulture.
- Tradicionalni, cjelovečernji koncert „Gradskog mješovitog hora Maglaj“.
- Memorijalni turnir u odbojci na pijesku „Jasenکو Softić“ održava se u ljetnom periodu podržava i učešće osoba s posebnim potrebama.

Analiza interesnih grupa

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

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

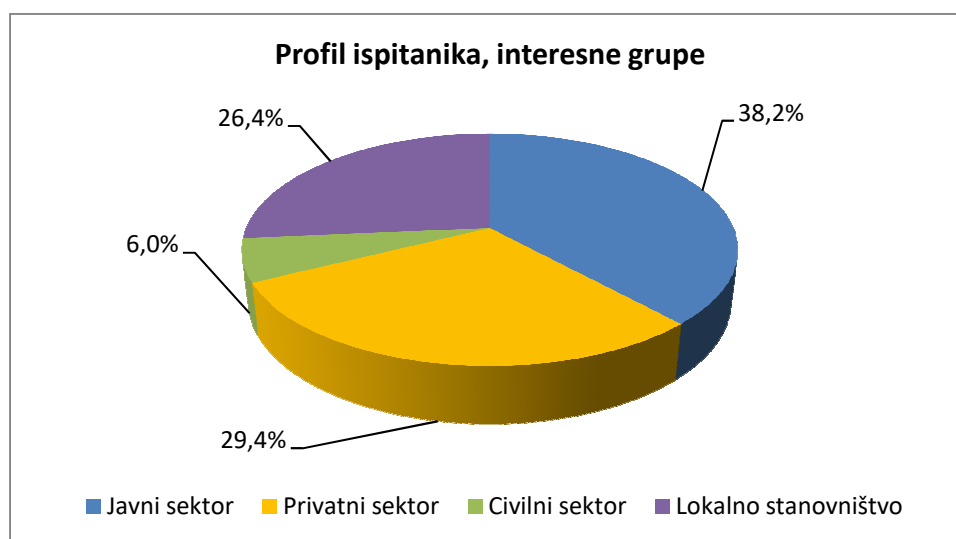
Na temelju postojećih dokumenata i provedenog istraživanja, identifikovan je značajan broj interesnih grupa u razvoju turizma na području općine Maglaj (Tabela 2.)

Tabela 2. Interesne grupe u razvoju turizma na području općine Maglaj

Federacija BiH (FBiH)	Federalno ministarstvo okoliša i turizma i Federalno ministarstvo prostornog uređenja su ključne interesne grupe za djelovanje i funkcionisanje turizma na području općine Maglaj
Zeničko-dobojski kanton i Općina Maglaj	Kantonalna ministarstva, općinski organi uprave i javna preduzeća i ustanove su direktno povezani sa razvojem turizma. Razvojne agencije su takođe direktno povezane sa razvojem turizma i kroz različite donatorske projekte mogu doprinijeti popularizaciji i razvoju destinacije. Uloga organa uprave je da destinaciju učini atraktivnom i za investitore (kroz kreiranje poslovnog ambijenta) i za donatore (kroz atraktivne prijedloge i uspješnu implementaciju razvojnih projekata). Potrebno je takođe raditi na unapređenju preduzetničkih aktivnosti stanovništva kroz poticaje, edukaciju i stručnu pomoć.
Turistička zajednica Zeničko-dobojskog kantona	S obzirom na presudu Ustavnog suda FBiH iz 2014. godine, aktivnosti kantonalnih turističkih zajednica u FBiH se nalaze u pravnom vakuumu, sve do donošenja novog Zakona o turizmu u FBiH (u parlamentarnoj proceduri), te je trenutno njihovo djelovanje minimizirano zbog nepostojanja izvora finansiranja. Turističke zajednice u svakom slučaju imaju veliki značaj u promociji destinacije i posebno u upravljanju destinacijom. Za Općinu će biti posebno važno uspostavljanje turističke organizacije Općine što će biti objašnjeno u nastavku.
Javne i privatne kompanije i ustanove	Javne i privatne kompanije i ustanove imaju važnu ulogu u razvoju turizma kroz obavljanje privrednih djelatnosti koje su direktno ili indirektno povezane sa turističkom djelatnošću, odnosno srodnim i povezanim djelatnostima. Razvoj turizma bi trebao omogućiti ubrzan razvoj biznisa u raznim oblastima (transport, proizvodnja hrane, zanati, itd.) zbog same integrativne prirode turizma, ali i privlačenja investitora.
Nevladine organizacije i fondacije	Nevladine organizacije i fondacije su važan faktor u razvoju turizma i zaštiti okoliša. Kroz projekte obavljaju aktivnosti usmjerene ka lokalnom stanovništvu, privatnom i javnom sektoru, drugim nevladinim organizacijama, itd. Djelovanje nevladinih organizacija predstavlja i važan korektivni faktor u djelovanju privatnog i javnog sektora, a posebno kroz identifikaciju eksternalija, edukaciju, rad sa marginalizovanim grupama, kampanje zagovaranja, davanje prijedloga zakona, i sl.
Institucije za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa	S obzirom na bogatstvo kulturno-historijskog naslijeđa veliki je značaj Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika i Federalnog Zavoda za zaštitu spomenika.
Mediji	Mediji imaju veliki značaj za razvoj područja, kroz kreiranje i plasman vijesti za lokalno i šire tržište, ali i kroz edukaciju stanovništva.
Lokalno stanovništvo	Interesi lokalnog stanovništva su izuzetno važni za razvoj turizma, ali su istovremeno i veoma kompleksni. Različite zajednice u destinaciji imaju različite razvojne potrebe (saobraćajna infrastruktura, edukacija, zapošljavanje, itd). Lokalno stanovništvo bi kroz razvoj turizma trebalo osjetiti unapređenje kvaliteta života, posebno kroz zapošljavanje i kreiranje novih radnih mjesta, te kroz samozapošljavanje. Prema nalazima istraživanja Peštek i drugih (2017), lokalno stanovništvo ima pozitivne preferencije prema razvoju turizma u Federaciji BiH, ali smatra da lokalne vlasti ne čine

	dovoljno u sistemskom i planskom razvoju turizma.
Edukacijske ustanove, akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	<p>Akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije mogu značajno doprinijeti razvoju održivog turizma zahvaljujući svojoj ekspertizi, dok sa druge strane dobijaju prostor za provođenje naučnih i istraživačkih projekata. Sinergija akademskih i praktičnih znanja dovodi do ubrzanog i održivog razvoja područja.</p> <p>Akademska zajednica svoj doprinos razvoju treba dati i kroz razvoj edukacijskih programa iz oblasti biznisa i preduzetništva, turizma, zaštite okoliša, itd. Potreban je i razvoj srednjoškolskih programa edukacije za turistička zanimanja, ali i programa cjeloživotnog učenja iz oblasti biznisa i turizma.</p>
Vjerske zajednice	Vjerske zajednice imaju važnu ulogu u razvoju turizma zbog postojanja i prirode religijskih objekata/običaja koji mogu biti iskorišteni u razvoju turističkih proizvoda. Religijski objekti/običaji imaju dualnu prirodu: religijsku i kulturno-istorijsku. Stoga se religijski objekti mogu koristiti i za promociju kulturno-istorijskog nasljeđa i uključenje u turističku ponudu za različite segmente.

Budući da razvoj turizma počiva na saradnji svih ključnih interesnih grupa, u okviru izrade Strategije, provedeno je anketno istraživanje u kojem su učestvovali predstavnici javnog, privatnog i nevladinog (civilnog) sektora općine Maglaj. Cilj istraživanja je bio utvrditi stepen zadovoljstva navedenih interesnih grupa elementima turističke ponude općine Maglaj kao i utvrditi njihove stavove o budućem razvoju turističkih proizvoda na ovom području. U nastavku se prikazuju rezultati analiza provedenih na primarnim podacima dobivenim istraživanjem povezanim sa stavovima relevantnih interesnih grupa. Pri postavljanju osnovnih okvira empirijskog istraživanja, uvažavali su se rezultati i metodologija srodnih istraživanja koja su obuhvaćala stavove i zadovoljstvo interesnih grupa turističke destinacije. Istraživanje je provedeno u periodu od maja do jula 2018. godine, a u istraživanju je 38 ispitanika (predstavnici privatnog, javnog i neprofitnog sektora te lokalno stanovništvo). Struktura ispitanika predstavljena je na Slici ispod.



U okviru anketnog istraživanja, ispitanici su ocjenjivali doživljeni kvalitet svakim pojedinim elementom turističke ponude općine Maglaj. Ocjene su varirale od 1 (loše) do 5 (odlično).

Tabela 3. Ocjena elemenata turističke ponude općine Maglaj, rezultati primarnog istraživanja provedenog među interesnim grupama

