

OPĆINA KREŠEVO

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU
OPĆINE KREŠEVO ZA RAZDOBLJE 2014.-2020.**

Virovitica, 2014.



**Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici,
Odjel za turizam**

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU
OPĆINE KREŠEVO ZA RAZDOBLJE 2014.-2020.**

Naručitelj: Općina Kreševo

**Autori: Irena Bosnić, mag.oec.
Milica Šokec, bacc.oec.**

**Suradnici: Rikard Bakan, mag.oec.
doc.dr.sc. Vesna Bedeković
Božidar Jaković, mag.oec.
dr.sc. Oliver Jukić
Dejan Tubić, univ.spec.oec.**

SADRŽAJ:

1. POLAZIŠTA	1
2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJE	4
2.1. Opće informacije.....	4
2.2. Analiza turističke resursne osnove	7
2.2.1. Prirodni resursi	9
2.2.2. Antropogeni resursi	19
2.2.3. Ostali izravni i neizravni turistički resursi.....	30
3. SWOT ANALIZA.....	33
4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KREŠEVO DO 2020.	35
4.1. Vizija i strateški ciljevi	35
4.2. Sustav turističkih proizvoda Općine Kreševo.....	36
4.2.1. Geoturizam	37
4.2.2. Ekoturizam	41
4.2.3. Pustolovni i sportski turizam	44
4.2.4. Nostalgični turizam	55
4.2.5. Kulturni turizam	57
4.2.6. Vjerski turizam	61
5. AKCIJSKI PLAN.....	63
6. POPIS ILUSTRACIJA.....	85
7. LITERATURA.....	86

1. POLAZIŠTA

Turizam svim svojim oblicima može znatno doprinijeti gospodarskoj i demografskoj obnovi cijelog područja Općine Kreševo. S obzirom na svoj zemljopisni položaj, geološke, prirodne i kulturne karakteristike Općina Kreševo raspolaže značajnom turističkom resursnom osnovom za razvoj turizma posebnih interesa. Specifična kombinacija geološkog prostora, bogatstva flore i faune kao i klime na ovom području predstavlja glavnu komparativna prednost za razvoj *svih oblika turizma temeljenih na prirodi, prvenstveno ekoturizma, avanturističkog turizma, geoturizma, cikloturizma, planinarenja (hiking) i trekkinga*, dok bogato kulturno – povijesno naslijeđe, običaji i tradicija čine osnovu za *kulturni turizam, kreativni turizam i vjerski turizam*.

Glavni plan razvoja turizma Općine Kreševo do 2020. nadovezuje se na Strategiju razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine i kao takav je ključan dokument koji ima za cilj definirati turističke resurse i atrakcije na kojima će Općina Kreševo temeljiti svoj budući turistički razvoj i pozicionirati se na turističkom tržištu, ali i poboljšati kvalitetu života uz pomoć turizma te osigurati dugoročnu zaštitu prirodnih, kulturnih i povijesnih resursa u funkciji turizma.

S obzirom da je jedan od ključnih preduvjeta za postizanje konkurentnosti na turističkom tržištu proizvod prilagođen potrebama i interesima turista, tijekom izrade Glavnog plana razvoja turizma Općine Kreševo do 2020. posebna se pozornost obratila sljedećim trendovima:¹

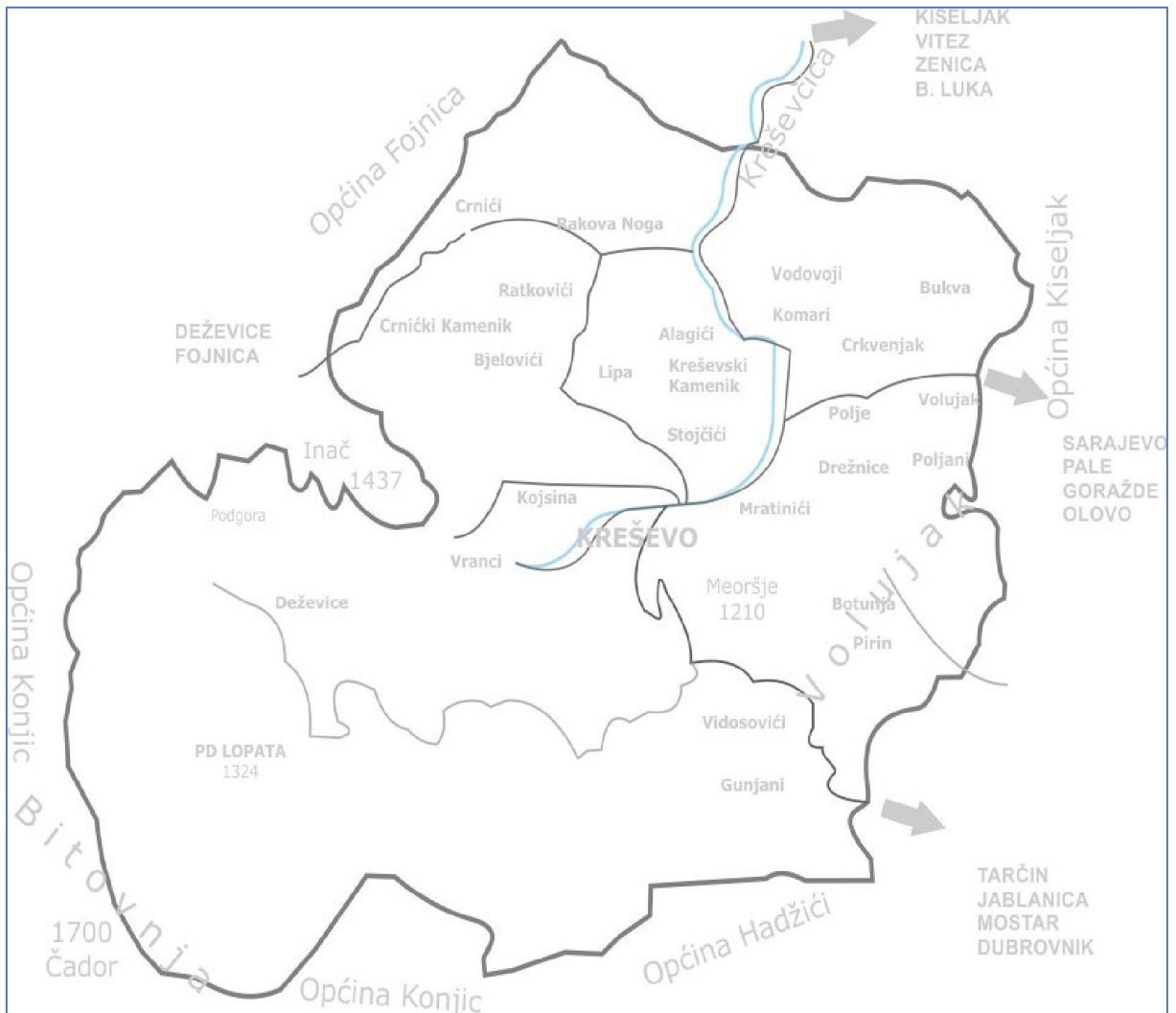
- turist budućnosti ima iskustva u putovanju, kupuje stil života, svjestan je kvalitete, preferira socio – kulturno i ekološko jedinstvo, a njegovo idealno provođenje slobodnog vremena mora biti ispunjeno sadržajima koji obogaćuju život i u kojima dominiraju jedinstveni događaji,
- eko sadržaji i eko potražnja, boravci u prirodi te avanturistički sadržaji postaju sve traženiji prilikom odabira turističke destinacije,
- turističko tržište se sve više raščlanjuje na posebne podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim okolnostima, potrebama i životnim prilikama koje određuju posebnosti u turističkoj potražnji, što dovodi do ozbiljnih diversifikacija ciljnih skupina turista i njihovih potreba i oblika potražnje,

¹ Mlinarević, M., i ostali (2008): Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018. FBiH: Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Inženjerski biro d.d.

- potencijalni turisti sve su obrazovaniji i informatički sve pismeniji, žele imati potpunu kontrolu nad informacijama te da ih sami biraju,
- snažni razvoj informacija kao i novih komunikacijskih tehnologija kod potencijalnih turista potiču potrebu za sve kvalitetnijim informacijama koje moraju biti cjelovite, dostupne na sve većem broju medija,
- osobna sigurnost postaje nositelj i polazni kriterij kod odabira destinacije ili usluge te
- ključni motivi putovanja turista za neku turističku destinaciju u FBiH su vjerski motivi, poslovni motivi, zabava, upoznavanje povijesne baštine, prirodne ljepote, odmor u prirodi i rekreacija u prirodi (skijanje, rafting, lov, ribolov itd.), učenje – kongresi – znanost. Navedeni će motivi dominirati i u budućnosti, ali uz obavezno obogaćivanje ponude i rast kvalitete pružene usluge.

Uvažavajući navedene trendove te podatke dobivene analizom turističke resursne osnove Općine Kreševo i putem SWOT analize, definirana je dugoročna vizija razvoja turizma Općine Kreševo, postavljeni su strateški ciljevi koji će doprinijeti ostvarivanju vizije te je prepoznato šest ključnih grupa turističkih proizvoda koji će biti okosnica budućeg razvoja turizma Općine Kreševo. Također, povezano s mogućnosti uvođenja pojedinih proizvoda na tržište i njihovu tržišnu atraktivnost, napravljen je i okvirni akcijski plan s dinamikom prioriteta s obzirom na konkurentne prednosti pojedinih turističkih proizvoda. Glavni plan razvoja turizma Općine Kreševo imat će veliku primjenjivu vrijednost ukoliko se sve navedeno ostvari u što širem obuhvatu i u realnom vremenu.

Slika 1: Općina Kreševo



Izvor Općina Kreševo: <http://www.kresevo.ba/index.php/kresevo/osnovne-informacije-2/mapa>
(18.07.20014.)

2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJE

2.1. Opće informacije

Općina Kreševo nalazi se u Središnjoj Bosni u Srednjobosanskom kantonu i zauzima prostor od 150 km² te graniči s Općinama: Kiseljak, Fojnica, Konjic i Hadžići.²

Tablica 1: Opći podaci o Općini Kreševo

Entitet	Federacija BiH
Kanton	Srednjobosanski
Općina	Kreševo
Stanovništvo (Općina, 2009)	6.731
Površina (Općina)	150 km ²

Izvor: karta BiH: <http://www.kartabih.com/karta-kresevo/> (18.07.2014.)

Ukupan broj stanovnika prema preliminarnim rezultatima Popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u BiH 2013, u kantonima FBiH za kanton Sarajevo iznosi 438.443 stanovnika, dok u Općini Kreševo prema podacima živi 5.638 stanovnika.³

Kreševo se nalazi u blizini glavnog grada Sarajeva, ali i ostalih većih gradova BiH što se može vidjeti u *tablici 2*.

Tablica 2: Udaljenost Kreševa od ključnih prometnih čvorišta

Naziv mjesta/prometnog čvorišta	Udaljenost u kilometrima
Kiseljak	12 km
Fojnica	30 km
Visoko	25 km
Sarajevo (Ilidža)	21 km
Sarajevo (zračna luka)	25 km
Sarajevo (željeznički kolodvor)	27 km
Zenica	60 km
Mostar	115 km

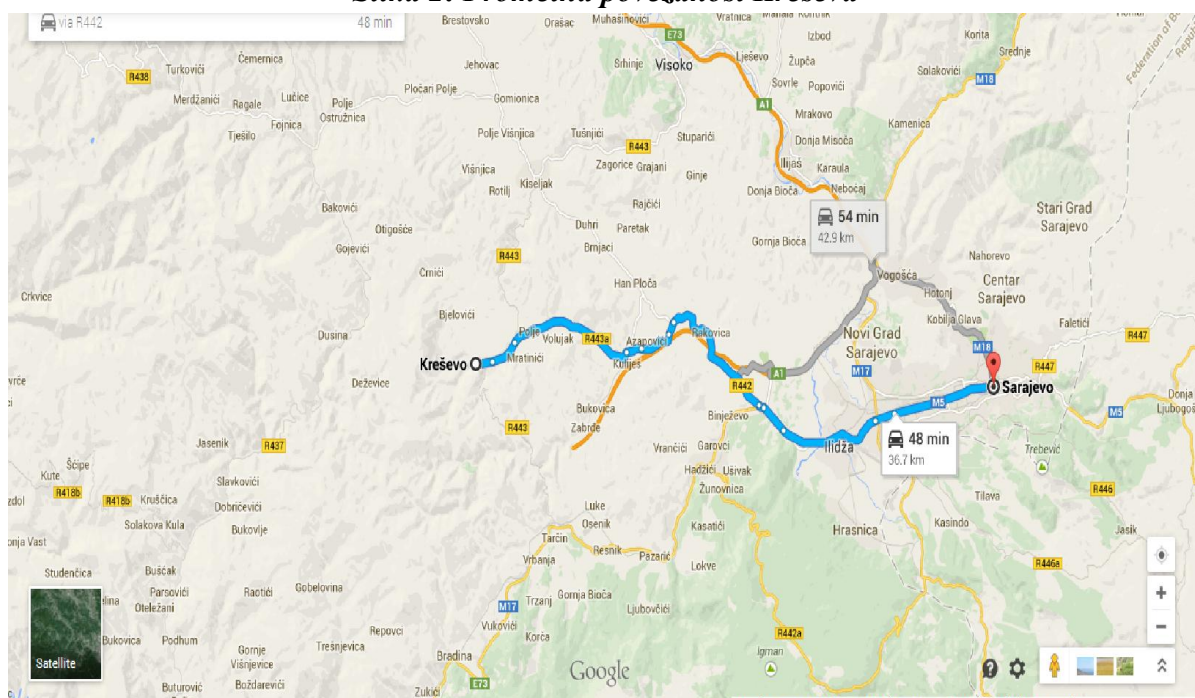
Izvor: *Gospodarski vodič kroz Općinu Kreševo*: <http://www.kresevo.biz/turizam.htm> (13.10.2014.)

² Dostupno na: Općina Kreševo: <http://www.kresevo.ba/index.php/kresevo/osnovne-informacije/polozaj> (18.07.2014.)

³ Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2013): Preliminarni rezultati popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u Bosni i Hercegovini, dostupno na: http://www.bhas.ba/obavjestenja/Preliminarni_rezultati_bos.pdf (04.09.2014.)

Komparativna prednost za razvoj turizma Općine Kreševo, naročito u kontekstu kreiranja turističkih proizvoda i dovođenja turista iz Sarajeva na područje Općine Kreševo je blizina i dobra povezanost s glavnim gradom Sarajevom do kojeg se može doći najkraćom dionicom Kreševo-Lepenica (priključak na autocestu udaljeno 4 km od granice Općine)- Sarajevo⁴ te cestom Kreševo-Kiseljak-Sarajevo (Slika 2).

Slika 2: Prometna povezanost Kreševa



Izvor: Google Maps:

<https://www.google.hr/maps/dir/Kreševo,+Bosnia+and+Herzegovina/Sarajevo,+Bosnia+and+Herzegovina/@43.8805602,18.1269857,11z/data=!4m14> (13.10.2014.)

Sukladno navedenom, u FBiH najrazvijeniji je tranzitni turizam koji je koncentriran u tri ljetna mjeseca, a na koji otpada preko 50 % svih turista.⁵ Sa završetkom izgradnje autoceste „A1“, može se očekivati još veći broj tranzitnih turista. U pravilu, tranzit putnika kroz neko područje dijeli se u tri kategorije:

1. oni koji žele stići što brže, udobnije, jeftinije i sigurnije do svojih odredišta;
2. oni koji žele za vrijeme svog tranzitnog putovanja iskoristiti priliku za upoznavanje područja kroz koje putuju pa produžuju svoj boravak zaustavljanjima na atraktivnim

⁴ Dostupno na: Gospodarski vodič kroz Općinu Kreševo: <http://www.kresevo.biz/turizam.htm> (13.10.2014.)

⁵ Musa, S., Islamović, A., Vrste turizma kao determinante regionalizacije Bosne i Hercegovine, dostupno na: http://www.academia.edu/6550659/Vrste_turizma_kao_determinante_regionalizacije_Bosne_i_Hercegovine (28.08.2014.)

mjestima uz pravac svog kretanja ili nedaleko od pravca svog kretanja, razbijajući na taj način monotoniju putovanja, te

3. oni koji se žele zaustaviti i posjetiti turističke atrakcije na većim ili manjim udaljenostima od pravca svog kretanja, a boravak u tim destinacijama postaje produžen i ima značaj boravišnog turizma na sekundarnoj destinaciji.⁶

S obzirom na prethodno navedene činjenice, Općina Kreševo ima šansu privući potencijalne turiste, koji su na svom trenutnom putovanju ili na povratku s putovanja, na kraći ili duži boravak u svojoj Općini kroz promociju turističkih atrakcija (npr. putem promotivnih materijala s prikazom glavnih atrakcija, lokalnim suvenirima i proizvodima) putnicima u tranzitu na „A1“ ili uz prateću cestovnu uslužnu ponudu. Međutim, na području Općine ne djeluje niti jedna turistička agencija koja bi bila nositelj navedenih aktivnosti, a zanemarivo je i uključivanje turističkih agencija iz regije. Postoje pretpostavke da turistički promet postoji, ali se on ne evidentira jer područje privlači većinom jednodnevne posjetitelje, putnike u tranzitu i emigrante koji borave u vlastitim kućama ili u kućama obitelji, prijatelja i poznanika.

Nadalje, na području Općine nalazi se pet turističko-ugostiteljskih objekta s ukupnim smještajnim kapacitetom od 124 kreveta.

Tablica 3: Smještajni kapaciteti na području Općine Kreševo

Naziv turističko-ugostiteljskog objekta	Broj kreveta
Restoran Luka u Deževicama	10
Restoran Banja u Kreševu	20
Restoran Ribnjak	6
Restoran Stari ribar	28
dr. Augustin Tvrtković	64
UKUPNO	124

Izvor: podaci dobiveni od naručitelja

Općenito, može se konstatirati da je broj smještajnih kapaciteta relativno zadovoljavajući, međutim **destinacijska neorganiziranost i loša infrastruktura unutar Općine je jedan od najvećih nedostataka za turističku ponudu Općine Kreševo.**

⁶ Horak, S. (2006): Tranzitni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam

2.2. Analiza turističke resursne osnove

Prema Rječniku turizma⁷ „turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti (valorizirati).“ Bogatstvo resursa predstavlja komparativnu prednost pojedinoga područja za razvoj turizma, a cjelokupna turistička ponuda trebala bi se temeljiti i graditi upravo na onim resursima kod kojih postoji izrazit privlačni faktor za animiranje potencijalnih turista. Kušen u svojim razmatranjima ističe da je „svaka turistička atrakcija ujedno i turistički resurs, ali da svaki turistički resurs ne mora biti i turistička atrakcija“.⁸ Ovo navodi iz razloga što se obično kod procjene turističke atraktivnosti pojedinog prostora izostavlja većina tzv. „ne atrakcijskih“ resursa (kadrovi, turistička educiranost lokalnog stanovništva, geoprometni položaj i dr.) koji su itekako važni za razvoj turizma pojedinog područja. U *tablici 4* daje se pregled funkcionalne strukture turističke resursne osnove prema Kušenu (2002).

Tablica 4: Prilog funkcionalnom strukturiranju turističke resursne osnove

A. TEMELJNI TURISTIČKI RESURSI (TURISTIČKA ATRAKCIJSKA OSNOVA)
1. Potencijalne i realne turističke atrakcije destinacije
B. OSTALI IZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Turističko-ugostiteljski objekti
2. Prateći turistički sadržaji (sportsko – rekreacijski , trgovački, servisni)
3. Turistički kadrovi
4. Turističke zone
5. Turistička organiziranost destinacije
6. Turističke agencije
7. Turističke informacije i promidžbeni materijali
8. Sustav turističkog informiranja (smeđa signalizacija i interpretacijske ploče)
9. Turistička educiranost lokalnog stanovništva
10. Turistička atraktivnost susjednih destinacija
C. NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI
1. Očuvani okoliš
2. Geoprometni položaj
3. Prometna povezanost
4. Komunalna infrastruktura i objekti društvenog standarda
5. Kvaliteta prostorne organizacije
6. Oblikovanje objekata i zelenih površina
7. Sigurnost (politička stabilnost)
8. Ostali resursi

Izvor: autori prema Kušenu (2002): Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, str. 17

⁷ Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001): Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia, str. 403

⁸ Kušen, E. (2002): Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, str. 16

Klasifikacija turističkih atrakcija ima za cilj sistematizirati podatke o turističkim atrakcijama kako bi se omogućilo njihovo optimalno korištenje u svrhu planiranja razvoja turizma na pojedinom području te održivo, dugoročno upravljanje turističkom destinacijom. Cjelovit pregled potencijalnih i realnih turističkih atrakcija svim dionicima koji se bave turizmom, a poglavito onima koji brinu o razvojnom i operativnom upravljanju destinacijom (lokalna samouprava, turističke zajednice, destinacijske menadžment organizacije i kompanije) predstavlja temelj za odabir pravca razvoja turizma, poglavito turizma posebnih interesa. Isto tako ovaj pregled omogućuje učinkovitu zaštitu turističke atrakcijske osnove kao osnovne „sirovine“ za razvoj turističkog proizvoda. Bez sustavne analize turističke resursne osnove i klasifikacije turističkih atrakcija ne može se učinkovito planirati razvoj niti jedne sredine, a poglavito potencijalne turističke destinacije jer vrlo često, planeri i provoditelji razvojne politike, vođeni trenutnim probitcima previde, zaborave ili pogrešno koriste resurse koji dugoročno gledano kroz razvoj održivog turizma mogu imati povoljnije i održivije učinke za cjelokupnu lokalnu zajednicu.

