



STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA ŽIVINICE

2019 – 2024

Živinice, april 2019.

Nosilac izrade: Služba za lokalni ekonomski razvoj, finansije i rezervi, Grad Živinice
Saradnici: prof. dr. Almir Peštek, Ekonomski fakultet u Sarajevu
doc. dr. Merima Činjarević, Ekonomski fakultet u Sarajevu

Učesnici radionica održanih tokom procesa izrade Strategije:

Admir Aljić, Grad Živinice – koordinator
Adnan Andelić, Odred Izviđača CROA
Alen Aljić, Udruženje ribolovaca MRENA
Alija Selić, Ekovizija Živinice
Amir Šišić, Udruženje muzičara Akord
Ammar Miraščija, IT Solucija
Bakir Šljivić, Gimnazija Živinice
Danijel Kucurski, IT Solucija
Edin Husović, Odred Izviđača CROA
Elmin Džananović, Ekovizija Živinice
Emina Mujčinović, PREC
Enver Šehović, KUD Živinice
Esmir Halilović, Građanin
Ferzet Milkunić, Građanin
Hazim Đogić, PREC
Husnija Majdančić, Ordinacija Majdančić
Ibrahim Tursunović, UG Džeber
Ismet Korajac, MZ Tupković
Jasmina Kamberović, Via Natura
Jasmina Maslić, PREC
Lejla Durić, PREC
Medina Čaušević, PREC
Meho Muratbegović, Živinice
Meliha Zubčević, PREC
Mensure Mehmedović, PREC
Mirsad Butković, Grad Živinice
Mirsel Krbuljić, IT Solucija
Mirza Čičkušić, Local Buddy
Naida Husić, Grad Živinice
Nesiba Nurkić, PREC
Nusret Lapendić, Građanin
Omer Bajrić, Abukino Turbe
Ramo Ramić, Biciklistički Klub Živinice
Rasim Užičanin, PD Drenik
Sabina Čaušević, OR Čošak
Safet Dervišević, Aero Klub Fenix
Salko Užičanin, Gimnazija Živinice
Sead Noćajević, JU Gimnazija Živinice
Senad Đogić, Agro Logistika
Vedad Čosićkić, Motel Laurus
Zlatko Marjanović, Gimnazija Živinice

Sadržaj

UVOD	4
CILJEVI STRATEGIJE.....	4
METODOLOŠKI PRISTUP IZRADI STRATEGIJE	4
ANALIZA STANJA TURIZMA GRADA ŽIVINICE.....	6
PREGLED GLAVNIH TREDOVA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	6
PROFIL GRADA ŽIVINICE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE	7
<i>Osnovni podaci o Gradu Živinice: prostorna i ekonomска obilježja.....</i>	7
<i>Analiza turističke resursno-atrakcijske osnove.....</i>	8
<i>Analiza interesnih grupa.....</i>	15
SWOT ANALIZA I KLUĆNI FAKTORI USPJEHA	20
STRATEŠKI MODEL RAZVOJA TURIZMA	22
VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA	22
<i>Strateški cilj 1: Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta.....</i>	28
<i>Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda.....</i>	32
<i>Strateški cilj 3: Razvoj turističke infrastrukture i poticajnog ambijenta za razvoj turizma.....</i>	43
AKCIIONI PLAN	47
LJUDSKI POTENCIJALI	47
ORGANIZACIJSKI FAKTORI	47
IMPLEMENTACIJSKE AKTIVNOSTI.....	48

UVOD

Ciljevi Strategije

Strategija razvoja turizma Grada Živinice za period 2019. – 2024. predstavlja dokument u kojem se određuju ciljevi i prioriteti razvoja turizma s ciljem osiguranja konkurentne i prepoznatljive turističke destinacije u budućnosti. Polazeći od zahtjeva da se bogati kulturni i prirodni resursi na području Grada Živinice iskoriste i valorizuju s ciljem dugoročnog povećanja kvaliteta života lokalnog stanovništva, unapređenja broja posjeta i zadovoljstva turista te ukupne turističke industrije, projekt Strategija razvoja turizma Grada Živinice za period 2019. – 2024. (u daljem tekstu Strategija), imao je sljedeće ciljeve:

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

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

Metodološki pristup izradi Strategije

Metodološki pristup izradi Strategije zasniva se na sljedećim principima:

- Multidisciplinarnost: sagledavajući turizam kao multidisciplinarnu pojavu rad na izradi Strategije uključio je tim stručnjaka iz različitih područja. To su: ekonomija, zaštita okoliša, projektno planiranje, destinacijsko upravljanje, razvoj proizvoda i turistička promocija.
- Uključivanje različitih interesnih grupa u turizmu: razvoj turizma potrebno je uskladiti s interesima svih interesnih grupa u turističkim destinacijama pa se tokom procesa izrade Strategije ostvarila saradnja sa ključnim interesnim grupama

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

- prikupljanje podataka iz javno dostupnih sekundarnih izvora,
- obilazak terena odnosno pojedinih lokaliteta koji su značajni za razvoj turizma,
- identifikacija i valorizacija turističke resursne osnove,

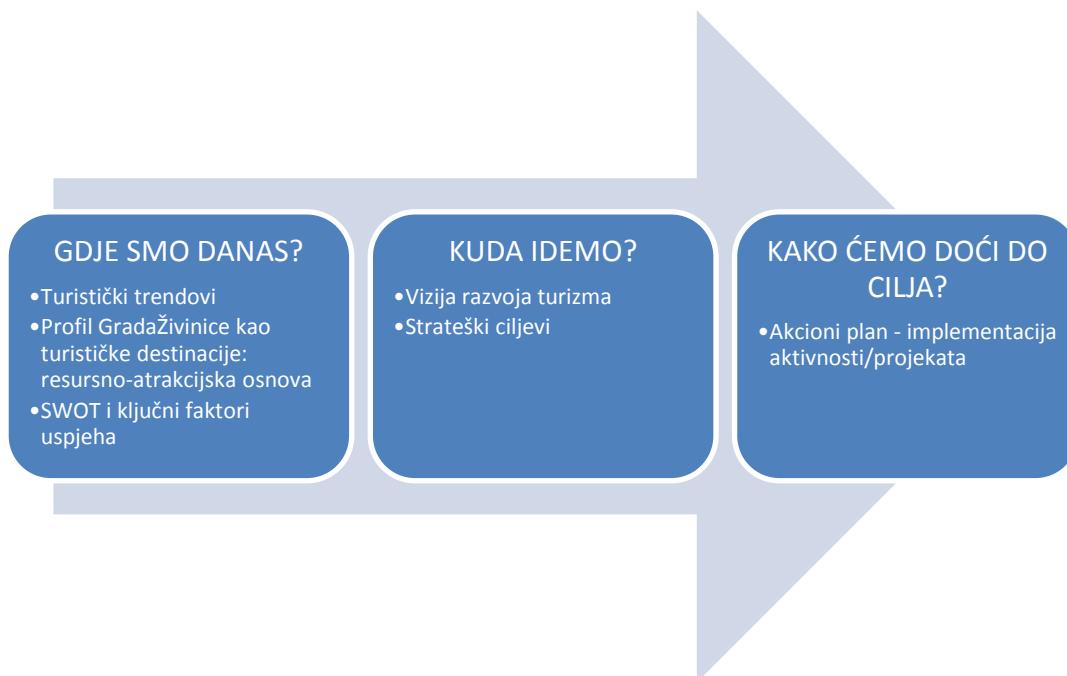
- SWOT analiza,
- provođenje primarnog istraživanja među različitim interesnim grupama iz javnog, privatnog i nevladinog sektora u svrhu utvrđivanja percipiranog nivoa kvalitete pojedinih elemenata turističke ponude Grada Živinice; i
- radionice s ključnim učesnicima turističkog razvoja iz javnog, privatnog i nevladinog sektora.

Strategije razvoja turizma Grada Živinice 2019. – 2024. Obuhvata sljedeće elemente:

- analiza stanja turizma Grada Živinice
- razvojni model turizma Grada Živinice
- monitoring implementacije

Drugi dio Strategije obuhvata analizu postojećeg stanja turizma Grada Živinice, uz pregled osnovnih kvantitativnih i kvalitativnih trendova na globalnom turističkom tržištu. Također, provodi se detaljna analiza i vrednovanje turističke resursne osnove. Potom se spoznaje stečene analizom postojećeg stanja sintetiziraju kroz SWOT analizu što pruža analitički uvid u prednosti, nedostatke, mogućnosti i ograničenja turističkog razvoja Grada Živinice. U trećem dijelu Strategije se definiše razvojni model turizma Grada Živinice koji uključuje viziju turističkog razvoja, strateške ciljeve turističkog razvoja te odrednice upravljanja turizmom na području Grada Živinice. Na osnovu prethodno definisanih elemenata strategije razvoja, definiše se i akcioni plan, pri čemu se za svaki dostavljeni projekt definiše opis projektnih aktivnosti, nosioci projektnih aktivnosti, uključene interesne grupe, period implementacije te prioriteti implementacije projekta (nizak/srednji/visok). Prioritet implementacije projekta određen je na osnovu trenutnog stepena tržišne spremnosti projektnog prijedloga, visine predvidivih ulaganja te značaja projekta za ukupni turistički razvoj Grada Živinice.

Ilustracija 1. Pristup izradi Strategije razvoja turizma Grada Živinice



ANALIZA STANJA TURIZMA GRADA ŽIVINICE

Pregled glavnih trendova na turističkom tržištu

Pored sticanja uvida u širi kontekst od interesa za razvoj turizma na području Grada Živinice i analize postojeće resursno-atrakcijske osnove, čime se identificiraju potencijali, te utvrđuju kako preduslovi tako i ograničenja za razvoj turizma, neophodno je istražiti i tržište kako bi se utvrdilo da li na njemu postoji platežno sposobna potražnja zainteresovana za sistem turističkih iskustava i/ili doživljaja koje Grad Živinice može ponuditi. U tom smislu, razvoj turizma na području Grada Živinice neophodno je posmatrati i u odnosu na mogućnost kreiranja kritične mase potražnje za turističkim proizvodima ovog područja. Istovremeno, utvrđivanje obima potražnje neophodno je kako bi se utvrdila isplativost razvoja turizma na području Grada Živinice, dok je identificiranje karakteristika te potražnje neophodno u oblikovanju glavnih turističkih proizvoda, ali i implementaciji cijelog niza aktivnosti na području promocije i distribucije proizvoda. U skladu s navedenim, u ovom dijelu Strategije se daje pregled globalnih turističkih trendova relevantnih za korištenje turističkog potencijala i profiliranje položaja Grada Živinice na turističkom tržištu.

Turizam je postao jedan od najznačajnijih društveno-ekonomskih fenomena u posljednjih sto godina, od aktivnosti dostupne samo za bogate ljude u prvoj polovini 20. stoljeća, do masovne pojave nakon Drugog svjetskog rata, posebno od 1970. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, međunarodni se turistički promet od 1950-tih godina do danas povećao s 25 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka 1950. godine na 1 322 milijuna dolazaka 2017. godine. Prema projekcijama Svjetske turističke organizacije očekuje se da će međunarodni turistički dolasci dosegnuti broj od 1,8 milijardi do 2030. godine.

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast, ono što se mijenja tokom posljednja dva desetljeća je struktura putovanja. Promjena trendova na globalnom turističkom tržištu uzrokovana je prvenstveno evolucijom svijesti turističkih potrošača koja je rezultirala pojavom novih vrijednosnih stavova, odnosno promjenom odnosa turista, kako prema sebi samima, tako i prema svijetu koji ih okružuje. Nove turiste, s jedne strane, odlikuje želja za aktivnim učešćem u životu destinacije. Oni od turističkog putovanja ne očekuju samo odmor, zabavu i rekreaciju nego i sticanje novih spoznaja, proširivanje horizonta, te duhovni rast i razvoj. S druge strane, novi turisti također pokazuju povećan nivo brige za zaštitu okoliša i često, iz principijelnih razloga, ne žele putovati u destinacije koje degradiraju svoj okoliš dok su, istovremeno, spremni platiti veću cijenu za boravak u onim destinacijama koje percipiraju kao ekološki osviještene. Ovi se trendovi pripisuju djelomično širim ekonomskim i socio-demografskim promjenama, a djelomično i ubrzanim tehnološkim napretkom koji se dogodio u zadnjem desetljeću. Svjetska turistička organizacija navodi da je jedan od najvažnijih trendova na globalnom turističkom tržištu sve veća segmentacija turističkog tržišta te činjenica da će u budućnosti značaj tradicionalnog turističkog proizvoda temeljenog na masovnom turizmu sve više opadati dok će rasti značaj i tržišni udio tzv. posebnih oblika turizma. Usljed ovih globalnih društvenih promjena, relativno unificirani turizam 20. stoljeća, ustupa mjesto savremenom izrazito diferenciranom i segmentiranom humanom turizmu 21. stoljeća koji se sve češće veže uz slogan "6E" (experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology).

Profil Grada Živinice kao turističke destinacije

Osnovni podaci o Gradu Živinice: prostorna i ekomska obilježja

Grad Živinice administrativno pripada Tuzlanskom kantonu. Ona obuhvata površinu od 298 km^2 . Administrativno Grad Živinice se graniči sa općinama: Tuzla, Lukavac, Kladanj, Kalesija i Šekovići. Grad Živinice zauzima veoma povoljan geografski položaj. Nalazi se 17 km južno od Tuzle, koja predstavlja glavni centar sjeveroistočne BiH. Teritorija Grada Živinice je smještena na prostoru čija je nadmorska visina od 200,00 do 1155,00 metara. Saobraćajno je dobro povezana sa magistralnim i regionalnim putevima. Osim toga, na području Grada Živinice nalazi se i Međunarodni aerodrom Tuzla, smješten u naseljenom mjestu Dubrava Gornje, koji u posljednjih nekoliko godina bilježi kontinuirano povećanje broja međunarodnih letova.

Ilustracija 2. Geografski položaj Grada Živinice



Grad Živinice spada u područje umjerenokontinentalne klime, koju karakterišu umjereni hladni zimi i dosta topla ljeta. Ovaj kraj je sa svih strana okružen planinama, i to sa sjeverne i sjeveroistočne planinom Majevicom, koja ga odvaja od prostora Panonske nizije, a sa zapadne strane i južne strane Dinarskim planinama, koje sprečavaju uticaj mediteranske klime.

Hidrografiju Grada Živinice čine mnoge rijeke, rječice, potoci, izvori, povremeni tokovi i vještačke akumulacije. Sjeverni dio Grada je siromašan vodenim tokovima, dok je južni bogat i površinskim tokovima i podzemnim vodama, koje se često upotrebljavaju u svrhu vodosnabdijevanja. Kao veće rijeke izdvajaju se: Spreča, Gostelja i Oskova. Ukupna površina vodenih tokova na području Grada iznosi 738 ha ili 2,54% ukupne površine, a ukupna dužina svih tokova iznosi 109,8 km.

Na području Grada Živinice, Lukavac, i Tuzla od 1960. do 1963. godine izgrađena je velika hidroakumulacija "Jezero Modrac" ukupne zapremine $98 \times 106 \text{ m}^3$. Ova akumulacija zauzima površinu od $16,75 \text{ km}^2$, od čega na Grad Živinice otpada 750 hektara ovog akvatorija. Na području Grada Živinice brojna su izvorište, a izdvaja se uzgonsko termalno vrelo „Toplica“ sa izdašnošću 200-250 l/sec i

temperaturom 21,7°C. Ovo izvorište je uključeno u sistem vodosnadbijevanja gradova Tuzle, Živinica i Lukavca.

Prema podacima Zavoda za programiranje razvoja, na području Grada Živinice aktivno je 873 privrednih društava, 567 podružnica u sastavu pravnih lica te 1.137 samostalnih djelatnika (obrtnika). Privreda Grada Živinice učestvuje u ukupnom uvozu FBiH sa 1,80%, a izvozu sa 1,52%, pri čemu je ukupna vanjskotrgovinska razmjena po stanovniku na godišnjem nivou od 5.774 KM.