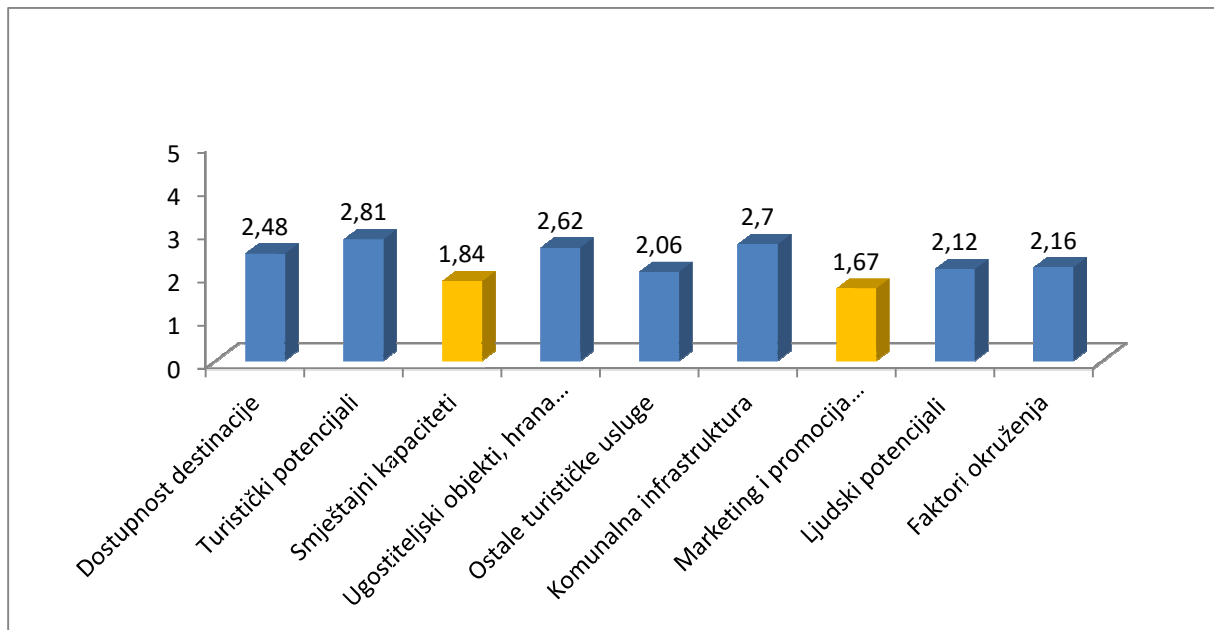
Elementi turističke ponude općine Maglaj	Prosje. ocjena		Prosje. ocjena
DOSTUPNOST DESTINACIJE		OSTALE TURISTIČKE USLUGE	
Ukupna razvijenost putne infrastrukture	2,35	Kulturna ponuda (muzeji, galerije i sl.)	1,79
Dostupnost destinacije željeznicom	2,85	Postojanje i raznolikost kulturnih manifestacija	2,7
Dostupnost destinacije avio saobraćajem	1,55	Raspoloživost zabavnih sadržaja	2,0
Dostupnost javnog prevoza	2,59	Raspoloživost sportsko-rekreativnih sadržaja	2,52
Raspoloživost parking mjesta	2,53	Raspoloživost pješačkih staza	2,55
Ukupna razvijenost taksi i djelatnosti prevoza	2,94	Raspoloživost biciklističkih staza	2,12
Mogućnost lakog pristupa atrakcijama	2,56	Raspoloživost autentičnih suvenira i starih zanata	1,67
TURISTIČKI POTENCIJALI		Raspoloživost trgovina i mogućnost shoppinga	1,91
Brojnost i raspoloživost historijskih spomenika	3,26	Raspoloživost sadržaja za avanturističke i outdoor aktivnosti	1,3
Brojnost i raspoloživost prirodnih atrakcija	3,0	KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	
Bogatstvo kulturno-historijskog naslijeđa	3,38	Kanalizacija i sistem odvodnje	2,53
Raznovrsnost turističkih atrakcija	2,58	Usluge vodovoda i snabdjevanje vodom	3,0
Stepen očuvanja i zaštite kulturno-historijskih spomenika	2,47	Prikupljanje i upravljanje otpadom	2,71
Stepen očuvanja i zaštite prirode	2,15	Kvalitet vode	2,56
SMJEŠTAJNI KAPACITETI		Kvalitet zraka	2,03
Brojnost smještajnih kapaciteta	1,94	Čistoća okoliša	2,76
Kvalitet smještajnih kapaciteta	1,94	Uređenost javnih površina	3,29
Čistoća i urednost smještajnih kapaciteta	2,29	MARKETING I PROMOCIJA DESTINACIJE	
Dodatne usluge u smještajnim kapacitetima (npr. wellness, spa, i sl.)	1,29	Opći dojam o ponudi turističke destinacije	2,06
Kvalitet usluge u smještajnim objektima	2,03	Ocjena ukupnog kvaliteta dosadašnjih promotivnih materijala destinacije	1,91
Gostoprimstvo osoblja u smještajnim objektima	2,59	Raznolikost i kvalitet korištenih promotivnih materijala destinacije	1,76
Stručnost osoblja u smještajnim objektima	2,29	Korištenje online promocije destinacije	1,67
Raspoloživost hotela i motela	1,91	Korištenje društvenih medija u svrhu promocije destinacije	1,88
Raspoloživost hostela i prenoćišta	1,76	Ocjena uspješnosti prodaje destinacije	1,58
Raspoloživost smještaja u seoskim	1,62	Integracija turističke ponude	1,67

domaćinstvima		destinacije	
Raspoloživost etno sela	1,35	Postojanje turističkih agencija u destinaciji koji dovode turiste	1,39
Raspoloživost auto kampova	1,23	Atraktivnost paketa sadašnje turističke ponude destinacije	1,58
Raspoloživost smještaja kod individualnih iznajmljivača	1,68	Saradnja sa turističkim agencijama i operaterima van destinacije	1,45
UGOSTITELJSKI OBJEKTI, HRANA I PIĆE		Kvalitet rada i podrške turističke zajednice	1,30
Raspoloživost ugostiteljskih objekata	2,82	Postojeći nivo znanja o potrebama turista	1,72
Čistoća i urednost ugostiteljskih objekata	2,94	Kvalitet turističke signalizacije	1,62
Raznolikost i originalnost ukupne ugostiteljske ponude	2,48	LJUDSKI POTENCIJALI	
Kvalitet i raznovrsnost hrane	2,94	Rasploživost stručne radne snage u turizmu	1,85
Kvalitet i raznovrsnost pića	2,91	Rasploživost stručnih osoba s upravljačkim i menadžerskim znanjima u turizmu	1,94
Kvalitet domaće/lokalno proizvedene hrane i piće	2,09	Opći nivo educiranosti stručnog kadra u turizmu	1,79
Raspoloživost ponude autentične hrane i pića	1,97	Ocjena kvaliteta rada stručnog kadra u turizmu	1,82
Gostoprinstvo osoblja u ugostiteljskim objektima	3,06	Gostoljubivost lokalnog stanovništva	3,15
Stručnost osoblja u ugostiteljskim objektima	2,39	Poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,18

Izvor: Primarni podaci

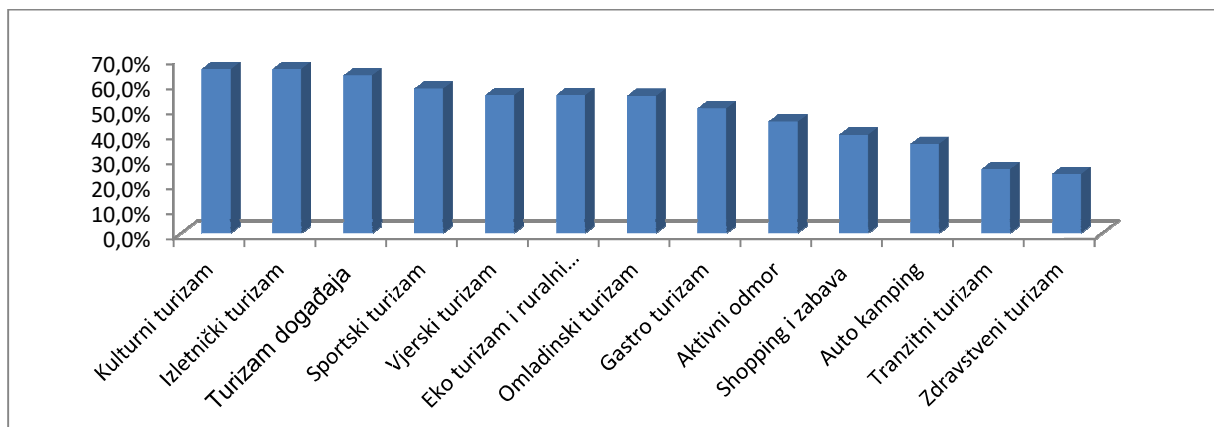
Najniže ocjene zabilježene su kod sljedećih elemenata: raspoloživost auto kampova (M=1.23), dodatne usluge u smještajnim objektima (M=1,29), raspoloživost sadržaja za avanturistički i outdoor turizam (M= 1,3) te kvalitet rada i podrška turističke zajednice (M=1,3). Elementi turističke ponude koji su zabilježili najviše ocjene su: uređenost javnih površina (M= 3,29), gostoljubivost lokalnog stanovništva (M=3,15), gostoprinstvo osoblja u ugostiteljskim objektima (M= 3,06). Posmatrano na nivou agregiranih elemenata turističke ponude, s najvišom ocjenom su ocijenjeni turistički potencijali (M=2,81), potom komunalna infrastruktura (M= 2,7) te ugostiteljski objekti, hrana i piće (2,62). Marketing i promocija turističke destinacije te smještajni kapaciteti su najniže ocijenjeni, s prosječnim ocjenama 1,67 i 1,84, respektivno.

Ilustracija 3. Ocjena kvaliteta elemenata turističke ponude, stavovi predstavnika interesnih grupa



Izvor: Primarni podaci

Ilustracija 4. Mogući pravci razvoja turizma na području općine Maglaj, stavovi predstavnika interesnih grupa



Izvor: Primarni podaci

U zaključnom dijelu anketnog upitnika, ispitanici su iznijeli prijedloge i moguće pravce budućeg razvoja turizma na području općine Maglaj. Naime, ispitanici su, među ostalim, ocjenjivali važnost pojedinih turističkih proizvoda i oblika turizma za općinu Maglaj.

Rezultati ukazuju kako više od 50% ispitanika smatra da budući razvoj turizma općine Maglaj treba temeljiti na razvoju sljedećih oblika turizma: kulturni turizam (65,8%), izletnički turizam (65,8%), turizam događaja (63,2%), sportski turizam (57,9%), vjerski turizam (55,3%), omladinski turizam (55,0%), eko turizam i ruralni turizam (55,3%) i gastro turizam (50%). Oko jedne trećine ispitanika smatra da razvoj turizma općine Maglaj treba ići u pravcu razvoju aktivnog odmora, tranzitnog turizma, zdravstvenog turizma te auto kampinga.


Kao ograničenje provedenog istraživanja može se navesti činjenica da su ispitivanjem obuhvaćeni stavovi nosioca turističke ponude, ali ne i stavovi gostiju, stoga je preporuka da se u okviru budućih razvojnih i monitoring aktivnosti neizostavno uključe kontinuirana i sistematska istraživanja stavova gostiju, ključnih nosilaca turističke ponude kao i cjelokupnog menadžmenta turističke destinacije.

SWOT MATRICA RAZVOJA TURIZMA

Prednosti i nedostaci

Prednosti općine Maglaj (Tabela 4.) predstavljaju njenu privlačnu snagu te cjelokupan prostor čine jedinstvenim u odnosu na konkurente na turističkom tržištu. S druge strane, zapaženi nedostaci predstavljaju prepreku razvoju turizma. Ipak, nedostatke treba promatrati kao faktore koji uz pomoć aktivnosti destinacijskog menadžmenta mogu postati prednosti, ali i podloga za definisanje novih, konkurentnih turističkih proizvoda.


Tabela 4. Prednosti/snage općine Maglaj

 PREDNOSTI/SNAGE
<ul style="list-style-type: none">▪ Pozitivan odnos svih zainteresovanih strana za sistemski razvoj turizma▪ Izuzetno povoljan geoprometni položaj i dobra prometna povezanost (cestovni i željeznički saobraćaj) s drugim destinacijama u BiH i regiji▪ Prirodne ljepote i mogućnost razvoja eko i outdoor aktivnosti▪ Bogato kulturno-historijsko naslijeđe▪ Sakralno naslijeđe (vjerski objekti)▪ Postojanje tradicije života i rada (stari zanati)▪ Gostoljubivost lokalnog stanovništva▪ Organizacija većeg broja kulturnih i sportskih manifestacija▪ Plodno poljoprivredno zemljište (mogućnost uzgoja zdrave/organske i kvalitetne hrane)

Među resursima i atrakcijama, najznačajnije prednosti su očuvana priroda te atrakcije kulturno-historijskog naslijeđa koje tek treba staviti u funkciju razvoja turizma. Među infrastrukturne prednosti spada izuzetno povoljan geoprometni položaj i dobra prometna povezanost (cestovni, željeznički i avio saobraćaj) s drugim destinacijama u BiH i regiji. Prednost za razvoj turizma općine predstavlja i plodno poljoprivredno zemljište, a koje se može koristiti za razvoj raznih aktivnosti što je detaljnije opisano u dijelu dokumenta koji definira turističke proizvode (vidjeti Omor u prirodi). Gledano iz perspektive ljudskih potencijala, važnu prednost predstavlja vrijedno i gostoljubivo lokalno stanovništvo. Razvoju turizma pridonosi i podrška javnog sektora, što pokazuje i inicijativa za izradom ovog projekta (dokumenta), te kvalitetni promotivni materijali koje će s razvojem novih proizvoda trebati ažurirati.