U nastavku dokumenta daje se pregled temeljnih turističkih resursa (prirodnih i antropogenih kao i ostalih izravnih i neizravnih resursa Općine Kreševo napravljen po uzoru na Kušenovu (2002) metodologiju za funkcionalnu klasifikaciju turističkih atrakcija.⁹ Tablice su izrađene na temelju podataka prikupljenih na terenu, dostupnih povijesnih knjiga¹⁰ i dokumentacije dobivene od naručitelja projekta.¹¹

⁹ Kušen, E. (2002): Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, str.16

¹⁰ a) Jukić, M. (2011): Znameniti i zaslužni Kreševljaci od najstarijih vremena do danas. Kreševo: HKD Napredak
b) Jukić, M. (2008): Etnološki i povijesni prilozi iz kreševskog kraja 1. Kreševo: Franjevački samostan Kreševo
c) Jukić, M. (2007): Ljetopis Lepenička dolina 2006. Kiseljak: HKD Napredak

¹¹ Urbanistički zavod BIH-D.D. (2012): Prostorni Plan Općine Kreševo 2008-2028. godine, Odluka o provođenju Prostornog Plana Općine Kreševo 2008-2028 godine: izmjene i dopune. Sarajevo

2.2.1. Prirodni resursi

2.2.1.1. Geološke značajke prostora

Geološke značajke prostora, pored klime, jedan su od osnovnih privlačnih faktora u destinaciji. Cijelo područje Općine Kreševo je okruženo atraktivnim visokim grebenima, brdima i planinama (*Čubren, Berberuša, Volujak, Lopata, Trebac, Inač, Meoršje, Bitovinja*) s zanimljivim vidikovcima. Atraktivnosti prostora doprinose i šume visokih stabala bukve, hrasta, graba i jele koje čine 70% općinskog prostora, dok brojni planinski izvori i potoci naglašavaju čistoću nedirnete prirode, a planinski putovi i staze omogućuju pristup prirodnoj baštini.¹² Na području Općine nalazi se i nekoliko spilja, pećina i jama (od kojih su tri pećine proglašene spomenicima prirode BiH: *Špilja Veliki oklop, Špilja Mali oklop, Oberska špilja*) te brojna rudarska okna koja svjedoče o dugoj tradiciji rudarstva. Detaljan popis svih geoloških značajki prostora Općine Kreševo nalazi se u dolje navedenoj tablici (*Tablica 5*).

¹² Dostupno na: Općina Kreševo: <http://www.kresevo.ba/index.php/kresevo/osnovne-informacije/polozaj> (18. 07.2014.)

Tablica 5: Pregled geoloških značajki prostora Općine Kreševo

Resursi	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Gorja i planine: <ul style="list-style-type: none"> Lopata Inač Bitovnja Meoršje Čubren Berberuša Volujak Trebac Radava Šljeme Brdo Gradac Brdo Zlatarica 	<ul style="list-style-type: none"> skijanje, sanjkanje, bordanje planinarenje i nordijsko hodanje foto safari i edukacija kampiranje bijeg od civilizacije jahanje biciklizam orijentacijski trekking lov doživljavanje gorskog krajolika letenje zmajem/balonima/paraglajding 			+	
Spilje i jame: <ul style="list-style-type: none"> Špilja, Crnički Kamenik (prapovijesni period) Oberska špilja Špilja Veliki oklop Špilja Mali oklop Jama Jasenovica 	<ul style="list-style-type: none"> poučne geostaze istraživanje geološke povijesti zemlje edukacija (speleologija) podzemni alpinizam (speleološko penjanje i spuštanje) upoznavanje s načinom nastanka špilje/jame upoznavanje s florom i faunom podzemlja špiljarenje šetnja fotografiranje 				+
Vidikovci: <ul style="list-style-type: none"> Planina Lopata vidikovac Ljubilo (vidikovac za zaljubljene) Planina Bitovnja (u cijeloj dužini od 7 km) vidikovac na Inču Turanj (najbliži) Grad Sotnica vidikovci Deževica i ostala sela 	<ul style="list-style-type: none"> šetnja planinarenje doživljavanje uživanje u pogledu odmor i opuštanje fotografiranje 				+
Eksploatacijska polja i rudnici: <ul style="list-style-type: none"> Rudarska okna Rudni potkop Velika Gaća Rudni potkop, Vučine Rudna jama Velika Grkinja, Pirin Rudna jama Mala Grkinja, iznad Kreševa Rudna jama Cvijetinjak, Ravni Vagan Površinski kop Jame Ispiralište zlata Orlovac, Gunjani 	<ul style="list-style-type: none"> spoznavanje povijesti Zemlje spoznavanje gospodarskog značenja geološke građe spoznavanje tradicije rudarstva dokoličarsko vađenje ruda dokoličarsko ispiranje zlata 				
Eruptivne tvorevine: <ul style="list-style-type: none"> Planina Meoršje 1210 n/m 	<ul style="list-style-type: none"> spoznavanje povijesti Zemlje doživljavanje 				+

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Geološki resursi s najvećim turističkim potencijalom su planine *Lopata*, *Inač*, *Meoršje*, *Zlatarica* i *Bitovnja*, zatim špilje *Mali oklop*, *Veliki oklop* i *Oberska špilja* te ostaci nekadašnjeg rudarskog okna *Rudni potkop Velika Gaća* u kojem se za vrijeme Osmanlijskog carstva vršila eksploatacija arsena potrebnog za pripravljanje smjese koja je služila za depilaciju žena. U nastavku (tablica 6) se nalazi detaljna analiza potencijalnih i realnih atrakcija vezana za pojedine planine i špilje koje su prepoznate kao resursi s najvećim turističkim potencijalom.

Tablica 6: Prikaz realnih i potencijalnih atrakcija najznačajnijih planina i špilja Općine Kreševo

Resurs	Opis realne atrakcije	Opis potencijalne atrakcije
Planina Lopata	<ul style="list-style-type: none"> • 300 m dječja skijaška staza sa žičarom • planinarski dom s 56 ležajeva 	<ul style="list-style-type: none"> • uređenje poučnih staza za trekking i nordijsko hodanje • biciklističke staze
Planina Inač	<ul style="list-style-type: none"> • mjesto pogibelji Džemala Bijedića, obilježavanje pogibelji svake godine u siječnju 	<ul style="list-style-type: none"> • biciklističke i jahačke staze • staze za trekking
Planina Meoršje	<ul style="list-style-type: none"> • teren za paraglajding • edukacija o povijesti Zemlje povezana s padom meteora 	<ul style="list-style-type: none"> • poučne staze • biciklističke staze
Brdo Zlatarica	<ul style="list-style-type: none"> • područje rudarskih jama • oživljavanje tradicije kopanja zlata još iz doba Rimljana • edukacija 	<ul style="list-style-type: none"> • oživljavanje tradicije ispiranja zlata • uređenje poučnih staza
Planina Bitovnja	<ul style="list-style-type: none"> • regionalni park prirode (stupanj zaštite ii-iv) 	<ul style="list-style-type: none"> • uređenje poučnih staza za trekking i nordijsko hodanje • biciklističke staze
Planina Inač i Lopata Srednjobosansko škriljavo gorje	<ul style="list-style-type: none"> • geostaze minerala i kristala srednjobosanskog škriljavog gorja (minerali citrin i veseljit) 	<ul style="list-style-type: none"> • protežu se u pravcu Srednjobosanskog škriljavog gorja i postoji osnova za osnivanje geoparka
Špilje: <ul style="list-style-type: none"> • Oberska špilja • Špilja Veliki oklop • Špilja Mali oklop 	<ul style="list-style-type: none"> • spomenici prirode BiH 	<ul style="list-style-type: none"> • poučne staze
Rudni potkop Velika Gaća	<ul style="list-style-type: none"> • za vrijeme Osmanlijskog carstva se vršila eksploatacija arsena potrebnog za pripravljanje smjese (kreme) koja je služila za depilaciju žena 	

Trenutno se kao najznačajnija realna turistička atrakcija u turističkoj klasifikaciji geoloških značajki prostora Općine Kreševo ističe poučna staza *Geostaze minerala i kristala Srednjobosanskog škriljavog gorja* s nalazištima minerala kreševskog citrina i veseljita. Od realnih turističkih atrakcija ističu se još dječja skijaška staza, planinarski dom, teren za

paraglajding, mogućnost oživljavanja tradicija iskapanja zlata i ruda te edukacije povezane s geološkom povijesti Zemlje.

Navedene turističke atrakcije predstavljaju komparativnu prednost prostora za razvoj geološkog i pustolovnog turizma koji bi se trebao temeljiti na mreži staza za trekking (poučne staze, geostaze, tematske staze) napravljenih prema zahtjevnosti svladavanja (obiteljske staze, umjereno zahtjevne, zahtjevne) tj. prema iskustvu turista. **Trekking staze** kreirane na taj način, predstavljale bi „**core product**“ tj. temeljni turistički proizvod oko kojeg bi se nadovezivali svi ostali proizvodi destinacije Općine Kreševo.

Također, turistički značajne za Općinu Kreševo su potencijalne i realne turističke atrakcije u susjednim općinama i gradovima:

- Sarajevo (glavni grad BiH s bogatom kulturno – povijesnom baštinom te urbani, kulturni, ekonomski i prometni centar (zračna luka)),
- Kiseljak (glavne atrakcije su: izvor mineralne vode, nekropole stećaka (Brdanjak...), specijalitet kiseljačke pogačice i trgovački centri),
- Fojnica (najznačajnija turistička atrakcija su lječilišta Reumal i Aquareumal zahvaljujući kojima je Fojnica postala središte zdravstvenog turizma, dok se među ostalim turističkim atrakcijama izdvajaju: Prokoško jezero na planini Vranici – ledenjačko jezero na 1636 m nadmorske visine s katunima i kolibama, planine Vranica i Zec, SRC „Brusnica“ na Zecu (skijaška staza, dvije žičare, motel s 40 ležajeva), Kanjon rijeke Dragače sa slapovima Kozice, Franjevački samostan s crkvom Duha Svetoga i muzejem, Kašteli – ostatci franjevačkog stana iz predturskog doba (uklesan u stijenu), mjesto na vrhovima Zahora s kojeg je fra Anđeo Zvizdović krenuo susresti se s sultanom Mehmedom u vrijeme pada Bosne) te Tekija u Vukeljićima),
- Kraljeva Sutjeska (glavne turističke atrakcije su: kraljevska utvrda Bobovac i franjevački samostan – jedan od tri najznačajnija bosanska samostana),
- Visoko (glavne turističke atrakcije: Mile (krunidbeno i grobno mjesto bosanskih kraljeva za vrijeme srednjovjekovne Bosne), Zavičajni muzej, samostan s muzejom te ostala kulturno – povijesna i prirodna baština),
- Konjic (glavne turističke atrakcije su: rafting na Neretvi, kanjoning na Rakitnici, kulturna i prirodna baština te Titov bunker),
- Planinarska transverzala „Bitovnja – Pogorelica – Vranica“ (71 km dugi planinarski put Bitovnja-Pogorelica-Vranica utemeljen je 1964. godine. Započinje u Kreševu,

prelazi preko planina Inča, Lopate, Visočice, Bitovnje, Pogorelice, Zeca i Vranice te završava u Fojnici (varijanta A) ili Uskoplju-Gornjem Vakufu (varijanta B).

Navedene potencijalne i realne atrakcije mogu doprinijeti jačanju komparativnih prednosti Općine Kreševo te obogaćivanju turističke ponude u smislu organizacije izleta na navedena područja.

2.2.1.2. Klima

Općina Kreševo nalazi se u pojasu srednjogorske (500-800 m) i planinske (iznad 800 m) klime. Boravak u klimatski ugodnom i ljekovitom prirodnom okruženju, uz privremenu promjenu životne i radne sredine, osobito pozitivno utječe na psihofizičko stanje čovjeka. Stoga se pri kreiranju turističkih aranžmana sve veći naglasak stavlja na spajanje faktora poput klime, reljefa, flore i faune koji zbog svoje atraktivnosti i ljekovitosti postaju najsnažniji motivi turističkih putovanja. U tom smislu, srednjogorska klima (500-800 m) je vrlo ujednačena i umirujuća te pogodna za oporavak čovjeka od neuroza i psihoneuroza, oporavak iscrpljenih osoba te poboljšanje općeg zdravstvenog stanja¹³, dok planinska klima omogućuje ugodnu svježinu tijekom vrućih ljetnih mjeseci, a za vrijeme zimskih mjeseci osigurava dovoljno snijega koji je potreban za razvoj sportsko – rekreacijskih aktivnosti na snijegu.

Već dobro razvijena turistička praksa planinskih područja ukazuje da su planine područja koja mogu biti privlačna turistima tijekom cijele godine. Naime, uz planinarenje i skijanje, na planinama se mogu razviti brojne aktivnosti na otvorenom prostoru koje privlače sportsko – rekreacijske i pustolovne turiste dok čista i nedirnuta priroda privlači ekoturiste. Slijedom navedenog, planinska klima ima odlične pozitivne učinke na zdravlje čovjeka te planine postaju tražene zdravstvene, *wellness* i *fitness* destinacije privlačne za odmor turista tijekom cijele godine (kraća i/ili duža putovanja s različitim motivima: skijanje, skijaško trčanje, sanjkanje, zimovanje, ekstremno planinarenje, planinarenje, šetnje poučnim stazama, oporavak, ljetovanje, vožnja biciklom, odmor, sport i rekreacija, avanturističke aktivnosti), dok planinska seljačka gospodarstva i planinarski domovi dodatno pridonose atraktivnosti područja i obogaćuju turističku ponudu destinacije.¹⁴

¹³ Geić, S., Geić, J., Čmrlec, A. (2010): Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu. Informatol vol. 43/ 4:317-324

¹⁴ Vrdoljak-Šalamon, B. (2006): Planinski turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam

2.2.1.3. Voda

Najznačajniji vodeni resursi Općine Kreševo su brojni izvori pitke vode, ostaci vodenica i tradicija vodeničarstva, *Duboki potok* s tradicijom ispiranja zlata i srebra te ribnjak *Kreševo* (Tablica 7).

U turističkom smislu, najatraktivnije je izvorište *Nevra*, u Deževicama oko 8 km zapadno od Kreševa. Izvorište se nalazi na sjevernim padinama planine Bitovnje. Teren karakteriziraju velike visinske razlike od 911 m u Deževicama do 1.528 m na Visočici. Izvor *Nevra* se nalazi na nadmorskoj visini 1.180 m i hipsometrijski je jedno od najviših izvorišta u Europi koje se danas koristi za flaširanje. Planinski karakter reljefa presijeca duboko usječena i uska dolina potoka *Nevra*, te niz manjih udolina stalnih i povremenih potoka njegovih manjih pritoka.¹⁵

S obzirom na specifičnosti područja Općine Kreševo i velikog broja izvorišta vode koja su vrlo atraktivna turistima, nameće se potreba izgradnje poučnih staza „*Staze izvorišta vode*“ ili „*The Well Roads*“ koje bi povezivale sva izvorišta, ali i ostale u geološkom smislu značajne lokalitete poput špilja i jama, kao i kulturnu baštinu područja s naglaskom na edukaciju o geološkom razvoju prostora, fotografiranje i promatranje životinja.

Budući da je ovo područje bilo specifično po vodenicama (nekada ih je bilo 23), turistički značajno bilo bi rekonstruirati veći broj vodenica i oživjeti tradicijske običaje, osobito na lokaciji ispod samostana u Kreševu, a iznad poduzeća Čelik, gdje je stari jaz za vodu (nekada su se „Čelikovi“ strojevi pokretali vodenim pogonom) očuvan i nalazi se na pogodnom mjestu.

¹⁵ Skopljak, F. (2011): Izvorište prirodne izvorske vode „Nevra“. Arhiv za tehničke nauke, dostupno na: <http://www.arhivzatehnickenuke.com/files/arhiv%205/Izvori%C5%A1te%20prirodne%20izvorske%20vode.pdf> (13.10.2014).

Tablica 7: Prikaz vodenih resursa Općine Kreševo

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Izvori: <ul style="list-style-type: none"> • Izvorište Kostajnica • Izvorište Banja • Izvorište Nevra • Izvorište Orunj • Izvorište Oklop • Izvorište Šćona • Izvorište Barbarino vrelo • Izvorište Čibukovo vrelo • Izvorište Zdravo vrelo • Izvorište Vrenjak • Izvorište Bjelovoda • Izvorište Sedra, Mratinići • Izvorište Sedra, Kajsina • Izvorište Jasenica • Izvorište Vrela, Ribnjak • Izvorište Mliječ, Gunjani • Izvorište Komarac • Izvorište Crna rijeka • Izvorište Toplica • Izvorište Dragušnica¹⁶ • Izvorište Mala i Velika voda 	<ul style="list-style-type: none"> • promatranje izvora • doživljavanje • spoznaja • punionice izvorske vode • opuštanje • dokoličarenje • fotografiranje • meditacija • tematske staze kojima bi se povezala izvorišta vode („The Well Roads“) • vožnja biciklom • šetnje • oporavak • pješačenje 				+
Vodenaica/ Mlin, Kreševo	<ul style="list-style-type: none"> • promatranje • doživljavanje • fotografiranje • oživljavanje tradicije 				+
Potoci šireg područja: <ul style="list-style-type: none"> • Duboki potok 	<ul style="list-style-type: none"> • doživljavanje • ribolov • oživljavanje tradicije ispiranja zlata i srebra 				+
Vranačka rijeka, Vranc	<ul style="list-style-type: none"> • šetalište 				+
Ribnjak Kreševo	<ul style="list-style-type: none"> • ribolov • šetnja • dokoličarenje 			+	

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

¹⁶ Posebno je popularna živopisna šetnica uz rječicu Dragušnicu koja vodi od središta grada (Banje) sve do Ribnjaka. Na samo minutu od središta Kreševa, iz velike prirodne stijene izvire izvor koji je od davnina igrao važnu ulogu u životima ljudi tog dijela Kreševa. Na tom mjestu je bilo javno kupalište još prije II. svjetskog rata, jedno od rijetkih u bivšoj državi te je iz tog nastao i toponim Banja. Već nekoliko desetljeća tu se nalazi bazen te ugostiteljski objekt s dugom tradicijom gdje je moguće popiti kavu i natočiti vodu sa samog izvora koji se nalazi nekoliko metara od stolova.

2.2.1.4. Biljni svijet

Kada je riječ o biljnom svijetu, značajniju turističku resursnu osnovu predstavljaju šume, planinske livade, samoniklo ljekovito bilje, šumsko bilje te javor iz Kreševa (posebna vrsta javora koja se koristi za izradu violina) (Tablica 8).

Tablica 8: Biljni svijet Općine Kreševo kao turistički resurs

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Šume	<ul style="list-style-type: none"> • doživljaj prirode/krajobraza • opuštanje • šetnje • biciklizam • trčanje • lov • fotografiranje • promatranje životinja 				+
Pojedinačna stabla: <ul style="list-style-type: none"> • Javor iz Kreševa, Mlječac • Stara lipa na Gradu (starost veća od 300 godina) • Panj brijesta (star oko 350 godina) 	<ul style="list-style-type: none"> • posebna vrsta javora koja se koristi za izradu violina • šetnice 				+
Šumsko bilje (plodine)	<ul style="list-style-type: none"> • edukacija • škole u prirodi • branje gljiva, divljih jagoda • poučne staze 				+
Samoniklo ljekovito bilje	<ul style="list-style-type: none"> • edukacija • branje bilja 				+
Planinske livade	<ul style="list-style-type: none"> • doživljaj prirode • opuštanje • šetnje • biciklizam • trčanje • lov • fotografiranje • promatranje životinja • edukacija • škola u prirodi 				+

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Područje Općine Kreševo uglavnom je prekriveno divljom vegetacijom koja kao turistička atrakcija privlači brojne turističke segmente, od „hard“ ekoturista koji su spremni odreći se svakodnevnoga komfora u svrhu proučavanja ugroženih biljnih vrsti, rekreativaca koji vole šetati, trčati, biciklirati kroz šume pa do gradskih stanovnika koji uživaju u berbi šumskih plodina i samoniklog ljekovitog bilja.

Slijedom navedenog ovo područje je pogodno za uređenje šumskih putova prilagođenih za šetnje, nordijsko hodanje, brdski biciklizam, branje plodina i samoniklog bilja kao i

kombinaciju navedenih aktivnosti poput „*bike and walking tours*“. Međutim, da bi navedene aktivnosti postale sastavni dio turističke ponude, prostor je potrebno opremiti dobrom turističkom signalizacijom, interpretacijskim pločama te izraditi karte u tiskanoj i elektroničkoj verziji.

2.2.1.5. Životinjski svijet

Bogatstvo i raznolikost životinjskog svijeta predstavlja komparativnu prednost za razvoj prvenstveno ekoturizma, lovnog i ribolovnog turizma, ali i sportsko-rekreacijskog turizma. Jedna od najznačajnijih strateških prednosti Općine Kreševo je bogatstvo divlje svojte, posebno velikih divljih zvijeri i orintofaune (*Tablica 9*).

Tablica 9: Životinjski svijet Općine Kreševo kao turistički resurs

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Divlje životinje: <ul style="list-style-type: none"> • Sisavci: (divlja svinja, medvjed, vuk, ris, srneća divljač, jelen, lisica, jazavac, puh...) • Ptice: (preko 70 vrsta) • Ribe (pastrva, peš) 	<ul style="list-style-type: none"> • fotosafari • promatranje životinja • lov • hranjenje • birdwatching (promatranje i slušanje pjeva ptica) • ribolov • edukacija 				+
Domaće životinje: <ul style="list-style-type: none"> • krave, koze, ovce, konji (za vuču) 	<ul style="list-style-type: none"> • promatranje • upoznavanje uzgoja • gastronomija 				+
Lovište lovačkog Društva „Tetrijev“	<ul style="list-style-type: none"> • lov • promatranje životinja • fotosafari 	+			

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Uz navedene resurse i nekoliko planinarskih domova (Planinarski dom Lopata, Šumarska kuća na Zečevu, Planinarska kuća Zečevo, Lovačka kuća Trebac (trenutno nije u funkciji), Lovačka kuća Mešćema, Lovačka kuća Hajdučka luka, Lovačka kuća na Čubrenu, Lovačka kuća u Ratkovićima) za potrebe smještaja, kao glavna komparativna prednost za razvoj održivog lovnog turizma ovog područja ističe se aktivna *Lovačka udruga „Tetrijev“* (na žalost ne postoje turističke statistike o dolascima stranih lovaca). Lovačka udruga „Tetrijev“ je članica Lovačkog saveza Herceg Bosne, građanske udruge utemeljene prema Zakonu o

udrugama i Zakonu o lovstvu koja djeluje kao nestranačka, nepolitička i neprofitna organizacija Hrvata u Bosni i Hercegovini, a cilj udruge je djelovanje na području lovstva u smislu planiranja i provedbe jedinstvene lovne politike, razvoja i unapređenja lovstva, uzgoja, zaštite i korištenja divljači, očuvanja prirodnog staništa divljači i biološke i ekološke raznolikosti, lovne izobrazbe, njegovanja lovačke etike i običaja te zaštite prirode i ljudskog okoliša zatim poticanje suradnje svojih članica s pravnim i fizičkim osobama i ustanovama u razvoju lovnog turizma, te osnivanje subjekata za gospodarsku djelatnost u vezi s lovstvom, lovnim turizmom i zaštitom okoliša.¹⁷

Osim održivog lovnog turizma, postoje predispozicije za razvoj ekoturizma s brojnim aktivnostima kao što su promatranje ptica, fotosafari, slušanje pjeva ptica, stručno-znanstvena edukacija, poučne staze. Također, moguće je razviti paletu turističkih proizvoda vezanih uz tradiciju uzgoja stoke, (ovce, goveda), a koji bi se temeljili na autohtonim pasminama, tradicionalnom načinu života i rada na selu (perad u slobodnom uzgoju, stoka na ispaši, prerada i gastronomska ponuda, običaji) te prepoznatljivosti pojedinih proizvoda.