Tabela 1.Osnovni ekonomski pokazatelji Grada Živinice za 2017. godinu

Indikator	Vrijednost
Broj nezaposlenih osoba	12.400
Stepen nezaposlenosti	58,6%
Uvoz	223.854.063 KM
Izvoz	110.552.403 KM
Saldo robne razmjene	-113.301.660 KM
Broj pravnih lica	873
Broj podružnica privrednih društava	567
Broj samostalnih djelatnika/obrtnika	1.137
Ukupni broj privrednih subjekata	2.010
Prosječna mjesečna neto plaća	757 KM

Izvor: Federalni zavod za programiranje razvoja, Socioekonomski pokazatelji po općinama u Federaciji BiH, 2018

Analiza turističke resursno-atrakcijske osnove

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

Strategija integrisanog razvoja Grada Živinice 2017- 2026 prepoznala je da na području Grada Živinice postoji potencijal za razvoj historijskog, vjerskog, ruralnog, planinskog, rekreativnog i sportskog turizma.

Također, u Strategiji integrisanog razvoja turizma Grada Živinice 2017. – 2026. prepoznata je važnost sljedećih resursa:

- Veliki broj stećaka i nekropola (oko 300), koji predstavljaju jednu od najzanimljivijih i najznačajnijih pojava u kulturi i historiji srednjovjekovne Bosne. Posebnu atrakciju predstavlja stećak «Vrpolje» u MZ Đurđevik, koji je ujedno i jedini stećak sa pisanim tekstrom;
- Džamija u Džebarima, koja datira iz 16. stoljeća kao i Džebarski muzej;
- Etno avlja Mačkovac koja predstavlja svojevrstan zavičajni muzej i idealno mjesto za odmor u prelijepom, tipično bosanskom ambijentu, sa starim bosanskim kućama koje sadrže više od tri

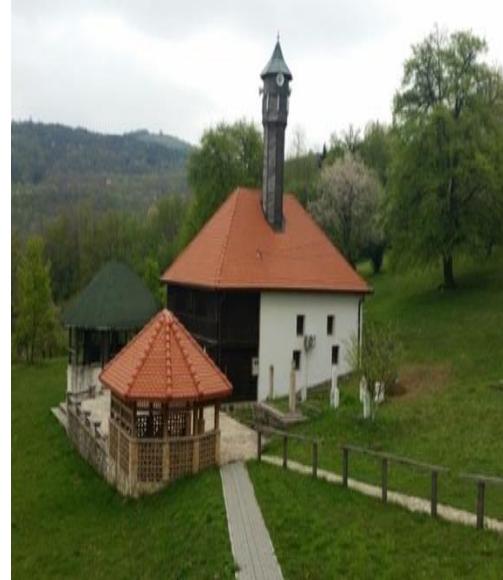
hiljade bakarnih, srebrnih, drvenih i keramičkih rukotvorina, te više od 1.600 starih knjiga i dokumenata;

- Kompleks «Rajsko jezero Bašigovci»;
- Izvođište Toplice;
- Eko-zona Suška rijeka;
- Planinski dom Drenik;
- Čitava mreža čistih proplanaka, potočića i rječica koji predstavljaju osnovu za razvoj brdsko-planinskog i rekreativnog turizma;
- Lovišta različitih vrsta divljači, 10 lovačkih kuća, lovački dom u izgradnji, vlastite fazanerije, prihvatilište za jelene lopatare, koje predstavljaju atraktivne lokacije za ljubitelje lova;
- Akumulaciono jezero Modrac, koje je u prošloj deceniji predstavljalo izuzetno posjećenu turističku lokaciju, ali je danas, uslijed nedovoljnog finansijskog ulaganja u razvitak istog, zagađeno i neupotrebljivo za turiste.

U Strategiji integrisanog razvoja turizma Grada Živinice 2017 – 2026 prepoznati su i ključne slabosti za budući razvoj turizma Grada Živinice: ograničeni smještajni i ugostiteljski kapaciteti, neizgrađen brend, nepostojanje Turističke organizacije/zajednice, i nepostojanje sistema za mjerjenje uspješnosti razvoja turističke djelatnosti na području Grada Živinice.

Ilustracija 3. Ključne turističke atrakcije na području Grada Živinice

Džebarska džamija. Na području Džebara, Grad Živinice postoji nadaleko čuvena Džebarska džamija, najstarija na području TK, a jedna od najstarijih u BiH. Izgrađena je 1463. godine u vrijeme Sultana Mehmeda II El-Fatiha. U dvorištu džamije se nalazi Muzej „Džebarska džamija“ u kojem se nalaze eksponati narodnih nošnji iz nekadašnjih vremena, vrijedne fotografije i pisani dokumenti, koji svjedoče o prošlom vremenima ovog kraja, tako da se ljudi mogu vratiti u prošlost i nekadašnji život ovih prostora. Legenda koja se vezuje za Džebarsku džamiju kaže da su Turci nakon što su osvojili utvrdu Gradinu odlučili sagraditi džamiju na toj lokaciji. Međutim, sljedeće jutro sva građa je bila uredno složena na drugoj lokaciji, 300 metara dalje. To je bilo dovoljno da se svi slože da je Božja volja da džamija bude sagrađena na tom mjestu, gdje i dan danas стоји. Svake godine u mjesecu augustu se u Džebarskoj džamiji održava tradicionalni mevlud na kojem se okupi oko 10.000 ljudi.



Drvena džamija u Priluku. Prirodno graditeljska cjelina – drvena džamija u selu Priluk proglašena je nacionalnim spomenikom na 59. sjednici Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika BiH održanoj 6. do 8. novembra 2013. godine. Džamija je jedna od 4 preostale drvene džamije u Bosni i Hercegovini. Izgrađena je 1735/6. godine. Bila je pokrivena drvenom šindrom do 1927., kada je šindra zamjenjena crijevom. Predulaz joj je dograđen 1968. ali on nije narušio izvornost građevine.



Stara džamija Šerići. U džamijском dnevniku je navedeno da su džamiju u Šerićima gradili Italijani, braća Ivan i Pepi Piccolloti, iz Breza kod Kiseljaka. Inicijator i organizator gradnje džamije je bio Hafiz Salih Kamberović. Gradnja džamije je započeta 1926. godine, a završena 1928. godine. Džamija je građena od riglovane cigle i drvene građe, a munara je građena od borovine.



Nekropola stećaka Jasik. Nekropola stećaja Jasik nalazi se u naselju Gračanica, u jugoistočnom dijelu Grada Živinice, od čijeg centra je udaljeno oko 12 km. Na lokalitetu u blizini seoske džamije, na njivi Jasik, nalaze se 32 stećka i to: 24 sljemenjaka sa postoljem, jedna ploča, tri sanduka, tri stupa i jedan neutvrđeni oblik. Ukršeno je pet stećaka motivima: dvostrukе spirale, polumjeseca i rozete, pravougaonika i krsta. Krst sa kružnim dodacima predstavlja egipatski hijeroglif koji je imao značenje „života“. Svi stećci sa ove nekropole rađeni su od veoma kvalitetnog kamena krečnjaka. Postavljeni su u pravcu zapad – istok u nizove. Nekropola stećaka Jasik nalazi se na listi Nacionalnih spomenika BiH.



Osnovna škola "Đurđevik. Najstarija obrazovna ustanova na području Grada Živinice. Počela je sa radom daleke 1910/1911. školske godine kao četverorazredna osnovna škola. Zgradu škole, koja je sačuvana do danas sagradila je Austro-Ugarska monarhija. Prvi učitelj u školi bio je Smail Divanefendić. Osnovna škola "Đurđevik" danas je moderna škola, opremljena modernim tehničkim i drugim sredstvima za izvođenje nastave. Škola i ostali školski prostori su osim toga i veoma lijepo uređeni. Park ispred Centralne škole je niz godina bio najuređeniji na području Tuzlanskog Kantona, za šta je škola više puta nagrađivana. U školskom dvorištu nalazi se nekropola stećaka izuzetne kulturno-historijske i umjetničke vrijednosti. Posebnu pažnju predstavlja stećak "Vrpolje" u Đurđeviku, koji je ujedno i jedini stećak sa pisanim tekstom.



Rajsko jezero Bašigovci je već duži niz godina prepoznato kao ugodno mjesto za jednodnevni odmor i rekreaciju posjetilaca iz svih dijelova BiH, a među kojima prednjače posjetioci iz općina Tuzlanskog kantona. Bašigovačko jezero u narodu poznato još i kao "Rajsko jezero" je kopovskog tipa nastalo je 1984. godine kada je obustavljena eksploatacija rude uglja. Dugo je oko 400 a široko oko 350 metara sa maksimalnom dubinom oko 40 metara na sredini.



U ljetnim mjesecima jezero je prava oaza za kupače, skakače u vodu i brojne ljubitelje odmaranja na plaži. Za

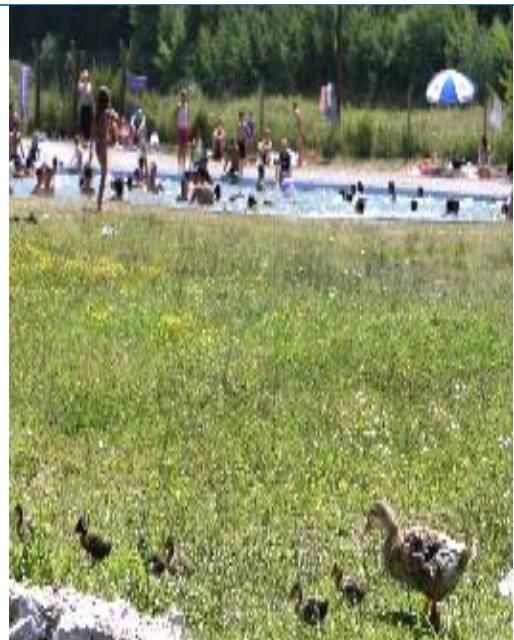
vrijeme sezone kupanja, jezero Bašigovci dnevno posjeti i do 2.000 kupača, što znači da se po posjećenosti nalazi odmah iza Panonskih jezera u Tuzli. Lijepo uređena plaža može se iskoristiti za šetnju, uživanje na svježem zraku i sportskim aktivnostima kao što su odbojka, ribolov, fudbal i slično



Planinski dom Drenik. U samom podnožju Djedinske planine, ugnijezdila se planinska kuća okružena s nekoliko ljetnikovaca koji spremno čekaju goste, planinare i šetače, rekreativce i zaljubljenike u prirodu. Do planinarske kuće na Njivicama najčešće se dolazi iz smjera Živinica, preko sela Višća (300 m n.v.) i sela Gornja Brnjica. Od Njivica i Planinarskog doma se markiranim planinarskim stazama dolazi do vrha Djedinske planine za 3 sata uz mogućnost izbora pravca kretanja jednom od 4 staze (Drenovača, Potočara, Mravišta i Javor). Od Planinarskog doma do Crvene stijene ima 3h, a do Djedovog kalema 2h30min. Od vrha Božike stazama se može nastaviti prema središnjem masivu Konjuha. Jedna od mogućih ruta po planini. iz sela Djedino – Zenuni vrela – Gradinski krš – Božika – Drenovača – Njivice, Planinarski dom (520 m), traje oko 5-6 sati hoda.



Izletište Toplice. Termalni izvori na Topličkom polju u jugoistočnom dijelu Grada Živinice stvorili su specifična jezerca i vodotok pun malih slapova koji su uz topla isparenja i plodno zemljишte omogućili nastajanje jedinstvene flore i faune. Rijeka Toplica je desna pritoka rijeke Spreče a izvire ispod planinskog vrha Jasičak (689) koji ujedno predstavlja i najviši vrh jugoistočnog dijela područja Živinica.



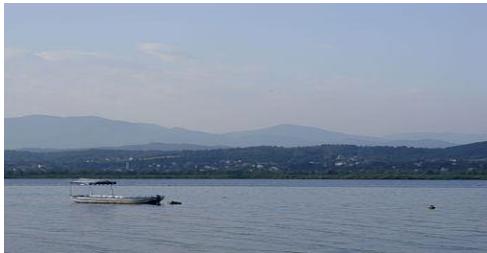
Izvor je nekada činio bazen promjera do 20 m odakle je voda dalje oticala preko platoa Lukavičkog polja koji je izdignut za nekih 10 m iznad ravnicu rijeke Spreče. U potezu od nekih 200 m rijeka je tekla prema sjeveru čineći nekoliko malih i plitkih jezerca sa specifičnom florom i faunom a onda naglo skretala ulijevo prema zapadu sledećih 200 m da bi se ponovo ispravila prema sjeveru čineći posljednje jezerce ispod kojeg je vijekovima egzistirala stara vodenica. Od vodenice se rijeka naglo obrušavala i brzacima silazila do regionalnog puta a onda ispod njega slijevala se u Sprečku kotlinu.

Kompleks Toplice. U debeloj hladovini stoljetne šume koja ga okružuje u ambijentu prirodne tišine u kojoj se čuje samo cvrkut ptica smješteno je izvoriste hotel Toplice. Kroz historiju je u Gradu Živinice poznato vrelo Toplice i to u turističkom smislu. Područje oko izvorišta Toplice koje ima stalnu temperaturu vode 22 stepena do danas je ostalo nezagađeno. U ovoj prelijepoj prirodi

smješten je hotel Toplice koji svojim gostima pruža visoku kvalitetu usluge. Za najmlađe tu je igralište odnosno park i šadran ali i otvoreni bazen kapaciteta 1500m³ sa protočnom vodom Toplice koja je ljeti i zimi iste temperature. Pored gostiju bazen privlači izletnike iz naše a i drugih opština. Tradicionalne igre rudara ove godine održane su u Toplicama. Već duži niz godina hotel Toplice je domaćin likovnoj koloniji u okviru koje ugosti brojne akademske slikare iz cijele Bosne i Hercegovine koji sa sobom ponesu najbolje utiske o hotelu, njegovom prirodnom okruženju koje im daje inspiraciju.



Izletište uz obale jezera Modrac sa strane koja pripada Gradu Živinice. Modrac je akumulaciono jezero i reguliran je kao prirodna baština ruralnog dijela opština Tuzle, Luakavca i Živinica.



Bazeni Erna. Bazeni "Erna" su ljetno odmorište u Priluku sa 700 m² vodnih površina koje vas prizivaju sa svojim bazenima i objektima na odličnu zabavu, prijatno druženje i opuštanje. Sportske aktivnosti su upotpunjene sa igralištem za odbojku na pijesku, fudbalom, košarkom te stonim tenisom. U sklopu bazena "Erna" je i restoran u kome se organizuju svadbe, poslovni ručkovi, te mnogobrojne manifestacije. Jedna od najljepših atrakcija je vjenčanje u prostoru oko bazena. U ponudi je i hotelski smještaj.



Rusova vodenica. Stara vodenica Rusov mlin na rijeci Oskovi kod Živinica prkos vremenu jedno stoljeće, a preživjela je tri rata. Sagrađena je 1915. godine, a prvi graditelj i vlasnik bio je Seifo Kahrimanović. Nakon Sejfe o mlinu se brinuo njegov sin Omer, zvani Rus, po kojem je vodenica dobila ime. Naime, Omer je u vrijeme Drugog svjetskog rata boravio na području Sibira u Rusiji i po povratku obnovio je vodenicu da bi izdržavao porodicu. Brigu o staroj vodenici na rijeci Oskovi nastavili su njegovi nasljednici, a mlin je danas pod zaštitom Turističke zajednice TK, kao dio kulturno-historijskog naslijeđa.



Šerićka vodenica. Nalazi se na rječici Sušici i registrovana je kao dobro kulturno-historijskog naslijeđa u Studiji kulturno-historijskog naslijeđa Grada Živinice, a koju je izradio Zavod za zaštitu i korištenje kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa Tuzla, 1987. godine. Šerićka vodenica zaslužuje pažnju i ulaganja sredstava kako bi se obnovila u izvornom obliku i koristila u namjenu očuvanja i afirmacije naslijeđa.



Vodenice na području Grada Živinice. Na rijeci Toplici se nalazi 4 nekada aktivnih vodenica, i to Čokićka (kasnije Abadžićka), Ferhatovićka, Bojadićka i Muratovićka. Najpoznatija od svih je Abadžićka koja je imala najpovoljniji položaj, a imala je pored nužnog dijela za proizvodnju brašna, i tzv. stan, gdje je boravio mlinar. Također, na rijeci Gračanici se nalaze 4 vodenice – Časurović, Muhić, Jašarević i Hodžić sa tradicijom dužom od 50 godina.

Eko kamp Rijeka – Šerići. U kontekstu camping turizmu atraktivnost Grada Živinice posebno se odnosi na prirodne karakteristike prostora, s obzirom na orijentisanost posjetilaca - kampera ka prirodi i ispunjenju slobodnog vremena u prirodi. Camping turizam iziskuje očuvan prirodni okoliš i primarno je uslovjen kvalitetom prirodnog okoliša. Eko kamp Rijeka – Šerići predstavlja značajan potencijal za razvoj odmorišnog turizma i camping turizma.