Nedovoljna valoriziranost kulturno-historijskog naslijeđa otežava razvoj novih turističkih proizvoda i posljedično podizanje kvalitete turističke ponude. Osim navedenih nedostataka, treba navesti i nizak nivo saradnje među glavnim učesnicima turističkog razvoja te nedostatak obrazovanih turističkih kadrova. Međutim, navedeno nije samo nedostatak općine Maglaj nego i mnogo razvijenijih destinacija u BiH. Također, nedovoljna prepoznatljivost općine Maglaj kao turističke destinacije te neefikasan interni marketing predstavljaju upravljačko-marketinške nedostatke koje je moguće unaprijediti aktivnostima definisanim u nastavku dokumenta - u planu marketinga i u projektnim prijedlozima.

Tabela 5. Nedostaci/slabosti općine Maglaj

 NEDOSTACI/SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nepostojanje destinacijske organizacije za upravljanje turizmom i turističke organizacije ▪ Arhitektonska devastiranost pojedinih područja ▪ Neuređeni i turistički neatraktivni lokaliteti sa važnim spomenicima ▪ Nedovoljna valoriziranost kulturno-historijskog naslijeđa ▪ Neuvezanost turističke ponude općine Maglaj ▪ Nepovoljna struktura i kvalitet smještajnih objekata (hoteli, moteli, hosteli, porodična poljoprivredna domaćinstva i sl.) ▪ Nedostatak kvalitetne turističke infrastrukture i suprastrukture ▪ Nedovoljna prepoznatljivost općine Maglaj kao turističke destinacije ▪ Nedovoljna saradnja privatnog i javnog sektora na projektima razvoja turizma ▪ Neuređen pristup i parking za autobuse ▪ Nepostojanje autohtonih suvenira ▪ Nedostatak obrazovanih turističkih kadrova ▪ Nepostojanje specijalizovanih incoming agencija ▪ Nedovoljan broj registrovanih turističkih vodiča ▪ Neefikasnost internog marketinga (obuke, motivacija, standardi, procesi)

Prilike i prijetnje

Prilike za razvoj turizma općine Maglaj (Tabela 6.) proizlaze iz trendova karakterističnih za turističko tržište te iz do sada neiskorištenih potencijala razvoja ovog područja poput mogućnosti razvoja organske poljoprivrede. Priliku predstavlja i porast vikend potražnje te porast svijesti o značaju aktivnog načina života što je pogodno za razvoj pojedinih oblika turizma. Tomu valja pridodati i bogato kulturno-historijsko naslijeđe ovog područja. Gledano iz perspektive infrastrukture, priliku predstavlja blizina magistralne ceste M17 te mogućnost malih iznajmljivača. Osim navedenog, priliku za razvoj turizma općine Maglaj predstavlja i saradnja općinske turističke organizacije s turističkim organizacijama ostalih općina iz okruženja te Turističke zajednice ZE-DO kantona, a koja se može realizovati kroz kreiranje novih i uvezivanje postojećih turističkih proizvoda, zajedničko izdavanje

promotivnih materijala (brošura), te zajedničke nastupe na sajmovima. Također, potrebno je istaći i mogućnosti korištenja međunarodnih izvora finansiranja (EU fondovi).

Tabela 6. Prilike za razvoj turizma na području općine Maglaj



 PRILIKE
<ul style="list-style-type: none">▪ Porast svijesti o značaju aktivnog načina života što je pogodno za razvoj pojedinih oblika turizma▪ Porast obima putovanja na globalnom nivou i porast interesa za destinacije u BiH▪ Sklonost turista da putuju češće i kraće▪ Blizina emitivnih tržišta regije i EU▪ Obogaćivanje ugostiteljske ponude (kvalitetni restorani i razvoj gastro ponude)▪ Trendovi u organskoj proizvodnji i mogućnost razvoja organske poljoprivrede▪ Mogućnost saradnje sa destinacijama iz okruženja - multidestinacijski pristup▪ Mogućnost saradnje s turističkim organizacijama općina u okruženju i Turističke zajednice ZE-DO kantona▪ Mogućnost korištenja međunarodnih izvora finansiranja (EU fondovi)▪ Mogućnost razvoja javno-privatnog partnerstva▪ Mogućnost realizacije razvojnih projekata iz oblasti turizma putem javno-privatnog partnerstva

Tabela 7. Prijetnje/opasnosti za razvoj turizma na području općine Maglaj

 PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none">▪ Ekonomska situacija u BiH, destimulativno okruženje za preduzetništvo i investicije▪ Nedostatak sredstava za finansiranje investicija u turizmu▪ Neusklađena ili nepostojeća zakonska regulativa, raspodjela nadležnosti i sprovođenje zakonske regulative▪ Neregulisano tržište turističkih vodiča▪ Konkurencija ostalih destinacija u okruženju i regiji▪ Odsustvo sistema registracije turista▪ Rad inspekcija▪ Nedovoljna implementacija strateških razvojnih dokumenata▪ Nepovoljan imidž BiH kao turističke destinacije u svijetu

Identifikovane opasnosti/prijetnje za budući razvoj turizma na području općine Maglaj odgovaraju onim opasnostima s kojima se suočavaju gotovo sve turističke destinacije na području BiH (Tabela 7.)

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

Izbor modela razvoja turizma

Model razvoja turizma proizlazi iz shvatanja kako na poslovnu izvrsnost turističke destinacije utiče više međuzavisnih komponenti, a posebno resursi, menadžment i ostali ljudski potencijali, te politika i strategija lokalne zajednice. Tržišna istraživanja pokazuju kako turisti za vrijeme boravka u određenoj destinaciji zahtijevaju sve viši stepen kvaliteta, što se susreće pod opće prihvaćenim sloganom "value for effort", a znači da savremeni turist zna nagraditi napore uložene u turističku ponudu i kvalitetniju uslugu. Istovremeno, turizam obilježavaju stalne promjene trendova turističke potražnje i razvoj novih motiva putovanja. Turisti se više ne zadovoljavaju jednoobraznom turističkom ponudom ili isključivo kvalitetnim smještajem, oni traže doživljaj, a kvalitetan smještaj i usluge se podrazumijevaju. Novi turizam, turizam po mjeri čovjeka, pravi otklon od masovnosti, a teži individualizmu, spontanosti doživljaja i kreativnosti odmora. Iz navedenog proizlazi potreba izbora modela razvoja turizma općine Maglaj koji će se zasnivati ne samo na postojećem stanju turizma, nego i na stanju cjelokupnog privrednog sistema u općini Maglaj, istovremeno uzimajući u obzir i savremene trendove na turističkom tržištu. Prilikom izbora modela razvoja turizma općine Maglaj potrebno je razmišljati o onom modelu koji će osigurati konkurentsku prednost u odnosu na ostale destinacije sličnih obilježja usmjerenih k istim ciljanim grupama. Stoga je preporuka da se razvoj turizma na području općine Maglaj zasniva na modelu integralnog upravljanja kvalitetom (Integrated Quality Management - IQM), jer se ocjenjuje da on osigurava najbolji put do zadovoljstva svih interesnih grupa ove turističke destinacije. Upravljanje turističkim područjem na temeljima IQM-a može samo inovativni i integralni destinacijski menadžment uz podršku lokalne vlasti, turističkih profesionalaca, nosioca turističke ponude i lokalnog stanovništva.

Tabela 8. Dugoročni ciljevi razvoja turizma na području općine Maglaj

Ekonomski	Sociokulturni	Ekološki
Turizam kao pokretač razvoja privrede u cjelini	Unapređenje kvaliteta života lokalnog stanovništva	Očuvanje i zaštita prirodnih resursa
Razvoj novih turističkih proizvoda	Očuvanje i zaštita kulturno-historijskog naslijeđa	Unapređenje infrastrukture
Izgradnja i obnova turističke infrastrukture i suprastrukture	Očuvanje lokalnog identiteta u uslovima globalizacije	Prostorno planiranja kao oblik sprječavanja vizuelnog zagađenja
Kreiranje novih radnih mjesta i povećanje upošljivosti lokalnog stanovništva	Prožimanje kultura i povezivanje ljudi	
Razvoj preduzetništva	Sigurnost lokalnog stanovništva i turista	
Valorizacija ruralnih prostora		
Proizvodnja i prodaja autohtonih proizvoda		

Uzimajući u obzir raspoloživu resursnu osnovu, potencijale razvoja, mogućnosti i realna ograničenja te savremene trendove na turističkom tržištu preporuka je da se scenarij razvoja turizma općine Maglaj zasniva na modelu restrukturiranja i repositioniranja u kombinaciji s modelom ubrzanog rasta. Dakle, model razvoja turizma općine Maglaj koncipiran je na način da se turizam sagledava kao integralni dio privrednog i društvenog sistema te kao ekonomska aktivnost koja omogućava značajne društvene i ostale pogodnosti lokalnom stanovništvu otvarajući nove preduzetničke mogućnosti. Navedeni model razvoja turizma dugoročno doprinosi postizanju ekonomskih, sociokulturnih i ekoloških ciljeva razvoja općine Maglaj.

Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma

Bogato kulturno-historijsko naslijeđe općine Maglaj, blizina i očuvanost prirode te prijateljsko raspoloženje stanovnika osnovna su polazišta za izradu vizije razvoja turizma. Slijedom polazne osnove i preporuka sa održanih radionica, postavlja se sljedeća vizija razvoja turizma općine Maglaj:

Općina Maglaj je regionalno prepoznatljiva turistička destinacija koja spaja ljepotu prošlosti vidljivu kroz očuvanu jezgru starog grada, raznoliko prirodno okruženje i ugodnost sadašnjeg trenutka. Sve to zajedno interpretira na inovativan način nudeći jedinstven turistički doživljaj svima koji tragaju za autentičnim iskustvima.

Vizija turizma općine Maglaj proizlazi prvenstveno iz kulturnog i historijskog naslijeđa koje se ogleda u historijskih graditeljskim cjelinama, gdje je najznačajniji dio stara gradska jezgra Maglaja. Osim kulturno-historijskog naslijeđa, područje općine Maglaj posjeduje bogate prirodne resurse (rijeke, planine, zelene površine), što pruža niz mogućnosti za razvoj različitih oblika turizma. Značajnija komercijalizacija turizma je moguća na mikrodestinacijama koje su bogate kulturno-historijskim i prirodnim resursima te se iz tog razloga vizija razvoja turizma općine Maglaj upravo temelji na najatraktivnijem dijelu turističke ponude. Potrebno je naglasiti i to da vizija počiva na već uspostavljenim odnosima na turističkom tržištu, općoj percepciji ovog područja od strane potencijalnih turista i isticanju specifičnosti elemenata koji razlikuju općinu Maglaj od konkurentskih destinacija iz okruženja i regije.

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

- **Strateški cilj 1: Uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja turističkom destinacijom**
- **Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda**
- **Strateški cilj 3: Širenje i produbljanje destinacijskog lanca vrijednosti**

Strateški cilj 1: Uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja turističkom destinacijom

Destinacijski menadžment je kontinuirani proces u kojem turistički sektor, javna uprava i ostali subjekti usmjeravaju razvoj destinacije sa ciljem ostvarivanja zajedničke željene vizije destinacije. Destinacijski menadžment je rezultat uključivanja različitih sektora, grupa, učesnika i partnera koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realizuju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Temeljna uloga destinacijskog menadžmenta ogleda se u praćenju razvoja i implementacije kreirane strategije turizma na bazi potreba učesnika iz javnog i privatnog sektora.