2.2.1.6. Zaštićena prirodna baština

Na području Općine Kreševo nalazi se više zaštićenih područja. Među njima se kao najznačajnije, dakle ono regionalne važnosti, ističe *Regionalni park prirode (zaštita II-IV) Bitovnja (Tablica 10)*.

Tablica 10: Zaštićena prirodna baština Općine Kreševo

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Regionalni park prirode (zaštita II-IV) Bitovnja	• Šetnje, pješačenje, fotografiranje, spoznaja prirodnih zakonitosti, dokolica, šetnje, pješačenje, piknik			+	
Zaštićeni krajolik (II kategorija) Pogorelica – Bitovnja (nastavak planine Vranica, pojava modificirane planinske submediteranske klime)	• Šetnje, pješačenje, fotografiranje, spoznaja prirodnih zakonitosti, dokolica, šetnje, pješačenje, piknik			+	
Spomenici prirode BiH: <ul style="list-style-type: none"> • Oberska špilja • Špilja Veliki oklop • Špilja Mali oklop 	• Spoznavanje vrijednosti				+

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

¹⁷ Dostupno na: Lovački savez Herceg Bosne: <http://www.lovackisavez-hb.ba/clanice.asp> (18.12.2014.)

Atrakcije navedene u tablici iznad, najvažniji su realni turistički resursi i ujedno predstavljaju turističku zonu s najvećom tržišnom vrijednosti u kojoj se mogu razviti sva tri ključna turistička proizvoda Općine Kreševo: **turizam temeljen na prirodi, kulturni turizam i sportsko – rekreacijski turizam**. Naime, zaštićeni dijelovi prirode predstavljaju najjači privlačni faktor za ekoturiste, a ovisno o stupnju zaštite i mogućnosti za različite aktivnosti unutar područja, atraktivni su i puno širem segmentu turističkih potrošača.

2.2.2. Antropogeni resursi

2.2.2.1. Kulturno – povijesna baština

Općina Kreševo ima bogatu povijest, umjetnost i kulturu (*Tablica 11*), a posebno se ističu nacionalni spomenici Općine Kreševo:

- *Franjevački samostan sv. Katarine* iz 1853. (sa pokretnom imovinom, graditeljska cjelina) sagrađen je na ostacima ruševina starog samostana iz 16. st. koji posjeduje vrijednu muzejsku zbirku: Trački konjanik, bogatu knjižnicu s rijetkim rukopisima, umjetnička zbirka slika talijanskih majstora od 16. –18. st¹⁸;
- *Kreševo*, povijesno gradsko područje;
- Most poznat kao ‘*Rimski most*’ u selu Vrancima, povijesni spomenik;
- *Nekropola sa stećcima na lokalitetu Brdo (Križ)* u Deževicama, povijesno područje;
- *Nekropola sa stećcima na lokalitetu Klupe* i nekropola sa stećcima na lokalitetu Crvenjak u Komarima, povijesno područje;
- *Nekropola sa stećcima na lokalitetu Kose* u Crnićima, povijesno područje;
- *Sedam kuća u selu Vrancima* (selu srednjovjekovnih rudara i kovača), grupa građevina;
- *Stari grad u Kreševu*, povijesno područje.

¹⁸ Mlinarević, M., i ostali (2008): Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018. FBiH: Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Inženjerski biro d.d., str.43.

Tablica 11: Kulturno – povijesna baština Općine Kreševo

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Arheološka nalazišta (prapovijesna): <ul style="list-style-type: none"> • Gradina, Rakova noga • Gradina , Lipa • Granica, Lipa • Veliki gradac, Deževica • Crkvenska Ravan, Berberuša • Šiljak, Drežnice (Volujak) • Kotorac, Kulina (iznad Kreševa) 	<ul style="list-style-type: none"> • razgledavanje i fotografiranje • doživljavanje • tematske staze • šetnja • dokolica • pješačenje 				+
Arheološka nalazišta (antički period): <ul style="list-style-type: none"> • Lokalitet Kreševo (Zid i Gromile), antičko nalazište • Rimski most, Vranc • Ispiralište zlata Orlovac, Gunjani • Lokalitet Nakovanj, 200 m rimske ceste • Lokalitet Fratarsko šetalo 	<ul style="list-style-type: none"> • razgledavanje i fotografiranje • doživljavanje umjetničkih djela • šetnja • dokolica • tematske staze • pješačenje 				+
Spomeničke cjeline: <ul style="list-style-type: none"> • Povijesno gradsko područje Kreševo • Stari grad u Kreševu • selo Vranc (eko - etno selo, selo srednjovjekovnih rudara i kovača, Kreševo) • Ta'te (bosansko zvono) u Vrancima • Stari most u Vrancima (povijesni spomenik) 	<ul style="list-style-type: none"> • razgledavanje i fotografiranje • spoznavanje povijesnih tijekova • doživljavanje umjetničkih dijela 			+	
Nekropole: <ul style="list-style-type: none"> • Nekropola sa stećcima na lokalitetu Crkvenjak-povijesno područje • Nekropola sa stećcima na lokalitetu Klupe u Komarima-povijesno područje • Nekropola sa stećcima na brdu Križ, Deževica (povijesno područje) • Nekropola sa stećcima na lokalitetu Kose, Crnići (povijesno područje) Stećci: <ul style="list-style-type: none"> • Lokalitet Alagići • Kamen, lokalitet Martinići • Lopata, lokalitet Tomići • Polje, lokalitet Polje • Nišan, Polje • Škarine/Lopata, lokalitet Rakova Noga • Tisovik, lokalitet Pirin • Lokalitet Crnički kamenik • Škarine, Crnići • Kosica Crnići • Paškina kava • Blinje, raskrižje • Gunjanski do • Fatića voda, Mratinići • Pomol Inač 	<ul style="list-style-type: none"> • put stećaka, tematske staze • edukacija • fotografiranje • doživljavanje • šetnja <ul style="list-style-type: none"> • tematske staze • kombinacija i mreža staza 				+

Groblja: <ul style="list-style-type: none"> • Kamen groblje, Martinići • Kaursko groblje, Bjelovići • Usamljeni grob sa kamenim spomenikom, K: Kamenik • Partizansko groblje, Polje • Gornje groblje • Kužno groblje pored špilje, Kreševo • Lokalitet „Kuginovac“, između Kreševa i Vranaka • Čudotvorni grob na Jelačkama • Grob Dragutina Lermana • Grob fra Grge Martića 					
Spomenici: <ul style="list-style-type: none"> • Spomenik hajdučkog harambaše Ivan Bušić Roša, Bitovnja • Spomenik NH Janković Gliši, Bukva • Spomenik Džemalu Bijediću, Inač • Martinov greb, Bitovnja • Spomenik poginulim braniteljima na Pomolu • Središnje spomen obilježje poginulim i nestalim braniteljima na Trgu fra Grge Martića, • Spomenik poginulim borcima kod džamije. 					+
Pojedinačne sakralne građevine: <ul style="list-style-type: none"> • Džamija Hadži Hasanova, Kreševo • Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, Kreševo • Crkva Sniježne Gospe, Deževica • Crkvina kod Paškine kave • Svetište Majke Božje „Pod špiljama“ • Svetište pod Jastrebinama, Vranačka rijeka • Svetište „Voda sv. Jakova“, Deževica • Kapelica kraljice Katarine, Kreševo • Franjevački samostan, Kreševo sa pokretnom imovinom i muzejom 	<ul style="list-style-type: none"> • posljednja bosanska kraljica koju franjevci Bosne Srebrene štiju kao blaženicu 			+	
Utvrde/burgovi: <ul style="list-style-type: none"> • Grad/Utvrda Bedem • Povijesno gradsko područje Kreševo (Nacionalni spomenik) 					
Stambene zgrade, objekti ambijentalne vrijednosti: <ul style="list-style-type: none"> • Ulica Fra Grge Martića, Kreševo • Mlin, Kreševo • Sedam kuća u selu Vranici (selu srednjovjekovnih rudara, kovača); nacionalni spomenik 					
Bibliotečna grada: <ul style="list-style-type: none"> • Franjevački samostan, knjižnica: Unikatna knjiga „Rudarsko – metalurški, priručnik, inkunabula 					+
Muzej Franjevačkog samostana				+	

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Analiza turističke resursne osnove kulturno – povijesne baštine pokazala je da Općina Kreševo ima predispozicije za razvoj posebnih oblika turizma temeljenih na kulturnim resursima. Kao najznačajnije realne turističke atrakcije izdvajaju se *Franjevački samostan sv. Katarine s* vrijednom muzejskom zbirkom i *eko – etno selo Vranc*i (selo srednjovjekovnih rudara i kovača). Također, veliki broj lokaliteta s stećcima i arheološkim nalazištima otvara mogućnost za kreiranje određenih tematskih poučnih staza edukativnog karaktera npr. poučna staza „*Putevima stećaka*“.

2.2.2.2. *Kultura života i rada*

Kultura života i rada Općine Kreševo obuhvaća folklor, običaje, rukotvorstvo, proizvode od drveta, razne obrte, tradicijsko građenje i gastronomsku ponudu baziranu na tradicionalnim jelima (*tablica 12*).

Tablica 12: *Kultura života i rada Općine Kreševo*

Resursi	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Folklor: <ul style="list-style-type: none"> • narodni melos: tamburaška tradicija: muški i ženski ansambl; Kreševo – dislocirani studij glazbe sveučilišta u Mostaru, 100 godina tradicije • tambura 	<ul style="list-style-type: none"> • razgledavanje • kreativno sudjelovanje • edukacija 				+
Legende iz kreševskog kraja	<ul style="list-style-type: none"> • scensko oživljavanje 				+
Običaji: <ul style="list-style-type: none"> • Pokladni Vukovi u Deževicama 	<ul style="list-style-type: none"> • oživljavanje tradicije i običaja 				+
Rukotvorstvo: <ul style="list-style-type: none"> • potkovano jaje, zaštićeni autohtoni proizvod kao intelektualno vlasništvo 	<ul style="list-style-type: none"> • razgledavanje • edukacija 			+	
Proizvodi od drveta: <ul style="list-style-type: none"> • javor iz Kreševa za izradu violina (Stradivarijeva violina napravljena od kreševskog javora) 					+
Tradicijsko građenje: <ul style="list-style-type: none"> • izgradnja tradicionalne kuće donji kat kameni, gornji drveni, krov drveni • izrada kaplama (šindre) od jelovine 	<ul style="list-style-type: none"> • kreativne radionice 				+
Gastronomija: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Keške</i> – kuhani ječam s piletinom • <i>Maglica</i> – tradicionalno jelo (domaća tjestenina, kajmak i vrhnje) • <i>Jela ispod sača</i> (npr. teletina) • ostala domaća i tradicionalna jela (<i>kukuruza, pura, uštipci, pite, pače</i>) • <i>pastrva</i> na razne načine uhvaćena netom pred spremanje iz domaćih ribnjaka 	<ul style="list-style-type: none"> • „hedonističko“ konzumiranje 			+	

Ugostiteljski objekti: <ul style="list-style-type: none"> Restoran Luka Deževica Restoran Banja Kreševo Restoran Ribnjak Kreševo Restoran Stari ribar Restoran Široka ulica Restoran Dvije lipe kod Bana 	<ul style="list-style-type: none"> „hedonističko“ konzumiranje hrane i pića dokolica 				+	
Ostala produkcija: <ul style="list-style-type: none"> kozji sir, kravljji sir, med, maline, kiselo mlijeko, šumski plodovi (gljive, borovnice...) 	<ul style="list-style-type: none"> „hedonističko“ konzumiranje 					+
Drugi obrti: <ul style="list-style-type: none"> Rudarstvo, ispiranje zlata, geologija Kovačija – obrada metala 	<ul style="list-style-type: none"> kreativne radionice edukacija 					+

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Analiza resursa iz područja života i rada pokazala je da značajnu turističku resursnu osnovu predstavljaju sljedeće atrakcije:

- *folklor* odnosno narodni melos stogodišnje tamburaške tradicije (tamburaški muški i ženski ansambl) koji može obogatiti turističku ponudu Kreševa,
- scensko oživljavanje životne priče sv. Jakova odnosno „*Legende o sv. Jakovu Markijskom*“ koja bi postala okosnica vjerskog turizma u selu Deževica gdje je sv. Jakov boravio te
- zaštićeni autohtoni proizvod „*Potkovanog jajeta iz Kreševa*“ čija se izrada prenosi samo na određeni broj zanatlija i može postati izvorni suvenir, ali i prepoznatljiv brend Općine Kreševo oko kojeg je moguće kreirati nekoliko turističkih proizvoda, npr. „*Festival potkovanog jajeta*“ s edukativnim radionicama o načinu izrade potkovanog jajeta.

2.2.2.3. Znamenite osobe i događaji

U turističkom smislu najznačajnija osoba je sveti Jakov Markijski koji je obitavao u špilji nedaleko od sela Deževica. Prema narodnoj predaji bio je vrlo cijenjen svećenik, njegov je boravak ostao trajno zabilježen, a njega su proglasili pomoćnim zaštitnikom župe. Danas se mnogi umivaju u vodi u špilji svetog Jakova vjerujući da je voda iscjeljujuća. Iz navedenog proizlazi turistički značaj lika i djelo sv. Jakova Markijskog kao osnove za razvoj turističke ponude vjerskog turizma (*Tablica 13*).

Tablica 13: Popis znamenitih osoba i događaja Općine Kreševo

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Sv. Jakov Markijski <ul style="list-style-type: none"> • cijenjeni svećenik 	<ul style="list-style-type: none"> • hodočasnička staza, postaja životu sv. Jakova, • put sv. Jakova Markijskog uz potporu Montepandonea 	+			
Fra Grgo Martić <ul style="list-style-type: none"> • kreševski pjesnik 	<ul style="list-style-type: none"> • upoznavanje života i rada • spoznavanje • upoznavanje povijesti rada 				+
Dragutin Lerman <ul style="list-style-type: none"> • znanstvenik i istraživač (istraživao je, između ostalog, rudarske rezerve u Kreševu) 	<ul style="list-style-type: none"> • upoznavanje života i rada • spoznavanje • upoznavanje povijesti rada 				+
dr. fra Mato Nikolić <ul style="list-style-type: none"> • prvi diplomirani liječnik u BiH (porijeklom iz Kreševa) 	<ul style="list-style-type: none"> • upoznavanje života i rada • spoznavanje • upoznavanje povijesti rada 				+
Udruge: <ul style="list-style-type: none"> • Lovačko društvo „Tetrijeb“ • Udruga sportskih ribolovaca Kreševo • Planinsko društvo „Bitovnja“ • Zavičajna udruga „Kreševski citrin“ • HKD „Napredak“ • UzOKPiPV „Kreševo“ (kovačka udruga) • BBK „Kreševo“ (biciklistička) • Udruga za promociju turizma, kulture i sporta „Deževica“ • Književna zaklada „Fra Grgo Martić“ • Udruga „Klepsidra“ • Sportski savez općine Kreševo 	<ul style="list-style-type: none"> • upoznavanje povijesti rada • stručno-znanstvena edukacija 				+

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

2.2.2.4. Manifestacije

Na području Općine Kreševo održava se niz manifestacija (*tablica 14*) tijekom godine od kojih poseban turistički značaj, u smislu obogaćivanja turističke ponude, imaju sljedeće:

1. *Međunarodni sajam minerala stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja* (održava se treći vikend u listopadu i namijenjen je svima onima koji na jednom mjestu žele vidjeti „suze majke zemlje“ odnosno kristale),
2. *Mise na mladu nedjelju* od proljeća do jeseni u Deževicama ispod vrela sv. Jakova,
3. *Geo – kamp* (održava se predzadnji vikend u lipnju, traje dva dana tijekom kojih posjetitelji na lokalitetima u blizini kampa traže i iskopavaju minerale)
4. „*Svibanjski dani kulture*“ (održavaju se u svibnju svake godine s ciljem oživljavanja lika i djela kreševskih pjesnika).

Tablica 14: Popis javnih manifestacija Općine Kreševo

Atrakcija	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Geološke manifestacije: <ul style="list-style-type: none"> • Geo – kamp (predzadnji vikend u lipnju) • Sajam minerala, stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja (predzadnji vikend u listopadu) 	<ul style="list-style-type: none"> • edukacija • doživljavanje • sudjelovanje 	+			
Kulturne manifestacije: <ul style="list-style-type: none"> • Obilježavanje poklada (veljača) • Pokladni „Vukovi“(veljača) • „Svibanjski dani kulture“, Kreševo (svibanj) • Edukativna radionica za mlade (svibanj) • Međunarodni foto i film festival outdoor aktivnosti (srpanj/kolovoz) • Obilježavanje dana smrti kraljice Katarine (25.10.) 	<ul style="list-style-type: none"> • gledanje • slušanje • sudjelovanje • doživljavanje • čitanje poezije • oživljavanje djela kreševskih pjesnika • 				+
Vjerske manifestacije: <ul style="list-style-type: none"> • Obilježavanje godišnjice posvete kipa sv. Jakova Markiljskog (lipanj) • Blagdan Gospe Snježne – patron župe Deževice (kolovoz) • Blagdan Uznesenja Blažene Djevice Marije – patron župe Kreševo i Dan općine Kreševo (kolovoz) • obilježavanje blagdana sv. Nikole (6.12.) • obilježavanje blagdana sv. Lucije, zaštitnice kovača (13.12.) 	<ul style="list-style-type: none"> • doživljavanje • sudjelovanje u obredima • razgledavanje svetišta 				+

2.2.2.5. *Kulturne ustanove*

Na području općine djeluje nekoliko kulturnih ustanova:

- *Književna zaklada „Fra Grgo Martić“* (zaklada bijenalno dodjeljuje književne nagrade, organizira veliki broj kulturnih manifestacija (npr. desetodnevna književno-prevoditeljska kolonija te se bavi izdavaštvom).
- *Kreševska podružnica HKD „Napredak“* (jedna od najaktivnijih u BiH, organizira kulturno – umjetničke manifestacije)
- *Udruga „Klepsidra“* (bavi se književnim izdavaštvom te organizira druge kulturne događaje (npr. desetodnevna književno-prevoditeljska kolonija)

Trenutno, za održavanje kulturnih manifestacija postoji odgovarajuća zgrada, dom udruge HKD „Napredak“ s malom i velikom dvoranom te pratećim sadržajima, a Prostornim planom Općine Kreševo predviđena je izgradnja ***Doma kulture Kreševo*** koji bi bio kulturni centar s kinom, kazalištem, knjižnicom i čitaonicom, omladinskim klubom, salom za skupove, zavičajnim muzejom te prostorom za lokalne medije.¹⁹

2.2.2.6. *Sportsko – rekreacijski sadržaji i servisi*

Trenutna opremljenost sportsko – rekreacijskim sadržajima, koja je na zadovoljavajućoj razini za lokalne potrebe, generalno gledano nije konkurentna u odnosu na okruženje i ne može biti temelj turističke ponude u smislu profiliranja destinacije s izrazitim sportsko – rekreacijskim sadržajima koja bi mogla privući segment aktivnih sportaša ili pak predstavljati destinaciju za organiziranje velikih sportskih događanja ili pripreme sportaša (*Tablica 15*).

¹⁹ Urbanistički zavod BIH-D.D. (2012): Prostorni Plan Općine Kreševo 2008-2028. godine, Odluka o provođenju Prostornog Plana Općine Kreševo 2008-2028 godine: izmjene i dopune. Sarajevo

Tablica 15: Sportsko – rekreacijski sadržaji i servisi Općine Kreševo

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Sportsko – rekreacijski centri: <ul style="list-style-type: none"> • SRC Lopata (P=28,89ha) • SRC Bitovnja; (Čador, P=55,97ha; Cmiljeva kosa, P=20,52ha; Ljesa, P=45,55ha) • Sportski centar Troska (P=2,56ha) 	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom turizma, sporta i rekreacije 				
Automotodrom: <ul style="list-style-type: none"> • SRC Gajice (P= 8,63) 	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				
Sportsko – ribolovni revir Crna Rijeka, Fly fishing	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				
Teniska igrališta: <ul style="list-style-type: none"> • Vrela - Ribnjak • Gradski stadion Polje 	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				
Torine (igralište na jalovinama)	<ul style="list-style-type: none"> • dva osušena jezera, urediti igralište, 10 min od Lopate, rimski ostaci vodovoda za ispiranje zlata 				
Komari – igralište za mali nogomet	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				
Planinarski domovi i lovačke kuće: <ul style="list-style-type: none"> • Planinarski dom Lopata • Šumarska kuća na Zečevu (transverzala Bitovnja-Pogorelica-Vranica) • Planinarska kuća Zečevo • Lovачka kuća Trebac (trenutno nije u funkciji) • Lovачka kuća Mešćema • Lovачka kuća Hajdučka luka • Lovачka kuća na Čubrenu • Lovачka kuća u Ratkovićima 	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom turizma, sporta i rekreacije 				
Troska – sportska dvorana	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				
Vaganj – strelište	<ul style="list-style-type: none"> • s namjenom sporta i rekreacije 				

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

Među navedenim sportsko – rekreacijskim sadržajima i servisima na području Općine Kreševo ističu se *Sportsko – rekreacijski centar Lopata*, *Sportsko – rekreacijski centar Bitovnja* te *Planinarski dom Lopata* koji se mogu prenamijeniti za potrebe suvremenih turista te time upotpuniti turističku ponudu Općine Kreševo.