Ribnjak na Višći. U prelijepom prirodnom ambijentu otigrnuta je od zaborava uz tipični bosanski ambijent, posjeduje prelijep ribnjak, staze za setnju, nekolicinu starih bosanskih kuća koje su prije više od stotinu godina bile dio tradicije naroda ovog kraja. Uz tradicionalnu narodnu kuhinju i uvijek svježu ribu upotpunit će vas boravak u ETNO BASTI i boravak posjetilaca učiniti nezaboravnim.



Ribnjak u Priluku "Ribnjak" se nalazi u Priluku, a zbog dobre putne povezanosti sa mnogim lokalnim opštinama, nije neobično što gosti dolaze iz cijelog TK. Ono što ovu lokaciju karakteriše jeste kvalitetna tradicionalna hrana, široka ponuda jela od svježe ulovljene ribe, kompleks bungalova, zelenilo i prirodna hladovina upotpunjava ambijent za savršeni porodični odmor, te poslovne ručkove. „Ribnjak“ je iugodno mjesto za boravak posjetilaca koji su u potrazi za mirom, i uživanjem u prirodi.



Šumski kompleks Dubrava. Dubrava po svojoj strukturi šumskih zajednica crnog i bijelog bora ima karakteristike reliktnih ekosistema, što implicira potrebu detaljnijih studija i zaštite. Dubrava napaja izvorišta za hiljade mještana. Potreba zaštite ovog područja je neupitna i zaštita ovog prirodno okruženja je neophodno kako bi se isto koristilo za budući razvoj turizma na ovom području. Područje hitno treba mijere sanacije i zaštite staništa kako bi se spriječila ilegalna siječa šuma i odlaganje otpada.



Vještačka jezera u Višći – Na području Grada Živinice nalazi se nekoliko vještački stvorenih jezera, koja su nastala uslijed površinske eksplotacije uglja te punjenjem završnog kratera vodom po prestanku drenažnog i eksplotacionog procesa, ili pregrađivanjem površinskih tokova vode jalovinskim materijalom. Ova jezera predstavljaju jednu od najvećih vrijednosti biološke i pejzažne raznolikosti, te mogućnost više za opstanak danas najugroženijih biljnih i životinjskih vrsta i ekosistema koji od njih direktno i indirektno zavise, zbog čega čine potencijalnu turističku destinaciju.



Zenunovačka pećina. Na području Djedinske planine nalaze se i dvije pećine: Hajdučka i Zenunovačka pećina te više manjih nedovoljno istraženih pećina. Zenunovačka pećina je izvorište pitke vode za mjesto Đurđevik, duga je nekoliko stotina metara, a pored bazena najzanimljiviji dio ove pećine je vodopad,

Gračanička rijeka. Hidrografiju Grada Živinice čine mnoge rijeke, rječice, potoci, izvori, povremeni tokovi i vještačke akumulacije. Strukturu vodenih tokova čini rijeka Spreča sa svojim pritokama, od kojih su najveće Oskova i Gostelja. Rijeka Krivača izvire na lokalitetu Džebari i do ulijevanja u rijeku Spreču teče dužinom od 9,5 km. Gračanička rijeka do ulijevanja u rijeku Spreču ima dužinu 7 km, a izvire na lokalitetu Rudina. Većina manjih izvor, u okviru naseljenih mjesta: Tupkovići, Gračanica, G. Lukavica, D. Lukavica, Bašigovci, Kovači, Dunojevići, Zukići i Matijevići je kaptirana za potrebe seoskih vodovod.

Također, na području Grada Živinice nalaze se i sljedeći značajni kulturno-historijski resursi: turbe u Suhoj, muslimansko mezarje Čardak u Kuljanu, džamija u Đurđeviku, džamija u Bašigovcima, džamija u Gornjoj Lukavici, kapela svetog Ante Padovanskog u Živinicama, srednjovjekovni nadgrobni spomenik Mramor (Molitvište) Brnjica, srednjovjekovno groblje Omarak (Brnjica), srednjovjekovna nekropola Djedina, srednjovjekovna nekropola Mramorje Zukići, rimsко utvrđenje i srednjovjekovna nekropola stećaka Gradina Đurđevik, srednjovjekovni nadgrobni spomenici Vrpolje u Đurđeviku, srednjovjekovna nekropola Trijebnik (Kladovi) u Đurđeviku, srednjovjekovna nekropola Stupa u Đurđeviku, srednjovjekovno groblje Oborak u Đurđeviku, srednjovjekovno groblje Petarac u Donjoj Višći, srednjovjekovni nadgrobni spomenici u Donjoj Višći, srednjovjekovna nekropola Repuh u Tupkoviću, srednjovjekovna nekropola Mramorci u Lukavici te kuća Zvonkovića.

Postojanje resursne osnove za razvoj turizma na području Grada Živinice je neupitno, no stanje pojedinih resursa ukazuje da je njihova spremnost za korištenje na vrlo niskom nivou. To se prvenstveno odnosi na kulturno-historijske znamenitosti i prirodne resurse, koji su važni potencijali,

no daleko su od mogućnosti turističkog korištenja. Uređenjem i interpretacijom navedenih resursa, moguće je daljnje unapređenje kvaliteta turističke ponude Grada Živinice.

Analiza interesnih grupa

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

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

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

Tabela 2. Interesne grupe u turizmu Grada Živinice

Federacija BiH (FBiH)	Federalno ministarstvo okoliša i turizma i Federalno ministarstvo prostornog uređenja su ključne interesne grupe za djelovanje i funkcionisanje turizma na području Grada Živinice.
Turistička zajednica Tuzlanskog kantona	Za razvoj i promicanje turizma na području Tuzlanskog kantona odgovorna je Turistička zajednica Tuzlanskog kantona. Njen rad i način finansiranja gotovo su u potpunosti regulirani zakonom, koji definira tri osnovna cilja turističkih zajednica: razvoj proizvoda (poticanje razvoja novih te unapređivanje postojećih), promociju destinacije te razvijanje svijesti lokalne zajednice o važnosti turizma, njegovim ekonomskim i društvenim efektima te potrebu očuvanja i unapređenja okoliša, prirodog i kulturnog naslijeđa, u skladu s principima održivog razvoja.
Interesne grupe turističkog razvoja u javnom i privatnom sektoru	Pored javnog sektora koji vodi brigu o brojnim infrastrukturnim i ekonomskim projektima čija će realizacija pridonositi turističkoj atraktivnosti Grada Živinice, privatni sektor je taj koji bi trebao biti nosilac turističke ponude, odnosno, turističke proizvode aktivno nuditi na tržištu. Javne i privatne kompanije i ustanove imaju važnu ulogu u razvoju turizma kroz obavljanje privrednih djelatnosti koje su direktno ili indirektno povezane sa turističkom djelatnošću, odnosno srodnim i povezanim djelatnostima. Razvoj turizma bi trebao omogućiti ubrzan razvoj biznisa u raznim oblastima (transport, proizvodnja hrane, zanati, itd.) zbog same integrativne prirode turizma, ali i privlačenja investitora.
Nevladine organizacije i fondacije	Nevladine organizacije i fondacije su važan faktor u razvoju turizma i zaštiti okoliša. Kroz projekte obavljaju aktivnosti usmjerene ka

	lokalnom stanovništvu, privatnom i javnom sektoru, drugim nevladinim organizacijama, itd. Djelovanje nevladinih organizacija predstavlja i važan korektivni faktor u djelovanju privatnog i javnog sektora, a posebno kroz identifikaciju eksternalija, edukaciju, rad sa marginalizovanim grupama, kampanje zagovaranja, davanje prijedloga zakona, i sl.
Institucije za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa	S obzirom na bogatstvo kulturno-historijskog naslijeđa na području Grada Živinice, neophodno je uspostaviti saradnju sa Zavodom za zaštitu spomenika pri Federalnom ministarstvu kulture i sporta te Zavodom za zaštitu i korištenje kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa Tuzlanskog kantona.
Mediji	Mediji imaju veliki značaj za razvoj područja, kroz kreiranje i plasman vijesti za lokalno i šire tržište, ali i kroz edukaciju stanovništva.
Lokalno stanovništvo	Interesi lokalnog stanovništva su izuzetno važni za razvoj turizma, ali su istovremeno i veoma kompleksni. Različite zajednice u destinaciji imaju različite razvojne potrebe (saobraćajna infrastruktura, edukacija, zapošljavanje, itd). Lokalno stanovništvo bi kroz razvoj turizma trebalo osjetiti unapređenje kvaliteta života, posebno kroz zapošljavanje i kreiranje novih radnih mesta, te kroz samozapošljavanje. Prema nalazima istraživanja Peštek i drugih (2017), lokalno stanovništvo ima pozitivne preferencije prema razvoju turizma u Federaciji BiH, ali smatra da lokalne vlasti ne čine dovoljno u sistemskom i planskom razvoju turizma.
Edukacijske ustanove, akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	Akademski zajednici i naučno-istraživačkim institucijama mogu značajno doprinijeti razvoju održivog turizma zahvaljujući svojoj ekspertizi, dok sa druge strane dobijaju prostor za provođenje naučnih i istraživačkih projekata. Sinergija akademske i praktične znanosti dovodi do ubrzanog i održivog razvoja područja. Akademski zajednici svoj doprinos razvoju treba dati i kroz razvoj edukacijskih programa iz oblasti biznisa i preduzetništva, turizma, zaštite okoliša, itd. Potreban je i razvoj srednjoškolskih programa edukacije za turistička zanimanja, ali i programa cjeloživotnog učenja iz oblasti biznisa i turizma.
Vjerske zajednice	Vjerske zajednice imaju važnu ulogu u razvoju turizma zbog postojanja i prirode religijskih objekata/običaja koji mogu biti iskorišteni u razvoju turističkih proizvoda. Religijski objekti/običaji imaju dualnu prirodu: religijsku i kulturno-istorijsku. Stoga se religijski objekti mogu koristiti i za promociju kulturno-istorijskog naslijeđa i uključenje u turističku ponudu za različite segmente.

Budući da razvoj turizma počiva na saradnji svih ključnih interesnih grupa, u okviru izrade Strategije, provedeno je anketno istraživanje u kojem su učestvovali predstavnici javnog, privatnog i nevladinog (civilnog) sektora Grada Živinice. Cilj istraživanja je bio utvrditi stepen zadovoljstva navedenih interesnih grupa elementima turističke ponude Grada Živinice kao i utvrditi njihove stavove o budućem razvoju turističkih proizvoda na ovom području. U nastavku se prikazuju rezultati analiza provedenih na primarnim podacima dobivenim istraživanjem povezanim sa stavovima relevantnih interesnih grupa. Pri postavljanju osnovnih okvira empirijskog istraživanja, uvažavali su se rezultati i metodologija

srodnih istraživanja koja su obuhvaćala stavove i zadovoljstvo interesnih grupa turističke destinacije. Istraživanje je provedeno u periodu od septembra do novembra 2018. godine, a u istraživanju je učestvovalo 134 ispitanika (predstavnici privatnog, javnog i neprofitnog sektora te lokalno stanovništvo). Struktura ispitanika predstavljena je na Slici ispod.

Ilustracija 4. Profil ispitanika koji su učestvovali u istraživanju, predstavnici interesnih grupa

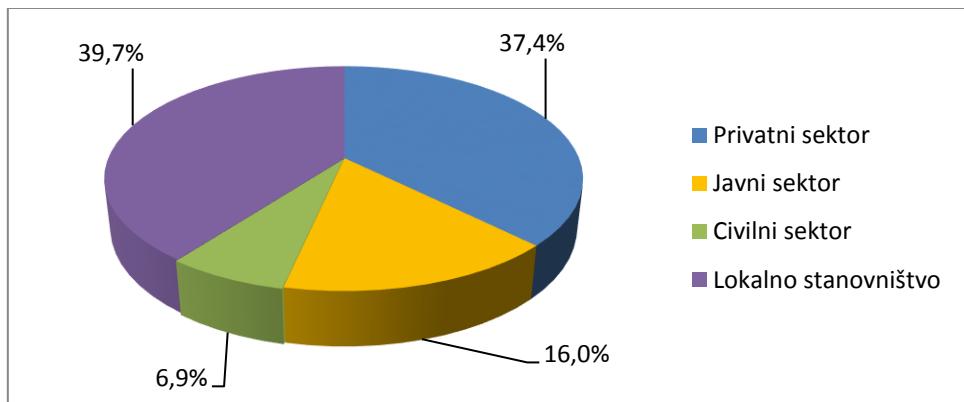


Tabela 3. Ocjena elemenata turističke ponude Grada Živinice, rezultati primarnog istraživanja provedenog među interesnim grupama

Elementi turističke ponude	Prosj. ocjena	Elementi turističke ponude	Prosj. ocjena
DOSTUPNOST DESTINACIJE	2,43	OSTALE TURISTIČKE USLUGE	1,75
Ukupna razvijenost putne infrastrukture	2,16	Kulturna ponuda (muzeji, galerije i sl.)	1,26
Dostupnost destinacije željeznicom	1,36	Postojanje i raznolikost kulturnih manifestacija	1,73
Dostupnost destinacije avio saobraćajem	3,41	Raspoloživost zabavnih sadržaja	1,78
Dostupnost javnog prevoza	2,79	Raspoloživost sportsko-rekreativnih sadržaja	2,17
Raspoloživost parking mjesta	2,31	Raspoloživost pješačkih staza	1,72
Ukupna razvijenost taxi i djelatnosti prevoza	2,82	Raspoloživost biciklističkih staza	1,52
Mogućnost lakog pristupa atrakcijama	2,26	Raspoloživost autentičnih suvenira i starih zanata	1,49
TURISTIČKI POTENCIJALI	2,29	Raspoloživost trgovina i mogućnost shoppinga	2,39
Brojnost i raspoloživost historijskih spomenika	2,47	Raspoloživost sadržaja za avanturističke i outdoor aktivnosti	1,66
Brojnost i raspoloživost prirodnih atrakcija	2,90	KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	1,84
Bogatstvo kulturno-historijskog naslijeđa	2,71	Kanalizacija i sistem odvodnje	1,85
Raznovrsnost turističkih atrakcija	2,23	Usluge vodovoda i snabdjevanje vodom	1,83
Stepen očuvanja i zaštite kulturno-historijskih spomenika	1,84	Prikupljanje i upravljanje otpadom	1,65
Stepen očuvanja i zaštite prirode	1,57	Kvalitet vode	2,31
SMJEŠTAJNI KAPACITETI	2,14	Kvalitet zraka	1,68