Dosadašnja situacija u razvoju turizma općine Maglaj pokazuje da se destinacijom kao cjelinom i samim tim i razvojem turizma nije efikasno upravljalo. Organizacija za upravljanje destinacijom (eng. Destination Management Organization, DMO) nije postojala, iako prema WTO, turističke organizacije na lokalnom i regionalnom nivou imaju ulogu DMO.

Prema WTO, aktivnosti kojima se bavi lokalna DMO uključuje:

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

Imajući u vidu specifičnosti budućih Zakona o turizmu i specifičnosti razvoja turizma općine Maglaj, priroda buduće organizacije za destinacijski menadžment je lokalna i neophodno je uspostavljanje lokalnog DMO kroz osnivanje „Turističke organizacije općine Maglaj“.

Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta će dovesti do:

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

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

U periodu do osnivanja „Turističke organizacije općine Maglaj“ kao buduće DMO općine, potrebno je da Služba za prirodu, finansije/finansije i razvoj poduzetništva Općine Maglaj na sebe preuzme integrativnu i razvojnu funkciju turizma kroz vođenje turističke organizacije.

Preporuka je i da se odmah uspostavi i koordinacijsko tijelo (Turističko vijeće) za razvoj turizma kojim će upravljati Općina i koje će inkorporirati predstavnike javnog, privatnog i nevladinog sektora. Ovo tijelo bi se bavilo analizom situacije i davanjem preporuka za razvoj turizma. U ovom tijelu bi bili predstavnici Općine te predstavnici javnog, privatnog i nevladinog sektora. Po uspostavljanju DMO-a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za efikasni sistem destinacijskog menadžmenta:

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

Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda

Na osnovu valorizacije ukupne turističke resursno-atraksijske osnove općine Maglaj, te ocjene razvojnih potencijala za razvoj pojedinih oblika turizma, utvrđeno je da postoji mogućnost stvaranja diversificiranog sistema turističkih proizvoda namijenjenih različitim segmentima posjetilaca/turista. Riječ je o kompleksnom sistemu u okviru kojeg egzistiraju proizvodi različitog tržišnog potencijala u odnosu na očekivani obim generisane potražnje. Skup ovih proizvoda, međutim, svojim zajedničkim tržišnim potencijalom osigurava visokosadržajnu ponudu turističkih doživljaja. Sistem turističkih proizvoda koje je na prostoru općine Maglaj moguće komercijalizirati prikazan je u Tabeli 9, a ključni razvojni aspekti pojedinih proizvoda detaljno se opisuju u nastavku.

Tabela 9. Sistem turističkih proizvoda općine Maglaj

Turistički proizvodi	Modaliteti
Kulturno-istorijski turizam	Turizam manifestacija (postojeće i nove manifestacije) Turizam naslijeđa Turizam sjećanja (dark turizam)
Gastro turizam	Gastronomija
Odmor u ruralnom prostoru	Ruralni - agro turizam
Vjerski turizam	Vjerske manifestacije
Aktivni odmorišni turizam	Treking Planinarenje Biciklizam Adrenalinski sportovi Jahanje Speleologija
Omladinski turizam	Školske ekskurzije Ljetni kampovi/škole za djecu i studente
Tranzitni turizam	Auto kampovi Odmorišta

KULTURNO-ISTORIJSKI TURIZAM: gradski turizam, obilazak znamenitosti, upoznavanje kulture života i rada, kulturne manifestacije

Profil turiste	Širok spektar gostiju/turista zainteresovanih za kulturne sadržaje, ali i za druge aktivnosti. To su pojedinci različite dobi, od učenika do osoba treće dobi, koji su primarno zainteresovani za kulturno-historijske sadržaje, historijske znamenitosti i cijene element tradicijske kulture. Izrazito im je važna gastronomska ponuda, ali su također dobrodošli i rekreacijski sadržaji. Kvaliteta smještaja je bitna, no udobnost i šarm važniji su od "zvjezdica".
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ značaj, uređenost i opremljenost kulturnih sadržaja▪ inovacija, kreativnost i interaktivnost u edukativnoj i zabavnoj prezentaciji▪ kvaliteta gastro ponude, autentičnost i raznolikost▪ povezivanje atrakcija u rute▪ raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetilaca koji su motivisani kulturom
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ Tvrđava Gradina▪ Uzeirbegov konak▪ Delibegov han▪ Čabrina kafana▪ Kulturne manifestacije npr. Studentsko ljeto▪ Lokaliteti na kojima su se desila tragična događanja iz historije (npr. lokaliteti vezani za ratne sukobe, mjesta velikih tragedija i stradanja)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ Uređenje stare gradske jezgre s naglaskom na autentični lokalni identitet i „osjećaj mjesta“▪ inovacija, kreativnost i interaktivnost u edukativnoj i zabavnoj prezentaciji kulturno-historijskog naslijeđa▪ razvoj tematskih ruta odnosno povezivanje ključnih atrakcijskih tačaka u rute▪ osmišljavanje edukativnih i zabavnih prezentacija iz oblasti "kulture života i rada" (npr. radionice za posjetioce, interakcija s posjetiocima tokom prezentacije i sl.)▪ unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije uz atrakcije▪ organizacija prihvata posjetilaca na značajnim kulturno-historijskim lokalitetima (npr. otvaranje dijela objekta, radno vrijeme, sigurnost)▪ raspoloživost drugih sadržaja koji su komplementarni interesima posjetilaca koji su motivisani kulturom (npr. smještajna i ugostiteljska ponuda s naglašenim elementima autentičnosti, izletni, lokalni suveniri i slično)

GASTROTURIZAM

Profil turiste	Posjetioci koji nisu "strastveni gastroturisti" fokusirani samo na hranu i piće, već koji iskazuju interes i za druge kulturne i rekreativne sadržaje u destinaciji. Individualizirana pažnja prema posjetiocu i šarm smještajnih objekata izrazito su važni.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ atraktivnost ugostiteljske ponude u smislu raznovrsnosti, kvaliteta i posebnosti hrane, enterijera objekta, ponude vrijednosti za novac▪ imidž destinacije kao "mjesta dobre hrane", uređenost i atraktivnost javnih površina/sadržaja▪ raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetilaca (npr. ponuda kulture, ponuda rekreativnih aktivnosti, autentičnih suvenira, šarmantnog smještaja, i sl.)
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ Historijska jezgra grada Maglaja▪ Tvrđava Gradina - s izgradnjom tematskog restorana u tvrđavi ili u blizini tvrđave▪ Čabrina kafana▪ Delibegov han▪ Ponuda tradicionalne kuhinje u porodičnim poljoprivrednim domaćinstvima
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ poticanje razvoja raznovrsne i inovativne ugostiteljske ponude u odnosu na tipove objekata, vrste kuhinja, sadržaj menija, uređenje i ambijent objekata▪ poticanje razvoja nekoliko restorana/objekata koji mogu biti motiv dolaska (npr. restoran u tvrđavi Gradina ili u njenoj blizini)▪ poticanje kulture kvaliteta u odnosu na korištene namirnice i usluživanje hrane▪ razvoj novih gastro ruta s ponudom lokalno proizvedene hrane▪ razvoj prepoznatljive gastronomske manifestacije▪ uključivanje lokalnih autohtonih prehrambenih proizvoda i pića u ugostiteljsku i trgovačku ponudu▪ razvoj programa turističke edukacije za ugostitelje, porodična poljoprivredna domaćinstva (npr. domaći meniji, lokalni sastojci, uređenje objekta i sl.)▪ poticanje povezivanja lokalnih proizvođača hrane i ugostitelja na području općine Maglaj

ODMOR U RURALNOM PROSTORU

Profil turista	Porodice s djecom te posjetioci zrele (55-65 godina) i treće dobi (66+). I to pretežno iz BiH i zemalja regije. Riječ je o posjetiocima koji tokom boravka žele da uživaju u ljepoti očuvane prirode te koji iskazuju interes za različitim rekreacijskim sadržajima u prirodi. Dijapazon poželjnog smještaja obuhvata kampove, male pansione i hotele te porodična poljoprivredna domaćinstva
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ ljepota, očuvanost i uređenost prirodne sredine▪ kvalitet smještajne ponude, posebno manjih smještajnih objekata koji pružaju visok nivo individualnosti i ambijentalnosti▪ bogat "lokalni lanac vrijednosti", uključujući rekreacijske i sportske sadržaje, kulturne atrakcije i događanja koji su predstavljeni na zabavno edukativan i interaktivan način,▪ mogućnost kupovine lokalnih proizvoda▪ raspoloživost tematskih ruta/staza
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ svi ruralni dijelovi općine Maglaj, a naročito oni s očuvanim prirodnim prostorom i tradicijskom baštinom
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ poticanje uređenja ruralnih dijelova s naglašenim osjećajem za lokalni identitet▪ uređenje "etno seoskih cjelina" revitalizacijom napuštenih ili neuređenih lokaliteta▪ poticanje razvoja i uređenja ponude smještaja u ruralnim područjima, naročito malih pansiona i smještaja u porodičnim poljoprivrednim domaćinstvima▪ poticanje razvoja raznovrsne i autentične ugostiteljske ponude▪ razvoj programa turističke edukacije za ugostitelje (npr. domaći meniji, lokalni sastojci, uređenje enterijera/eksterijera i sl.)▪ unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije u ruralnom prostoru▪ razvoj prepoznatljivog brenda ruralnog odmora na području općine Maglaj

VJERSKI TURIZAM

Profil turista	Posjetioци koji putuju tokom cijele godine. Privlače ih vjerski sadržaji i događanja poput organiziranih hodočašća.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ vjerski značaj lokaliteta i/ili destinacije▪ vjerski sadržaji dostupni posjetiocima▪ sadržaji i organizacija za prihvāt većih grupa (npr. odmorišta, prostor za radionice, sanitarije, parkirališta i sl.)▪ uređenost destinacije▪ raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetiocima motiviranih vjerom (npr. kultura, rekreacija, ugostiteljstvo, ture i izleti, suvenirni)
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ Kuršumlija džamija▪ Fazli-pašina džamija▪ Sukija džamija▪ Pravoslavna crkva Svetog Ilije Proroka▪ Svetište sv. Leopolda Mandića
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ unapređenje organizacije prihvata individualnih i grupnih posjetilaca u vjerskim objektima (npr. otvaranje cijelog ili dijela objekata za posjet, uspostava radnog vremena)▪ unapređenje sadržaja turističke signalizacije i interpretacije uz vjerske atrakcije▪ Organizacija više tematiziranih ruta različitog trajanja (mogućnost vođenog i/ili samostalnog obilaska)▪ poticanje raznovrsne smještajne i ugostiteljske ponude, s naglašenim elementima autentičnosti

OMLADINSKI TURIZAM: ljetni kampovi i škole u prirodi za djecu/srednjoškolce, ljetne škole za srednjoškolce/studente