Sportsko – rekreativnu ponudu na području Općine treba, prije svega, temeljiti na različitim oblicima rekreacije u prirodi gdje se moraju koristiti prirodne komparativne prednosti okruženja (planinsko okruženje, šume, sustav biciklističkih, konjičkih i pješačkih staza) u svrhu stvaranje atraktivne ponude namijenjene segmentima rekreativaca različitih dobnih skupina te avanturista željnih nekonvencionalnih rekreacijskih sadržaja. Posebnu pozornost trebalo bi usmjeriti na tržište poslovnih korisnika te se promovirati kao ***destinacija za različite antistres programe i teambuilding***.

2.2.2.7. Turističke staze, putevi, ceste

Turističke staze i putovi pripadaju u turističku infrastrukturu koja osim što obogaćuje prostor, u početnoj fazi turističkog razvoja pojedine destinacije predstavlja jedan od osnovnih privlačnih faktora za turiste. Najčešće su to u početku jednodnevni posjetitelji, no postupnim povećanjem smještajnih kapaciteta boravak se produžuje. Važno je naglasiti da se ustrojstvom i promoviranjem tematskih staza i putova, koji se najčešće kombiniraju s organizacijom različitih manifestacija s istom ili sličnom temom, stvara inicijalna turistička potrošnja zahvaljujući kojoj nastaju inducirani ekonomski učinci i dolazi do povećanih ulaganja u osnovne i komplementarne turističko-ugostiteljske sadržaje.

Najčešće organiziranje i opremanje takvih atrakcija ne zahtijeva pretjerano velika ulaganja (u usporedbi s ostalom turističkom infrastrukturom i suprastrukturom). Potrebna je dobra signalizacija i interpretacija prostora, osmišljavanje i distribucija vodiča, karti, planova i programa (u tiskanom i elektronskom obliku), kombiniranje s ostalim atrakcijama i stvaranje specifičnih tematskih tura (npr. zdravlje i hrana, edukacija i rekreacija) te interesno povezivanje različitih pružatelja usluga na području koje organizacijski pokriva pojedina turistička trasa.

Za uključivanje u turističku ponudu treba najprije raditi na onim atrakcijama koje uz najmanje ulaganja mogu donijeti najveće učinke u promoviranju destinacije i najprije ostvariti inicijalnu turističku potrošnju.

Na području Općine Kreševo trenutno se nalaze dvije označene turističke staze: *Planinarski put* i *Geostaze minerala i kristala Srednjobosanskog škriljavog gorja* (Tablica 16).

Tablica 16: Turističke staze, putevi, ceste

Resurs	Motiv/aktivnost	M	N	R	L*
Planinarski put (Bitovnja-Pogorelica-Vranica)	<ul style="list-style-type: none"> • sportsko – rekreacijsko kretanje • razgledavanje • fotografiranje • spoznavanje • edukacija 				
Geostaze minerala i kristala Srednjobosanskog škriljavog gorja	<ul style="list-style-type: none"> • sportsko – rekreacijsko kretanje • razgledavanje • fotografiranje • spoznavanje • edukacija 				
Staze za jahanje	<ul style="list-style-type: none"> • sportsko – rekreacijsko jahanje 				
Biostaze	<ul style="list-style-type: none"> • promatranje ptica • edukacija vezana za botaniku, biljni i životinjski svijet, vodu i vodenoce 				

(* značaj atrakcije Međunarodni, Nacionalni, Regionalni, Lokalni)

S obzirom na dosad analiziranu turističku resursnu osnovu, a uvažavajući prethodno navedene prednosti turističkih staza, puteva i cesta za razvoj turizma, za područje Općine Kreševo predlažu se sljedeći prioriteti vezano za upotpunjavanje ponude turističkih staza, puteva i cesta:

1. Biciklističke staze:

- ulaganje u dodatno označavanje,
- izrada mobilnih GPRS aplikacija,
- uređivanje odmorišta,
- uvezivanje u širi nacionalni i međunarodni sustav,
- organizacija biciklističkih natjecanja,
- uređivanje „hard“ biciklističkih staza za planinski ili brdski biciklizam.

2. Pješачke „poučne“ staze i staze za trekking i jahanje:

- dodatno označavanje i trasiranje,
- organizacija i umrežavanje zainteresiranih za „odmorišne punktove“,
- stvaranje prepoznatljivih doživljaja (npr. „*orijentacijski trekking i izviđačke staze u planinama*“, „*edukativne staze*“, „*povijesne staze od arheoloških nalazišta pa sve do suvremenog doba*“, „*hodočasnička staza sv. Jakova Markijskog*“),
- dodatna podjela mreža staza prema zahtjevnosti svladavanja.

3. Tematske geostaze poput *Geostaze minerala i kristala Srednjebosanskog škriljavog gorja*, zatim poučne staze izvorišta vode, staze špilja i jama tj. umrežavanje svih staza i njihovo međusobno kombiniranje.

2.2.3. Ostali izravni i neizravni turistički resursi

U ostale izravne turističke resurse ubrajaju se turističko-ugostiteljski objekti, prateći turistički sadržaji (sportsko – rekreacijski, trgovački, servisni), turistički kadrovi, turističke zone, turistička organiziranost destinacije, turističke agencije, turističke informacije i promidžbeni materijali, sustav turističkog informiranja (smeđa signalizacija i interpretacijske ploče), turistička educiranost lokalnog stanovništva i turistička atraktivnost susjednih destinacija, dok se u neizravne turističke resurse ubrajaju očuvani okoliš, geoprometni položaj, prometna povezanost, komunalna infrastruktura i objekti društvenog standarda, kvaliteta prostorne organizacije, oblikovanje objekata i zelenih površina i sigurnost (politička stabilnost).

U *tablici 17* dan je prikaz svih ostalih izravnih i neizravnih turističkih resursa Općine Kreševo s njihovim opisom.

Tablica 17: Ostali izravni i neizravni turistički resursi

OSTALI IZRAVNI TURISTIČKI RESURSI	Opis resursa
Turističko-ugostiteljski objekti	Na području Općine nalaze se sljedeći turističko-ugostiteljski objekti: <i>Restoran Luka</i> u Deževicama (s kapacitetom od 10 kreveta), <i>Restoran Banja</i> u Kreševu (s kapacitetom od 20 kreveta), <i>Restoran Ribnjak</i> (s kapacitetom od 6 kreveta) <i>Restoran Stari ribar</i> (s kapacitetom od 28 kreveta), <i>Restoran Široka ulica</i> i <i>Restoran Dvije lipe kod Bana</i> u Kreševu.
Prateći turistički sadržaji (sportsko – rekreacijski, trgovački, servisni)	Općina Kreševo raspolaže s nekoliko sportsko – rekreativnih centara (SRC Lopata, SRC Bitovnja, SRC Troska), Planinarskim domom Lopata, Planinarskim domom dr. Augustin Tvrtković (64 kreveta), šumarskom kućom, nekoliko lovačkih kuća (Trebac, Mešćema, Hajdučka luka), teniskim igralištem, igralištem za nogomet s tribinama, sportskim dvoranama i igralištima za mali nogomet.
Turistički kadrovi	Na području Općine nema niti jedne srednje škole koja bi provodila obrazovanje za potrebe turizma. Najbliža srednja hotelijersko-turistička škola nalazi se u Kiseljaku (12 km od Kreševa). Također, trenutno na području općine postoje dva certificirana turistička vodiča.
Turistička organiziranost destinacije	Destinacijska neorganiziranost jedan od najvećih nedostataka turističke ponude Općine Kreševo. Trenutno ne postoji niti jedna organizacija na nivou Općine Kreševo koja bi se bavila destinacijskim menadžmentom i turizmom općenito.
Turističke agencije	Na području Općine Kreševo nema niti jedne receptivne turističke agencije.
Turističke informacije i promidžbeni materijali	Od promidžbenih materijala ističe se turistički vodič Općine Kreševo (prvi je tiskan 2005., dok je novi u tisku i pojavit će se istovremeno sa završetkom ovoga Glavnog plana). Zbog nedefinirane turističke ponude printani materijal ne postoji ili je skroman. Međutim, udruge su iskoristile prednosti interneta kao suvremenog medija i imaju vlastite web stranice (http://pdbitovnja.ba , www.kresevski-citrin.com , www.3fok.ba) kao i profile na društvenim mrežama putem kojim mogu komunicirati s potencijalnim turistima i ostalim posjetiteljima. Nadalje, nekoliko udruga izdaje letke, dok je Zavičajna udruga „Kreševski citrin“ objavila brošuru i ima publikaciju „Geostaze“ u pdf formatu na svojoj web stranici.
Sustav turističkog informiranja (smeđa signalizacija i interpretacijske ploče)	Pojedini lokaliteti imaju postavljenu smeđu signalizaciju i interpretacijske ploče. Međutim, one se postavljaju nasumično, bez strateškog promišljanja i plana.
Turistička educiranost lokalnog stanovništva	Turistička educiranost lokalnog stanovništva je relativno niska.
Turističke zone	S obzirom na analiziranu turističku resursnu osnovu te koncentraciju pojedinih atrakcija na području Općine Kreševo, mogu se izdvojiti sljedeće (buduće) zone turizma: <ol style="list-style-type: none"> 1. Zona aktivnog odmora u prirodi (planinsko područje) 2. Zona kulture (Kreševo, Deževice (vjerski turizam) i eko - etno selo Vranci) 3. Zona lova (područje cijele Općine s već postojećim lovištima)

Turistička atraktivnost susjednih općina i gradova	<p>Susjedne općine i gradovi s najvišim stupnjem atraktivnosti su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sarajevo (glavni grad BiH s bogatom kulturno – povijesnom baštinom te urbani, kulturni, ekonomski i prometni centar (zračna luka), udaljen od Kreševa 21 km), • Kiseljak (glavne atrakcije su: izvor mineralne vode, nekropole stećaka (Brdanjak...), specijalitet kiseljačke pogačice i trgovački centri), • Fojnica (najznačajnija turistička atrakcija su lječilišta Reumal i Aquareumal zahvaljujući kojima je Fojnica postala središte zdravstvenog turizma, dok se među ostalim turističkim atrakcijama izdvajaju: Prokoško jezero na planini Vranici – ledenjačko jezero na 1636 m nadmorske visine sa katunima i kolibama, planine Vranica i Zec, SRC „Brusnica“ na Zecu (skijaška staza, dvije žičare, motel s 40 ležajeva), Kanjon rijeke Dragače sa slapovima Kozice, Franjevački samostan s crkvom Duha Svetoga i muzejem, Kašteli – ostatci franjevačkog stana iz predturskog doba (uklesan u stijenu), mjesto na vrhovima Zahora s kojeg je fra Anđeo Zvizdović krenuo susresti se s sultanom Mehmedom u vrijeme pada Bosne) te Tekija u Vukeljićima), • Kraljeva Sutjeska (glavne turističke atrakcije su: kraljevska utvrda Bobovac i franjevački samostan – jedan od tri najznačajnija bosanska samostana), • Visoko (glavne turističke atrakcije: Mile (krunidbeno i grobno mjesto bosanskih kraljeva za vrijeme srednjovjekovne Bosne), Zavičajni muzej, samostan s muzejom te ostala kulturno – povijesna i prirodna baština), • Konjic (glavne turističke atrakcije su: rafting na Neretvi, kanjoning na Rakitnici, kulturna i prirodna baština te Titov bunker), • Planinarska transverzala „Bitovnja – Pogorelica – Vranica“ (71 km dugi planinarski put Bitovnja-Pogorelica-Vranica utemeljen je 1964. godine. Započinje u Kreševu, prelazi preko planina Inča, Lopate, Visočice, Bitovnje, Pogorelice, Zeca i Vranice te završava u Fojnici (varijanta A) ili Uskoplju-Gornjem Vakufu (varijanta B).
NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI	Opis resursa
Očuvani okoliš	Očuvani okoliš i divlja vegetacija je jedan od osnovnih privlačnih faktora Općine Kreševo.
Geoprometni položaj	Dobar geoprometni položaj, blizina glavnog grada Sarajeva (21 km) i autoceste Vc (9 km od Kreševa do uključenja na autocestu), ali i ostalih većih gradova BiH (Zenica, Mostar).
Prometna povezanost	Prometna povezanost s glavnim gradom do kojeg se može doći cestom Kreševo – Kiseljak – Sarajevo ili novoizgrađenom cestom Kreševo – Lepenica – Sarajevo vrlo je dobra. Međutim, prometna infrastruktura unutar Općine nije kvalitetna i pojedini lokaliteti su nepristupačni, naročito za veća vozila (autobus).
Komunalna infrastruktura i objekti društvenog standarda	Komunalna infrastruktura nije na zadovoljavajućoj razini za potrebe turizma.
Oblikovanje objekata i zelenih površina	Oblikovanje objekata i zelenih površina nije organizirano.
Kvaliteta prostorne organizacije	Prostorna organizacija provodi se u skladu s izrađenim Prostornim Planom Općine Kreševo 2008.-2028. godine.
Sigurnost (politička stabilnost)	Djelomično politički stabilna.

3. SWOT ANALIZA

SWOT analiza je instrument za vrednovanje resursnih snaga i slabosti te utvrđivanje vanjskih tržišnih prilika i prijetnji s kojima se suočava organizacija, a koji joj pomaže da se usmjeri na svoje snage, minimalizira prijetnje i kroz kvalitetnu strategiju najbolje upotrijebi dostupne prilike kako bi osigurala konkurentsku prednost.²⁰ U tom smislu izrađena je SWOT analiza turizma Općine Kreševo s ciljem da se utvrde snage Općine Kreševo koje mogu poslužiti kao temelj budućeg razvoja turizma, slabosti koje treba prevladati, tržišne prilike koje treba iskoristiti te prijetnje koje predstavljaju zapreke i ugrožavaju sposobnost konkuriranja na turističkom tržištu.

²⁰ Sikavica, P. i dr.(2008): Temelji menadžmenta. Zagreb: Školska knjiga, str. 228

Tablica 18: SWOT analiza

Snage (S):	Slabosti (W):
<ul style="list-style-type: none"> ✚ područje bogato kulturnom i prirodnom baštinom ✚ jedinstven brdski krajobraz i očuvana priroda ✚ posebnosti planinske klime ✚ područje brojnih prirodnih izvora vode ✚ specifično geološko područje s brojnim jamama i spiljama ✚ nalazišta minerala (kreševski citrin, veseljit) ✚ rudnici i tradicija rudarstva (očuvani lokaliteti i spomenici rudarstva od pretpovijesti do današnjih dana) ✚ prirodni potencijal za razvoj ekopoljoprivrede ✚ svetište i vrelo sv. Jakova Markijskog ✚ franjevački samostan s muzejom i knjižnicom, Kreševo ✚ stara povijesna jezgra Kreševo (jedinstvena ambijentalna cjelina sa stogodišnjim autentičnim kreševskim kućama) bedem Kreševo ✚ eko-etno selo Vranci ✚ očuvani tradicionalni zanati ✚ tradicija rukotvorstva (izrada „potkovanog jajeta“) ✚ pojedinci entuzijasti zainteresirani za turistički razvoj područja (pojedinci, ustanove ili nevladine udruge pokrenuli su niz manifestacija od međunarodnog, lokalnog i državnog značaja, radili projekte iz domene kulture, zaštite okoliša, umjetnosti, npr. Sajam minerala, stijena, fosila, dragog i poludragog kamenja (12 godina), Geo - kamp (6 godina), 3fok – OUTDOOR FOTO&FILM FESTIVAL (3 godine), Transverzala (50 godina), Planinarsko društvo (77 godina), Lovačko društvo Tetrijeb (59 godina)) ✚ u mjestu Deževicama obnovljene i prazne kuće sa potrebnom infrastrukturom ✚ Strategija razvoja turizma FBiH 2008-2018. ✚ Strategija razvoja FBiH 2010-2020. ✚ osam nacionalnih spomenika (najviše po stanovniku u BiH) 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ nedovoljna valorizacija turističkih potencijala ✚ nepovezanost turističkih resursa/atrakcija na području Općine Kreševo ✚ nepostojanje tradicije organiziranog turizma u Kreševu ✚ nepostojanje prepoznatljivog imidža Općine kao turističke destinacije ✚ nedovoljna promocija ključnih turističkih "proizvoda" Općine ✚ nekvalitetna i neprepoznatljiva ugostiteljska ponuda ✚ nedostatak smještajnih kapaciteta ✚ nepostojanje ekopoljoprivrednih proizvođača ✚ administrativne barijere i zakonska regulativa (npr. kod lovnog turizma problem s uzurpacijom lovišta i nemogućnost iznošenja trofeja iz zemlje) ✚ nedostatak finansijskih sredstava ✚ mali proračun Općine, nedovoljan za veće poduzetničke poduhvate u razvoju turizma ✚ nedostatak prostora za parkiranje ✚ nedostatak razvojnih programa u području turizma Općine Kreševo ✚ nepostojanje turističkog ureda ✚ nepostojanje receptivne turističke agencije ✚ nedovoljna suradnja s turističkim agencijama iz šire regije ✚ nedovoljna angažiranost u planiranju razvoja turizma ✚ nedostatak stručnih turističkih kadrova
Prilike (O):	Prijetnje (T):
<ul style="list-style-type: none"> ✚ autentičan prirodni okoliš koji nije uništen ✚ trendovi na međunarodnom turističkom tržištu, povećana potražnja za posebnim oblicima turizma (meditativni turizam, ekoturizam, avanturistički turizam, cikloturizam, svi oblici kulturnog turizma)blizina Sarajeva, glavnog grada BiH (tranzitni turizam) ✚ otvaranje pretpristupnih EU fondova ✚ suradnja s Montepandoneom (vjerski turizam temeljen na životu sv. Jakova Markijskog) ✚ suradnja s turističkim agencijama iz Republike Hrvatske ✚ povećanje smještajnih kapaciteta (npr. Restoran Stari ribar pored postojećih 28 ima mogućnost opremanja još jednog kata), ✚ ustrojavanje difuznog hotela (npr. Deževice, eko-etno selo Vranci) ✚ otvaranje hostela u nekoj od starih kuća u gradskoj jezgri Kreševa ✚ educiranje lokalnog stanovništva o održivom turizmu te mogućnostima poduzetničkih pothvata u turizmu (razvoj ljudskih potencijala) ✚ zapošljavanje u turizmu i ostvarivanje dodatnog prihoda kroz turizam ✚ izrađen i usvojen Glavni plan razvoja turizma Općine Kreševo 2014.- 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ komplicirana i nekonzistentna zakonska regulativa ✚ nedostatak strateškog promišljanja u pravcu razvoja održivog turizma ✚ nedovoljno kvalitetno razrađeni razvojni projekti s područja turizma ✚ nekorištenje sredstava iz EU fondova ✚ izostanak suradnje s turističkim agencijama iz šire regije ✚ izostanak institucionalne potpore u podizanju kvalitete ljudskih resursa u turizmu, ✚ depopulacija i odljev obrazovanih kadrova ✚ izostanak ulaganja u turistički sektor ✚ nedostatak finansijskih sredstava

4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KREŠEVO DO 2020.

4.1. Vizija i strateški ciljevi

Vizija je nacrt koji prikazuje pravac kojim se namjerava ići u razvijanju i jačanju svoje djelatnosti. Prema Strategiji razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine, vizija turizma FBiH za 2018. godinu **je postati posebna, prijateljska, dočekuje Vas otvorena srca: autohtona, prirodna, različita i tako blizu.**²¹ U skladu s time, u okviru Glavnog plana razvoja turizma Općine Kreševo do 2020. razvijena je vizija razvoja turizma usmjerena prema stvaranju prepoznatljivog, cjelogodišnjeg turizma koji je u skladu s konceptom održivog razvoja, a temelji se na očuvanom prirodnom okolišu, povijesnom nasljeđu, običajima i tradiciji kao glavnim snagama te na stvaranju jedinstvenih doživljaja kao osnove za postizanje konkurentske prednosti.

VIZIJA TURIZMA OPĆINE KREŠEVO DO 2020. GODINE

Općina Kreševo je prepoznatljiva turistička destinacija za aktivan odmor koja svoju turističku ponudu temelji na očuvanom prirodnom okolišu, povijesnom nasljeđu, običajima i tradiciji, a gostima pruža jedinstvene aktivnosti i doživljaje.

Vizija će se ostvariti kroz provedbu pet osnovnih strateških ciljeva:

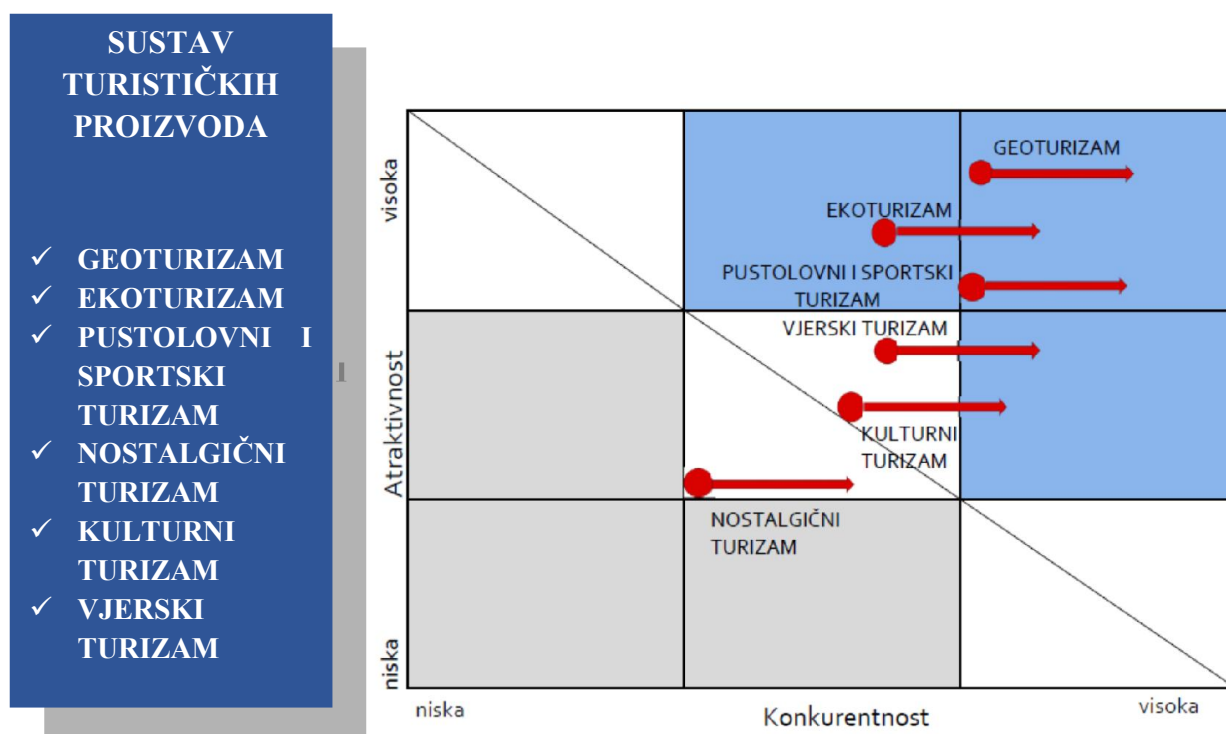
1. Kreirati paletu turističkih proizvoda
2. Izgraditi turističku infrastrukturu
3. Razviti komplementarne djelatnosti
4. Educirati ljudske resurse za potrebe održivog turizma
5. Povećati turističke dolaske kroz jačanje promotivnih aktivnosti

²¹ Mlinarević, M., i ostali (2008): Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018. FBiH: Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Inženjerski biro d.d., str.94

4.2. Sustav turističkih proizvoda Općine Kreševo

Polazeći od značajki turističke resursne osnove Općine Kreševo, postojećih obilježja turističke ponude i trendova na turističkom tržištu, definirano je šest ključnih grupa proizvoda na kojima valja graditi sustav turističkih proizvoda Općine Kreševo do 2020. godine.