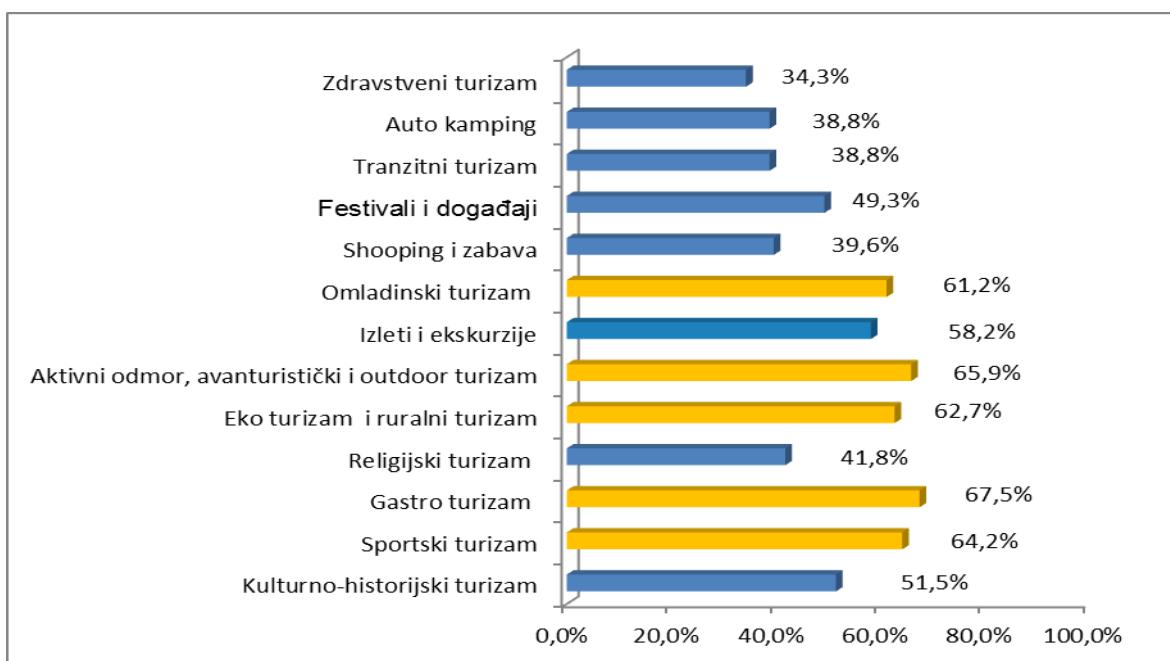
Brojnost smještajnih kapaciteta	1,96	Čistoća okoliša	1,57
Kvalitet smještajnih kapaciteta	2,27	Uređenost javnih površina	1,96
Čistoća i urednost smještajnih kapaciteta	2,29	MARKETING I PROMOCIJA DESTINACIJE	1,58
Dodatne usluge u smještajnim kapacitetima (npr. welnes, spa, i sl.)	1,77	Opći dojam o ponudi turističke destinacije	1,71
Kvalitet usluge u smještajnim objektima	2,44	Ocjena ukupnog kvaliteta dosadašnjih promotivnih materijala destinacije	1,75
Gostoprимство osoblja u smještajnim objektima	2,85	Raznolikost i kvalitet korištenih promotivnih materijala destinacije	1,60
Stručnost osoblja u smještajnim objektima	2,38	Korištenje online promocije destinacije	1,53
Raspoloživost hotela i motela	2,31	Korištenje društvenih medija u svrhu promocije destinacije	1,70
Raspoloživost hostela i prenoćišta	2,17	Ocjena uspješnosti prodaje destinacije	1,65
Raspoloživost smještaja u seoskim domaćinstvima	1,55	Integracija turističke ponude destinacije	1,65
Rapoloživost etno sela	2,37	Postojanje turističkih agencija u destinaciji koji dovode turiste	1,49
Raspoloživost auto kompova	1,45	Atraktivnost paketa sadašnje turističke ponude destinacije	1,48
Raspoloživost smještaja kod individualnih iznajmljivača	1,98	Saradnja sa turističkim agencijama i operatorima van destinacije	1,57
UGOSTITELJSKI OBJEKTI, HRANA I PIĆE	2,69	Kvalitet rada i podrške turističke zajednice	1,57
Raspoloživost ugostiteljskih objekata	3,14	Postojeći nivo znanja o potrebama turista	1,49
Čistoća i urednost ugostiteljskih objekata	2,77	Kvalitet turističke signalizacije	1,41
Raznolikost i originalnost ukupne ugostiteljske ponude	2,58	LJUDSKI POTENCIJALI	2,23
Kvalitet i raznovrsnost hrane	2,86	Raspoloživost stručne radne snage u turizmu	1,86
Kvalitet i raznovrsnost pića	3,02	Raspoloživost stručnih osoba s upravljačkim i menadžerskim znanjima u turizmu	1,85
Korištenje domaće/lokalno proizvedene hrane i pića	2,23	Opći nivo educiranosti stručnog kadra u turizmu	1,88
Raspoloživost ponude autentične hrane i pića	2,22	Ocjena kvaliteta rada stručnog kadra u turizmu	1,96
Gostoprimgstvo osoblja u ugostiteljskim objektima	2,89	Gostoljubivost lokalnog stanovništva	3,39
Stručnost osoblja u ugostiteljskim objektima	2,54	Poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,41
FAKTORI OKRUŽENJA	2,11		
Saradnja privatnog i javnog sektora u destinaciji	1,79		
Saradnja turizma sa drugim sektorima privrede	1,76		

Posvećenost lokalne uorave razvoju turizma	1,77
Usklađenost ponude sa standardima kvaliteta	1,75
Interes lokalnih preduzetnika za razvoj turističkog biznisa	1,98
Sigurnost turista u destinaciji	2,86
Ocjena sistema zdravstvene zaštite turista	2,11
Ocjena nivoa zaštite okoliša	2,50
Inovativnost preduzetnika u razvoju turizma	2,02
Ukupna ocjena dosadašnjeg upravljanja destinacijom	1,89
Poznavanje stranih jezika među stanovništvom	2,02
Poznavanje stranih jezika među službenicima koji komuniciraju sa turistima	2,24
Ocjena poslovnog ambijenta za razvoj turističkog biznisa	2,15
Ocjena potencijala za budući razvoj turizma	2,75

Izvor: Primarni podaci

Posmatrano na nivou agregiranih elemenata turističke ponude, s najvišom ocjenom su ocijenjeni ugostiteljski objekti odnosno ponuda hrana i pića ($M=2,69$), potom dostupnost destinacije ($M= 2,43$) te turistički potencijali (2,14). Marketing i promocija turističke destinacije, ostale turističke usluge i komunalna infrastruktura najniže su ocijenjeni elementi turistične ponude na području Grada Živinice.

Ilustracija 5. Mogući pravci razvoja turizma na području Grada Živinice, stavovi predstavnika interesnih grupa



Izvor: Primarni podaci

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

Rezultati ukazuju kako više od dvije trećine ispitanika smatra da budući razvoj turizma Grada Živinice treba temeljiti na razvoju sljedećih oblika turizma: gastro turizam (67,5%), aktivni odmor/outdoor turizam (65,9%), sportski turizam (64,2%), eko-turizam i ruralni turizam (62,7%) te omladinski turizam (61,2%).

SWOT analiza i ključni faktori uspjeha

Na osnovu sagledanog profila područja Grada Živinice kao turističke destinacije te ključnih relevantnih trendova na turističkom tržištu u nastavku se iznose njene snage i slabosti

Tabela 4. Prednosti i nedostaci razvoja turizma na području Grada Živinice

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geografski položaj (blizina granica, povoljna klima, povoljan reljef) ▪ Međunarodni aerodrom Tuzla sa progresivnim razvojem putničkog i kargo saobraćaja se nalazi na području Grada Živinice (10 km od urbanog centra Grada) ▪ Tranzitni tokovi ▪ Bogatstvo zaštićenih i očuvanih prostora ▪ Obilje geotermalnih izvora vode i biološka raznolikost ▪ Resursni preduslovi za razvoj poljoprivrede i visok procenat obrađenog poljoprivrednog zemljišta ▪ Inicijative za razvoj ruralnog turizma ▪ Očuvana tradicijska arhitektura sela ▪ Gostoljubivost lokalnog stanovništva ▪ YEP inkubator poslovnih ideja na području Grada Živinice. ▪ Infrastrukturna opremljenost 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nepostojanje Turističke organizacije Grada Živinice ▪ Mali broj smještajnih kapaciteta (hoteli, moteli, privatna poljoprivredna domaćinstva i sl.) za turiste ▪ Relativno nizak nivo razvijenosti kulturnog sadržaja ▪ Neravnomerni uslovi za razvoj kulture i sporta u ruralnim područjima ▪ Nedovoljna turistička valoriziranost ruralnih područja ▪ Slabo osmišljavanje novih turističkih proizvoda (nedovoljna turistička valorizacija kulturno-historijskog naslijeđa, prirodnih resursa, biciklističkih i šetačkih staza, gastro ponude) ▪ Nedovoljno razvijeni sadržaji za sport i rekreaciju (brdski biciklizam, planinarenje, jahanje i sl.). ▪ Nedovoljna saradnja među interesnim grupama u turizmu ▪ Nedovoljno iskorišteni prirodni resursi ▪ Nerazvijenost ruralnih domaćinstava – privatna poljoprivredna domaćinstva ▪ Nedostatak autohtonih suvenira i suvenirnica ▪ Nedostatak jake receptivne turističke agencije ▪ Nedovoljna apsorpcijska za korištenje sredstava EU fondova

SWOT analizom je utvrđeno da postoje tri najvažnije prednosti na kojima Grad Živinice treba temeljiti svoj turistički razvoj. Tu spadaju bogatstvo zaštićenih i prirodnih prostora, kulturno-historijsko naslijeđe te resursni preduslovi za razvoj ruralnog turizma (visok procenat obrađenog poljoprivrednog zemljišta). Među ostale prednosti Grada Živinice ubrajamo gostoljubivost lokalnog stanovništva, te komplementarnost ponude Grada Živinice sa ostalim općinama na području Tuzlanskog kantona. Također, potrebno je istaknuti važnu ulogu Centra za biznis, koji djeluje u sklopu Službe za lokalni ekonomski razvoj, kao jednog od ključnih aktera u pružanju podrške zainteresovanim pojedincima za razvoj biznisa u djelatnostima turizma.

SWOT analizom utvrđeni su i nedostaci koji ograničavaju razvoj turizma na području Grada Živinice. Ključni nedostaci su nepostojanje organizacije za upravljanje destinacijom, nedovoljan broj smještajnih jedinica, nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta, nedovoljna saradnja i između turističkih subjekata, nedovoljno valorizirano kulturno-istorijsko naslijeđe, nerazvijenost ruralnih domaćinstava (privatnih poljoprivrednih domaćinstava), nedostatak jake receptivne turističke agencije te neiskorišteni prirodni potencijali.

Tabela 5. Mogućnosti i prijetnje za razvoj turizma na području Grada Živinice

MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trend rasta potražnje za turističkim proizvodima koji se temelje na novom, drugačijem, neotkivenom ▪ Trend rasta potražnje za turističkim proizvodima koji se temelje na autohtonim doživljajima, kulturi i historiji ▪ Porast jednodnevne i vikend potražnje ▪ Trend rata potražnje za boravkom u ruralnim područjima ▪ Trend rasta potražnje za aktivnim odmorom i boravkom u prirodi ▪ Ponuda obrazovnih programa/korištenje sistema cjeloživotnog obrazovanja ▪ EU fondovi/programi za razvoj malog i srednjeg preduzetništva u turizmu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nepovoljna investicijska klima u BiH ▪ Nedovoljna institucionalna podrška preduzetništvu ▪ Administrativno-politički položaj jedinica lokalne samouprave (nesrazmjere između raspodjele nadležnosti i pripadnosti javnih prihoda) ▪ Visok rizik od poplava kao posljedica kontinuiranog zatrpanja/zamuljivanja jezera Modrac i lošeg upravljanja slivovima rijeka Spreče, Oskove i Gostelje ▪ Nekontrolisana devastacija prirodnih resursa i neadekvatna kompenzacija za eksploataciju prirodnih resursa (naknada za koncesije od Rudnika, kamenoloma, izvorišta pitke vode) ▪ Nekontrolisana i neplanska sječa šuma, te uticaj industrijskih postrojenja sa područja susjednih općina na zdravstveno stanje šuma ▪ Imidž BiH kao turističke destinacije u svijetu ▪ Konkurenčija ostalih domaćih i regionalnih destinacija ▪ Stagnacija - nebrendirana, nedovoljno razvijena destinacija (zadržavanje status quo) ▪ Napuštanje poljoprivredne proizvodnje

Prilike koje su važne u kontekstu promišljanja budućeg turističkog razvoja uglavnom proizlaze iz trendova na savremenom turističkom tržištu. Na savremenom turističkom tržištu prisutna je sve veća segmentacija te porast potražnje za novim, drugačijim, očuvanim i neistraženim ruralnim prostorima ali i za jednodnevnim i vikend putovanjima, što bi područje Grada Živinice moglo iskoristiti.

Prijetnje koje su važne u kontekstu promišljanja budućeg turističkog razvoja vezuju se za relativno nepovoljo poslovno okruženje u BiH, nepovoljan imidž BiH kao turističke destinacije te visoku konkureniju kako domaćih tako i regionalnih turističkih destinacija.

STRATEŠKI MODEL RAZVOJA TURIZMA

Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma

U Strategiji integrisanog razvoja Grada Živinice 2017. – 2026., vizija razvoja Grada je definisana na sljedeći način: „Prosperitetna zajednica zadovoljnih građana, poduzetnika i investitora, u kojoj se skladno razvijaju urbana i ruralna područja i štiti prirodna i kulturna baština, sa lokalnom upravom koja je posvećena stalnom unaprjeđivanju životnog standarda građana i kvaliteta života u Gradu Živinice“.

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

- Strateški cilj 1: Povećana zaposlenost u privredi, poljoprivredi i uslužnim djelatnostima uz povećanje dodane vrijednosti.
- Strateški cilj 2: Unaprijeđen kvalitet života u urbanim i ruralnim područjima uz značajnije uključivanje socijalno osjetljivih grupa
- Strateški cilj 3: Uređenje prostora i očuvana raznovrsnost prirodnih resursa uz smanjen stepen zagađenosti vazduha, zemljišta i vode

Iako se turizam eksplicitno ne navodi u strateškim ciljevima i izvedenim prioritetima, analiza mjera i projekata koje su planirane u tekstu Strategije razvoja Grada Živinice 2017. – 2026. daju dobru osnovu za razvoj ukupnog poslovnog – turističkog ambijenta, infrastrukture, obrazovanja i saradnje privatnog, javnog i nevladinog sektora.

Vizija turističkog razvoja predstavlja zaokruženi i cjeloviti iskaz onoga što određeno područje želi postići u turizmu u određenom vremenskom periodu. Vizija dakle predstavlja željenu sliku prostora u budućnosti koja je prihvatljiva svim interesnim grupama u turizmu. Osim što ima mobilizirajuću ulogu, definisanje vizije razvoja turizma važno je jer omogućava uspostavljanje kriterija za valorizaciju različitih razvojnih pravaca koji određuju razvoj turizma na nekom području, a time i budućnost zajednice. Jednako važna korist definisanja vizije proizlazi iz samog procesa njenog oblikovanja i prihvatanja tokom kojeg pripadnici različitih interesnih grupa dolaze u poziciju da, polazeći od vlastitih načela i sistema vrijednosti, ali i realnog sagledavanja snaga i slabosti dosadašnjeg razvojnog puta, u međusobnoj interakciji promišljaju kakvu budućnost žele. Stoga je izuzetno važno da se u taj proces uključe sve relevantne interesne grupe u turizmu. Osmišljavanje i kasnije operativno provođenje aktivnosti u funkciji ostvarivanja razvojne vizije međusobno povezuje interesne grupe u turizmu,

mobilizira ih i usmjerava njihove pojedinačne aktivnosti prema ispunjavanju zacrtanog zajedničkog "sna".

Odrednice vrijednosnog sistema razvoja turizma na području Grada Živinice trebaju ocrtavati kulturno-historijski identitet, način života ljudi te razumijevanje i interes stanovnika da učestvuju u kreiranju turističkog proizvoda. Odrednice sistema vrijednosti koje treba ugraditi u viziju razvoja turizma na području Grada Živinice su:

- Očuvanost osjećaja mjesta gradskih/ruralnih područja Grada Živinice;
- Autentičnost doživljaja
- Bogatstvo rekreacijskih sadržaja u prirodi
- Manifestacije (kulturne/sportske/gastro)
- Umreženost ponude
- Široka preduzetnička osnova
- Regionalna/globalna prepoznatljivost destinacije

Na temelju prethodno definisanih elemenata sistema vrijednosti važnih za osmišljavanje vizije razvoja turizma na području Grada Živinice, oblikovana je sljedeća vizija razvoja turizma Grada Živinice:

„Grad Živinice je regionalno prepoznatljiva turistička destinacija koja spaja tradiciju, prirodu i pustolovinu te svojim gostima pruža autentičan ambijent za aktivan odmor u očuvanom prirodnom okruženju“.