Profil turista	<p>Ciljni segmenti obuhvataju školsku djecu (7 – 17) i studente (18 – 24) koji dio svojih ljetnih praznika provode u ljetnim školama i kampovima. Uobičajeno duži boravak (14 – 30 dana) motivisan je učenjem, sticanjem vještina i zabavom. Studentska populacija, pretežno iz zemalja EU, vrlo je mobilna, važna im je raznovrsnost sadržaja, a s obzirom na ograničene budžete, traže prihvatljiv smještaj (npr. hosteli, privatni smještaj) i hranu.</p> <p>Za školsku djecu, pretežno iz BiH i ostalih zemalja regije, važni su zanimljivi i aktivni programi, a potrebno je osigurati jednostavan smještaj i ugostiteljsku ponudu.</p>
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ privlačnost obrazovnih programa▪ atraktivnost destinacije, naročito „posebnost“, atmosfera, „osjećaj za mjesto“▪ sadržajnost i kvaliteta ponude u destinaciji, uključujući kulturne i prirodne atrakcije, sportsko-rekreativnu ponudu, festivale i zabavu, gastronomiju▪ tehnološka opremljenost destinacije, a prije svega rasprostranjena dostupnost širokopoljarnog Interneta i besplatnih WiFi zona▪ raspoloživost cjenovno prihvatljivog smještaja
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ Međunarodne ljetne škole za studente▪ Ljetni kampovi i škole u prirodi za djecu
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ uspostava organizacijske infrastrukture, osmišljavanje i priprema programa▪ uspostava organizacijske infrastrukture, osmišljavanje i priprema programa ljetnih kampova i škola u prirodi za djecu (npr. interaktivni edukativno-rekreativni tematski programi)▪ razvoj smještajnih kapaciteta (npr. hosteli, prenočišta, itd)▪ razvoj projekta izgradnje dječjih ljetnih kampova (npr. utvrđivanje lokacija, procjena potencijala i ekonomskih efekata svakog kampa, razvoj upravljačko-vlasničkih modela, proces privlačenja i izbor investitora)▪ unapređenje tehnološke opremljenosti destinacija (besplatne WiFi zone)

AKTIVNI ODMORIŠNI TURIZAM

Profil turiste	Širok spektar rekreativnih biciklista, planinara i trekera, ali i jahača, svih dobnih skupina, uključujući i porodice. Uz atraktivne i sigurne staze, posjetiocima su bitni prijedlozi ruta i informacije o stazama kako bi se mogli i samostalno kretati. Osim sportsko-rekreativne ponude (uključujući i meki avanturizam), tipično su zainteresirani i za ostale, a naročito gastronomske i kulturne sadržaje destinacije.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ atraktivnost, posebnost ili jedinstvenost, očuvanost prirodnog okoliša▪ kvaliteta sportske infrastrukture poput različitih staza (npr. dužina, težina, više ruta s različitim temama), opremljenosti (npr. signalizacija, interpretacija, odmorišta, vidikovci) i sigurnosti (npr. staze odvojene od prometa, hitna pomoć)▪ kvaliteta pratećih usluga (najam opreme, vodiči, prijevoz prtljage)▪ opremljenost smještajnih objekata za prihvatanje konja▪ raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetilaca (npr. tematizirani smještaj, kulturni sadržaji, gastro ponuda, i sl.)
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none">▪ Planinarenje i pješaćenje (Ošve, Borik, Pazarić, Ozren)▪ Cikloturizam (Ošve, Borik, Ozren, Liješnica-Tujnica-Novi Šeher)▪ Speleologija (Megara)▪ Jahanje (Ošve, Borik, Ozren)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ unapređenje pristupne infrastrukture u području Megara,▪ unapređenje sadržaja turističke interpretacije na planinarskim stazama (npr. poučne staze, interpretacijske table, odmorišta s vidikovcima)▪ Razvoj mreže biciklističkih i pješćkih staza kroz ruralni krajolik, a osobito tzv. greenway trasa bez prometa (kad god je to moguće), tematiziranih (npr. tradicijska hrana, obiteljske), opremljenih turističkom interpretacijom (signalizacija, table, GPS sustav, karte)▪ razvoj specijalističkog infopunkta za bicikliste, planinare i speleologe u sklopu centara za posjetioce▪ razvoj cyclers welcome smještaja, enogastro i drugih objekata

TRANZITNI TURIZAM

Profil turiste	Ciljani posjetioci su putnici na autocesti A1, dio koridora Vc. Riječ je o osobama širokog spektra interesa i demografskih profila. Ono što im je zajedničko je raspoloživost (relativno) kratkog vremena za zaustavljanje i potreba da se to vrijeme iskoristi za odmor i osveženje uz (brzi) razgled pojedinačne ili grupe atrakcija.
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dostupnost informacija o atrakcijama i sadržajima uz ceste ▪ privlačan imidž destinacije i/ili razlog zaustavljanja i posjete (npr. atrakcija „koja se mora vidjeti“ ili koncentracija atrakcija) ▪ lakoća usputnog razgledavanja (npr. blizina atrakcija autocesti, mogućnost jednostavnog parkiranja, mogućnost obilaska pješice) ▪ raspoloživost i atraktivnost ugostiteljske ponude (naročito u blizini ključnih atrakcija), kvalitetna, autentična brza hrana, ambijentalni interijeri
Ključne atrakcijske tačke i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historijska jezgra grada Maglaja ▪ Razvoj autokamping i odmorišnih zona
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ diseminacija informacija o „prijedlozima za zaustavljanje“ na autocesti A1 i na usputnim benzinskim pumpama ▪ dogovaranje s odabranim prijevoznicima o zaustavljanju u tranzitu i obilazak ▪ turistička signalizacija ključnih „tačaka od interesa“ ▪ izrada „brze“ ture obilaska stare jezgre grada Maglaja za tranzitere ▪ promocija investicija i razvoj projektne dokumentacije za autokampove i odmorišta na autoputu

U Tabeli ispod je data ocjena trenutne razvijenosti pojedinih oblika turizma na području općine Maglaj te ocjena mogućnosti razvoja tih oblika turizma u budućnosti.

Tabela 10. Razvojni portfolio i ocjena razvijenosti

Oblici turizma	Ocjena trenutne razvijenosti	Ocjena mogućnosti razvoja u budućnosti
Kulturni turizam	+	Izuzetno visok
Gastro turizam	-	Izuzetno visok
Odmor u ruralnom prostoru	-	Izuzetno visok
Vjerski turizam	+	Visok
Omladinski turizam	+	Izuzetno visok
Aktivni odmorišni turizam	-	Izuzetno visok
Tranzitni turizam	+	Izuzetno visok

Izvor: Procjena saradnika na bazi nalaza radionice

Legenda:

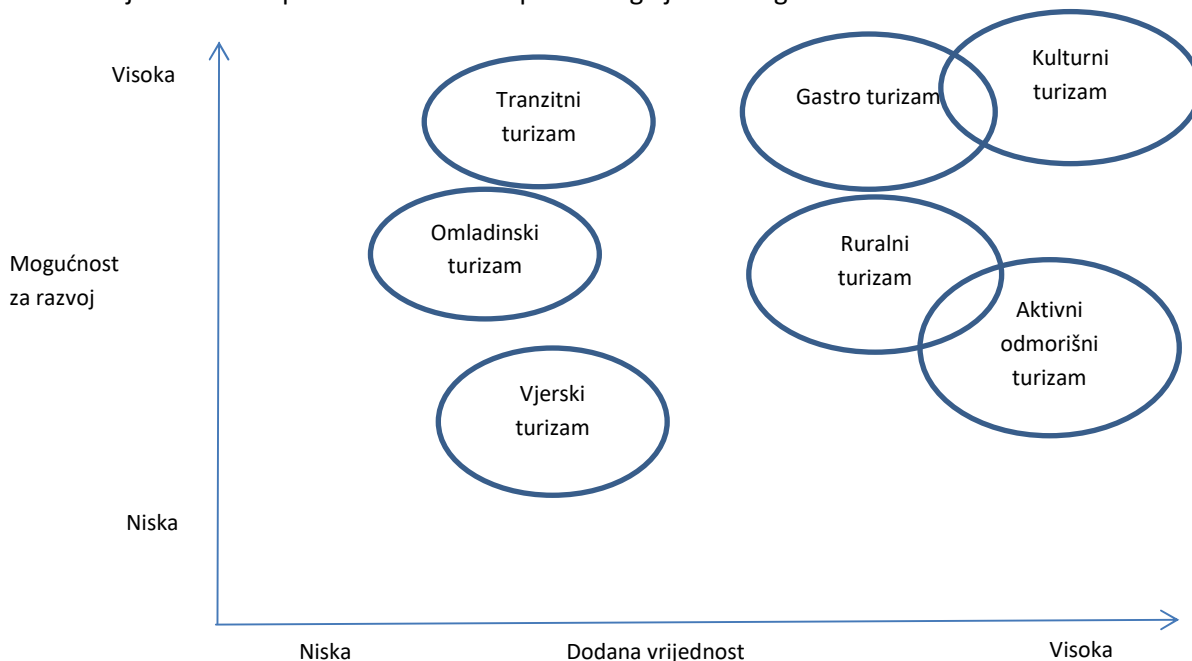
- Proizvod je nerazvijen
- + Proizvod postoji, ali je slabo razvijen
- ++ Proizvod je relativno razvijen
- +++ Proizvod je dobro razvijen

U sadašnjoj matrici turističkih proizvoda općine Maglaj nude se još i proizvodi niže atraktivnosti i konkurentnosti. Zbog nedovoljnih finansijskih sredstava te neadekvatne prezentacije tradicijskog naslijeđa, kulturni turizam i gastro turizam imaju malu atraktivnost te trenutno i nisku konkurentnost. S obzirom na očuvani tradicijski stil života na području općine Maglaj, kulturni turizam (primarno turizam naslijeđa) se pozicionira visoko na matrici proizvoda do 2024. godine. Tradicija i kulturno-historijsko naslijeđe predstavljaju vrijedne potencijale općine Maglaj koji su trenutno potpuno nevalorizirani. Poticanje autohtone proizvodnje, kao i tradicionalnog načina pripremanja hrane te plasiranje tih proizvoda kroz turizam otvaraju novo tržište i dodatni izvor prihoda. Upravo to može biti ključna tačka diferencijacije općine Maglaj u odnosu na konkurentske destinacije iz okruženja.

Također, tradicijsku gastronomiju neophodno je uključiti u turističku ponudu ne samo nudeći domaće specijalitete u ugostiteljskim objektima već i kroz neposredno uključivanje turista u proces uzgoja, prerade i na kraju i same pripreme namirnica. Na taj način se razvija i promovira lokalna poljoprivreda jer se namirnice nabavljaju od lokalnih proizvođača. Gotovo svi moderni turisti ističu gastronomiju kao faktor prepoznatljivosti određene destinacije, a mnogi od njih putuju isključivo kako bi uživali u specifičnoj hrani pojedinih regija. Također, na osnovu provedene analize resursa, mogućnosti njihove turističke valorizacije i dostizanja konkurentnosti, na području općine Maglaj potrebno je razvijati sljedeće turističke proizvode za koje postoje objektivne pretpostavke da će biti privlačni turistima:

- aktivni odmorišni turizam,
- ruralni,
- izletnički turizam, te
- tranzitni turizam.