Slika 3: Portfolio matrica budućih turističkih proizvoda Općine Kreševo



Proizvodi s visokim stupnjem konkurentnosti i atraktivnosti su geoturizam te pustolovni i sportski turizam, dok visoku atraktivnosti, ali nešto manju konkurentnost ima ekoturizam. U nastavku se daje pregled svih šest ključnih grupa proizvoda s njihovim opisom, definiranom željenom pozicijom do 2020. godine, ciljnim tržištem te popisom glavnih aktivnosti budućeg razvoja proizvoda te unapređenja njegove prodaje i komunikacije.²²

²² Za razradu aktivnosti razvoja pojedinih ključnih turističkih proizvoda Općine Kreševo te unapređenja njihove prodaje i komunikacije, između ostalog, korišteni su sljedeći strateški dokumenti: Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018.; Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja te Prostorni Plan Općine Kreševo 2008.-2028. godine.

4.2.1. Geoturizam

Geoturizam kao oblik turizma podupire održivost i ***naglašava važnost geografskih karakteristika područja*** koja se posjećuju, a koja uključuju čist okoliš, kulturu, estetiku, kulturno nasljeđe i dobrobit stanovnika. Ova vrsta putnika traži i očekuje autentično iskustvo na svojim putovanjima koje će ih obogatiti i obnoviti njihovu energiju za nove poslovne izazove²³. U tom smislu može se reći da geoturizam objedinjuje sve oblike turizma koji se temelje na prirodnoj i kulturnoj baštini, uključuje edukacijska putovanja te se fokusira na cjelovitost.

Za formiranje atraktivne ponude geoturizma potrebne su prirodne i kulturne atrakcije područja poput očuvanog okoliša sa raznovrsnom florom i faunom, bogatog i raznolikog geološkog i geomorfološkog područja, arheoloških nalazišta, ostataka povijesnih građevina, kao i tradicijskih običaja, rukotvorina, plesova, igara, glazbe. Geoturisti se nastoje stopiti sa stanovništvom kako bi doživjeli što autentičnije iskustvo, a s druge strane žele uživati u lokalnoj ponudi. Prema Studiji *Travel Industry of America (2003)* u kojoj je sudjelovalo 55 milijuna Amerikanaca, izdvojene su tri grupe geoturista:

1. *geo sawys ili geo osviješteni*, do 35 godina, visoko educirani i ekološko svjesni;
2. *urban sophisticated ili urbano profilirani*, imućni, fokusiraju se na autentična povijesna nalazišta, kulturne i umjetničke manifestacije, privlače ih manje i tradicionalne sredine, zahtijevaju visoku kvalitetu smještaja i usluge;
3. *good citizens ili dobri građani*, stariji, manje iskustveni, ali društveno i ekološki svjesni.²⁴

Slijedom navedenog, osnovne karakteristike geoturista su:

- geoturisti su jednako zastupljeni kod oba spola, a prosječna dob je od 35-54 godine;
- visoko su obrazovani i prosječna godišnja primanja po kućanstvu iznose više od 75 000 dolara;
- žele pobjeći od vlastite dnevne rutine, žele se opustiti i uživati, a usput žele proširiti svoja znanja;

²³Travel Industry Association of America (2003); Geotourism: The New Trend In Travel. dostupno na: <http://efti.hhp.ufl.edu/wp-content/uploads/Geotourism-The-New-Trend-in-Travel-2003.pdf> (15.09.2014.)

²⁴Travel Industry Association of America (2003); Geotourism: The New Trend In Travel. dostupno na: <http://efti.hhp.ufl.edu/wp-content/uploads/Geotourism-The-New-Trend-in-Travel-2003.pdf> (15.09.2014.)

- traže međunarodna putovanja koja su bazirana na čistom okolišu, kulturnim i sociološkim značajkama i nastoje posjećivati autentična povijesna nalazišta;
- radije odabiru manje smještajne objekte u vlasništvu lokalnog stanovništva, uživaju u edukativnom putovanju i žele upoznati život i kulturu destinacije koje posjećuju;
- vole posjećivati ruralne krajeve i uživaju u svojim „*avanturističkim putovanjima*“ u kojima upoznaju destinaciju pa iz tog razloga traže visoki stupanj autonomije na svojim putovanjima;
- geoturisti koriste internet i modernu tehnologiju, oni oduševljeno čitaju i prate o drugim kulturama;
- vrlo im je razvijena društveno i okolišno odgovorna svijest;
- polovina geoturista će koristiti kompaniju koja je uključena u zaštitu okoliša i vrlo će vjerojatno odabrati putničku kompaniju koja je uključena u zaštitu povijesnih i kulturnih destinacija, čak i ako će putovanje od tih kompanija biti skuplje;
- geoturisti dolaze do informacija korištenjem interneta, putničkih vodiča, specijaliziranih časopisa, putničkih agencija.²⁵

Specifičnosti geoturizma na području Općine Kreševo

Resursnu osnovu za razvoj geoturizma Općine Kreševo čine sljedeći resursi i atrakcije:

- geološke karakteristike područja s brojnim spiljama i jamama (na ovom području postoji oko dvadeset atraktivnih jama s tradicijom rudarstva od rimskog do suvremenog doba, a također se može istraživati geološka povijest Zemlje);
- *Geostaze minerala i kristala Srednjobosanskog škriljavog gorja* (tradicija traženja ruda i minerala od kojih se posebno ističu: kreševski citrin, kvarc žute boje, jedinstven u Europi, zatim minerali veseljit i hialofan);
- Manifestacija *Međunarodni sajam minerala stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja*;

²⁵ Travel Industry Association of America (2003): Geotourism: the new trend in travel. National Geographic, Traveler i Mamoon, A. (2011): Toward a better understanding of motivations for a geotourism experience: a self-determination theory perspective. Western Australia: Edith Cowan University prema Geotourism Development Plan for the Chinese Silk Road: Strategy Challenge Management Report China. dostupno na: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/group_21_china_strategy_report_0.pdf (15.09.2014.)

- manifestacija *Geo – kamp* (druženje svih zaljubljenika prirode koji tijekom dva dana imaju mogućnost sudjelovati u iskapanju minerala);
- eruptivna tvorevina, planina Meoršje koju se povezuje s padom meteora;
- arheološka nalazišta (prapovijesni i antički period);
- kulturna baština;
- tradicija, običaji, rukotvorine (*Potkovano jaje*).

Uz navedenu resursnu osnovu, kao komparativna prednost za razvoj geoturizma ističe se djelovanje *Zavičajne udruge „Kreševski citrin“*.

Željena pozicija do 2020. godine

- ✓ prepoznatljiva geoturistička destinacija na nacionalnoj i međunarodnoj razini
- ✓ imidž poželjne destinacije za rekreativne i edukativne sadržaje u prirodi
- ✓ kreirana paleta inovativnih turističkih proizvoda prilagođenih geoturistima
- ✓ osmišljeni proizvodi nove generacije koji omogućuju kreativno izražavanje i interakciju posjetitelja s lokalnim ambijentom

Ciljno tržište

Prema WTO (2003)²⁶ interesne skupine geoturista su: znanstvenici, sveopći posjetitelji, studenti i slučajni posjetitelji. U tom smislu, potencijalno ciljno tržište geoturizma za Općinu Kreševo čine:

- ✓ svi znanstvenici iz područja geologije kao i profesori, studenti i učenici kojima je motiv znanje i edukacija,
- ✓ jednodnevni izletnici i obitelji s djecom (sveopći posjetitelji),
- ✓ svi avanturisti koji posjećuju ovu vrstu atrakcija, a da ne posjeduju neko veliko znanje o geologiji (slučajni posjetitelji),
- ✓ putnici u tranzitu koji se na svom putovanju do cilja vole zaustaviti kako bi iskoristili svoje vrijeme za razgledavanje atrakcija.

²⁶ WTO (1993): *Tourism at World Culture Heritage Sites The Site Managers Handbook* pub. Madrid: WTO prema Gorman, C.E. (2007): *Landscape and Geotourism: market typologies and visitor needs*. Dublin: Institute of Technology

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ osmisлити i trasirati nove tematske turističke geostaze i putove
- ✓ nove i postojeće geostaze opremiti adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci, turističko-ugostiteljski sadržaji)
- ✓ izraditi audio-vizualne materijale o geološkim i geomorfološkim obilježja područja u svrhu interpretacije okoliša
- ✓ izgraditi geokamp sa smještajnim objektima od prirodnih materijala i građenim na tradicionalan način
- ✓ urediti kuću/muzej minerala
- ✓ kreirati ponudu drugih komplementarnih proizvoda, poput ekoturizma i kulture.
- ✓ organizirati edukativne i kreativne radionice
- ✓ osposobiti turističke vodiče i interpreatore specijalizirane za geoturizam
- ✓ educirati lokalno stanovništvo i poduzetnike o održivom turizmu
- ✓ manifestacije *Geo – kamp* i *Međunarodni sajam minerala stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja* objediniti u jednu višednevnu manifestaciju
- ✓ proširiti rad *Zavičajne udruge „Kreševski citrin“* s funkcijama istraživanja tržišta, informiranja, educiranja, povezivanja u članstva u međunarodnim udrugama

Aktivnosti unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane posrednike (predstavnikе specijaliziranih turističkih agencija za geoturizam)
- ✓ organizirati stručno-znanstvene skupove s temom geologije i geomorfologije
- ✓ kreirati on-line informacijsko-prodajnu platformu specijaliziranu za geoturizam uključujući društvene mreže i aplikacije za mobilne uređaje
- ✓ izraditi on-line vodiče s B2B sadržajima o ponudi geoturizma u Općini Kreševo za specijalizirane posrednike i udruženja
- ✓ izraditi on-line newslettere o ponudi geoturizma
- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča
- ✓ sudjelovati na sajmovima i manifestacijama

- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)

4.2.2. Ekoturizam

Ekoturizam se definira kao „odgovorno putovanje u prirodna područja uz brigu o očuvanju okoliša i osiguravanju boljega života lokalnoj zajednici“. ²⁷ Ekoturizam pruža mogućnost obrazovanja o okolišu i lokalnoj kulturi kroz interpretaciju okoliša te učenje o okolišu i kulturi kraja kojega ekoturist posjećuje. Svaki turizam temeljen na prirodi u sebi nosi neki oblik stjecanja novih znanja, no kod ekoturizma, obrazovna dimenzija, uz dobru interpretaciju okoliša, ključni je element turističkog doživljaja. U literaturi se vrlo često koriste izrazi **“Hard”** (*tvrdi, čvrsti, strogi*) ekoturizam /ekoturist i **“Soft”** (meki, laki, konvencionalni) ekoturizam/ekoturist.

Upotreba pojedinog termina vezano je uz stupanj ekoturističkog doživljaja s obzirom na činjenice:

- koliko su turisti strogi naspram ekoloških principa,
- koliko su daleko spremni ići s obzirom na fizičke napore kako bi doživjeli ekoturističko iskustvo te
- koliko je intenzivan njihov interes prema pojedinoj ekoturističkoj atrakciji.

Strogi (Hard-core) ekoturisti imaju jako izražen interes za temeljni motiv putovanja i vrlo su često eksperti u pojedinim područjima, kao npr. dugogodišnji promatrači ptica, kukaca, leptira i sl. Isto tako za njih je karakteristično da su spremni iskusiti život lišen uobičajenog civilizacijskog komfora, putovati u otežanim uvjetima (ako je potrebno i na duže razdoblje), upoznavati nepoznate kulture i doživjeti neuobičajena životna iskustva.

Konvencionalni (soft) ekoturisti ne razlikuju se puno od uobičajenih turista motiviranih prirodnim atrakcijama. Razlika je ipak što ekoturisti žele doživjeti prirodne atrakcije na poseban, posredniji način (uz dobru interpretaciju okoliša i edukativne sadržaje posredstvom stručnih vodiča ili samostalno). Vrlo čest slučaj je da ova vrsta turista unutar svojeg uobičajenog turističkog putovanja poduzima i jedno ili više kraćih posjeta ekoturističkim destinacijama.

²⁷ Dostupno na: The International Ecotourism Society : <http://www.ecotourism.org/> (3.02.2014.)

Prema istraživanju TripAdvisora (2012) trend “zelenog” turizma je u porastu. 71% njihovih ispitanika odgovorilo je da planiraju putovanje u eco-friendly destinacije u sljedećih šest mjeseci. Ekološki osviješteni turisti putuju češće od prosječnih turista. Tijekom 2009. godine 76% putovalo ih je barem dva puta godišnje, a 22% putovalo je od pet do osam puta godišnje.²⁸ Tijekom drugog putovanja ekoturisti najčešće odabiru dodatne aktivnosti poput ribolova, biciklizma i trekkinga. Studija UNWTO-a iz 2011. utvrdila je pak da 10 – 15% ekoturista pri izboru destinacije traže nešto neuobičajeno. Takvi turisti nazvani su „alternativnim”, “novim” turistima, a motivi po kojim se razlikuju od konvencionalnih turista su sljedeći: boravak u nenapučenim destinacijama, boravak u netaknutoj prirodi, učenje o životu u divljini i prirodi, razgledavanje divljih životinja i biljaka, upoznavanje domicilnog stanovništva i njihove kulture, osjećaj za korist koju od njihova putovanja ima lokalna zajednica te izazov (fizički i umni).²⁹ Nadalje, prema tom istom UNWTO istraživanju karakteristika „novih” turista je da su obrazovaniji, iskusniji, imućniji, s iskustvom u putovanjima, ekološki osviješteni, osjetljiviji naspram tradicije, društva, kulture, društvenog uređenja i običaja destinacija koje posjećuju. Ekoturisti u prosjeku troše više od uobičajenih turista i radije biraju rustikalnije, intimnije i manje objekte. Isto tako veliku pozornost daju ekološkoj održivosti objekta i tzv. „zelenoj gradnji” (npr. bike & bed, kuće za odmor u prirodnom okruženju, šumske kolibe, manji obiteljski pansioni, seljačka domaćinstva, ekokampovi i objekti robinzonskog turizma).

Najveće zadovoljstvo putovanjem za ekoturista proizlazi iz doživljaja povezanih s učenjem i upoznavanjem kulture pri čemu presudnu važnost imaju osposobljeni, educirani i elokventni vodiči, dobro osmišljeni i organizirani edukativni programi te sredstva za interpretaciju okoliša (informacijske i interpretacijske ploče, info kiosci, putokazi, upozorenja, tiskani ili elektronski vodiči, karte i sl.).

Specifičnosti ekoturističkog proizvoda Općine Kreševo

Konkurentske prednosti za razvoj ekoturizma na području Općine Kreševo sagledavaju se kroz sljedeće specifičnosti prirodnih i antropogenih turističkih resursa:

- ✓ planina Pogorelica– Bitovnja kao zaštićeni krajolik II kategorije,
- ✓ spomenici prirode: Oberska špilja, Špilja Veliki oklop, Špilja Mali Oklop,

²⁸ CREST (2013): The Case for Responsible Travel: Trends and Statistic. Washington: Stantford University

²⁹ Crossley and Lee, (1994), Wight, (1996) prema CREST (2013): The Case for Responsible Travel: Trends and Statistic. Washington: Stantford University

- ✓ bogatstvo flore i faune,
- ✓ očuvan okoliš,
- ✓ dobri uvjeti za ekološki prihvatljiv uzgoj stoke i općenito ekološku poljoprivrednu proizvodnju,
- ✓ sačuvane ruralne sredine (*eko-etno selo Vranc*), tradicijski običaji, djelatnosti i ruralni način života.

Željena pozicija do 2020.

- ✓ prepoznatljiva destinacija ekoturizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini
- ✓ minimalno 200 smještajnih jedinica u standardiziranim i certificiranim objektima ekoturizma

Ciljano tržište

- ✓ pojedinci više platežne sposobnosti u dobi od 25 – 54 godine koji putuju izvan glavne sezone i imaju bogato putno iskustvo
- ✓ visoko obrazovani ekološko orijentirani pojedinci koji teže za aktivnim odmorom u prirodi

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ opremiti turističku zonu „aktivnog odmora u prirodi“ s interpretacijskim sadržajima
- ✓ osmisliti, trasirati i opremiti tematske turističke staze i putove
- ✓ osposobiti ekoturističke vodiče i interpreatore
- ✓ umrežiti ekoturističku ponudu u širi sustav turističkih atrakcija
- ✓ poticati umrežavanje lokalnih ponuđača različitih usluga kako bi se kreirao turistički proizvod usklađen s očekivanjima posjetitelja
- ✓ poticati ekološku poljoprivrednu proizvodnju (stočarstvo, ljekovito bilje)
- ✓ poticati izgradnju okolišno odgovornog „zelenog“ smještaja, npr. kuće za odmor u prirodnom okruženju, šumske kolibe, manje obiteljske pansione, ekokampove, objekte robinzonskog turizma
- ✓ osnovati centar za unaprjeđenje ekoturizma i permakulture na prostoru Općine Kreševo

- ✓ educirati lokalno stanovništvo i poduzetnike o održivom turizmu

Aktivnosti unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ izraditi paletu cjelovitih itinerara prilagođenih potrebama i interesima različitih ciljanih segmenata ekoturista (npr. fotosafari, putovanja s ekološkim i društveno odgovornim sadržajima, pustolovni programi, berba samoniklog bilja)
- ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane posrednike (predstavnike specijaliziranih turističkih agencija za ekoturizam)
- ✓ organizirati stručno-znanstvene skupove s temom flore i faune, permakulture, održive gradnje i ekoturizma
- ✓ kreirati on-line informacijsko-prodajnu platformu specijaliziranu za ekoturizam uključujući društvene mreže i aplikacije za mobilne uređaje
- ✓ izraditi on-line vodiče s B2B sadržajima o ponudi ekoturizma u Općini Kreševo za specijalizirane posrednike i udruženja
- ✓ izraditi on-line newslettere o ponudi ekoturizma
- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča
- ✓ sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)
- ✓ intenzivirati ciljanu direktnu prodaju (npr. udruge za zaštitu okoliša)

4.2.3. Pustolovni i sportski turizam

Proizvodi pustolovnog i sportskog turizma obuhvaćaju izrazito širok skup aktivnosti čija su zajednička obilježja odvijanje na otvorenom prostoru i doživljaj uzbuđenja, odnosno aktivan odmor na otvorenom. Zadnjih nekoliko godina, evidentiran je kontinuirani rast interesa turista za ovim oblikom odmora, prije svega zbog njihove orijentacije prema zdravom životu, boravku u prirodi i „odgovornim“³⁰ putovanjima. Dakle, ključni elementi pustolovnih i sportskih

³⁰ odgovornim u smislu da ne zagađuju okoliš

putovanja su fizička aktivnost, boravak u prirodi i interakcija s lokalnom kulturom. U tom smislu, specifični faktori uspjeha ovih proizvoda su kvaliteta sportske infrastrukture i pratećih usluga, raznolikost i očuvanost okoliša te autentičnost lokalne kulture života i kulturnih atrakcija, dok se kao budući trend ističe interes za ekstremnim aktivnostima i neuobičajenim destinacijama, „*kombinirana putovanja*“ (npr. „kajak i vino“) i „*putovanja sa značenjem*“ (npr. „planinarenje i čišćenje šume“).³¹

Na području Općine Kreševo, ljepota i očuvanost prirode uz kulturno – povijesno nasljeđe najvažnije su prednosti ponude pustolovnog i sportskog turizma, a s obzirom na resursnu osnovu, posebno se izdvajaju sljedeći oblici:

- cikloturizam,
- lovni i ribolovni turizam,
- sportsko – rekreacijski turizam.

4.2.3.1. Cikloturizam

Suvremeni turistički trendovi pokazuju da se tradicionalni motivi odmora sve više zamjenjuju s motivima i sadržajima aktivnog odmora te sport i sportska rekreacija sve više utječu na sadržaje i kvalitetu provođenja aktivnog odmora u nekoj turističkoj destinaciji. U tom kontekstu cikloturizam postaje jedan od najbrže rastućih posebnih oblika turizma, a najveću stopu rasta u posljednjih par godina ima u Njemačkoj i Austriji.

Cikloturizam je aktivan oblik turizma gdje turisti (potrošači) posjećuju turističke lokacije vlastitim ili unajmljenim biciklom, u individualnom aranžmanu ili grupno s licenciranim bicikličkim vodičem. Za cikloturiste to je poseban doživljaj otkrivanja novih područja i ljepota koji bi tradicionalnim cestovnim i drugim transportom ostao posve nezamijećen. Prosječan cikloturist je srednje ili visoko obrazovan, ima viša primanja, troši u prosjeku 53 EUR dnevno (uključujući smještaj), dok izletnik cikloturist troši 16 EUR dnevno.

U Europi je taj oblik aktivnog odmora sve traženiji, osobito zbog globalnog trenda isticanja brige o zdravlju i ekologiji. Podatak da 12 milijuna Europljana uživa u vožnji biciklom motivirajuća je činjenica za sve one koji se bave turizmom. Upravo se biciklom najbolje može

³¹Grupa autora (2011): Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja. Zagreb: Institut za turizam, dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-09-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (12.1.2015.)

povezati rekreacija, obilazak i upoznavanje znamenitosti, povijesti i prirodnih bogatstava neke zemlje.