Strateške odrednice održivog razvoja turizma u smislu ostvarenja vizije destinacije se ogledaju kroz sljedeće:

- Promocija, zaštita i očuvanje prirodnog i kulturno-historijskog naslijeđa – Ovo je temeljna odrednica i vrijednost Grada Živinice i najznačajniji resurs kojim se raspolaze. Dugoročno održavanje ovih resursa i efikasno upravljanje resursima je stoga prioritet lokalne zajednice i destinacijskog menadžmenta.
- Uspostavljanje strukture turizma koji će omogućiti povećanje prihoda od turizma – Priroda turizma destinacije se ogleda u tome da je prosječno zadržavanje turista veoma kratko uz izraženu sezonalnost. Iako sve statističke podatke treba uzeti sa rezervom zbog sive ekonomije u turizmu, procjena stručnog saradnika je da je moguće da je broj turista koji dolaze u destinaciju veći, ali ne i dužina njihovog boravka. Ovo je i u skladu sa turističkim megatrendovima da moderni turisti putuju češće, ali se kraće zadržavaju. Povećanje prihoda se može ostvariti kroz povećanje broja dolazaka turista i broja noćenja, ali i stimulisanjem turističke potrošnje na destinaciji. Kratki boravci ne omogućavaju punu valorizaciju potencijala i ne daju pune efekte turizma kroz potrošnju na destinaciji. S druge strane potrebno je imati sistem koji će stimulisati turiste koji planiraju kraće boravke da troše više kroz obezbjeđenje sadržaja kao što su inovativni turistički proizvodi, gastro sadržaji, trgovina i suveniri, naplata parkinga i prevoza, zabavni sadržaji, itd.
- Inovacije i razvoj atraktivne turističke ponude – Trenutna situacija u turizmu destinacije se može okarakterisati kao inercija i reaktivni pristup. Ponuda je bazirana na prirodnim resursima

te kulturno-historijsom naslijeđu. Ne posvećuje se dovoljna pažnja inoviranju i širenju ponude, te primjeni marketing koncepta u poslovanju. Ovakav način djelovanja nije dugoročno održiv i ne daje optimalne rezultate. Potrebno je istraživati i savremenu turističku praksu i potrebe savremenih turista. Ključ uspjeha je u edukaciji donosioca turističkih odluka i svih učesnika u lancu vrijednosti turizma. Potrebno je kontinuirano raditi na razvoju turističkih proizvoda više dodane vrijednosti kao što su npr. ruralni turizam, aktivni odmor/pustolovni i sportski turizam, itd. Trenutna situacija u turizmu destinacije je da se ne primjenjuje savremena marketinška praksa i ne može se reći da je poznato koje grupe turista i tržišta se ciljaju marketinškim aktivnostima, niti da se provode istraživanja o zadovoljstvu i potrebama turista. Stoga će uloga destinacijskog menadžmenta biti i u razvoju i implementaciji marketing koncepta destinacije.

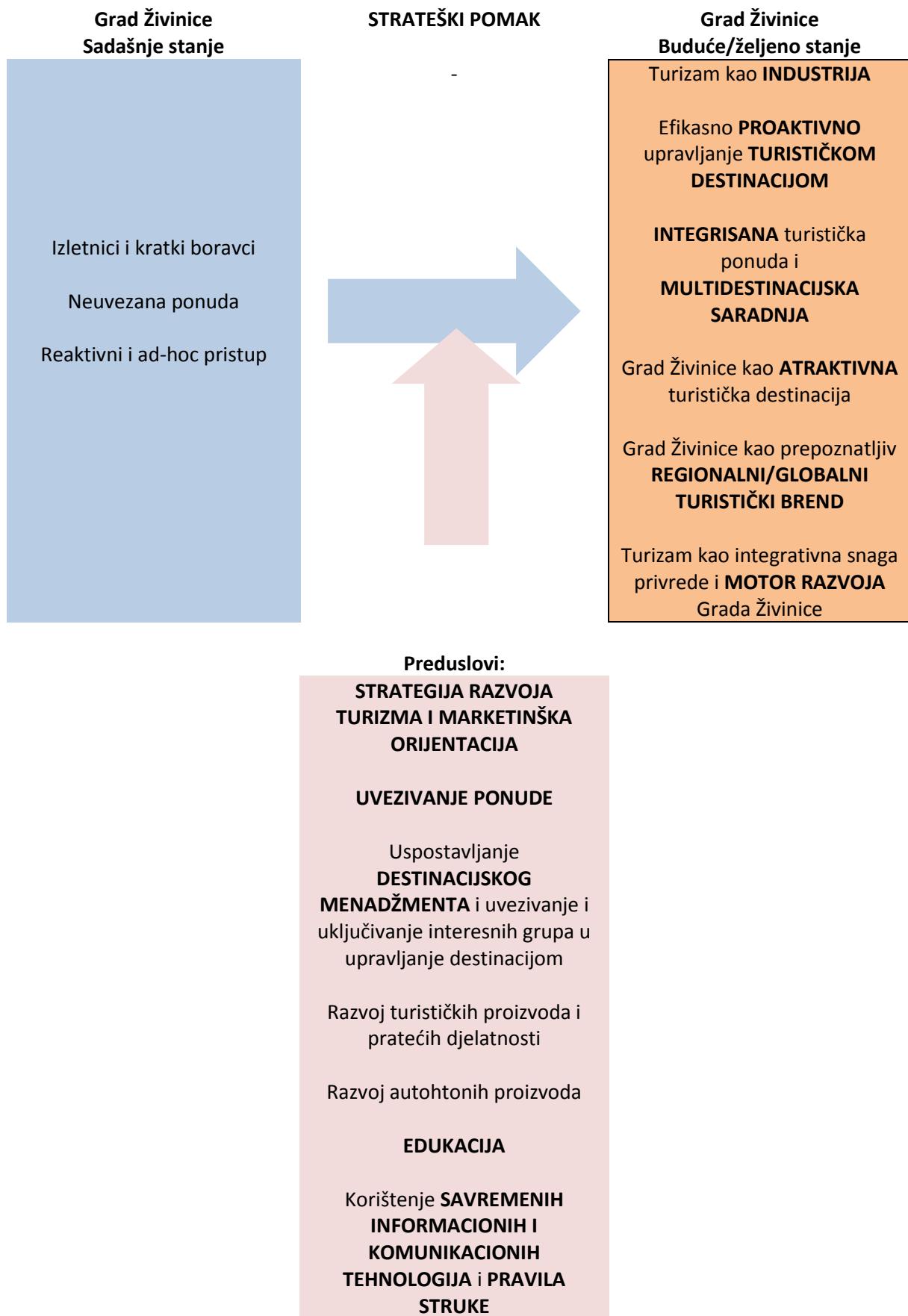
- Razvoj i pozicioniranje brenda – Brendiranje treba biti u funkciji što bolje percepcije proizvoda, usluga i destinacije kod krajnjeg korisnika tako da kod njega kreira osjećaj dodane vrijednosti u odnosu na konkurenциju. U poređenju sa klasičnim proizvodima i uslugama branding turističkih destinacija (gradova, regija, država) je proces u kojem destinacija aktivno za sebe stvara jedinstveni i konkurentni identitet sa ciljem što kvalitetnijeg pozicioniranja na domaćem i inostranom tržištu kao poželjne destinacije za turizam, trgovinu, investicije, itd. Odgovor na sve ove zahtjeve je uvođenje određene metodologije u upravljanju turističkom destinacijom podrazumijevajući da turističke destinacije: pružaju sigurnost i garanciju određene kvalitete, pružaju osnovu za pozitivni odnos između turističke destinacije i krajnjih korisnika i prepoznavaju kojem segmentu turist pripada.
- Zapošljavanje – Turizam je industrija koji pruža najveće indirektne efekte na ekonomiju kroz integraciju različitih sektora. Razvoj turizma će dati priliku za zapošljavanje ne samo u sektorima turizma i ugostiteljstva nego i u drugim povezanim sektorima - poljoprivreda i proizvodnja hrane, trgovina, prevoz, usluge, finansije, itd. Razvoj turizma će stoga kreirati priliku za pokretanje novih biznisa. U tom kontekstu aktivnosti Grada Živinice trebaju biti usmjerene ka razvoju kadrova koji će znanjem i vještinama biti konkurentni na tržištu rada i stimulisanju pokretanja biznisa i samozapošljavanju. Prvi cilj može biti usmjerjen ka kreiranju programa stručne obuke i prakse kroz koncept cjeloživotnog učenja i s druge strane kroz uticaj na razvoj srednješkolskih nastavnih programa, planova i smjerova za edukaciju u turizmu. Drugi cilj se može ostvariti kroz podršku razvoja programa vezanih za promociju preduzetništva i unapređenje znanja i vještina budućih preduzetnika (kroz programe cjeloživotnog učenja), ali i kroz intenziviranje pružanja podrške novoosnovanih biznisima i unapređenje poslovног okruženja u Gradu Živinice koje će generisati nove investicije i zapošljavanje. Sama posjeta stranici Booking.com pokazuje da se u ponudi Grada nalazi 119 smještajnih objekata (hoteli, B&B, stanovi, kuće, vikendice) što je indikator razvoja i signal da se turizam smatra razvojnom šansom za lokalno stanovništvo. Pitanje koje se postavlja je vezano za legalnost djelovanja, odnosno sive ekonomije. Neprijavljivanje gostiju i rad u sivoj zoni će dovesti do manjka sredstava za razvoj turizma i finansiranje rada turističke organizacije Grada Živinice.
- Izgradnja infrastrukture – Osim izgradnje lokalnih i pristupnih puteva postavlja se i izazov u obezbjeđenju adekvatnih smještajnih, ugostiteljskih i drugih kapaciteta koji će odgovoriti zahtjevima savremenih turista i posebno turista koji namjeravaju boraviti duže na destinaciji. Jedan od prioriteta treba biti izgradnja turističke infrastrukture kroz obezbjeđenje šetnica, biciklističkih staza, trekking staza, itd.
- Efikasna prodaja - Prodaja je ključna faza u svakoj poslovnoj djelatnosti. Uključivanje ponude destinacije u ponudu turističkih operatera zahtjeva razvoj vrijednih i atraktivnih turističkih

proizvoda, izgradnju brenda, efikasnu promociju, itd. Potrebno je znati da je prodaja turističkih aranžmana putem Interneta u stalnom porastu i da se većina aranžmana kreira i prodaje online, posebno na tržištima koja su interesantna za destinaciju. Stoga je potrebno raditi na razvoju online prisustva ponuđača turističkih usluga, ali i destinacije kao cjeline (uloga destinacijskog menadžmenta). Savremeni turisti individualno kreiraju svoje itinerere i kupuju turističke usluge online. Ukoliko se objekat ili destinacija ne nalazi u nekom od direktorija ili booking alata, izuzetno je niska vjerovatnoća da će biti prepoznati od turista. Trenutne aktivnosti u prodaji su uglavnom reaktivne. Atomiziranost promocije i prodaje je jedan od problema sa kojim se destinacija suočava. Svaki pružalac turističkih usluga nastupa samostalno na tržištu uz izuzetno nizak stepen saradnje. Također, u destinaciji ne postoje specijalizovane incoming turističke agencije. Potrebno je odmah početi raditi na izradi destinacijskog portala i kontinuiranim kampanjama društvenih medija.

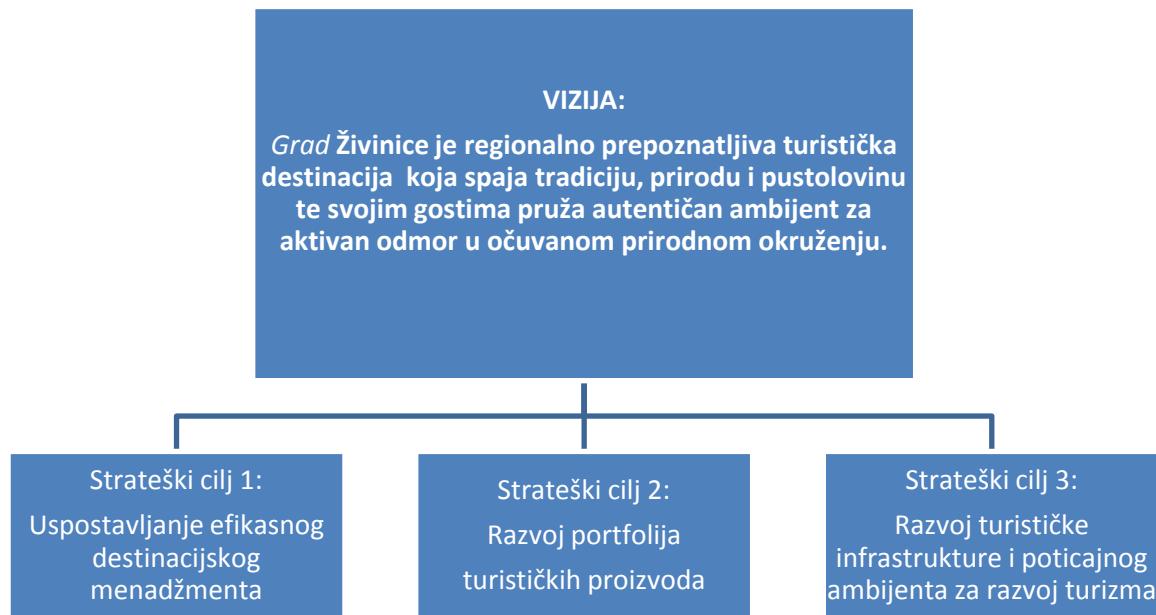
- Povezivanje – Jedan od trendova u savremenom turizmu je multidestinacijski pristup. Konkurentnost i upoznatost određene destinacije se značajno uvećava kroz uvezivanje ponude sa drugim destinacijama u BiH i regiji, a posebno sa općinama Tuzla, Kladanj, Banovići i Lukavac.

Imajući u vidu navedene izazove i resursno-atrakcijsku osnovu za razvoj turizma, potrebno je raditi na razvoju i holističkom upravljanju turizmom i turističkom destinacijom Grada Živinice odnosno na strateškom preokretu (Ilustracija 6). Pojedinačni elementi tržišnog nastupa će biti ukratko prikazani u nastavku.

Ilustracija 6. Strateški pomak u razvoju turizma na području Grada Žvinice



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



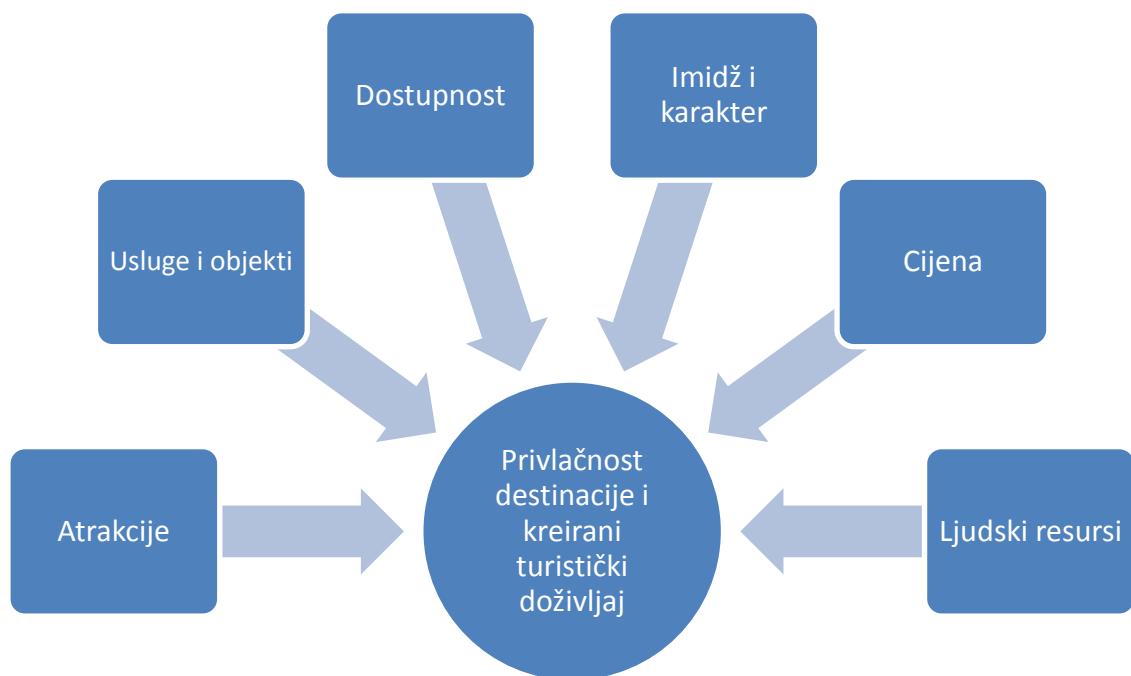
Strateški cilj 1: Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta

Za razvoj turizma nije dovoljno imati samo turistički proizvod. Razvoj turizma zahtjeva sistemski i holistički pristup, strateško planiranje i uključivanje svih interesnih grupa u donošenje odluka.

Planiranje, upravljanje i kontrola razvoja destinacije zahtijevaju sistemski i interdisciplinarni pristup, a polazna tačka u razvoju destinacije su potrebe turista koje će biti zadovoljene kroz materijalne i nematerijalne ponude na destinaciji.

Osnovni elementi destinacije prema WTO su atrakcije (ono što se mora vidjeti ili mora uraditi) i ostali elementi kako je prikazano na narednoj slici .