Ilustracija 5. Matrica proizvoda turizma općine Maglaj u 2024. godini



Izvor: Procjena stručnog saradnika

Strateški cilj 3: Širenje i produbljanje destinacijskog lanca vrijednosti

Destinacija se smatra lancem, odnosno nizom povezanih aktivnosti koje su potrebne da bi se stvorila i ponudila na tržištu vrijednost koja je superiorna u odnosu na onu koju nudi konkurencija. Vrijednosti koje turistička destinacija nudi turistima, u okviru upotpunjavanja njihovog doživljaja, s jedne strane doprinose konkurentnosti destinacije, dok s druge strane te vrijednosti predstavljaju dio jednog većeg vrijednosnog sistema turizma odnosno uspostavljenog sistema vrijednosti doživljaja turiste tokom putovanja koji se u suštini ogleda u lancu vrednosti u turizmu. Stoga je moguće zaključiti da je za ostvarivanje konkurentske prednosti turističke destinacije neophodno „ponuditi“ veću vrijednost kroz lanac vrijednosti u turizmu u odnosu na konkurenciju.

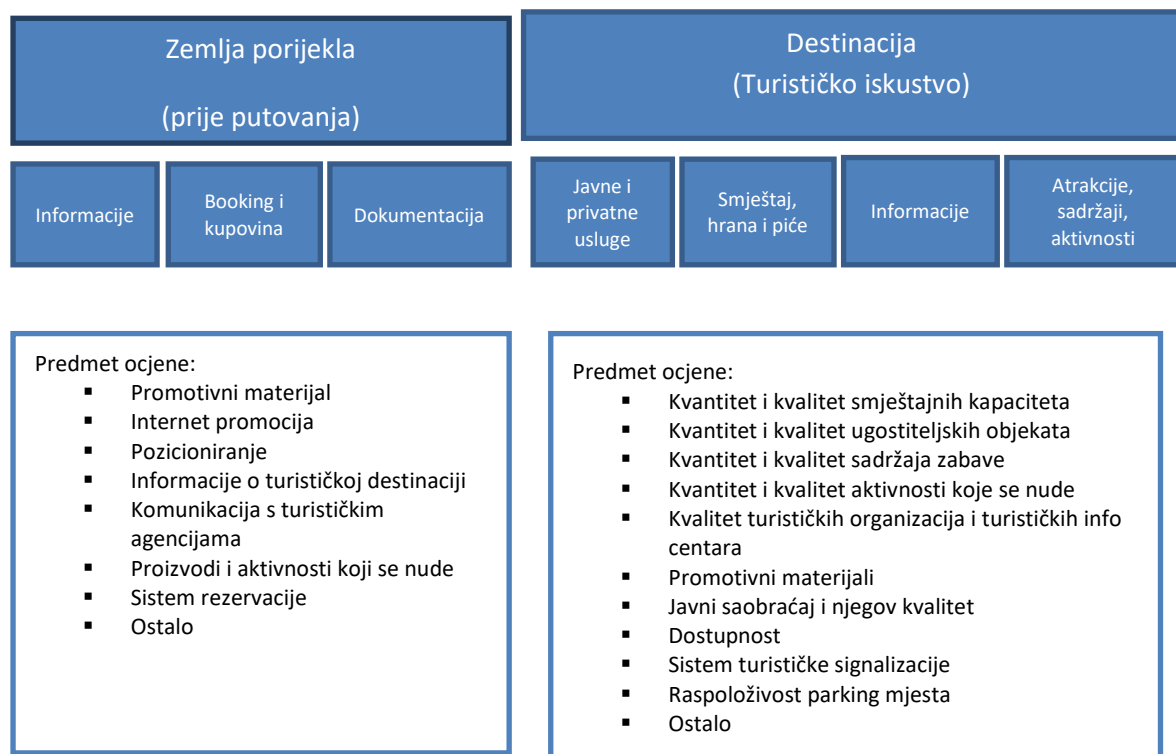
Iz ugla Porter-ovog troškovnog pristupa lancu vrijednosti, destinacijski lanac vrijednosti podrazumijeva sagledavanje troškova svake od aktivnosti u sistemu turizma. Osnovni cilj jeste smanjiti troškove svake pojedinačne aktivnosti u turističkom preduzeću, kod dobavljača u destinaciji ali i kod distributera. Na osnovu toga postiže se veća vrijednost proizvoda kroz stvaranje dodatne vrijednosti za posjetioce/turiste, a što rezultira postizanjem veće konkurentske prednosti. To je jedan pristup koji međutim ne važi za pojedinačno preduzeće na turističkoj destinaciji već za sva preduzeća zajedno koja kroz međusobnu saradnju stvaraju destinacijski proizvod usklađujući svoje međusobne ali i interese turističke privrede u destinaciji. Destinacijski lanac vrijednosti je dio većeg turističkog lanca vrijednosti ali je veoma značajan za postizanje konkurentske prednosti kroz usklađivanje internih i eksternih inputa u turističkoj destinaciji. Destinacijski lanac vrijednosti predstavljen je na Ilustraciji 6.

Ilustracija 6. Destinacijski lanac vrijednosti kroz primarne i prateće aktivnosti

Primarne aktivnosti	Destinacija i pakovanje proizvoda	Operacije i usluge u destinaciji	Logistika organizovanja putovanja	Distribucija i prodaja	Promocija	Briga o turistima u destinaciji i po povratku	Prihod od turizma
Prateće aktivnosti	Destinacijsko planiranje i infrastruktura						
	Razvoj ljudskih resursa						
	Razvoj proizvoda						
	Razvoj tehnologije sistema						
	Srodne privredne grane i nabavka						

Neke od aktivnosti u okviru lanca vrijednosti su ključne za privlačenje turista i zadovoljavanje njihovih potreba (smeštajni kapaciteti, transport, izgrađena atraktivnost, organizatori putovanja, putnički agenti i dr.), druge imaju ulogu podrške (turistički vodiči, osiguranje i finansijske aktivnosti vezane za turizam, obrazovne institucije, mediji, turističke organizacije na svim nivoima i dr.). Dodatno, destinacijski lanac vrijednosti se može posmatrati i iz perspektive turista koji procjenjuje različite elemente destinacijskog lanca vrijednosti prije i tokom boravka u destinaciji.

Ilustracija 7. Destinacijski lanac vrijednosti iz perspektive turista



Širenje i produblivanje destinacijskog lanca vrijednosti općine Maglaj usmjereno je na sljedeća ključna područja:

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

Strateški cilj 3 ima dva prioritetna cilja:

- Razvoj turističke infrastrukture
- Poticajni ambijent za razvoj turizma

AKCIJSKI PLAN

U akcijskom planu se definišu projekti koje je potrebno implementirati u predstojećem periodu kako bi se ostvarili postavljeni strateški ciljevi i dosegla vizija razvoja turizma na području općine Maglaj. Ovim akcionom planom obuhvaćeni su projekti koji su proizašli kroz diskusije tokom radionica s predstavnicima interesnih grupa te pozivi koji su pristigli na javno objavljeni poziv Općine Maglaj za dostavljanje projekata u svrhu izrade dokumenta „Strategija razvoja turizma općine Maglaj 2019. – 2024. godina“. Budući da strategija obuhvata duži vremenski period, tokom implementacije Strategije bit će potrebno pratiti realizaciju projekata te prema potrebi korigovati predviđeni plan, u smislu njegovog sadržaja i dinamike.

Efikasno upravljanje razvojem turizma na području općine Maglaj te realizacija projekata iz turizma primarno će zavisiti od stvaranja preduslova za efikasno provođenje projekata. Temeljni preduslov za efikasnu implementaciju Strategije jeste uspostavljanje jakog i odgovornog tima zaduženog za implementaciju svih aktivnosti koji su definisani ovim dokumentom. Pri tome je važno naglasiti da efikasnost implementacije Strategije zavisi i od nivoa angažmana različitih interesnih grupa, institucija i preduzenika. Zbog toga je izuzetno važno osigurati poticajnu investicijsku klimu, transparentnost kod donošenja odluka te komunikaciju i povjerenje među interesnim grupama.

U Tabeli rezimirani su projekti koji su grupisani u tri područja:

- 1) Uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja destinacijom;
- 2) Razvoj portfolija turističkih proizvoda, i
- 3) Širenje i produblivanje destinacijskog lanca vrijednosti.

Projekti se prema važnosti mogu podijeliti u tri grupe:

- Projekti najveće važnosti (Prioritet I) – projekti kojima se unaprijediti kvaliteta i struktura turističke ponude. Ovi projekti su pretpostavka za ostvarenje vizije i strateških ciljeva razvoja turizma na području općine Maglaj.
- Projekti izuzetne važnosti (Prioritet II) – projekti koji doprinose ostvarenju vizije i postavljenih strateških ciljeva razvoja turizma na području općine Maglaj, ali se procjenjuje da njihova implementacija, zbog značajnih finansijskih, radnih i organizacijskih resursa, treba započeti kroz neko određeno vrijeme.
- Važni projekti (Prioritet III) – projekti koji nisu važni za kratkoročno tržišno pozicioniranje, ali bez kojih se neće moći dosegnuti vizija niti ostvariti postavljeni strateški ciljevi razvoja turizma na području općine Maglaj.

		Pri- oritet	2019	2020	2021	2022	2023	2024
STRATEŠKI CILJ 1: USPOSTAVLJANJE EFIKASNOG SISTEMA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM								
Prioritetni cilj 1.1. Razvoj integrisanog sistema upravljanja destinacijom								
1.1.1.	<i>Uspostavljanje i djelovanje Turističke organizacije (TO) općine Maglaj</i>	I						
1.1.2.	<i>Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Općine Maglaj</i>	I						
1.1.3.	<i>Unapređenje rada turističkog info-centra Općine Maglaj</i>	I						
1.1.4.	<i>Razvoj i praćenje indikatora konkurentnosti/ kvalitete destinacije</i>	II						
1.1.5.	<i>Obezbjedenje uslova za pokretanje procedura za izmjene regulacionih planova u svrhu realizacije projekata u turizmu</i>	I						
1.1.6.	<i>Podrška turističkim biznisima za uvođenje inovacija i informacionih i komunikacionih tehnologija u turizam (multimedija, virtual reality, mobilne aplikacije, augmented reality, web alati, društveni mediji)</i>	I						
1.1.7.	<i>Kreiranje kataloga investicionih projekata u turizmu na području općine za ulaganja (uključujući i javno-privatno partnerstvo)</i>	I						
1.1.8.	<i>Uspostaviti efikasan i kontinuiran sistem podrške javnim događajima, manifestacijama i festivalima važnim za turizam općine i kreiranje i promocija godišnjeg plana/kalendara događaja, manifestacija i festivala</i>	I						
1.1.9.	<i>Uvezivanje turističke ponude sa ponudom drugih destinacija u BiH i regiji</i>	I						
1.1.10.	<i>Rješavanje problema sive ekonomije i uspostavljanje sistema registracije turista</i>							
Prioriteti cilj 1.2. Unapređenje marketing aktivnosti								
1.2.1.	<i>Izrada plana marketinga, budžeta i plana promocije destinacije i implementacija plana promocije (Internet i društvene mreže – destinacijski portal, sajmovi, printani mediji, elektronski mediji, itd) u saradnji sa turističkom zajednicom ZE-DO kantona</i>	I						
1.2.2.	<i>Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima u regiji i svijetu</i>	I						
1.2.3.	<i>Dodjela godišnjih nagrada za razvoj turizma u općini Maglaj biznisima, organizacijama i pojedincima</i>	II						
STRATEŠKI CILJ 2: RAZVOJ PORTFOLIJIA TURISTIČKIH PROIZVODA								
2.1.	<i>Rekreativno, terapijsko i sportsko jahanje</i>	II						
2.2.	<i>Razvoj i promocija odmora u ruralnom prostoru</i>	II						
2.3.	<i>Razvoj i promocija aktivnog odmorišnog turizma (pećina Megara, planina Ozren,</i>	II						