Federacija Bosne i Hercegovine pripada manjim europskim zemljama, ali zbog svoje geografske raznolikosti ima perspektivu postati prepoznatljiva turistička destinacija za brdski biciklizam. Ovaj oblik turizma je od izuzetnog značaja za lokalne zajednice budući da omogućuje povezivanje prirodne i kulturne baštine s gastronomskom ponudom te otvara perspektivu za razvoj ostalih posebnih oblika turizma (pustolovnog, geološkog, kulturnog, ekoturizma) kroz povezivanje turističkih atrakcija i objedinjavanje ponude.

Specifičnosti turističkog proizvoda cikloturizma na području Općine Kreševo

Na području Općine Kreševo postoje preduvjeti za razvoj cikloturizma (naročito njegovog posebnog oblika, ***brskog biciklizma***) budući da je cijelo područje Općine okruženo planinama i ima prirodne predispozicije za vožnju biciklom po prirodi, vožnju po makadamskoj cesti pa čak i po mjestima gdje nema utvrđenih staza.

Općina Kreševo može postati prepoznatljiva destinacija za cikloturizam (brdski biciklizam) ukoliko iskoristi sve postojeće komparativne prednosti, izgradi kvalitetnu proizvodnu infrastrukturu (tematskih bike parkova/područja, smještaja i ugostiteljstva, markiranih ruta i staza te njihovim označavanjem, poduzimanjem mjera sigurnosti) i osmisli inovativne tematske ture (npr. *walking and bike tour*, *hiking and bike challenge*, *izazovi orijentacije u prostoru*) kojima će osigurati konkurentske prednosti i istaknuti se na tržištu ponude.

Željena pozicija do 2020.godine

- ✓ prepoznatljiva cikloturistička destinacija brskog biciklizma na nacionalnoj i međunarodnoj razini
- ✓ izgrađena 2 tematska bike parka/područja te 10 markiranih ruta i staza

Ciljano tržište

- ✓ mlađa dob (20 – 35), više zastupljeni muškarci koji uglavnom nemaju razrađen plan putovanja i zadovoljava ih jednostavniji smještaj

- ✓ srednja i zrela dob (35-65), podjednako su zastupljene žene i muškarci koji preferiraju fizički manje zahtjevne rute i putuju s unaprijed razrađenim planom putovanja te zahtijevaju udoban smještaj
- ✓ individualni sportaši i rekreativci te biciklistički klubovi i društva

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ trasiranje novih brdskih biciklističkih staza
- ✓ izgraditi tematske bike parkove
- ✓ nove i postojeće staze opremiti adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci, servisi za popravak opreme, turističko-ugostiteljski sadržaji)
- ✓ unaprijediti i novo izgraditi smještajne kapacitete prema 'bed & bike' standardima
- ✓ unaprijediti ugostiteljsku ponudu uz biciklističke rute vodeći računa o preferenciji ciljnih kupaca za autentičnom gastronomijom
- ✓ organizirati natjecanja i manifestacije povezane s biciklizmom, rekreacijom, zdravim životom i okolišno odgovornim odmorom, naročito na međunarodnoj razini
- ✓ provoditi licenciranje ciklovodiča
- ✓ integrirati javni prijevoz i biciklizam (npr. „bicikl na vlak“)
- ✓ poticati umrežavanje lokalnih ponuđača različitih usluga kako bi se kreirao turistički proizvod usklađen s očekivanjima biciklista

Aktivnosti unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ izraditi biciklističke karte i vodič u tiskanom i digitalnom obliku (dostupne za GPS uređaje)
- ✓ kreirati on-line informacijsko-prodajnu platformu specijaliziranu za cikloturizam (web portal), uključujući društvene mreže i izradu aplikacija za mobilne uređaje
- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane posrednike (članove biciklističkih klubova, predstavnike specijaliziranih agencija za cikloturizam)
- ✓ provoditi ciljanu direktnu prodaju (npr. *biciklističkim klubovima i udruženjima*)
- ✓ izrada i prodaja palete cjelovitih itinerera (npr. *ruta, smještaj, prijevoz opreme*) i inovativnih programa u kojima bi se ponuda cikloturizma kombinirala s ostalim

oblicima turizma posebnih interesa (npr. *kombinacija biciklizam i promatranje ptica, fotosafari, vikend tura, putovanja s ekološki ili društveno korisnim sadržajem*)

- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča
- ✓ sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)

4.2.3.2. Lovni i ribolovni turizam

Lovni i ribolovni turizam je poseban oblik turizma u kojem svoje slobodno vrijeme ljudi koriste u lovu i ribolovu te se stoga smatraju specifičnim dijelom turističke potražnje.³² U današnje vrijeme lovci su na granici suprotnosti od toga da brinu o prirodnoj ravnoteži okoliša bogatog divljači do toga da se ipak koriste oružjem i odstrjeljuju divljač. Postoje stroga pravila ponašanja lovaca kao i zakonski i drugi propisi za bavljenje lovstvom. Motivacija lovaca kao turista proizlazi iz potrebe čovjeka za osvajanjem trofeja i bijegom iz stresne svakodnevice kao i uživanje u dokolici i prirodi. Lovni turizam se pojavio i kao posljedica razvoja posebnih oblika turizma na kontinentu i smatra se da je elitnog karaktera zbog cijena aranžmana i visokih troškova lova. Prema definiciju UNWTO 2004 (Svjetska turistička organizacija) „turist“ je posjetitelj koji ostvaruje najmanje jedno noćenje u smještajnom objektu u zemlji koju posjećuje pa tako lovac koji odlazi u lov u minimalnom trajanju od 24 sata izvan svog matičnog lovišta postaje turist. Zbog elitnog karaktera lovnog turizma, lovci turisti su dobri potrošači. Primjerice, više od 50% njemačkih lovaca potroši između 1 250 – 3 000 EUR po lovu. Ta cijena uključuje pristojbe za lov i trofeje, putne i dodatne troškove. Veliki problemi lovstva i lovnog turizma očituju se u neprikladnoj ponudi smještajnih kapaciteta, nepostojanju statističkih podataka, manjku stručnog kadra zaposlenog u području lovnog turizma, nepostojanju promotivnih aktivnosti te neuvrštavanjem lovnog turizma u strategije razvoja kao i izostanku suradnje s lovačkim udrugama.³³

³² Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001): Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia, str. 195

³³ Kovačević, B., Kovačević, M., (2006): Lovni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam

Potražnju za lovnim turizmom čine želje i motivi lovaca turista koji imaju potrebu otputovati u inozemstvo i ostvariti poseban lovački doživljaj. Tako su nositelji tržišta lovnog turizma lovci turisti koji putuju izvan svoje države radi stjecanja određenih lovačkih iskustava; agencije koje zastupaju trgovce na inozemnom lovnom tržištu, a mogu se usporediti sa putničkim agencijama; ustanove koje organiziraju, nude i prodaju inozemni lov te dodatni poslovi, koji se odnose na iznajmljivanje lovačke opreme, transport trofeja, usluge prijevoza, vodiča, smještaja i regulatorni sustav koji uključuje nacionalno zakonodavstvo sa lovnim propisima, zakonima i međunarodne regulative (CITES – Konvencija međunarodne trgovine ugroženim vrstama divlje faune i flore). Najveći broj lovaca dolazi iz Španjolske, Francuske, Italije i Velike Britanije.³⁴

Kao vrlo značajna podvrsta lovnog turizma je ribolovni turizam čije se aktivnosti odvijaju na vodenim površinama na kojima turisti u skladu sa zakonskom regulativom mogu uživati u svojim sportsko – ribolovnim aktivnostima.³⁵

Specifičnosti turističkog proizvoda lovnog i ribolovnog turizma na području Općine Kreševo

Općina Kreševo raspolaže bogatom florom i faunom, dostatnog kapaciteta i potencijala za razvoj lovnog i ribolovnog turizma. Lovne površine prostiru se na otprilike 5 000 hektara prostora, a lovni fond obuhvaća krupnu divljač (divlja svinja, jelen, srneća divljač, vuk, medvjed, lisica...) i sitnu divljač (zec, jarebica, prepelica...).

Na području Općine Kreševo postoje Lovačka kuća Mešćema, Lovačka kuća u Čubrenu, Lovačka kuća u Ratkovićima, Lovačka kuća Hajdučka luka te Lovačka kuća „Trebac“ (trenutačno nije u funkciji). Posebna pažnja se posvećuje uređenju smještajnih objekata za elitni lovni turizam i luksuzno uređenim smještajnim objektima, ali problem nastaje zbog neiskorištenosti ovih kapaciteta tijekom cijele godine.

Komparativna prednost za razvoj ribolovnog turizma je postojanje ribolovnog društva *Udruga sportskih ribolovaca Kreševo*, ribolovne organizacije koja je najviše učinila u zaštiti i unaprijeđenju ribljeg fonda te u apsolutnom obimu poribljavanja, ali i po prosjeku poribljavanja po kilometru ribolovnih voda. U ribljem fondu najzastupljenija vrsta je potočna pastrva

³⁴ Kovačević, B., Kovačević, M., (2006): Lovni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam

³⁵ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije

(78,55%), slijedi kalifornijska pastrva (16,52%) te peš (4,93%). Vode kojima gospodari Udruga sportskih ribolovaca Kreševo obuhvaćaju:

- rijeku Kreševku, od izvorišta do granice Općine Kiseljak (Mehin potok), s pritokama Dragušnica, Rakovčica i Ljuskava;
- Crnu rijeku, od izvorišta do ušća s Bijelom rijekom (Sastavci), s pritokom Vojnica;
- Male i Velike vode, od izvorišta do spajanja u rijeku Željeznicu, od Ljeskovačkog potoka do potoka Nevra, nizvodno desna obala u Općini Kreševo, a lijeva obala u Općini Fojnica, u ukupnoj dužini 4 km;
- rijeku Lepenicu, od ušća Crne rijeke i Bijele rijeke (Sastavci), nizvodno lijeva obala u dužini od 400 m³⁶

Posebno popularna aktivnost oko koje je moguće razviti budući proizvod ribolovnog turizma u Općini Kreševo je *Fly-fishing revir*.³⁷

Željena pozicija do 2020.

- ✓ prepoznatljiva destinacija održivog lovnog i ribolovnog turizma

Ciljana tržišta

- ✓ pretežito muškarci srednje i zrelije životne dobi (35-65), više platežne moći

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ osigurati lovišta sa znatnim fondom divljači
- ✓ profesionalno gospodariti i voditi lovni turizam
- ✓ opremiti lovišta prikladnim gospodarskim, tehničkim, smještajnim i ugostiteljskim objektima
- ✓ educirati lokalno stanovništvo o vrijednosti, iskoristivosti i nužnoj zaštiti prirode i lovnih destinacija te o mogućnosti uključivanja u ponudu za lovce (npr. enogastronomskih domaćih proizvoda)

³⁶ Dostupno na: kresevo.info: <http://www.kresevo.info/index.php/vijesti-11/pd-bitovnja-5> (12.1.2015.)

³⁷ U fly fishing reviru dozvoljeno je mušičarenje i to po principu ulovi, poljubi, napravi fotografiju i pusti ribu.

- ✓ organizirati međunarodna lovačko-streljačka natjecanja i lovno-turističke manifestacije namijenjene popularizaciji lovnog turizma
- ✓ zaštititi lovne resurse od devastiranja svih oblika, krivolova i ekološkog zagađenja (uložiti dodatne napore u zaštiti okoliša kako s pojedincima i domaćinstvima, tako i sa poduzećima)
- ✓ uvesti lovočuvarski zaštitni odjel koji će djelotvorno paziti na pojedina lovišta

Aktivnosti unapređenje prodaje i komunikacije

- ✓ ponuda paket aranžmana koji uključuju vodiče, smještaj, catering, dozvole
- ✓ kreirati portfelj šire palete turističkih proizvoda povezanih s lovnim turizmom (promatranje i hranjenje životinja, foto-safari, organizacija manifestacije obuke i natjecanja lovačkih pasa, organizacija edukativnih radionica s temama prirodnih staništa i biljnih i životinjskih vrsta koje nastanjuju pojedina staništa, proizvodnja suvenira s motivima divljači)
- ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane posrednike (predstavnike specijaliziranih turističkih agencija za lovni turizam)
- ✓ kreirati on-line informacijsko-prodajnu platformu specijaliziranu za lovni turizam, uključujući društvene mreže i aplikacije za mobilne uređaje
- ✓ izraditi on-line vodiče s B2B sadržajima o ponudi lovnog turizma u Općini Kreševo za specijalizirane posrednike i udruženja
- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča
- ✓ sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)
- ✓ intenzivirati ciljanu direktnu prodaju (npr. lovačke udruge, sportski savezi)

4.2.3.3. *Sportsko – rekreacijski turizam*

Zbog suvremenog načina života čovjeka proizašle su sve veće potrebe turista za sportsko – rekreacijskim aktivnostima. Sport u suvremenom turizmu nije natjecateljski već predstavlja važan sadržaj boravka (golf, tenis, skijanje, jahanje, nogomet, odbojka...), ali i glavni motiv putovanja u destinaciju poput alpinizma, planinarenja i ostalih aktivnosti.³⁸

Pod pojmom sportsko – rekreacijskog turizma razumijevamo oblik turizma koji je usmjeren na zadovoljenje čovjekovih potreba za kretanjem, igrom, aktivnim odmorom i zabavom pa se stvaranjem navike aktivna i svrhovita provođenja slobodnog vremena utječe na zdravlje ljudi.³⁹

Većina suvremenih turističkih kretanja uključuje neku sportsku aktivnost, tj. sportsku rekreaciju, a oblik turizma u kojemu su sport i rekreacija glavni motiv putovanja i boravka turista u destinaciji naziva se sportski turizam. Ovisno o tome kakva je uključenost turista u sportsko – rekreacijski turistički doživljaj, fizičkoj kondiciji, posebnim vještinama te riziku, sportski turizam može se podijeliti na dva osnovna oblika:

- rekreacijski (biciklizam, tenis, plivanje, ronjenje, trekking, stari sportovi...) i
- pustolovni (različiti ekstremni i adrenalinski sportovi poput brdskog biciklizma, moto-krosa, planinarenja, paraglajdinga, zmajarenja, letenja balonima i aktivnosti u adrenalinskim parkovima, paintball...).

S obzirom na današnji način života većine stanovnika gospodarski razvijenih zemalja, stresa koji izazivaju svakodnevne poslovne aktivnosti, porasta stanovništva u urbanim sredinama te otuđenosti modernog čovjeka od prirode, svi oblici rekreativnih aktivnosti u prirodi su u velikom porastu. Sve njih možemo staviti pod zajednički nazivnik „pustolovnog turizma u prirodi“. Suvremeni trendovi na turističkom tržištu pokazuju snažan rast ovoga posebnog oblika turizma. U posljednjih petnaestak godina raste oko 20 % godišnje i čini oko 20 % ukupnoga svjetskog turističkog tržišta te 25 % svih paket-aranžmana u Europi.⁴⁰

Znakovit je porast potrošačkog segmenta poslovnih ljudi koji poduzimaju ovakva putovanja, tj. snažan rast team building turističkih paketa. Ovakvi turistički proizvodi, pored osnovnog motiva da potaknu zajedništvo te osnaže timski rad, obvezno sadrže vrlo bitnu

³⁸ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije;

³⁹ Relac, M., Bartoluci, M. (1987): Turizam i sportska rekreacija. Zagreb: Informator, str.30 prema Bartoluci, M., (2013): Upravljanjem razvojem turizma i poduzetništva, turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga, str.200

⁴⁰ United Nations Development Programme Croatia: <http://www.undp.hr/show.jsp?page=124686> (15.02.2014.)

komponentu, a to su razni antistres programi kod kojih prevladavaju različite aktivnosti koje pripadaju domeni pustolovnog turizma u prirodi.

Poseban pak segment ponude predstavljaju sportsko – rekreacijske usluge u turizmu: iznajmljivanje sportskih objekata i opreme (sportske dvorane, teniski tereni, nogometni tereni, bicikli, konji...), sportska edukacija (škole tenisa, plivanja, jahanja, starih sportova...) te sportska natjecanja i igre te pripreme sportaša.

Specifičnosti pustolovnog i sportskog turizma na području Općine Kreševo

Općina Kreševo raspolaže s nekoliko sportsko – rekreacijskih centara (SRC Lopata, SRC Bitovnja, SRC Troska), Planinarskim domom Lopata, šumarskom kućom, nekoliko lovačkih kuća (Trebac koja trenutno nije u funkciji, Mešćema, Hajdučka luka, Čubren, Ratkovići), teniskim igralištem, sportskim dvoranama i igralištima za mali nogomet koji mogu zadovoljiti potrebe turista za aktivnostima i rekreacijom. Osim centara, područje Općine je okruženo čistom i nezagađenom prirodom što je komparativna prednost područja za razvoj svih oblika turizma temeljenog na prirodi.

S obzirom na opremljenost sportsko – rekreacijskom infrastrukturom naglasak razvoja ovoga oblika turizma trebao bi biti stavljen prvenstveno na niz rekreacijskih sadržaja u prirodi. Očuvan okoliš, prirodni resursi, sustav biciklističkih i jahačkih staza, mreža uređenih puteva u šumama te planinska atraktivnost su komparativne prednosti Općine Kreševo na kojima se može graditi prepoznatljivost destinacije sportsko – rekreacijskog i pustolovnog turizma u prirodi. U prilog navedenome ide aktivni rad Udruge (*Planinsko društvo „Bitovnja“, Zavičajna udruga „Kreševski citrin“ i biciklistička Udruga BBK „Kreševo“*) koje mogu pomoći u razvijanju originalnih turističkih proizvoda s kojima bi se privukla određena turistička potražnja te izgrađeni sportsko – rekreacijski centri iskoristili za potrebe turizma i rekreacije (*SRC Lopata, Bitovnja, automotodrom Gajice, streljište Vaganj, SC Troska* kao i plan uređenja igrališta u Torinama).

Željena pozicija do 2020. godine.

- ✓ imidž poželjne vikend destinacije za rekreativne sadržaje u prirodi
- ✓ prepoznatljiva destinacija za team building i antistres programe

- ✓ destinacija koja će privlačiti turiste i posjetitelje željne nezaboravne pustolovine u prirodi

Ciljano tržište

- ✓ mlađa dob (20 – 35), podjednako su zastupljeni muškarci i žene, nisu zahtjevni naspram kvalitete smještaja, cjenovno su osjetljivi, osnovni motiv im je „adrenalinsko uzbuđenje“, mimo temeljne aktivnosti, pustolovine i rekreacije manje ih privlače ostale atrakcije u destinaciji, informiraju se najčešće putem interneta i mobilnih aplikacija, za kupnju koriste e-aplikacije
- ✓ zrela dob (35 – 55), više su zastupljeni muškarci, zahtjevniji naspram kvalitete smještaja i ugostiteljske ponude, cjenovno manje osjetljivi, osnovni motiv im je održavanje tjelesne kondicije, fizičkog i psihičkog zdravlja, ali manje fizički zahtjevnih aktivnosti, zainteresirani su i za ostale atrakcije u destinaciji, informiraju se putem specijaliziranih časopisa, interneta, a vrlo im je važna i usmena preporuka
- ✓ zaposlenici u srednjem i višem menadžmentu, traže kvalitetniji i udobniji smještaj, nisu cjenovno osjetljivi, ali im je jako bitan odnos vrijednosti za novac, cijene autentičnu i prepoznatljivu ugostiteljsku ponudu, osnovni motiv im je bijeg od stresa i „punjenje baterija“, vole visoko kvalitetnu uslugu te posjećuju i ostale atrakcije unutar destinacije, poglavito enogastronomske te kulturne i informiraju se putem interneta, stručnih časopisa (iz njihove poslovne domene) te na poslovnim sajmovima i kongresima
- ✓ članovi sportskih klubova i sportsko – rekreacijskih društava

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ osmisliti i trasirati nove trekking staze i pustolovne ture
- ✓ osmisliti tematske staze za zimsko – rekreativne aktivnosti (skijanje, sanjkanje, bordanje)
- ✓ novo izgrađene i postojeće staze opremiti adekvatnom turističkom signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci, turističko-ugostiteljski sadržaji, kampirališta)
- ✓ izgraditi adrenalinski park
- ✓ prilagoditi prostor za paraglajding/zmajarenje/letenje balonima

- ✓ udružiti različite pružatelje turističkih usluga radi stvaranja prepoznatljivih antistres turističkih proizvoda te team building programa

Aktivnosti unapređenja proizvoda

- ✓ organizirati razna natjecanja aktivnih sportaša i amatera
- ✓ organizirati manifestacije na temu rekreacije i sporta (npr. *Olimpijada starih sportova*)
- ✓ organizirati studijska putovanja sportskih novinara, voditelja sportsko – rekreacijskih udruga, članova gospodarskih udruga, urednika specijaliziranih časopisa, internet portala, blogova i foruma s tematikom sportskog, rekreacijskog i pustolovnog turizma
- ✓ izraditi paletu cjelovitih itinerara prilagođenih potrebama i interesima sportaša, rekreativaca i pustolova
- ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane posrednike (predstavnike specijaliziranih turističkih agencija za sportski, rekreacijski i pustolovni turizam)
- ✓ kreirati on-line informacijsko-prodajnu platformu specijaliziranu za sport i rekreaciju, uključujući društvene mreže i aplikacije za mobilne uređaje
- ✓ izraditi on-line vodiče s B2B sadržajima o ponudi sportsko – rekreacijskih sadržaja u Općini Kreševo za specijalizirane posrednike i udruženja
- ✓ sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)

4.2.4. Nostalgичni turizam

Nostalgичnom turizmu se još uvijek ne pridaje dovoljno važnosti unatoč globalnoj migraciji stanovništva i ekonomskom utjecaju koji ovaj turizam ima na lokalnu ekonomiju. Sam efekt nostalgичnog turizma se može izmjeriti količinom novca kojeg emigranti donose i troše u svojoj domovini. Nostalgичni turizam je posebno važan u državama u kojima emigranti održavaju jake obiteljske i rodbinske veze te sudjeluju u slavljenju katoličkih blagdana i drugih manifestacija koje su karakteristične za domovinu. Pripadnici dijaspore se kontinuirano vraćaju i posjećuju mjesta svog porijekla kako bi se ponovo upoznali s kulturnom baštinom i obnovili

ili ojačali svoje rodbinske veze.⁴¹ U nostalgična putovanja se također mogu ubrojiti ljudi iz urbanih sredina koji se nostalgично vraćaju u ruralne krajeve.