Ilustracija 7. Elementi turističke destinacije



Izvor: Prilagođeno prema Svjetskoj turističkoj organizaciji. (2007). A practical guide to tourism destination management. Madrid.

Destinacijski menadžment je kontinuirani proces u kojem turistički sektor, javna uprava i ostali subjekti usmjeravaju razvoj destinacije sa ciljem ostvarivanja zajedničke željene vizije destinacije. Destinacijski menadžment je rezultat uključivanja različitih sektora, grupa, učesnika i partnera koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realizuju zajedničke ciljeve pojedine destinacije.

Holistički pristup destinacijskom menadžmentu i marketingu zahtjeva partnerstva između različitih nivoa vlasti, među različitim organizacijama u javnom sektoru, kao i između javnog i privatnog sektora. Generalno glavna uloga destinacijskog menadžmenta trebala bi biti da nadgleda razvoj i implementaciju kreirane strategije turizma na bazi potreba učesnika iz javnog i privatnog sektora.

Dosadašnja situacija u razvoju turizma Grada Živinice pokazuje da se destinacijom kao cjelinom i samim tim i razvojem turizma nije efikasno upravljalo. Organizacija za upravljanje destinacijom (eng. Destination Management Organization, DMO) nije postojala, iako prema WTO, turističke organizacije na lokalnom i regionalnom nivou imaju ulogu DMO. Turističke organizacije na svim nivoima BiH su se uglavnom bavile promotivnim aktivnostima što čini samo dio očekivanih aktivnosti.

Prema WTO, aktivnosti kojima se bavi lokalna DMO uključuje:

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

Imajući u vidu specifičnosti budućih zakona o turizmu i specifičnosti razvoja turizma na području Grada Živinice, priroda buduće organizacije za destinacijski menadžment je lokalna i neophodno je uspostavljanje lokalnog DMO kroz osnivanje turističke organizacije Grada Živinice.

Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta će dovesti do:

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

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

U periodu do osnivanja turističke organizacije Grada Živinice kao buduće DMO Grada, potrebno je da Služba za lokalni ekonomski razvoj, finansije i rezervi Grada Živinice preuzme odgovornost za integrativnu i razvojnu funkciju turizma kroz vođenje turističke organizacije.

Preporuka je i da se odmah uspostavi i koordinacijsko tijelo za razvoj turizma kojim će upravljati Grad Živinice i koje će inkorporirati predstavnike javnog, privatnog i nevladinog sektora. Ovo tijelo bi se bavilo analizom situacije i davanjem preporuka za razvoj turizma.

Po uspostavljanju destinacijske organizacije, a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za efikasni sistem destinacijskog menadžmenta:

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

U vezi sa strateškim ciljem 1: **Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta**, moguće je definisati sljedeće indikatore uspešnosti implementacije:

- Uspostavljena, kadrovska osposobljena i funkcionalna turistička organizacija Grada Živinice,
- Uspostavljeno i funkcionalno Turističko vijeće Grada Živinice,
- Uspostavljen Turističko-informativni centar Grada Živinice,
- Uspostavljen i funkcionalan sistem registracije turista,
- Uspostavljen i implementiran sistem mjerena zadovoljstva turista,
- Razvijen i funkcionalan destinacijski portal Grada Živinice uz efikasno i kontinuirano prisustvo na društvenim mrežama,
- Uspostavljena saradnja sa najmanje 3 turističke agencije i tour operaterima (od čega 1 regionalna turistička agencija i/ili tour operator),
- Promocija turističke ponude na području Grada Živinice na najmanje pet sajmova godišnje (najmanje dva inostrana sajma),
- Održano najmanje pet edukacija iz područja upravljanja projektnim ciklusom za zainteresovane nosioce turističke ponude Grada Živinice,
- Objavljeno najmanje pet javnih poziva za kreativna rješenja uređenja turističkih mikrolokacija i atrakcija na području Grada
- Porast broja noćenja turista za najmanje 30%

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 1.

Strateški cilj 1. Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta			
<i>Red. broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
1.1.	<i>Uspostavljanje Turističke organizacije i adaptacija i uređenje prostora Turističkog ureda Grada Živinice</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019.</i>
1.2.	<i>Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Grada Živinice</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
1.3.	<i>Izrada plana marketinga, budžeta i plana promocije destinacije i implementacija plana promocije (Internet, sajmovi, printani mediji, elektronski mediji, itd)</i>	<i>Grad Živinice, Turistička organizacija</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
1.4.	<i>Izrada promotivnog web portala destinacije i vođenje kampanja društvenih medija – Visit Živinice</i>	<i>Grad Živinice Turistička organizacija Digitalna marketing agencija IT Solucija Živinice</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
1.5.	<i>Studija „Valorizacija turističkih potencijala Grada Živinice“</i>	<i>Grad Živinice TZ TK</i>	<i>2019./2020.</i>
1.6.	<i>Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima</i>	<i>Turistička organizacija</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
1.7.	<i>Ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista</i>	<i>Turistička organizacija</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
1.8.	<i>Local Buddy – mobilna aplikacija za spajanje turista i lokalnog stanovništva</i>	<i>Grad Živinice Turistička organizacija Software developer</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
1.9.	<i>Obuka za upravljanje projektnim ciklusom</i>	<i>Grad Živinice Turistička organizacija NVO</i>	<i>2019., kontinuirano</i>

Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda

Turistički proizvod čine brojne materijalne i nematerijalne komponente za koje su odgovorne različite interesne grupe u destinaciji. Dostupnost, ambijentalnost, ljubaznost, kvalitet ugostiteljstva, interpretacija samo su neke od komponenti boravka i doživljaja u destinaciji pri čemu sve zajedno čini jedinstvenu cjelinu s kojom su na kraju manje ili više zadovoljni turisti. Konačni turistički doživljaj određuje djelovanje različitih interesnih grupa iz privatnog i javnog sektora i njegov je kvalitet često vezan uz sposobnost i nivo saradnje i zajedničkog djelovanja tih sektora. U turističkom smislu, izuzetno raznolika resursno-atrakcijska osnova područja Grada Živinice pogodna je za razvoj 'klasičnih' turističkih proizvoda izleta i rekreacije u prirodi, ali i palete inovativnih proizvoda prilagođenih savremenoj potražnji.

Kao što je već navedeno, resursna osnova Grada Živinice izrazito je pogodna za razvoj specifičnih oblika turizma. Potražnja za specifičnim oblicima turizma u kontinuiranom je porastu zadnjih 20-tak godina. Potražnju za specifičnim oblicima turizma uglavnom generiraju iskusni turisti, više platežne moći. Ipak, iskusni i dobrostojeći turisti istovremeno su i zahtjevni turisti koji imaju jasno izražena očekivanja. Uslijed očekivanog rasta potražnje, kao i obilježja potencijalnih korisnika, ponuda turističkih proizvoda sve je veća i konkurentnija. Naime, brojne već tržišno etablirane turističke destinacije nastoje diverzificirati svoj turistički proizvod uvođenjem širokog raspona aktivnosti i doživljaja koji su atraktivnim širim tržišnim segmentima. Istovremeno, raste i broj destinacija koje, suočene sa stagnacijom tradicionalnih ekonomskih aktivnosti, rješenje nalaze u razvoju turizma. Uspjeh ove strategije prvenstveno zavisi od mjere u kojoj su turistički proizvodi osmišljeni u skladu s očekivanjima savremenih turista.

Trendovi potražnje za specifičnim oblicima turizma, posebno sve izraženiji interes za upoznavanjem turistički neotkrivenih odredišta, stavljuju turistički razvoj Grada Živinice u relativno povoljan položaj. Istovremeno, *Grad Živinice* je u početnoj fazi turističkog razvoja s relativno slabo razvijenim turističkim proizvodima što joj omogućuje da, od samog početka, razvija proizvode u skladu s tržišnim trendovima te se jasno pozicionira na turističkom tržištu. Ipak, u takvim uslovima postoji opasnost da se, uslijed relativno slabog iskustva u turističkom poslovanju, te nerazumijevanja savremenih zakonitosti razvoja i komercijalizacije turističkih proizvoda, osmišljavaju tržištu neprimjereni proizvodi koji neće rezultirati željenim ishodima.

Imajući u vidu ovakvo stanje, u dijelu koji slijedi predstavljen je portfolio turističkih proizvoda koje resursno-atrakcijska osnova Grada Živinice može, u većoj ili manjoj mjeri, podržati. Za svaki od mogućih turističkih proizvoda navedene su osnovne karakteristike potencijalnih turista/profil turista, faktori od kojih zavisi uspješnost komercijalizacije turističkog proizvoda, postojeća resursno-atrakcijska osnova Grada Živinice za razvoj određenog turističkog proizvoda te smjernice za unapređenje/razvoj turističkog proizvoda.

TURIZAM TEMELENJEN NA KULTURNO-HISTORIJSKOM NASLJEĐU

Turizam temeljen na kulturno-historijskom naslijeđu obuhvata posjete kulturno historijskim spomenicima i atrakcijama, a najprivlačniji je turistima koje motivira potraga za prošlošću. Turizam događanja podrazumijeva putovanja motivirana prisustvovanjem događanjima, poput festivala, folklornih smotri, gastro događanja, i sl. Kada je riječ o događanjima koji slave lokalne običaje i tradiciju onda ona privlače isti profil posjetitelja kao i turizam temeljen na kulturno-historijskom naslijeđu. Najčešći posjetitelji većini kulturno-historijskih znamenitosti i događanja su oni koji destinaciju svog putovanja ne biraju na osnovu kulturne ponude, ali će ju konzumirati ako je ona dostupna u destinaciji. Dakle, uglavnom je riječ o usputnim kulturnim turistima, koji kulturna iskustva doživljavaju površno, iako im je kulturna ponuda donekle važna u odabiru destinacije putovanja. Ova je grupa privučena lako dostupnim atrakcijama na glavnim rutama koje ne zahtijevaju veliki intelektualni ili emocionalni napor da bi ih razumjeli. Prema svojim obilježjima, *Grad Živinice* bi mogla biti interesantna segmentu turista koji destinacije posjećuju zbog njihovog kulturno-historijskog naslijeđa koja je obogaćena povremenim kulturnim, zabavnim i sportskim događanjima. Za područje Grada Živinice, razvijanje turizma temeljenog na kulturno-historijskom naslijeđu bio bi ujedno i pokretač revitalizacije urbanih područja na području Grada Živinice. Budući da veliki broj destinacija razvoj turizma temelji na kulturno-historijskom naslijeđu, razvoj ovog oblika turizma zahtijeva inovativnu ponudu i jedinstveno tematiziranje. Kako bi se područje Grada Živinice tržišno diferenciralo u segmentu turizma temeljenog na kulturno-historijskom naslijeđu, neophodno je naglašavati 'mirniji' način života i povezati se s atrakcijama u širem okruženju kako bi se privukli oni koji žele posjećivati urbana područja, ali boraviti u ruralnom okruženju.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none">▪ Uređenost i opremljenost kulturnih sadržaja te inovativnost u njihovoј prezentaciji▪ Povezivanje atrakcija u rute/itinerere te njihovo intenzivno promovisanje▪ Razvoj proizvoda koji uključuju kreativne komponente uključivanja posjetilaca/turista▪ Raspoloživost komplementarnih sadržaja (mogućnost za shopping, lokalni proizvodi/suveniri i slično)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ Poticanje daljeg uređenja gradskih jezgri s naglaskom na stvaranje atmosfere, ponudu raznolikih sadržaja koji stvaraju osjećaj lokalnog života, osjećaj autentičnosti.▪ Daljnja obnova i uređenje kulturno-historijskih spomenika koji su u funkciji turizma▪ Unapređenje prometne i turističke signalizacije te interpretacije▪ Razvoj tematskih ruta (npr. stećci)▪ Poticanje raznolike smještajne i ugostiteljske ponude▪ Inovacija sadržaja manifestacija, inovacija programa kroz uvođenje edukativnih i kreativnih komponenti
Tržišni potencijal	Visok
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Srednji
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod postoji, ali je slabo razvijen (+)

RURALNI TURIZAM/ODMOR U RURALNOM PODRUČJU

Razvoj ruralnog turizma potaknut je sljedećim faktorima:

- naturofilija (naturphilia) – povratak prirodi pojavio se kao sve izraženiji trend u industrijaliziranim zemljama, osobito povezano sa simultanom pojmom potrebe za zaštitom prirode. Priroda i njena očuvanost postale su pozitivne i sveprisutne vrijednosti, pa njena zaštita predstavlja integralni dio turističkog razvoja. Prirodno, ove su se vrijednosti proširele i na život u ruralnom području, a glavni konzumenti idealiziranog ruralnog okružja su upravo stanovnici velikih urbanih centara.
- kulturne promjene u kojima je kvalitet slobodnog vremena, odnosno njegovog provođenja, definisana kroz turističke doživljaje, značajno doprinose kulturnom razvoju kao i zaštiti prirodnog i kulturnog naslijeđa.
- izgubljena veza s ruralnim prostorom – dok je, barem u zapadnoj Europi, još pred 40-tak godina gotovo svaki stanovnik grada imao neke porodične veze s ruralnim prostorom, ove se veze do 1990-ih gotovo potpuno izgubljene. S druge strane, sve je učestalija pojave tzv. urbanih poduzetnika i starijih stanovnika iz gradova koji investiraju u nekretnine u ruralnom ambijentu, pretvarajući ih, ili u vlastiti drugi dom, ili u objekte za iznajmljivanje gostima. Obrazovani i kulturno osviješteni, ovi poduzetnici razumiju tržiste koje opslužuju.

Turisti koji odmor provode u ruralnim područjima su obrazovane osobe mlađe ili srednje dobi, prosječnih ili nadprosječnih prihoda. Putuju sa porodicama i/ili prijateljima, a aktivnosti kojima se bave tokom boravka su najčešće neformalne i neplanirane (npr. planinarenje, jahanje, trekking, posjet ili šetnja priodom, posjeta kulturnim atrakcijama). Turisti koji biraju odmor u ruralnim područjima uglavnom su samostalni, te im odmor treba zadovoljiti širok raspon potreba od intelektualne stimulacije preko kontakta sa domaćim stanovništvom, do potrage za mirnim, jednostavnim i tradicionalnim načinom života.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none">▪ Ljepota i očuvanost prirode▪ Kvalitet smještajne ponude i ambijent koji čuva naslijeđe i lokalne vrijednosti▪ Eko osviještenost i korištenje lokalnih namirnica▪ Bogati 'lanac vrijednosti' – mogućnosti rekreacije, sportski sadržaji, kulturne atrakcije, manifestacije, mogućnost kupovine lokalnih proizvoda▪ Usluga – personalizirana, upoznavanje starih zanata i vještina s mogućnošću učestvovanja posjetilaca/turista▪ Smještajni i ugostiteljski objekti – izvorna ruralna atmosfera, mogućnost interakcije s domaćinom
-------------------------	--

Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ Poticanje uređenje sela u autentičnom ambijentu▪ Čuvanje 'etno cjelina'▪ Stvaranje 'klastera' seoskih domaćinstava i privatnih poljoprivrednih domaćinstava (PPD)▪ Prilagođavanje ponude na tematskim cestama (biciklističke staze, planinarski putovi)▪ Unapređenje turističke signalizacije i interpretacije u ruralnim područjima Grada Živinice
------------------	---

Tržišni potencijal	Visok
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Visok
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod je relativno razvijen (++)

AKTIVNI ODMOR/PUSTOLOVNI TURIZAM, SPORTSKI TURIZAM I OUTDOOR TURIZAM

Potražnju za proizvodima sporta i rekreacije čine pretežno obrazovani, urbani pojedinci više platežne moći. Zanima ih zdrav život i posvećuju brigu izabranim fizičkim aktivnostima. Uglavnom je riječ o ekološki osvještenim ljudima koji posvećuju pažnju svom izgledu, zanima ih gastronomija u smislu uživanja, ali i edukacije. Očekuje se daljnji rast potražnje za sportskim aktivnostima posebno vezano uz rast osvještenosti o zdravom životu. Sve izraženija bit će potreba za inovativnim kombinacijama ponude i stvaranjem novih zanimljivih proizvoda. Modalitete proizvoda aktivni odmor/pustolovni turizam, sportski turizam i outdoor turizam na području Grada Živinice čine: biciklizam, trekking i planinarenje, adrenalinski sportovi i jahanje.