	<i>izletišta Borik, Ošve, Pazarić, Novi Šeher)</i>							
2.4.	<i>Razvoj ruta za obilazak grada (Maglajski prsten, Park zmajeva, ...)</i>	I						
2.5.	<i>Portfolio kulturno-zabavnih-sportskih sadržaja – Menadžment manifestacija („Mulabdićevi dani“, „Kulturno ljeto“, „Kolo na bosanskom ćilimu“, „Likovna galerija u Gradini“, ...)</i>	I						
2.6	<i>Unapređenje gastro ponude</i>	I						
2.7.	<i>Gimnazijalci-turistički vodiči/promotori općine i njenih znamenitosti</i>	I						
STRATEŠKI CILJ 3: ŠIRENJE I PRODUBLJIVANJE DESTINACIJSKOG LANCA VRIJEDNOSTI								
Prioritetni cilj 3.1. Razvoj turističke infrastrukture								
3.1.1.	<i>Obnova i revitalizacija Maglajske Gradine</i>	I						
3.1.2.	<i>Ambijentalno uređenje stare gradske jezgre Maglaja</i>	I						
3.1.3.	<i>Obnova i revitalizacija kovačija u Novom Šeheru</i>	II						
3.1.4.	<i>„Čabrina kafana“ mjesto kulture i tradicije – Stari grad Maglaj</i>	I						
3.1.5.	<i>Obnova izletišta „Borik“</i>	II						
3.1.6.	<i>Izgradnja gradskog hotela</i>	II						
3.1.7.	<i>Izgradnja sportsko-rekreacionog centra Gračin Brijeg – Jovići - Straište</i>	II						
3.1.8.	<i>Uređenje sjevernog ulaza u grad - Kapija ulaza u grad</i>	II						
3.1.9.	<i>Izložbeno prodajni paviljon uz M17</i>	II						
3.1.10.	<i>Izložbeno-prodajni paviljon - odmorište Strupina na autoputu koridor Vc</i>	II						
3.1.11.	<i>Izgradnja bazena/klizališta u gradu Maglaju</i>	III						
3.1.12.	<i>Park za djecu</i>	III						
3.1.13.	<i>Maglajski brandovi: Lokalni proizvodi za lokalni turizam</i>	I						
3.1.11.	<i>Uređenje pješačkih i biciklističkih staza</i>	I						
Prioritetni cilj 3.2. Poticajni ambijent za razvoj turizma								
3.2.1.	<i>Sigurnost turista na području općine Maglaj (saobraćajna, zdravstvena, i sl.)</i>	I						
3.2.2.	<i>Uspostavljanje sistema cjeloživotne edukacije zaposlenih u turizmu</i>	I						
3.2.3.	<i>Poticanje inovativnih poduzetničkih projekata u turizmu</i>	I						
3.2.4.	<i>Kreiranje kataloga investicija u turističke projekte i programe JPP-a (hoteli, hosteli, kampovi, etno sela, novokreirane atrakcije, te ostala infrastruktura)</i>	I						
3.2.5.	<i>Podrška osnivanju start-up biznisa u turizmu</i>	I						
3.2.6.	<i>Stimulisanje i subvencioniranje unapređenja kategorija i proširenja kapaciteta smještajnih objekata,</i>	I						

	<i>izgradnje deficitarnih sadržaja, itd</i>							
3.2.7.	<i>Stimulisanje očuvanja i razvoja starih i tradicionalnih zanata i obrta</i>	I						
3.2.8.	<i>Uspostavljanje turističke nagrade za najbolje turističke biznise i turističke radnike</i>	I						

Na temelju dostavljenih prijedloga projekata za razvoj turizma na području općine Maglaj, procijenjeno je da je za realizaciju strategije u periodu od 2019. do 2024. godine potrebno izdvojiti cca 5 miliona KM. Riječ je o razvojnim projektima odnosno o ulaganjima u „hard“ turističku infrastrukturu (izvođenje građevinskih radova). S obzirom na specifičnosti pojedinih projekata izvor ulaganja može biti javni sektor ili privatni investitor/i. Kod određenih projekata nedvojbeno se očekuje potreba za implementacijom modela javno-privatnog partnerstva.

ZAKLJUČAK

Ovaj dokument kao opći cilj turizma općine Maglaj postavlja transformaciju destinacije iz tranzitne u boravišnu destinaciju ugodnu za boravak turista. Stoga se pred glavne interesne grupe, posebno one u javnom sektoru koji trebaju rukovoditi ovim promjenama stavlja vrlo odgovoran i ambiciozan zadatak. Analiza stanja turizma na području općine Maglaj pokazala je brojne prednosti za razvoj turizma: povoljan položaj, brojne i vrijedne kulturno-historijske i prirodne resurse te tradiciju odnosno postojanje „kulture života i rada“. Međutim, u SWOT analizi nabrajaju se i brojne slabosti, čije rješavanje je ključno za daljnji razvoj.

Analizirajući stanje turizma na području općine Maglaj u odnosu na životni ciklus turističke destinacije utvrđeno je kako je turizam u fazi angažiranja uz tendenciju ka daljnjem razvoju. Veći se naponi trebaju uložiti u osmišljavanje novog i konkurentnog destinacijskog proizvoda te na aktivnu pomoć preduzetnicima i lokalnom stanovništvu pri obnovi/izgradnji kvalitetnijih i primjerenih smještajnih kapaciteta. Matrica turističkih proizvoda u 2024. godini pokazuje da bi najveću atraktivnost i konkurentnost trebali imati:

- kulturni turizam,
- gastro turizma,
- aktivni odmorišni turizam, te
- ruralni turizam.

Međutim, to ne znači da i drugi oblici turizma nisu jednako važni za cjelokupnu ponudu. Također, ne treba zaboraviti niti tranzitni turizam koji će i dalje ostati važan segment za općinu Maglaj u stvaranju turističkog prometa kao i turističke potrošnje.

Da bi se sve to ostvarilo, ključno je:

- definisati tijelo – „Turistička organizacija općine Maglaj“, koje će voditi brigu o implementaciji Strategije i imenovati koordinatora implementacije
- izraditi strateški marketing plan i započeti sa njegovom implementacijom, a za što će biti zadužena „Turistička organizacija općine Maglaj“
- započeti sa realizacijom projekata Prioriteta I. Pritom je jako važno zajednički i koordinirano djelovati, uz prethodno sačinjen plan za svaki od projekata.
- uspostaviti sistem kontrole implementacije Strategije na godišnjem nivou koji treba pokazati u kojoj mjeri se strategija provodi, te ukazati gdje su potrebne izmjene i dopune kako bi strateški ciljevi bili realni i dostižni.
- uspostaviti program poticaja razvoja turizma odnosno uskladiti postojeće sa predloženim mjerama poticaja turizma u ovom dokumentu.

Međutim, u cijelom procesu zapravo su ključni preduzetnici, sadašnji i potencijalni, njihove preduzetničke ideje, a javni sektor treba uvijek biti snažna i motivirajuća podrška da se preduzetnicima maksimalno pomogne da poslovne planove i ostvare. Stoga u edukacijskim aktivnostima ali i svim ostalima aktivnostima uvijek treba naglašavati privatni sektor, a posebnu brigu potrebno je voditi o mladim ljudima, maksimalno im pomagati i uvažavati ih, jer oni donose novu energiju, nove ideje i nova znanja.

PRILOG 1 DOSTAVLJENI PROJEKTI NA JAVNO OBJAVLJENI POZIV OPĆINE MAGLAJ¹

PROJEKAT (2.3.) : RAZVOJ I PROMOCIJA AKTIVNOG ODMORIŠNOG TURIZMA – UREĐENJE PRISTUPA PEĆINI MEGARA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Uređenje pristupa pećini te kamenim kuglama na lokalitetu Smajlovac-Ozren, uređenje sanitarnih čvorova, klupa i parkinga, te geološko ispitivanje pećine od nadležnih institucija. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj i lokalni preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Lokalni preduzetnici ■ Iznos: Nije naveden 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (2.4.) : RAZVOJ RUTA ZA OBILAZAK GRADA

Kratak opis	<p>Predlaže se sljedeći pristup implementaciji projekta.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Okupiti stručnjake i dogovoriti se o ključnim temama te za svaku temu/ turu osnovati manju radnu grupu ili zadužiti pojedinog stručnjaka 2. Za svaku rutu odabrati ključne lokacije od interesa te u skladu s tim interpretirati njihovu važnost i širi kontekst 3. S nekoliko grupa testirati svaku rutu – po potrebi unaprijediti/korigovati 4. Izraditi nacrt vodiča za obilazak, testirati ga i korigovati 5. Osposobiti turističke vodiče za tematske obilaske 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Partneri: historičari, turističke agencije, turistički vodiči, institucije kulture 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Turistička zajednica ZE-DO kantona ■ Sufinansiranje i udruženo oglašavanje ■ Sufinansiranje prodajom ulaznica za ture 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

¹ Dostavljeni projekti koji su srodni po svome sadržaju i ciljevima su grupisani za potrebe izrade Strategija razvoja turizma općine Maglaj. Na primjer, dostavljeni projekti koji se odnose na organizaciju kulturnih manifestacija su objedinjeni kroz projekat Menadžment manifestacija; dostavljeni projekti o sadržaju potencijalnih turističkih ruta za obilazak grada su objedinjeni u projekat Razvoj ruta za obilazak grada, itd.

PROJEKAT (2.5.): PORTFOLIO KULTURNO-ZABAVNIH-SPORTSKIH SADRŽAJA/MENADŽMENT MANIFESTACIJA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Na području općine Maglaj se tokom godine organizuje niz različitih događanja. Nekoliko tih događanja može se smatrati turističkim u smislu da privlače veći broj posjetilaca iz regije. Ovim se projektom želi osmisliti godišnji plan kulturnih i s kulturom srodnih događanja te njihov plan marketinga. Time se događanja stavljaju u funkciju revitaliziranja ključnih atrakcija, odnosno stvaranja cijelog niza manjih turističkih atrakcija koje će tokom cijele godine privlačiti turističke dolaske. Projekt podrazumijeva: <ol style="list-style-type: none"> 1. identifikaciju svih postojećih događanja kao i identifikaciju svih planiranih događanja uključujući već predložena tokom izrade ovog plana 2. valorizaciju identificiranih događanja u smislu ekonomskog, turističkog, društvenog ili kulturnog doprinosa te tržišnog potencijala 3. klasifikaciju događanja po turističkom značaju (portfolio događaja) tako da se identificira nekoliko hallmark događanja, više događanja regionalnog značaja, te niz događanja lokalnog karaktera koja će osigurati kontinuiranu regionalnu potražnju 4. identificirati sisteme podrške događanjima za koje se procijeni da su turistički atraktivna (uključujući ne samo finansijsku, već i marketinšku i organizacijsku podršku 						
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Partneri: organizatori događaja, privatni preduzetnici, institucije kulture 						
Izvori financiranja	<p style="text-align: center;">-</p>						
Dinamika implementacije	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 16.6%;">2019.</td> <td style="width: 16.6%;">2020.</td> <td style="width: 16.6%;">2021.</td> <td style="width: 16.6%;">2022.</td> <td style="width: 16.6%;">2023.</td> <td style="width: 16.6%;">2024.</td> </tr> </table>	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.		