Specifičnosti proizvoda nostalgičnog turizma na području Općine Kreševo

- ✓ očuvana tradicija i njegovanje obiteljske atmosfere
- ✓ bogata kulturna baština
- ✓ netaknuta priroda i ruralni način života koji „vraća“ u prošlost
- ✓ događaji, običaji, manifestacije i vjerski blagdani
- ✓ tradicionalna kuhinja

Željena pozicija do 2020. godine

- ✓ prepoznatljiva turistička destinacija za dijasporu Federacije Bosne i Hercegovina

Ciljano tržište

- ✓ više od 800,000 emigranta koji žive u zemljama Europe (Njemačka, Švedska, Norveška, Italija, Austrija, Hrvatska, Srbija, Švicarska itd.)
- ✓ više od 500 000 emigranta u Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadi (prema međunarodnoj procjeni iz 2009. godine)⁴²

Aktivnosti razvoja proizvoda, unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ intenzivirati povezivanje znanstvenika i poznatih osoba iz dijaspore
- ✓ izgraditi pozitivne slike destinacije na temelju djela poznatih osoba iz dijaspore;
- ✓ intenzivirati povezivanje s migrantskim zajednicama i udruženjima
- ✓ pojačati aktivnosti povezivanja s dijasporom putem interneta i društvenih mreža

⁴¹ Morales, R.G.R., et. al. (2009): The Impact of Nostalgia Tourism and Family Remittances in the Development of a Rural Oaxacan Community., dostupno na: <http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCIOFjAA&url=http%3A%2F%2Festudiosdel desarrollo.net%2Frevista%2Fsave> (22.09.2014.)

⁴²Interni dokument Sektora za iseljništvo MHR-a prema Pozzi A. (2011.): Razvojni potencijal BIH dijaspore, dostupno na: <http://www.mhrr.gov.ba/iseljenistvo/istrazivanja/default.aspx?id=1810&langTag=bs-BA> (18.09.2014.)

- ✓ organizirati studijske posjete emigranata i djece emigranata (npr. *učenička i studentska putovanja*)
- ✓ kreirati cjeloviti turistički proizvod usklađen s potrebama i interesima nostalgичnih turista
- ✓ organizirati oživljavanje „nostalgичnih“ običaja i manifestacija

4.2.5. Kulturni turizam

Kulturni turizam obuhvaća putovanje ljudi izvan mjesta njihova stalnog boravka u cijelosti ili djelomično motivirano upoznavanjem materijalne (muzeji, galerije, kazališta, koncerti, spomenici i povijesni lokaliteti) i nematerijalne (običaji, tradicije, obrti, vještine) kulture određenog lokaliteta, regije i zemlje. Suvremeni kulturni turizam objedinjuje edukativne elemente i zabavno iskustvo što proizlazi iz sjedinjavanja umjetnosti s prirodnom i društvenom baštinom. Sve popularniji oblik kulturnog turizma postaje **kreativni turizam** koji se izdvaja u posebnu tržišnu nišu i omogućuje turistima da razvijaju svoj kreativni potencijal, približavajući se lokalnom stanovništvu aktivnim sudjelovanjem u radionicama i obrazovnim iskustvima.⁴³

Kulturni turizam sa svim svojim posebnim oblicima je u međunarodnom kontekstu jedna od vrsta turizma s najvećom stopom rasta na tržištu potražnje (prema raspoloživim podacima oko 40% međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži izrazitu kulturnu komponentu). Naročito je brza stopa rasta kreativnog turizma što pokazuje interes „novoga turista“ za učenjem, spoznavanjem lokalne kulture i običaja, uključenosti u doživljaj destinacije u kojoj boravi.

Kulturni turizam u ruralnom prostoru temelji se u pravilu na brojnim spomenicima kulture, tradicijskim obilježjima poput arhitekture, tradicionalnih zanata i obrta, galerijama, muzejima, raznovrsnoj i bogatoj ponudi lokalnih specijaliteta hrane i pića te iznimnoj kulturno – povijesnoj raznolikosti i kulturnim manifestacijama. U ponudu kulturnog turizma moguće je, između ostalog, uključiti pojavne oblike kulture svakodnevnog življenja, odnosno kulturu života i rada određenog područja, a koja obuhvaća folklor, rukotvorstvo, tradicijsko građenje i uređenje vrtova, tradicijske obrte, gastronomiju, suvremenu proizvodnju i ostale pojavne oblike kulture svakodnevnog življenja.

⁴³ Jelinčić, D. A. (2009): *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandarmedia, str.72.

U pravilu, kulturni turisti su natprosječna obrazovanja i primanja, srednje i starije životne dobi te iskusni putnici koji posjećuju veliki broj kulturnih atrakcija tijekom putovanja. Među privlačne elemente kulturne ponude ubrajamo obilazak kulturnih znamenitosti, sudjelovanje na kulturnim manifestacijama, susret i sudjelovanje s lokalnim pučkim običajima, pučkim stvaralaštvom i pučkim igrama (npr. *skakanje preko konopa*). Također, atraktivan element ponude kulturnog turizma čine etnosela sa svojim etnozbirdama.

Ruralni dio Federacije Bosne i Hercegovine, unutar kojeg se nalazi i Općina Kreševo, još uvijek je u turističkom smislu neotkriveno područje s velikim potencijalom za razvoj kulturnog turizma, prvenstveno zbog svoje bogate prošlosti i kulturnog nasljeđa.

Specifičnosti proizvoda kulturnog turizma Općine Kreševo

Suvremeno turističko tržište teži za autentičnim prvorazrednim kulturnim iskustvom što otvara niz mogućnosti turistički nerazvijenim ruralnim područjima bogate kulturno – povijesne baštine da angažiranjem svojih resursa postanu područja od turističkog interesa i time doprinesu poboljšanju regionalne ekonomije i konkurentnosti.

Međutim, pod utjecajem suvremenih trendova motiv pukog promatranja i razgledavanja kulturnih turističkih proizvoda pretvara se u težnju za novim doživljajima, uživanjem i aktivnim uključivanjem u kulturne događanje, kreativne radionice, susret i sudjelovanje s lokalnim pučkim običajima, pučkim stvaralaštvom i pučkim igrama (*sightseeing turns to lifeseeing*). Navedeno nameće potrebu za razvojem dodatne dimenzije kulturno – turističkog proizvoda Općine Kreševo koja će doprinijeti jačanju konkurentske pozicije kulturnog turizma Općine na lokalnoj i nacionalnoj razini. U tom smislu nove kulturne turističke proizvode koji su u skladu s suvremenim trendovima i zahtjevima potrošača treba stvoriti oko sljedećih atrakcija:

- ✓ *Franjevačkog samostana sv. Katarine iz 1853.* koji je sagrađen na ruševinama starog samostana iz 16. st. i posjeduje vrijednu muzejsku zbirku (bogatu knjižnicu s rijetkim rukopisima, umjetničku zbirku slika talijanskih majstora od 16. –18. st., iznimno vrijedan arhiv s oko 1200 turskih dokumenata i drugom vrlo vrijednom arhivskom građom, među kojom je i ostavština nekoliko desetaka ovdašnjih franjevaca),
- ✓ *povijesnog gradskog područja u Kreševu,*
- ✓ *eko-etno selo Vrancu* (selo srednjovjekovnih rudara i kovača),
- ✓ tradicijskih običaja povezanih uz tematiku izrade predmeta tradicionalnim kovanjem (npr. scensko oživljavanje *potkivanja jajeta* uz ugradnju narodne predaje o tome kako su momci dokazivali da su naučili zanat kad uspiju potkovati jaje, koje bi stavljali u

prozor, „na izlog“, i time davali do znanja da su spremni za ženidbu i izdržavanje obitelji),

- ✓ *scenskog oživljavanja legendi iz kreševskog kraja,*
- ✓ oživljavanja lika i djela kreševskih pjesnika: fra Grgo Martić, Pavlo Senjić Tvrtković, Ferdinand Tucaković,
- ✓ desetodnevne književno-prevoditeljske kolonije (jedina takva u BiH koju organizira KZ „Fra Grgo Martić“ i Udruga „Klepsidra“),
- ✓ rada *Književne zaklade „Fra Grgo Martić“* (npr. organizacija književnih večeri, poetskih recitala, znanstvenih skupova, regionalnih susreta bibliotekara i dr.),
- ✓ kulturno – umjetničkih manifestacija koje organizira kreševska podružnica HKD „Napredak“, jedna od (službeno) najaktivnijih u BiH,
- ✓ *ta'te (bosanskog zvona) u Vrancima* (Tijekom osmanlijske vladavine ovim područjem samo su dvije crkve u BiH (Podmilačje i Vareš) mogle koristiti zvona. Zamjena za zvona bile su ta'te (dvije ploče u koje se naizmjenično „kuca“ metalnim čekićima, a daju skladan zvuk (u terci), nalik zvuku zvona. Vranačke ta'te jedine su sačuvane u BiH i još su u svakodnevnoj uporabi.).

Željena pozicija do 2020. godine

- ✓ kreirana paleta inovativnih kulturno turističkih proizvoda
- ✓ osmišljeni proizvodi nove generacije koji omogućuju kreativno izražavanje i interakciju posjetitelja s lokalnim ambijentom
- ✓ revitalizirani i opremljeni pojedinačni objekti baštine

Ciljano tržište

- ✓ mladi i mladi parovi (20-35), obitelji s djecom, zrela dob (50-65), treća dob (65+);
- ✓ ljubitelji umjetnosti i kreativnosti, zainteresirani za scensku umjetnost, glazbu i fotografiju

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ poticati primjenu minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, info ploče pokraj glavnih atrakcija, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima)
- ✓ poticati razvoj novih događanja s potencijalom za gradnju imidža destinacije
- ✓ kreirati portfelj turističkih događanja (manifestacija) od nacionalne, regionalne i lokalne važnosti povezanih s lokalnom kulturom te ih relativno ravnomjerno vremenski i prostorno rasporediti
- ✓ uvezati događanja s drugim kompatibilnim proizvodima u svrhu produljivanja boravaka i maksimiziranja učinaka događanja
- ✓ poticati razvoj kulturnih tematskih cesta i putova (npr. trekking staza *Putevi stećaka*)
- ✓ stvoriti portfelj visoko atraktivnih proizvoda kulture života i rada (npr. kreativne radionice na temu izrade *kreševskog potkovanog jajeta*)
- ✓ adaptirati (izgraditi) neku od tradicionalnih kreševskih kuća s ponudom smještaja u rustikalnom okruženju
- ✓ izgraditi difuzni hotel u Kreševu i u Vrancima

Aktivnosti unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane posrednike (predstavnike specijaliziranih turističkih agencija za kulturni turizam)
- ✓ organizirati stručno - znanstvene skupove na temu kulture i kulturne baštine
- ✓ organizirati književne večeri
- ✓ organizirati studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča
- ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima)
- ✓ intenzivirati ciljanu direktnu prodaju (npr. udruženja književnika, umjetnika, povjesničara)

4.2.6. Vjerski turizam

Vjerski turizam je duboko ukorijenjen u povijesti čovječanstva kao i u povijesti turizma. Tako prema Ružiću⁴⁴, vjerski turizam obuhvaća putovanja u vjerska svetišta i sudjelovanje u vjerskim obredima, od lokalnih svetišta i obreda pa sve do međunarodnih. Glavni motivi putovanja su vjera, kultura i umjetnost.

Osnovu vezu između turizma i religije čine brojni sakralni objekti i sadržaji koji kao predmet turističkog interesa čine resursnu i atrakcijsku osnovu vjerskog turizma, a pojavljuju se u dvojakoj funkciji, odnosno kao objekti u kojima turisti/vjernici zadovoljavaju svoje religijske potrebe i kao objekti veće ili manje kulturne, povijesne ili umjetničke vrijednosti u kojima se turistima vjernicima i turistima koji to nisu pruža mogućnost uživanja u umjetničkim vrijednostima sakralnih objekata. Prema Geiću (2002)⁴⁵ vjerski turizam pojavljuje se u tri osnovna oblika:

1. hodočašća, odnosno grupne ili individualne posjete vjerskim svetištima,
2. masovna okupljanja u povodu značajnih religijskih datuma i obljetnica,
3. obilasci i posjeti značajnim religijskim mjestima i objektima u okviru organiziranog turističkog putovanja bez obzira na vrijeme posjeta.

Specifičnosti proizvoda vjerskog turizma Općine Kreševo

Konkurentne prednosti ovoga oblika turizma na području Općine Kreševo sagledavaju se kroz sljedeće resurse:

- ✓ *lik i djelo sv. Jakova Markijskog*: (Mjesto Deževica u Općini Kreševo poznato je po boravku sv. Jakova Markijskog koji je u 15. stoljeću živio u špilji, nedaleko od Deževica. Vjeruje se da je voda u špilji ljekovita (*ljekovita voda sv. Jakova Markijskog*), te je danas cijeli taj prostor uređen i obnovljen za služenje misa svake mlade nedjelje od proljeća do jeseni, a sv. Jakov Markijski je proglašen pomoćnim zaštitnikom župe),
- ✓ svetište Majke Božje „*Pod Špiljama*“ u Kreševu,
- ✓ svetište *Pod Jastrebinama*, Vranačka Rijeka,
- ✓ *Franjevački samostan u Kreševu* s muzejom i knjižnicom.

⁴⁴ Ružić, P.(2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

⁴⁵ Geić,S. (2002): Turizam i kulturno – civilizacijsko naslijeđe. Split: Veleučilište u Splitu, str. 45.

Željena pozicija do 2020.

- ✓ prepoznatljiva destinacija vjerskog turizma sa svim pratećim sadržajima koji obogaćuju turističku ponudu (smještajni i ugostiteljski objekti, bogata kulturna i gastronomska ponuda)

Ciljano tržište

- ✓ katolička mladež
- ✓ katolici svih dobnih skupina

Aktivnosti razvoja proizvoda

- ✓ poticati scensko oživljavanje „*Legende o sv. Jakovu Markijskom*“
- ✓ izgraditi difuzni hotel u Deževicama za potrebe smještaja turista/vjernika
- ✓ kreirati hodočasničku stazu s postajama o životu sv. Jakova uz popratne interpretacijske ploče i duhovne poruke (npr. *Put sv. Jakova Markijskog*)

Aktivnosti unapređenja prodaje i komunikacije

- ✓ izraditi paletu cjelovitih itinerara prilagođenih potrebama i interesima turista/vjernika (kombinacija misa na mladu nedjelju s drugim kompatibilnim proizvodima, npr. mogućnošću molitve i meditacije u tišini u prirodi)
- ✓ intenzivirati suradnju Deževica sa Monteprandoneom, rodnim gradom svetog Jakova Markijskog
- ✓ izraditi promotivne materijale (npr. *brošure*) na temu sv. Jakova Markijskog koji će biti dostupni u Međugorju i ostalim svetištima na području BiH i susjednim zemljama
- ✓ intenzivirati promotivne aktivnosti i usmjeriti ih prema katoličkim župama i katoličkim udrugama na području BiH, susjednim zemljama i talijanskom gradu Monteprandone
- ✓ intenzivirati oglašavanje u vjerskim časopisima i na društvenim mrežama

5. AKCIJSKI PLAN

STRATEŠKI CILJ 1: KREIRATI PALETU TURISTIČKIH PROIZVODA									
Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.1. Kreirati paletu turističkih proizvoda geoturizma vezanih uz manifestaciju Geo – kamp i Međunarodni sajam minerala stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ proširiti rad Zavičajne udruge „Kreševski citrin“ s funkcijama istraživanja tržišta, informiranja, educiranja, povezivanja u članstva u međunarodnim udrugama ✓ manifestacije Geo – kamp i Međunarodni sajam minerala stijena, fosila, poludragog i dragog kamenja objediniti u jednu višednevnu manifestaciju ✓ u sklopu manifestacije organizirati edukativne i kreativne radionice na temu geologije ✓ organizirati aktivnosti na Geostazi minerala i kristala Srednjobosanskog škriljavog gorja prilagođene za različite segmente potrošača (predškolske grupe, učeničke grupe, studente geologije, obitelji s djecom, avanturiste srednje i zrele dob) npr. <i>traženje ruda i minerala</i> 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo Zavičajna zadruga „Kreševski citrin“.							

STRATEŠKI CILJ 1: KREIRATI PALETU TURISTIČKIH PROIZVODA

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.2. Kreirati paletu proizvoda prilagođenih potrebama i interesima različitih ciljanih segmenata ekoturista	<ul style="list-style-type: none"> ✓ poticati ekološku poljoprivrednu proizvodnju (stočarstvo, ljekovito bilje) ✓ poticati umrežavanje lokalnih ponuđača različitih usluga kako bi se kreirao turistički proizvod usklađen s očekivanjima posjetitelja u suradnji s različitim dionicima s područja Općine poticati osmišljavanje i organiziranje jedinstvenih i originalnih proizvoda i događanja, npr. fotosafari putovanja s ekološkim i društveno odgovornim sadržajima, pustolovni programi, berba samoniklog bilja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							
1.3. Kreirati paletu cjelovitih itinerera (npr. <i>ruta, smještaj, prijevoz opreme</i>) i inovativnih programa u kojima bi se ponuda cikloturizma kombinirala s ostalim oblicima turizma posebnih interesa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ poticati umrežavanje lokalnih ponuđača različitih usluga kako bi se kreirao turistički proizvod usklađen s očekivanjima biciklista ✓ unaprijediti ugostiteljsku ponudu uz biciklističke rute vodeći računa o preferenciji ciljnih kupaca za autentičnom gastronomijom ✓ organizirati natjecanja i manifestacije povezane s biciklizmom, rekreacijom, zdravim životom i okolišno odgovornim odmorom, naročito na međunarodnoj razini ✓ osmisliti zanimljive turističke aranžmane npr. kombinacija biciklizam i promatranje ptica, fotosafari, vikend ture, putovanja s ekološki ili društveno korisnim sadržajem 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							

STRATEŠKI CILJ 1: KREIRATI PALETU TURISTIČKIH PROIZVODA

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.4. Kreirati portfelj šire palete turističkih proizvoda povezanih s lovnim turizmom	<ul style="list-style-type: none"> ✓ organizirati međunarodna lovačko-streljačka natjecanja i lovno-turističke manifestacije namijenjene popularizaciji lovnog turizma ✓ osmisliti paket aranžmana koji uključuju vodiče, smještaj, catering, dozvole ✓ osmisliti dodatne turističke proizvode kojima bi se proširila ponuda lovnog turizma, npr. <i>promatranje i hranjenje životinja, foto-safari, organizacija manifestacije obuke i natjecanja lovačkih pasa, organizacija edukativnih radionica sa temama prirodnih staništa i biljnih i životinjskih vrsta koje nastanjuju pojedina staništa, proizvodnja suvenira s motivima divljači</i> 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, lovačka udruga „Tetrijev“							
1.5. Kreirati paletu cjelovitih itinerara prilagođenih potrebama i interesima sportaša, rekreativaca i pustolova	<ul style="list-style-type: none"> ✓ udružiti različite pružatelje turističkih usluga radi stvaranja prepoznatljivih anti stres turističkih proizvoda te team building programa ✓ organizirati razna natjecanja aktivnih sportaša i amatera ✓ organizirati manifestacije na temu rekreacije i sporta, npr. <i>olimpijada starih sportova</i> 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							

STRATEŠKI CILJ 1: KREIRATI PALETU TURISTIČKIH PROIZVODA

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.6. Kreirati portfelj turističkih događanja (manifestacija) od nacionalne, regionalne i lokalne važnosti povezanih s lokalnom kulturom te ih relativno ravnomjerno vremenski i prostorno rasporediti	<ul style="list-style-type: none"> ✓ poticati razvoj novih događanja povezanih s lokalnom kulturom koji bi doprinijeli izgradnji imidža destinacije ✓ povezati događanja s drugim kompatibilnim proizvodima u svrhu produljivanja boravaka i maksimiziranja učinaka događanja ✓ oživljavanja lika i djela kreševskih pjesnika: fra Grgo Martić, Pavlo Senjić Tvrtković, Ferdinand Tucaković kroz npr. organiziranje književnih večeri 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							
1.7. Stvoriti portfelj visoko atraktivnih proizvoda kulture života i rada	<ul style="list-style-type: none"> ✓ osmisliti kreativne radionice na temu izrade kreševskog potkovanog jajeta ✓ scensko oživljavanje <i>potkivanja jajeta</i> uz ugradnju narodne predaje o tome kako su momci dokazivali da su naučili zanat kad uspiju potkovati jaje, koje bi stavljali u prozor, „na izlog“, i time davali do znanja da su spremni za ženidbu i izdržavanje obitelji 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							
1.8. Kreirati turističku ponudu vezanu uz eko-etno selo Vranci	<ul style="list-style-type: none"> ✓ u suradnji s različitim dionicima s područja Općine poticati osmišljavanje i organiziranje jedinstvenih i originalnih manifestacija kojima bi se scenski oživjelo selo srednjovjekovnih rudara i kovača ✓ urediti eko-etno selo Vranci kao muzej na otvorenom 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							

STRATEŠKI CILJ 1: KREIRATI PALETU TURISTIČKIH PROIZVODA

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.9. Kreirati paletu cjelovitih itinerara prilagođenih potrebama i interesima turista/vjernika	<ul style="list-style-type: none"> ✓ poticati scensko oživljavanje „Legende o sv. Jakovu Markijskom“ ✓ kombinacija misa na mladu nedjelju s drugim kompatibilnim proizvodima, npr. <i>mogućnošću molitve i meditacije u tišini u prirodi</i> 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							
1.10. Kreirati cjeloviti turistički proizvod usklađen s potrebama i interesima nostalgичnih turista	<ul style="list-style-type: none"> ✓ izgraditi pozitivne slike destinacije na temelju djela poznatih osoba iz dijaspore; ✓ organizirati oživljavanje „nostalgичnih“ običaja i manifestacija 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo							