Biciklizam

Glavni motivi biciklističkih turista su težnja za zdravim životom i boravkom u prirodi, zatim rekreacija, odmor i mentalna relaksacija, ali i težnja za „bijegom od svakodnevnice“ i novim izazovima općenito. Tržište se segmentira obično prema važnosti koju vožnja biciklom ima tokom putovanja te se izdvajaju dvije skupine biciklističkih turista: pasionirani biciklisti i rekreativci, odnosno uobičajeni turisti koji se tokom odmora bave biciklizmom. Pasionirani biciklisti su osobe kojim je biciklizam je glavna aktivnost tokom odmora, ali i glavni oblik transporta. Uglavnom se radi o iskusnim biciklistima koji putuju u manjim grupama, sami organizuju svoje putovanje i rijetko unaprijed rezerviraju smještaj. Biciklisti – rekreativci - turisti koji se tokom odmora bave biciklizmom čine mnogo veću skupinu, kojoj je vožnja biciklom samo jedna (iako najčešće vrlo važna) aktivnost tokom odmora. Često traže kružne puteve bez prometa ili slabo prometne lokalne ceste, oslanjaju se na promotivne letke i karte, a glavna motivacija im je otkrivanje prirodnih i kulturnih ljepota i uživanje u pejzažu. Među njima se dodatno izdvajaju osobe kojima je vožnja biciklom posebno važna aktivnost tokom boravka u destinaciji (u kojem slučaju su ponijeli vlastite bicikle) ili im je to sporadična ili slučajno odabrana aktivnost, u kojem slučaju iznajmljuju bicikle tokom boravka. S obzirom na geografske karakteristike - biciklističke staze Grada Živinice idealne su za pasionirane bicikliste (brdski biciklizam), ali i rekreativne bicikliste.

Ključni faktori uspjeha

- Očuvanost, raznolikost i atraktivnost prirodnih resursa
- Sigurnost kretanja na stazi – jasno označavanje/markacija i putokazi
- Raznolikost staza – prema težini, dužini, kružne, tematizirane i slično
- Precizne i dostupne karte biciklističkih staza
- Bike-sharing sistem javnog iznajmljivanja bicikala kao jednostavan način korištenja bicikla kao prijevoznog sredstva, ali i za sport i rekreaciju
- Usluge najma bicikla (rent-a-bike)
- Pristupačnost s glavnih prometnih pravaca i dobro signalizirana polazišta, parkirališta
- Opremljenost biciklističkih staza – odmorišne tačke, toaleti, vidikovci i slično
- Kvalitetna gastronomска ponuda
- Mogućnost kupovine lokalnih proizvoda

Razvoj proizvoda

- Tematski diferencirati staze kako bi se povećala njihova atraktivnost i dostupnost za sve segmente biciklista
- Unapređenje dodatnih usluga za cikloturiste (bike-sharing sistem ili usluge rent-a bike)
- Unapređenje opremljenosti biciklističkih staza – odmorišta, share-a bike, rent-a bike stanice i servisi za bicikla

- Promovisati ciklo-turisticki doživljaj na Internetskim portalima, u brošurama, člancima u specijaliziranim časopisima i sajmovima te nastaviti s afirmacijom staza visoko profiliranim i dobro medijski popraćenim takmičenjima /rekreativnim trkama

Tržišni potencijal	Visok
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Visok
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod postoji, ali je slabo razvijen (+)

Treking i planinarenje

Posjetioci/turisti koji odlaze na treking i planinarenje pripadaju svim dobним skupinama. Osim jednodnevnih posjetilaca oni koji ostaju noćiti preferiraju kvalitetan i udoban smještaj, jednostavne objekte koji su uređeni sa šarmom i prirodnim materijalima. Putuju najviše tokom proljeća, ljeta i jeseni.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Očuvanost, raznolikost i atraktivnost prirodnih resursa ▪ Kvalitetne, raznovrsne, opremljene, sigurne i dobro označene staze ▪ Prateće usluge (mogućnost najma opreme, vodiči) ▪ Raspoloživost popratnih sadržaja (gastro ponuda, kultura, mogućnost kupovine i slično)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj novih pješačkih tematiziranih staza ▪ Unapređenje turističke interpretacije na planinarskim stazama (interpretacijske ploče, edukativne staze i sl.) ▪ Unapređenje popratnih sadržaja (npr. kulturni sadržaji, proizvođači tradicionalne hrane i slično) i njihovo umrežavanje s ponudom pješačenja i planinarenja
Tržišni potencijal	Srednji

Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Srednji
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod postoji, ali je slabo razvijen (+)

Lov i ribolov

Proizvod lova i ribolova rekreativnog je karaktera i okuplja zaljubljenike u ove sportove kojima su važna druženje i boravak u prirodi. Ključna atrakcija za ribolov na području Grada Živinice je „Rajsko jezero“. Ponudom lova i robolova Grad Živinice cilja muškarce srednje i zrelje životne dobi (35 – 65) na lokalnom, nacionalnom i regionalnom nivou. Iako je riječ o posjetiocima koji najveći dio putovanja posvećuju lovnu odnosno ribolovu, druženje unutar grupe također predstavlja izrazito bitnu komponentu turističkog doživljaja. Zahtijevaju udoban smještaj, vrlo često u lovačkim kućama, zainteresovani su za dobru, najčešće tradicionalnu gastro ponudu, u određenoj mjeri i za druge sportove, dok su ostale destinacijske atrakcije u drugom planu.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bogatstvo lovnog/ribolovnog fonda ▪ Opremljenost prostora za ribolov ▪ Raspoloživost komplementarnih sadržaja (restorani, sportovi, atrakcije) ▪ Kvalitetni, prilagođeni i izdvojeni prostori za druženje ▪ Blizina smještaja, prilagođenost, udobnost, zajedničke prostorije za druženja (lovačke kuće)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formiranje zajedničke ponude „ribolova na području Grada Živinice“, usluge najma opreme ▪ Unapređenje trgovačkih sadržaja i kamp smještaja ▪ Unapređenje infrastrukture za sportski ribolov (pristupi, platforme, parkirališta i dr.)
Tržišni potencijal	Srednji

Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Srednji
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod postoji, ali je slabo razvijen (+)

Pustolovni/adrenalinski turizam

Pustolovni turizam usko je vezan uz druge selektivne oblike turizma poput ekoturizma i sportsko-rekreacijskog turizma, a aktivnosti koje se provode spoj su pustolovine, rekreacije, opuštanja, zabave i gurmanskih doživljaja. Aktivnosti unutar pustolovnog turizma koje se mogu razviti na području Grada Živinice su: vožnja biciklom, brdski biciklizam, trekking ili pješačenje, jahanje, paintball, planinarenje i slično. Osim navedenih aktivnosti, oblici pustolovnog turizma koji se mogu razvijati na području Grada Živinice su adrenalinski parkovi, kombinacija dvije ili više sportskih disciplina među kojima se nalaze trčanje ili brdski biciklizam. Većina navedenih aktivnosti su zapravo ekstremni sportovi koji obično uključuju brzinu, visinu, fizičko naprezanje, specijalizovanu opremu i akrobacije te predstavljaju određeni stepen rizika.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prirodne predispozicije destinacije ▪ Laka dostupnost staza ▪ Uređene, sigurne i održavane staze ▪ Osigurana parkirališta ▪ Kvalitetan prostor za druženje, ugostiteljska ponuda
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daljnje unapređenje staza ▪ Unapređenje ostalih turističkih sadržaja
Tržišni potencijal	Visok
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Srednji
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod je nerazvijen (-)

GASTRO TURIZAM

Gastro turisti su u potrazi za kvalitetnom gasto ponudom. Veći dio njih zainteresovan je i za druge komplementarne sadržaje, posebno rekreaciju i boravak u mirnom, zelenom okruženju te kulturne sadržaje. Obično se potražnja za gastro turističkim proizvodima posmatra unutar dvije skupine, a to su potražnja turista čiji je primarni motiv vezan uz hranu i piće te putovanja koja kao sekundarni motiv imaju hranu i piće. Velika pažnja se pridaje autentičnosti, kvaliteti i komponenti 'zdravoga i domaćega'. Očekuje se daljnji rast ovog segmenta čemu pridonosi sve veća medijska pažnja kulinarstvu i specifičnostima kulinarstva vezanim uz destinaciju i kulturu života.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tradicija i atraktivnost ugostiteljske ponude ▪ Raznovrsnost hrane s naglaskom na lokalne i domaće specijalitete ▪ Raspoloživost komplementarnih sadržaja (kulturne manifestacije, staze za pješačenje, edukacija, i slično)
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poticanje razvoja raznovrsne gastro ponude s naglaskom na domaćoj hrani i njenoj prezentaciji u kontekstu zdravog života ▪ Poticanje daljnog razvoja nekoliko 'ključnih' restorana koja nude autohtona lokalna jela ▪ Razvoj dalnjih programa edukacije za ugostitelje i privatna poljoprivredna domaćinstva (meniji, lokalni sastojci, prezentacija hrane, uređenje enterijera i slično) ▪ Poticanje povezivanja lokalnih proizvođača hrane
Tržišni potencijal	Visok
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Visok
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod postoji, ali je slabo razvijen (+)

EKO TURIZAM – POSMATRANJE PTICA I OSTALOG ŽIVOTINJSKOG SVIJETA

Posmatranje ptica kao turistička aktivnost u zadnjih 30-ak godina evoluirala je iz sporadične i neorganizovane u značajnu i dobro organizovanu turističku aktivnost. Posmatrači ptica uglavnom su osobe srednje i starije životne dobi, visokoobrazovane i nadprosječnih prihoda. Ponudu istražuju do u detalje, koriste veliki broj izvora informacija i vrlo se snažno oslanjaju na preporuke prijatelja i ostalih posmatrača ptica. Oni ujedno dosta traže i koriste interpretativne materijale i stoga inzistiraju na njihovoj informativnosti i kvaliteti, posebno sadržaja i prezentacije. Oni očekuju razumno komforntni smještaj i vrlo stručne vodiče. Promatrači s općenitim interesom za ptice čine većinu posmatrača ptica i njih primarno privlači boravak i rekreacija u prirodi, dok im posmatranje ptica čini usputnu aktivnost. Prepoznaju mali broj ptica jer im to nije osnovni interes, ali su zainteresovani za edukativne programe o prirodi. Privlače ih one destinacije koje osim prirode i ptica imaju kulturno-historijske znamenitosti i gdje se mogu posjetiti slikovita naselja te kupiti autohtonii lokalni proizvodi. Često ih privlače područja gdje se mogu kupati i baviti sportskim ribolovom. Posmatranje ostalog životinjskog svijeta nije sistemski istraživano, iako se pojavljuje sve izraženiji trend za posmatranjem h životinja u njihovom prirodnom okruženju, čemu svjedoči i sve veća popularnost tzv. foto-safarija. Može se pretpostaviti da su posmatrači ostalog životinjskog svijeta sličnih karakteristika i zahtjeva kao i posmatrači ptica te su zakonitosti koje vrijede za razvoj proizvoda posmatranja ptica jednako primjenjivi i na osmišljavanje doživljaja promatranja ostalog životinjskog svijeta.

Ključni faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none">▪ Dostupnost destinacije▪ Kvalitetna interpretacija i jasna pravila ponašanja posjetilaca/turista – posmatrača ptica i ostalog životinjskog svijeta▪ Interakcija s lokalnim stanovništvom
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none">▪ Daljnji razvoj interpretacije▪ Razvoj dodatnih sadržaja u skladu sa zaštićenim prostorom •▪ Unapređenje turističke signalizacije
Tržišni potencijal	Nizak
Potencijal za razvoj na području Grada Živinice	Srednji
Tržišna spremnost proizvoda	Proizvod je nerazvijen (-)

Posebni turistički proizvodi koji se potencijalno mogu razvijati na području Grada Živinice uključuju omladinski turizam, tranzitni turizam i vjerski turizam.

OMLADINSKI TURIZAM, TRANZITNI TURIZAM I VJERSKI TURIZAM

Omladinski turizam	Školske ekskurzije predstavljaju važan segment turističke potražnje, posebno za jednodnevne izlete, škole u prirodi te ljetne kampove za djecu i omladinu. Na očekivani dalji rast za turističkim proizvodima omladinskog turizma potrebno je odgovoriti tematiziranjem i profiliranjem turističke ponude za segment djece i mladih zavisno od programa i potreba kako formalnog tako i neformalnog obrazovanja.
Tranzitni turizam	Budući da područje Grada Živinice ima povoljan geografski položaj, ciljni posjetiocu/turisti su svi putnici koji koriste ove ceste na putovanju u destinacije na odmor ili u druge pravce. Pored toga, tranzitnu potražnju čine i putnici koji dolaze na Međunarodni aerodrom Tuzla.
Vjerski turizam	Područje Grada Živinice svojim vjerskim resursima zanimljiva je izletnicima, rekreativcima u prirodi te drugim posjetiocima čiji je dolazak u destinaciju motivisan drugim sadržajima.

U sadašnjoj matrici turističkih proizvoda Grada Živinice nude se još i proizvodi niže atraktivnosti i konkurentnosti. Zbog nedovoljnih finansijskih sredstava te neadekvatne prezentacije tradicijskog naslijeđa, kulturni turizam i gastro turizam imaju malu atraktivnost te trenutno i nisku konkurentnost. S obzirom na očuvani tradicijski stil života na području Grada Živinice, kulturni turizam (primarno turizam kulturno-historijskog naslijeđa) se pozicionira visoko na matrici proizvoda do 2024. godine. Tradicija i kulturno-historijsko naslijeđe predstavljaju vrijedne potencijale Grada Živinice koji su trenutno potpuno nevalorizirani. Poticanje autohtone proizvodnje, kao i tradicionalnog načina pripremanja hrane te plasiranje tih proizvoda kroz turizam otvaraju novo tržište i dodatni izvor prihoda. Upravo to može biti ključna tačka diferencijacije Grada Živinice u odnosu na konkurentske destinacije iz okruženja. Također, tradicijsku gastronomiju neophodno je uključiti u turističku ponude ne samo nudeći domaće specijalitete u ugostiteljskim objektima već i kroz neposredno uključivanje turista u proces uzgoja, prerade i na kraju i same pripreme namirnica. Na taj način se razvija i promovira lokalna poljoprivreda jer se namirnice nabavljaju od lokalnih proizvođača. Gotovo svi moderni turisti ističu gastronomiju kao faktor prepoznatljivosti određene destinacije, a mnogi od njih putuju isključivo kako bi uživali u specifičnoj hrani pojedinih destinacija. Ruralni turizam i specifični oblik pustolovnog/avanturističkog turizma se također pozicionira visoko na matrici turističkog proizvoda Grada Živinice.

Ilustracija 8. Matrica turističkog proizvoda Grada Živinice 2024.

	Visoka		Kulturni turizam/Turizam temeljen na kulturno-historijskom naslijeđu Pustolovni/adrenalinski turizam	Ruralni turizam Gastro turizam Biciklizam
Atraktivnost	Srednja		Ribolov Treking i planinarenje Tranzitni turizam	Omladinski turizam
	Niska		Eko turizam – turizam posmatranja ptica i ostalog životinjskog svijeta Vjerski turizam	
		Niska	Srednja	Visoka
			Konkurentnost	

Izvor: Procjena stručnog saradnika

U vezi sa strateškim ciljem 2: **Razvoj portfolija turističkih proizvoda**, moguće je identifikovati sljedeće indikatore uspješnosti Strategije:

Razvijena najmanje tri programa pustolovnog/adrenalinskog turizma,

- Razvijena najmanje tri programa eko turizma,
- Razvijena najmanje tri programa gastro turizma,
- Razvijena najmanje tri programa kulturnog turizma,
- Povećanje broja kilometara uređenih šetnica, biciklističkih staza za najmanje 30%,
- Porast broj kulturnih i sportskih manifestacija i događanja za najmanje 30%,
- Porast broja dodatno educiranog turističkog osoblja kroz organizovane programe cjeloživotnog učenja za najmanje 50%,
- Porast broja dodatno educiranog ne-turističkog osoblja kroz organizovane programe cjeloživotnog učenja za najmanje 50%,
- Identifikovani i brendirani autohtoni suveniri destinacije.

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 2.