PROJEKAT (2.6.): UNAPREĐENJE GASTROPONUDE

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kvalitet i raznolikost gastroponude na području općine Maglaj je još uvijek na relativno niskom nivou. Zbog toga se predviđa proširivanje ponude hrane i pića, ali i unapređenje kvaliteta postojećih objekata kako bi se poboljšalo zadovoljstvo gostiju te povećala kvaliteta života lokalnog stanovništva. U okviru ovog projekta potrebno je provesti sljedeće aktivnosti: <ol style="list-style-type: none"> 1. Definisanje razvojnog koncepta postojećih (odabranih/zainteresovanih) objekata hrane i pića 2. Utvrđivanje potreba za novim objektima (lokacija, tema, cijena i sl.) 3. Uspostavljanje sistema podrške (finansijski i nefinansijski oblik podrške) 4. Uspostavljanje programa cjeloživotnog obrazovanja 5. Marketinška podrška 						
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Partneri: Ugostiteljski objekti, EU fondovi, Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Federalno ministarstvo kulture i sporta, Ministarstvo za obrazovanje, nauku, kulturu i sport ZE-DO kantona 						
Izvori financiranja	<p style="text-align: center;">-</p>						
Dinamika implementacije	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 16.6%;">2019.</td> <td style="width: 16.6%;">2020.</td> <td style="width: 16.6%;">2021.</td> <td style="width: 16.6%;">2022.</td> <td style="width: 16.6%;">2023.</td> <td style="width: 16.6%;">2024.</td> </tr> </table>	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.		

PROJEKAT (2.7.) : GIMNAZIJALCI – TURISTIČKI VODIČI/PROMOTORI OPĆINE I NJENIH ZNAMENITOSTI

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Snimanja promotivnog filma o Maglaju kao turističkoj destinaciji, izrada i štampanje grafičkih propagandnih sredstava, edukacija s ciljem promocije i valorizacije turizma općine Maglaj, njegovih prirodnih i antropogenih turističkih resursa, animacija školskih ekscurzija za posjetu Maglaju. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Gimnazija „Edhem Mulabdić“ 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Izvori finansiranja: Budžet Općine Maglaj Iznos: 1.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.1.) : OBNOVA I REVITALIZACIJA MAGLAJSKE GRADINE

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Obnova i revitalizacija Maglajske gradine ima za cilj obnovu i očuvanje spomeničke vrijednosti te kreiranje novih turističkih sadržaja. Maglajska Gradina će biti prvenstveno namijenjena edukaciji djece i mladih. Također će pružati sadržaje za turiste, kao i za lokalno stanovništvo. Maglajska Gradina će sadržavati naučno-edukacijske sadržaje za mlade, izložbene sadržaje, suvenirnicu, staze za šetnju, ugostiteljski dio i dr. Projekat obuhvata niz aktivnosti: idejno rješenje i projekat, glavni projekat, izvedbeni projekat, studija izvodljivosti, osiguranje finansijskih sredstava, obnova i revitalizacije građevine te uspostavljanje modela upravljanja građevinom. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Ministarstvo za obrazovanje, nauku, kulturu i sport ZE-DO kantona Federalno ministarstvo okoliša i turizma Federalno ministarstvo kulture i sporta Lokalni preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžet Općine Maglaj Sredstva EU fondova Iznos: 700.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.2.): AMBIJENTALNO UREĐENJE STARE GRADSKJE JEZGRE MAGLAJA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Cilj projekta je očuvati i podignuti ambijentalnu vrijednost stare gradske jezgre Maglaja na način da se poštuju svi aspekti naslijeđene arhitekture i uređenja prostora. Uređenost i opremljenost gradske jezgre neizostavni je dio ukupnog turističkog doživljaja i predstavlja važan dio identiteta i imidža mjesta. Osim toga, uređenost mjesta pridonosi kvaliteti i ugodi života lokalnog stanovništva. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Lokalni preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžet Općine Maglaj Iznos: 1.500.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.3.): OBNOVA I REVITALIZACIJA KOVAČIJA U NOVOM ŠEHERU

Kratak opis	■ Revitalizacija sokaka Kovačije u Novom Šeheru rekonstrukcijom postojećih i izgradnjom novih objekata koji trebaju materijalizovati tradiciju, kulturu života i rada na području Novog Šehera i općine Maglaj.					
Nosilac projekta i partneri	■ Privatni investitor ■ Općina Maglaj ■ UG Novi Šeher					
Izvori financiranja	■ Privatni kapital i budžet Općine Maglaj ■ Iznos: 800.000 KM					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.4.) : ČABRINA KAFANA MJESTO KULTURE I TRADICIJE – STARI GRAD MAGLAJ

Područje djelovanja	■ Turistička infrastruktura, suprastruktura i preduzetništvo					
Kratak opis	■ očuvanje tradicije kroz obnovu i osvježanje objekta, uređenja jezgre Starog grada Maglaja, izgradnje sadržaja za turiste i posjetioce sa poveznicom za Stari grad Maglaj					
Nosilac projekta i partneri	■ Općina Maglaj ■ Partneri: Preduzetnici					
Izvori financiranja	■ Budžetska sredstva; Iznos: 500.000 KM					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.5.) : OBNOVA IZLETIŠTA BORIK

Kratak opis	■ Očuvanje tradicije kroz obnovu i osvježanje objekta, uređenja jezgre Starog grada Maglaja, izgradnje sadržaja za turiste i posjetioce sa poveznicom za Stari grad Maglaj					
Nosilac projekta i partneri	■ Općina Maglaj ■ Partneri: Preduzetnici					
Izvori financiranja	■ Budžetska sredstva; Iznos: 250.000 KM					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.6.): IZGRADNJA GRADSKOG HOTELA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Trenutna ponuda smještajnih kapaciteta na području općine Maglaj je takva da ona, niti svojim brojem niti kvalitetom ne može udovoljiti zahtjevima suvremenog turističkog tržišta. S obzirom na ograničenu raspoloživost smještajnih kapaciteta, jedan od projekata usmjerenih ka turistifikaciji destinacije je izgradnja gradskog hotela, kapaciteta do 50 kreveta. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Privatni investitor ■ Partneri: Općina Maglaj, TZ ZE-DO kantona CONNING a.g. d.o.o. 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> ■ Privatni kapital; Iznos investicije: 1.600.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.7.) : IZGRADNJA SPORTSKO-REKREACIONOG CENTRA JOVIĆ

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Na padini planine Ozren, na potezu Gračin Brijeg - Jovići - Straište, nalaze se brojne livade obrasle planinskim pašnjacima. Nadmorska visina od oko 400 m (udaljenosti oko 4 km od centra Maglaja), pruža mogućnosti da se to podneblje koristi kao vazдушna banja. Na tom području se može izgraditi ergela konja razne pasmine zbog bogate i zdrave ispaše na livadama i blizine izvorske vode, što je glavni preuslov za ovakav vid uzgoja i sporta, kao i biciklističke staze. Izgrađen lokalni put dozvoljava solidnu komunikaciju za izgradnju hipodroma za takmičenje i dresuru konja ali i za školu jahanja, koji bi bio centralni objekat za dalji razvoj konjičkog sporta, kao i moderne biciklističke staze ali i turizma na ovom području. Izgradnjom sportsko-rekreativnog centra (mini ugostiteljskog objekta i nekoliko radnji za prodaju suvenira), dodatno bi se obogatila turistička ponuda općine. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> ■ Općina Maglaj ■ Partneri: Preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> ■ Budžetska sredstva svih nivoa vlasti u BiH, kao i međunarodnih organizacija koje djeluju u BiH; ■ Iznos: 500.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.8.) : UREĐENJE SJEVERNOG ULAZA U GRAD – KAPIJA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Uređenje sjevernog ulaza u grad, izgradnja „zelenog“ odmorišta sa klupama, info pultom i parasolarom (solarni suncobran za punjenje mobitela i drugih aparata-izum tuzlanskih studenata). Uređenjem ovog prostora omogućilo bi se prolaznicima da se odmore, napune mobilne uređaje i da se istovremeno upoznaju sa turističkom ponudom koju Maglaj nudi (spomenici, vjerski objekti, izletišta, restorani, mapa grada i sl). 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Partneri: Preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžetska sredstva svih nivoa vlasti u BiH, kao i međunarodnih organizacija koje djeluju u BiH; Iznos: 100.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.9.): IZLOŽBENO-PRODAJNI PAVILJON M17

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja izložbeno-prodajnog paviljona uz magistralni put M17 za izložbu i prodaju brendiranih proizvoda, kao i proizvoda prepoznatljivim za Maglaj i BiH. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Privatni investitor Općina Maglaj 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Privatni kapital i budžet Općine Maglaj Iznos: 300.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.10.): IZLOŽBENO-PRODAJNI PAVILJON – ODMORIŠTE STRUPINA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja izložbeno-prodajnog paviljona uz autoput na koridoru Vc – Odmorište Strupina za izložbu i prodaju brendiranih proizvoda, kao i proizvoda prepoznatljivim za Maglaj i BiH. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Privatni investitor Općina Maglaj 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Privatni kapital i budžet Općine Maglaj Iznos: 300 000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.1.) : IZGRADNJA BAZENA/KLIZALIŠTA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja i otvaranje bazena, odnosno klizališta uz trgovački objekat Bingo u Poslovnoj zoni Misurići 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Lokalni preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžet Općine Maglaj Iznos: Nije naveden 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.12.) : PARK ZA DJECU

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Objekat poluotvorenog tipa, uz mogućnost potpunog zatvaranja u zimskom periodu. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Lokalni preduzetnici 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžet Općine Maglaj Iznos: Nije naveden 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

PROJEKAT (3.1.13.) : OSMIŠLJAVANJE I IZRADA LOKALNIH SUVENIRA /MAGLAJSKI BRENDVI

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i izrada jedinstvenijih i autohtonih suvenira koji trebaju uvjerljivo materijalizovati tradiciju i kulturno-historijsko naslijeđe općine Maglaj. 					
Nosilac projekta i partneri	<ul style="list-style-type: none"> Općina Maglaj Partneri: Preduzetnici, lokalni obrti 					
Izvori financiranja	<ul style="list-style-type: none"> Budžetska sredstva; Iznos: 400.000 KM 					
Dinamika implementacije	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.

LITERATURA

Općina Maglaj. Strategija razvoja općine Maglaj 2012- 2020. Dostupno na <http://www.maglaj.ba/slike2/dokumenti/Strategija%20razvoja%20op%C4%87ine%20Maglaj%20%202012-2020.pdf>

Općina Maglaj. Budžet-proračun Općine Maglaj za 2018. Dostupno na http://www.maglaj.ba/slike2/dokumenti/budzet2018/nacrt_budzet_2018.pdf

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. New York: Free Press

Travel habits of the travel industry (2018). Dostupno na <https://skift.com/travel-habits-of-the-travel-industry/>

UNWTO. (2018.), Tourism Highlights, World Tourism Organisation, (online), dostupno na <http://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>

World Travel Market London 2017 Industry Report. London WTM. Dostupno na <http://london.wtm.com/media-centre/Euromonitor-Report/>

Global Travel Forecast (2018). Carlson Wagonlit Travel. Dostupno na <https://www.carlsonwagonlit.com/>