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.1. Izgradnja difuznog hotela u Deževicama	<p>FAZA 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti zainteresirane vlasnike kuća s osnovnim uvjetima za smještaj, ugostitelje i poduzetnike ✓ pravno zaokružiti organizacijsku cjelinu te s vlasnicima potpisati sporazume o uključivanju u hotel ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	<p>FAZA 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ izraditi projekt difuznog hotela ✓ pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	<p>FAZA 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ izraditi standarde, kategorizirati i označiti objekte ✓ uspostaviti središnji sustav rezervacije ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati hotel na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.2. Izgradnja difuznog hotela u Vrancima	<p>FAZA 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti zainteresirane vlasnike kuća s osnovnim uvjetima za smještaj, ugostitelje i poduzetnike ✓ pravno zaokružiti organizacijsku cjelinu te s vlasnicima potpisati sporazume o uključivanju u hotel ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	<p>FAZA 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ izraditi projekt difuznog hotela ✓ pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja 								
	<p>FAZA 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ izraditi standarde, kategorizirati i označiti objekte ✓ uspostaviti središnji sustav rezervacije ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati hotel na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama 								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.3. Izgradnja difuznog hotela u Kreševu u tradicionalnim starim kućama	FAZA 1. ✓ okupiti zainteresirane vlasnike tradicionalnih starih kuća, ugostitelje i poduzetnike ✓ pravno zaokružiti organizacijsku cjelinu te s vlasnicima potpisati sporazume o uključivanju u hotel ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ izraditi projekt difuznog hotela ✓ pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja								
	FAZA 3. ✓ izraditi standarde, kategorizirati i označiti objekte ✓ uspostaviti središnji sustav rezervacije ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati hotel na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.4. Izgraditi geokamp sa smještajnim objektima od prirodnih materijala i građenim na tradicionalan način	FAZA 1. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu ✓ izraditi projekt geokampa ✓ pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ provesti projekt ✓ uspostaviti središnji sustav rezervacije ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati geokamp na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama ✓ povezati geokamp s geostazama								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.5. Izgraditi ekokamp	<p>FAZA 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu ✓ izraditi projekt ekokampa ✓ pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	<p>FAZA 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ provesti projekt ✓ uspostaviti središnji sustav rezervacije ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati ekokamp na specijaliziranim sajmovima, časopisima i Internet stranicama ✓ povezati ekokamp s ekostazama, 								
2.6. Izgraditi adrenalinski park	<p>FAZA 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projektnog prijedloga ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ prikupiti potrebnu projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	<p>FAZA 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ provesti projekt ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude ✓ promovirati adrenalinski park na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama 								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.7. Izgraditi Sportsko-rekreacijski centar na Bitovnji	FAZA 1. <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projektnog prijedloga ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja u objekte i infrastrukturu ✓ prikupiti potrebnu projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. <ul style="list-style-type: none"> ✓ provesti projekt ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude sportsko – rekreacijskog centra ✓ promovirati sportsko – rekreacijski centar na specijaliziranim sajmovima, časopisima i internet stranicama 								
2.8. Urediti prostor za paraglajding/zmajarenje/letenje balonima	FAZA 1. <ul style="list-style-type: none"> ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. <ul style="list-style-type: none"> ✓ provesti projekt ✓ osmisлити turističke aranžmane i u njih uključiti paraglajding/zmajarenje/letenje balonima kao sastavni dio ponude 								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.9. Izgraditi i opremiti tematske staze na području cijele Općine	<ul style="list-style-type: none"> ✓ osmisliti i trasirati nove tematske turističke puteve namijenjene ekoturistima i geoturistama ✓ izgraditi 10 markiranih ruta i staza za brdski biciklizam ✓ osmisliti i trasirati nove trekking staze i pustolovne ture ✓ osmisliti tematske staze za zimsko-rekreativne aktivnosti ✓ kreirati hodočasničku stazu s postajama o životu sv. Jakova uz popratne interpretacijske ploče i duhovne poruke ✓ poticati razvoj kulturnih tematskih cesta i putova (npr. trekking staza <i>Putevi stećaka</i>) ✓ nove i postojeće staze (geostaze, ekostaze, biciklističke staze, trekking staze, poučne staze) opremiti adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, informacijski punktovi) te uobičajenim pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci, turističko-ugostiteljski sadržaji) ✓ izraditi audio-vizualne materijale u svrhu interpretacije okoliša prilagođene za potrebe svake staze 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.10. Izgraditi 2 tematska bike parka/područja	FAZA 1. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektну dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ provesti projekt ✓ izraditi program cjelogodišnje ponude i uvrstiti tematske parkove u ponudu cikloturizma ✓ promovirati tematske parkove na specijaliziranim sajmovima, u časopisima, na internet stranicama, u biciklističkim klubovima								
2.11. Urediti Muzej rudarstva* (u podzemnom skloništu blizu samostana ili na drugim lokacijama)	FAZA 1. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektну dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ provesti projekt ✓ izraditi i promovirati program cjelogodišnje ponude muzeja, uključujući postav muzeja, kreativne radionice, popratna događanja								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.12. Urediti Kuću minerala* (sadašnja samostanska štala)	FAZA 1. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektну dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ provesti projekt ✓ izraditi i promovirati program cjelogodišnje ponude Kuće minerala, uključujući postav Kuće minerala, kreativne radionice, popratna događanja								
2.13. Urediti Muzej kovanja* (sadašnja samostanska štala)	FAZA 1. ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektну dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. ✓ provesti projekt ✓ izraditi i promovirati program cjelogodišnje ponude muzeja, uključujući postav muzeja, kreativne radionice, popratna događanja								

STRATEŠKI CILJ 2: IZGRADITI TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
2.14. Izgradnja duganje i mlinica preko puta objekta u kojem će se nalaziti Kuća Minerala i Muzej kovanja	FAZA 1. <ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projekata ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ izraditi projekt i pripremiti projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti projekt na neki od natječaja 	DMK/turistički ured, Općina Kreševo, vanjski konzultanti							
	FAZA 2. <ul style="list-style-type: none"> ✓ provesti projekt ✓ izraditi i promovirati program turističke ponude temeljene na tradiciji mlinarstva 								

*NAPOMENA: Svi navedeni objekti (Muzej rudarstva, Kuća minerala i Muzej Kovanja) mogli bi, osim kao samostalne institucije, funkcionirati i kao sastavni dio samostanskog muzeja uz dogradnju stepenice sa rukohvatom od samostanskog muzeja do sadašnje štale.

STRATEŠKI CILJ 3: RAZVITI KOMPLEMENTRNE DJELATNOSTI

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
3.1. Poticati razvoj osnovnih komplemetarnih djelatnosti koje će doprinijeti rastu kvalitete turističke ponude Općine Kreševo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ poticati osnivanje receptivnih turističkih agencija i/ili suradnje s postojećim ✓ poticati umrežavanje lokalnih ponuđača različitih usluga kako bi se kreirao turistički proizvod usklađen s očekivanjima turista ✓ poticati izgradnju okolišno odgovornog „zelenog“ smještaja, npr. kuće za odmor u prirodnom okruženju, šumske kolibe, manje obiteljske pansione, ekokampove, objekte robizonskog turizma ✓ poticati uvođenje „bike&bed“ standarda u nove i postojeće smještajne objekte ✓ poticati otvaranje trgovima za prodaju biciklističke opreme i servisa za bicikle ✓ poticati oživljavanje starih zanata ✓ poticanje izrade originalnih suvenirna ✓ poticati prilagodbu sportsko – rekreacijskih centara potrebama turista 	Općina Kreševo							

STRATEŠKI CILJ 4: EDUCIRATI LJUDSKE RESURSE ZA POTREBE ODRŽIVOG TURIZMA

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
4.1. Provoditi kontinuirane edukacije lokalnog stanovništva vezano za održivi turizam i poduzetništvo u turizmu	<ul style="list-style-type: none"> ✓ s obrazovnim institucijama i ostalim konzultantima usuglasiti edukativne programe (npr. Destinacijski menadžment, Pisanje poduzetničkih projekata, Marketing u turizmu, Izrada marketing plana, Izrada promotivnog plana, e-Marketing) ✓ početno s 2015. održavati minimalno 6 edukativnih radionica godišnje do 2017., a kasnije prema potrebi 	Obrazovne institucije, vanjski konzultanti							
4.2. Provoditi kontinuirane edukacije za turističke vodiče i interpretatore	<ul style="list-style-type: none"> ✓ s obrazovnim institucijama i ostalim konzultantima usuglasiti edukativne programe: <ul style="list-style-type: none"> ○ za turističke vodiče i interpretatore specijalizirane za geoturizam ○ za ekoturističke vodiče i interpretatore ○ za licenciranje ciklovodiča 	Obrazovne institucije, vanjski konzultanti							
4.3. Educirati lokalno stanovništvo o vrijednosti, iskoristivosti i nužnoj zaštiti prirode i lovnih destinacija	<ul style="list-style-type: none"> ✓ s obrazovnim institucijama i ostalim konzultantima usuglasiti edukativne programe 	Obrazovne institucije, vanjski konzultanti							

**STRATEŠKI CILJ 5: POVEĆATI TURISTIČKE DOLASKE I POTROŠNJU KROZ JAČANJE
PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI**

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
5.1. Osnovati DMK/turistički ured	<ul style="list-style-type: none"> ✓ osnovati Destinacijsku menadžment kompanija (DMK)/turistički ured koja bi bila ključni akter za podizanje ukupne vrijednosti destinacijske ponude (raspisati natječaj i izabrati jednu osobu koja bi vodila DMK/turistički ured i koordinirala sve aktivnosti vezane uz razvoj turizma) ✓ osnovni zadatak osnovane DMK/turističkog ureda bio bi kreiranje i plasman ponude složenih turističkih proizvoda, odnosno paket aranžmana, prilagođenih potrebama i/ili zahtjevima pojedinih tržišnih segmenata turista ✓ osnovati tim kojeg će činiti svi ključni dionici koji imaju interesa sudjelovati u turističkom razvoju Općine Kreševo, a zadatak kojeg bi bio potpomagati rad DMK/turističkog ureda u savjetodavnom smislu i provedbi određenih aktivnosti 	Općina Kreševo							

**STRATEŠKI CILJ 5: POVEĆATI TURISTIČKE DOLASKE I POTROŠNJU KROZ JAČANJE
PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI**

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
5.2. Izraditi jedinstvenu web stranicu TZ ili DMK	<ul style="list-style-type: none"> ✓ izrada posebne web stranice namijenjene promociji turizma Općine Kreševo s posebnim podstranicama za svaki od šest temeljnih turističkih proizvoda ✓ za svaki proizvod na stranici treba kreirati: interaktivne sadržajne, on-line newslettere o ponudi pojedinih proizvoda, promotivne video materijale, on-line informacijsku-prodajnu platformu specijaliziranu za svaki pojedini proizvod (s mogućnosti bookinga, uključujući poveznice na društvene mreže i aplikacije za mobilne uređaje), te CRM sustav i on-line vodiče s B2B sadržajima za specijalizirane posrednike i udruženja ✓ stranicu povezati sa svim popularnim društvenim mrežama, blogovima i forumima 	Vanjski dobavljač							

STRATEŠKI CILJ 5: POVEĆATI TURISTIČKE DOLASKE I POTROŠNJU KROZ JAČANJE PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
5.3. Organizirati tematska studijska putovanja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ organizirati tematska studijska putovanja za predstavnike specijaliziranih turističkih agencija ✓ organizirati tematska studijska putovanja za specijalizirane novinare, blogere, urednike turističkih vodiča ✓ organizirati studijske posjete emigranata i djece emigranata (npr. učenička i studentska putovanja) 	Općina Kreševo, DMK/turistički ured, poduzetnici u turizmu							
5.4. Organizirati stručno-znanstvene skupove	<ul style="list-style-type: none"> ✓ u suradnji s obrazovnim institucijama i turističkim gospodarskim subjektima organizirati niz stručno-znanstvenih skupova koji će doprinijeti promociji pojedinih turističkih proizvoda Općine Kreševo: <ul style="list-style-type: none"> ○ stručno-znanstveni skup s temom geologije i geomorfologije ○ stručno-znanstveni skup s temom flore i faune, permakulture, održive gradnje i ekoturizma ○ stručno-znanstveni skup na temu kulture i kulturne baštine u funkciji razvoja turizma 	Općina Kreševo, DMK/turistički ured, poduzetnici u turizmu, obrazovne institucije							

STRATEŠKI CILJ 5: POVEĆATI TURISTIČKE DOLASKE KROZ JAČANJE PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
5.5. Sudjelovati na sajmovima i manifestacijama	<ul style="list-style-type: none"> ✓ jednom godišnje aktivno sudjelovati na međunarodnim sajmovima i manifestacijama specijaliziranim za pojedini turistički proizvod Općine Kreševo 	DMK/turistički ured, poduzetnici u turizmu							
5.6. Osnovati centar za unaprjeđenje ekoturizma i permakulture na prostoru Općine Kreševo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim stručnjaka za izradu projektnog prijedloga ✓ napraviti procjenu potrebnih ulaganja ✓ prikupiti potrebnu projektnu dokumentaciju ✓ prijaviti na neki od natječaja 	Općina Kreševo, DMK/turistički ured, vanjski konzultant							
5.7. Intenzivirati promotivne aktivnosti za unaprjeđenje prodaje i komunikacije vjerskog turizma	<ul style="list-style-type: none"> ✓ intenzivirati suradnju Deževica sa Montepandoneom, rodnim gradom svetog Jakova Markijskog ✓ izraditi promotivne materijale (npr. <i>brošure</i>) na temu sv. Jakova Markijskog koji će biti dostupni u Međugorju i ostalim svetištima na području BiH i susjednim zemljama ✓ intenzivirati promotivne aktivnosti i usmjeriti ih prema katoličkim župama i katoličkim udrugama na području BiH, susjednim zemljama i talijanskom gradu Montepandone ✓ intenzivirati oglašavanje u vjerskim časopisima i na društvenim mrežama 	Općina Kreševo, DMK/turistički ured, župna zajednica							

STRATEŠKI CILJ 5: POVEĆATI TURISTIČKE DOLASKE I POTROŠNJU KROZ JAČANJE PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Mjera	Opis mjere	Nositelj/i aktivnosti	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
5.8. Izraditi promotivne materijale i turističke vodiče u tiskanom i digitalnom obliku	<ul style="list-style-type: none"> ✓ okupiti tim marketinških stručnjaka ✓ za svaki specifični proizvod izraditi poseban turistički vodič u tiskanom i digitalnom obliku ✓ kontinuirano svake godine izdavati nove promotivne materijale koji će uključivati aktualnu ponude destinacije ✓ izraditi karte koje će sadržavati ucertane rute svih biciklističkih staza, geostaza, ekostaza, staza za trekking te poučnih staza tiskanom i digitalnom obliku (dostupne za GPS uređaje) ✓ osmisлити promotivni turistički video Općine Kreševo 	DMK/turistički ured, vanjski konzultanti							
5.9. Provesti zaokruženu cjelogodišnju kampanju promoviranja destinacije	<ul style="list-style-type: none"> ✓ izraditi Plan promotivnih aktivnosti ✓ brendirati destinaciju (logo, slogan, ...) ✓ tijekom dvije godine provoditi sveobuhvatnu promotivnu kampanju promoviranja Općine Kreševo kao <i>poželjne destinacije za sva osjetila</i> ✓ intenzivirati odnose s javnošću i oglašavanje putem on i off-line medija (u specijaliziranim časopisima, na web stranicama, društvenim mrežama, blogovima i forumima) 	DMK/turistički ured, vanjski konzultanti							

6. POPIS ILUSTRACIJA

a) Popis slika:

Slika 1: Općina Kreševo	3
Slika 2: Prometna povezanost Kreševa	5
Slika 3: Portfolio matrica budućih turističkih proizvoda Općine Kreševo.....	36

b) Popis tablica:

Tablica 1: Opći podaci o Općini Kreševo	4
Tablica 2: Udaljenost Kreševa od ključnih prometnih čvorišta	4
Tablica 3: Smještajni kapaciteti na području Općine Kreševo.....	6
Tablica 4: Prilog funkcionalnom strukturiranju turističke resursne osnove.....	7
Tablica 5: Pregled geoloških značajki prostora Općine Kreševo	10
Tablica 6: Prikaz realnih i potencijalnih atrakcija najznačajnijih planina i špilja Općine Kreševo	11
Tablica 7: Prikaz vodenih resursa Općine Kreševo	15
Tablica 8: Biljni svijet Općine Kreševo kao turistički resurs.....	16
Tablica 9: Životinjski svijet Općine Kreševo kao turistički resurs	17
Tablica 10: Zaštićena prirodna baština Općine Kreševo	18
Tablica 11: Kulturno – povijesna baština Općine Kreševo	20
Tablica 12: Kultura života i rada Općine Kreševo	22
Tablica 13: Popis znamenitih osoba i događaja Općine Kreševo.....	24
Tablica 14: Popis javnih manifestacija Općine Kreševo	25
Tablica 15: Sportsko – rekreacijski sadržaji i servisi Općine Kreševo	28
Tablica 16: Turističke staze, putevi, ceste	29
Tablica 17: Ostali izravni i neizravni turistički resursi.....	31
Tablica 18: SWOT analiza	34

7. LITERATURA

1. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine (2013): Preliminarni rezultati popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u Bosni i Hercegovini dostupno na http://www.bhas.ba/obavjestenja/Preliminarni_rezultati_bos.pdf (04.09.2014.)
2. Bartoluci, M. (2013): Upravljanjem razvojem turizma i poduzetništva, turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga
3. CREST (2013): The Case for Responsible Travel: Trends and Statistic. Washington: Stantford University
4. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije
5. Geić, S., Geić, J., Čmrlec, A. (2010): Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu. Informatol. vol. 43/4:317-324
6. Geić, S. (2002): Turizam i kulturno – civilizacijsko naslijeđe. Split: Veleučilište u Splitu
7. Geotourism Development Plan for the Chinese Silk Road: Strategy Challenge Management Report China. dostupno na: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/group_21_china_strategy_report_0.pdf (15.09.2014.)
8. Gorman, C. E. (2007): Landscape and Geotourism: market typologies and visitor needs. Dublin: Institute of Technology
9. Grupa autora (2011): Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja. Zagreb: Institut za turizam, dostupno na: <http://izt zg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-09-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf> (12.1.2015.)
10. Horak, S. (2006): Tranzitni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam
11. Jelinčić, D. A. (2009): Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandarmedia
12. Jukić, M. (2011): Znameniti i zaslužni Kreševljaci od najstarijih vremena do danas. Kreševo: HKD Napredak
13. Jukić, M. (2008): Etnološki i povijesni prilozi iz kreševskog kraja 1. Kreševo: Franjevački samostan Kreševo
14. Jukić, M. (2007): Ljetopis Lepenička dolina 2006. Kiseljak: HKD Napredak

15. Kovačević, B., Kovačević, M. (2006): Lovni turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam
16. Kušen, E. (2002): Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam
17. Mlinarević, M., i ostali (2008): Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008.-2018. FBiH: Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Inženjerski biro d.d.
18. Morales, R.G.R., et.al., (2009): The Impact of Nostalgia Tourism and Family Remittances in the Development of a Rural Oaxacan Community., dostupno na: <http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Festudiosdeldesarrollo.net%2Frevista%2Fsave> (22.09.2014.)
19. Musa, S., Islamović, A., Vrste turizma kao determinante regionalizacije Bosne i Hercegovine dostupno na: http://www.academia.edu/6550659/Vrste_turizma_kao_determinante_regionalizacije_Bosne_i_Hercegovine (28.08.2014.)
20. Pozzi A., (2011); Razvojni potencijal BIH dijaspore. dostupno na: <http://www.mhrr.gov.ba/iseljenistvo/istrazivanja/default.aspx?id=1810&langTag=bs-BA> (18.09.2014.)
21. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
22. Sikavica, P. i dr. (2008): Temelji menadžmenta. Zagreb: Školska knjiga
23. Skopljak, F. (2011): Izvorište prirodne izvorske vode „Nevra“. Arhiv za tehničke nauke. dostupno na: <http://www.arhivzatehnickenuke.com/files/arhiv%205/Izvori%C5%A1te%20prirodne%20izvorske%20vode.pdf> (13.10.2014.)
24. Travel Industry Association of America (2003): Geotourism: The New Trend In Travel. dostupno na: <http://efti.hhp.ufl.edu/wp-content%5Cuploads/Geotourism-The-New-Trend-in-Travel-2003.pdf> (15.09.2014.)
25. Urbanistički zavod BIH-D.D. (2012): Prostorni Plan Općine Kreševo 2008-2028. godine, Odluka o provođenju Prostornog Plana Općine Kreševo 2008-2028 godine: izmjene i dopune. Sarajevo
26. Vrdoljak-Šalamon, B., (2006): Planinski turizam. U: Čorak, S., Mikačić, V. (ur.) (2006): Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno. Zagreb: Institut za turizam
27. Vukonić, B., Čavlek, N. (ur.) (2001): Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia

Internetske stranice:

1. Gospodarski vodič kroz Općinu Kreševo: <http://www.kresevo.biz/turizam.htm> (13.10.2014.)
2. Karta BiH: <http://www.kartabih.com/karta-kresevo/> (18.07.2014.)
3. kresevo. info: <http://www.kresevo.info/index.php/vijesti-11/pd-bitovnja-5> (12.1.2015.)
4. Lovački savez Herceg Bosne: <http://www.lovackisavez-hb.ba/clanice.asp> (18.12.2014.)
5. Općina Kreševo: <http://www.kresevo.ba/index.php/kresevo/osnovne-informacije/položaj> (18. 07.2014.)
6. Općina Kreševo: <http://www.kresevo.ba/index.php/kresevo/osnovne-informacije-2/mapa> (18.07.20014.)
7. The Interantional Ecotourism Society: <http://www.ecotourism.org/> (3.02.2014.)
8. United Nations Development Programme Croatia: <http://www.undp.hr/show.jsp?page=124686> (15.02.2014.)
9. Visit my country (vmc): http://www.visitmycountry.net/bosnia_herzegovina/bh/index.php/geografija/27-vmc/geografija/225-geologija-bosne-i-hercegovine 22.12.2014

Autori: Irena Bosnić, mag.oec.
Milica Šokec, bacc.oec.

Suradnici: Rikard Bakan, mag.oec.
doc.dr.sc. Vesna Bedeković
Božidar Jaković, mag.oec
Dr.sc. Oliver Jukić
Dejan Tubić, univ.spec.oec.

Lektorica: Ivana Vidak, dipl. bibl. i prof.

Kontakt: Irena Bosnić, mag.oec.
Pročelnica Odjela za turizam
Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
Matije Gupca 78, 33 000 Virovitica
GSM: 091/447 0008
Fax: 033/ 721-037
e-mail: irena.bosnic@vsmti.hr
Web: www.vsmti.hr