Strateški cilj 2: Razvoj portfolija turističkih proizvoda			
Red. broj	Naziv projekta	Nosilac projekta	Rok
2.1.	Izrada turističke karte Grada Živinice		
2.2.	Brdsko biciklistička tura „Konjuh Adventure – Feel the Nature“	Grad Živinice Biciklistički klub Živinice	2019, kontinuirano
2.3.	Brdsko-biciklistički maraton “Starim putevima”	Grad Živinice Biciklistički klub Živinice	2019, kontinuirano
2.4.	Razvoj cikloturizma	Grad Živinice Biciklistički klub Živinice Ugostitelji Hotelijeri I mnogobrojna udruženja usko povezana sa turističkom zajednicom.	2019, kontinuirano
2.5.	Valorizacija eko-turističkog, konzervacijskog i edukacijskog potencijala Šerićke bare	Grad Živinice Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae"	2019
2.6.	Valorizacija močvara na području Grada Živinice	Grad Živinice Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae"	2019
2.7.	Promocija ekoturističkih i prirodnih potencijala šumskog kompleksa Dubrava u funkciji očuvanja biodiverziteta	Grad Živinice Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae"	2019
2.8.	Tematska ruta „Šuma priče“	Grad Živinice Planinsko društvo Drenik Živinice	2019, kontinuirano
2.9.	Kajak thrill – Rajsко jezero Bašigovci	Grad Živinice, JP Horizontala Preduzetnici NVO	2019, kontinuirano
2.10.	Dani agroturizma	Grad Živinice Porodični ruralni edukativni centar PREC Živinice	2019, kontinuirano
2.11.	Agroturizam - usavršavanje i opstanak mladih na ruralnom području	Grad Živinice Porodični ruralni edukativni centar PREC Živinice	2019, kontinuirano

2.12.	Digitalni marketing u ruralnom turizmu	Grad Živinice Porodični ruralni edukativni centar PREC Živinice	2019. kontinuirano
2.13.	Povećanje površina pod organskom proizvodnjom	Grad Živinice Privatna poljoprivredna domaćinstva	2019, kontinuirano
2.14.	Stručno osposobljavanje i educiranje poljoprivrednih proizvođača	Grad Živinice Privatna poljoprivredna domaćinstva	2019, kontinuirano
2.15.	Razvoj i promocija ruralnog turizma	Grad Živinice Poduzetnici Privatna poljoprivredna domaćinstva	2019 – 2024
2.16.	Razvoj i promocija pčelarskog turizma	Grad Živinice Udruženje za razvoj i podršku poljoprivrede "PČELICA", Živinice Gornje	2019 – 2024
2.17.	Razvoj i promocija lovnog turizma	Grad Živinice	2019 – 2024
2.18.	Promocija aktivnosti posmatranja ptica močvarica na području Grada Živinice	Grad Živinice Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae",	2019, kontinuirano
2.19.	Razvoj omladinskog turizma – Odred izviđača „CROA“ Živinice	Grad Živinice Odred izviđača „CROA“ Živinice	2019, kontinuirano
2.20.	Izrada lokalnih suvenira	Grad Živinice Lokalni preduzetnici i obrtnici	2019, kontinuirano
2.21.	Adrenalin park	Grad Živinice Preduzetnici	2019, kontinuirano
2.22.	Međunarodni festival tradicije i umjetnosti	Grad Živinice KUD Modrački mornari Šerići	2019, kontinuirano
2.23.	Traktorijada	Grad Živinice Mjesana zajednica Bašigovci	2019, kontinuirano

Strateški cilj 3: Razvoj turističke infrastrukture i poticajnog ambijenta za razvoj turizma

Po uspostavljanju destinacijske organizacije, a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za razvoj infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma:

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

Strateški cilj 3 ima dva prioritetna cilja:

- Razvoj turističke infrastrukture
- Poticajni ambijent za razvoj turizma.

U vezi sa strateški ciljem 3: **Razvoj turističke infrastrukture i poticajnog ambijenta za razvoj turizma**, moguće je definisati sljedeće indikatore uspješnosti implementacije Strategije:

- Kontinuirano povećanje smještajnih objekata te unapređenje kvaliteta postojećih smještajnih kapaciteta tako što će se do 2024. godine smještajni kapaciteti povećati za barem stotinu kreveta,
- Porast broja i prometa društava koji nude prateće turističke sadržaje (porodična poljoprivredna domaćinstva, sportsko rekreativska društva s ponudom za turiste, tematski parkovi i tematski elementi prostora...) za najmanje 33,3%,
- Porast broja novopostavljenih malih infrastrukturnih objekata (sprava na dječjim i sportskim igralištima...), informacijskih turističkih oznaka (tabela, putokaza...) za najmanje 50%,
- Povećanje broja parkirnih mesta i povećanje prosječne popunjenoosti parkirališta za najmanje 50%,
- Porast broja turističkih objekata u ruralnom području za najmanje 30%,
- Kapaciteti aktivnog odmorišnog i sportskog turizma povećani za najmanje 50%,
- Povećan broj turista koji u destinaciju dolaze zbog festivala i događaja za najmanje 50%,
- Povećan broj turista koji u destinaciju dolaze zbog odmora u ruralnom prostoru za najmanje 50%.

- Povećan broj zaposlenih u djelatnostima turizma za najmanje 33,3%,

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 3, prioritetni cilj 1 – Razvoj turističke infrastrukture.

Strateški cilj 3.1. Razvoj turističke infrastrukture			
<i>Red. Broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
3.1.1.	<i>Proširenje kapaciteta „Hotel President“</i>	<i>Grad Živinice Vega-Mix d.o.o.</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.2.	<i>Provđenja urbanističkog projekta „Hotel Konjuh“ Živinice</i>	<i>Grad Živinice AMBIJENT arhitektonski atelje d.o.o. Tuzla „STILPROJEKT“ d.o.o. Zavidovići</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.3.	<i>Razvojni koncept kompleksa bazena „Toplica“</i>	<i>Grad Živinice JP Horizontala Živinice JU Dom zdravlja Živinice Privatni investitori</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.4. .	<i>Sportsko-rekreativni kamp „Rajsko jezero“</i>	<i>Grad Živinice UG SR Mrena Živinice</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.5.	<i>Međunarodni biciklistički kamp za djecu</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.1.6.	<i>Uređenje izletišta rijeke Krivača</i>	<i>Grad Živinice Preduzetnici</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.7.	<i>Dogradnja i modernizacija postojećeg kartodroma na aerodromu Ciljuge od Karting kluba Živinice (u okviru planiranog SRC Ciljuge)</i>	<i>Grad Živinice Karting klub Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.1.8.	<i>Izrada idejnog i Glavnog projekta izgradnje sportskog aerodroma Ciljuge (u okviru postojećeg aerodroma Ciljuge – Kasarna Ciljuge)</i>	<i>Grad Živinice Karting klub Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.1.9.	<i>Centar za posmatranje ptica – Modrac</i>	<i>Grad Živinice EU Jezero</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.10.	<i>Izgradnja šadrvana u dvorištu džamije – Džebari</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019.</i>
3.1.11.	<i>Unapređenje infrastrukture – džamija Džebari</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019</i>
3.1.12.	<i>Rekonstrukcija postojećeg objekta Vodenica „Šerićka“</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.13.	<i>Revitalizacija vodenica na području Grada Živinice</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.14.	<i>Dodatna rekreativnam edukativna, zabavna i ugostiteljska aktivacija šumskog kompleksa Dubrava</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.1.15.	<i>Pješačke i biciklističke staze</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019 – 2024</i>

		<i>Lokalni preduzetnici</i>	
3.1.16.	<i>Turistička signalizacija i interpretacija</i>	<i>Grad Živinice Turistička organizacija Agro Logistika d.o.o.</i>	2019 – 2024
3.1.17.	<i>Identifikacija i valorizacija hidrografske turističke atraktivnosti Grada Živinice</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019 – 2024
3.1.18.			
3.1.19.	<i>Ambijentalno uređenje gradskih središta u urbanim i ruralnim područjima</i>	<i>Grad Živinice Lokalni preduzetnici</i>	2019 – 2024
3.1.20.	<i>Zaštita ruralne tradicijske arhitekture</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019, kontinuirano
3.1.21	<i>Vježbanje na otvorenom – Street workout</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019- 2024
3.1.22.	<i>Ulična – javna rasvjeta</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019 – 2024
3.1.23.	<i>Putna infrastruktura Grada Živinice</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019, kontinuirano
3.1.24.	<i>Ulična – javna rasvjeta</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019, kontinuirano
3.1.25.	<i>Rekonstrukcija, restauracija i iluminacija fasada</i>	<i>Grad Živinice</i>	2019 – 2024
3.1.26.	<i>Glavni parking sa info uredom i lokacija za prihvat potencijalnih turista</i>	<i>Grad Živinice Turistička organizacija Preduzetnici</i>	2019 – 2024
3.1.27.	<i>Sportska infrastruktura u ruralnim područjima</i>	<i>Grad Živinice Lokalni preduzetnici</i>	2019 – 2024
3.1.28.	<i>Uređenje vodotoka</i>	<i>Grad Živinice Lokalni preduzetnici</i>	2019 – 2024
3.1.29.	<i>Akcije pošumljavanja goleti</i>	<i>Grad Živinice NVO</i>	2019 – 2024

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 3, prioritetni cilj 2 – Poticajni ambijent za razvoj turizma.

Strateški cilj 3.2. Razvoj poticajnog ambijenta za razvoj turizma			
<i>Red. Broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
3.2.1.	<i>Sigurnost turista na području Grada Živinice</i>	<i>MUP, Grad Živinice</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.2.2.	<i>Razvoj srednješkolskih programa edukacije u turizmu</i>	<i>Grad Živinice Ministarstvo obrazovanja, nauke, kulture i sporta TK</i>	<i>2019 – 2024</i>
3.2.3.	<i>Uspostavljanje sistema cjeloživotne edukacije zaposlenih u turizmu</i>	<i>Grad Živinice, Turistička organizacija</i>	<i>2019. kontinuirano</i>
3.2.4.	<i>Unapređenje rada inspekcijskih službi u cilju suzbijanja sive ekonomije</i>	<i>Grad Živinice Kantonalna uprava za inspekcijske poslove TK</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.5.	<i>Sprječavanje nekontrolisane sječe šume – koordinacija sa kantonalnim institucijama</i>	<i>Grad Živinice Nadležne kantonalne institucije</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.6.	<i>Pružanje podrške razvoju turističkih biznisa</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.7.	<i>Kreiranje kataloga investicija u turističke projekte i programa javno-privatnog partnerstva – hoteli, resorti, mali porodični hoteli i pansioni, hosteli, kampovi, domaćinstva, novostvorene atrakcije, ostala infrastruktura</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.8.	<i>Podrška osnivanju start-up biznisa</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.9.	<i>Uspostavljanje nagrade za najbolje turističke biznise i turističke radnike</i>	<i>Grad Živinice, Turistička organizacija</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.10.	<i>Stimulisanje očuvanja i razvoja starih zanata</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.11.	<i>Kampanje usmjerenе ka lokalnom stanovništvu i programi edukacije lokalnog stanovništva u vezi razvoja turizma</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>
3.2.12.	<i>Stimulisanje i subvencioniranje unapređenja kategorija i proširenja kapaciteta smještajnih objekata, izgradnje deficitarnih sadržaja, itd</i>	<i>Grad Živinice</i>	<i>2019, kontinuirano</i>

AKCIONI PLAN

Ljudski potencijali

Za ostvarenje vizije i realizaciju projekata ključan je ljudski potencijal i to s više aspekata. Jedan je prihvatanje i usuglašavanje vizije od strane svih interesnih grupa u turizmu i onih koji djeluju u području važnim za razvoj turizma i to iz privatnog, javnog i civilnog sektora. Drugi, jednako važan faktor, odnosi se na preuzimanje odgovornosti interesnih grupa za djelovanje u razvoju turizma na području Grada Živinice. Odgovornost znači spremnost na saradnju i zajednički rad kako bi se pokrenuo razvoj te na kontinuiranu edukaciju i unapređenja znanja i vještina. Kako bi se sve to ostvarilo potrebna je 'platforma' koja podrazumijeva kvalitetan sistem obrazovanja u turizmu. Danas na tržištu postoje različiti programi edukacije, razvijaju se novi i prilagođavaju potrebama tržišta. Međutim, budući da razvoj turizma podrazumijeva specijalistička znanja iz različitih područja važno je istaknuti da bi na nivou Grada Živinice trebalo:

- Provoditi posebne programe cjeloživotnog obrazovanja važnih za poslovanje turističkih radnika;
- Provoditi kontinuirane edukacije za potrebe malih i srednjih preduzetnika prilagođene njihovim specifičnim potrebama (ugostiteljski objekti, privatna poljoprivredna domaćinstva, turistički vodiči dr.);
- Povećati znanje i vještine za potrebe efikasnog upravljanja destinacijom putem provođenja specijalističkih seminara.

U saradnji s obrazovnim institucijama, trebale bi zajednički identifikovati stvarne potrebe za svaku s interesnu grupu u turizmu kako bi se sadržaj obrazovnih programa na kraju mogao ispravno oblikovati. Ljudski kapital čine interesne skupine u turizmu iz privatnog i javnog sektora, ali isto tako lokalno stanovništvo koje razvoj turizma treba prihvati kao jednu od razvojnih mogućnosti. Za lokalno stanovništvo izuzetno je važno provoditi kvalitetne programe internog marketinga kako bi se ono upoznalo sa strategijom razvoja turizma na području Grada Živinice.

Organizacijski faktori

U cilju implementacije Strategije, neophodno je postaviti temelje za njeno provođenje, a to je model organizacije. Upravljanje razvojem turizma danas je najviše u domeni sistema organizacija za upravljanje destinacijom – turističke zajednice ili turističke organizacije. Realizacija projekata razvoja turizma na području Grada Živinice zavisiće od angažmana velikoj broj interesnih grupa pa je važno osigurati projektni tim koji će biti zadužen za implementaciju plana. Zbog toga se predlaže uspostavljanje, odnosno, formaliziranje organizacijske strukture za praćenje i nadzor implementacije Strategija razvoja turizma. Projektni tim bi trebao uključiti interesne grupe odgovorne za lobiranje i implementaciju projekata, osiguravanje komunikacije među interesnim grupama, osiguravanje informacija širem krugu interesnih grupa o toku i implementaciji projekata.

Implementacijske aktivnosti

Plan implementacijskih aktivnosti razvoja turizma Grada Živinice podrazumijeva implementaciju konkretnih programa/projekata/aktivnosti koji su obuhvaćeni u tri strateška cilja razvoja turizma.



Projekti iz područja uspostavljanja sistema upravljanja destinacijom uključuju niz aktivnosti koje je neophodno provesti kako bi se područje *Grada Živinice* što brže i bolje pozicionirala kod potencijalnih posjetilaca/turista i stekla svoju turističku prepoznatljivost. Projekti iz područja razvoja portfolija turističkih proizvoda obuhvataju projekti koji su usmjereni kako na stvaranje novih turističkih atrakcija tako i na unapređenje kvaliteta postojećih turističkih atrakcija. Projekti iz područja razvoja turističke infrastrukture i poticajnog ambijenta usmjereni su na poboljšanje turističke infrastrukture i to iz svih aspekata – smještaja, rekreacijskih mogućnosti, gastronomije, brige o ekologiji, komunalne infrastrukture, i slično. Ovi projekti usmjereni su prvenstveno na podizanje ukupne kvalitete turističke ponude na području Grada Živinice.

R.BR. STRATEŠKI CILJ 1: USPOSTAVLJANJE EFIKASNOG SISTEMA ZA UPRAVLJANJE DESTINACIJOM		Veza sa sektorskim ciljevima i programima Strategije integrisanog razvoja Grada Živinice 2017. – 2021.
---	--	---

1.	Uspostavljanje Turističke organizacije i adaptacija i uređenje prostora Turističkog ureda Grada Živinice	1.2.; 2.4.
2.	Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Grada Živinice	1.2.; 2.4.
3.	Izrada plana marketinga, budžeta i plana promocije destinacije i implementacija plana promocije (Internet, sajmovi, printani mediji, elektronski mediji, itd)	1.2.; 2.4.
4.	Izrada promotivnog web portala destinacije i vođenje kampanja društvenih medija – Visit Živinice	1.2.; 2.4.
5.	Studija „Valorizacija turističkih potencijala Grada Živinice“	1.2.
6.	Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima	1.2.; 2.4.
7.	Ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista	1.2.; 2.4.
8.	Local Buddy – mobilna aplikacija za spajanje turista i lokalnog stanovništva	1.2.
9.	Obuka za upravljanje projektnim ciklusom	2.4.

STRATEŠKI CILJ 2: RAZVOJ PORTFOLIJA TURISTIČKIH PROIZVODA

10.	Izrada turističke karte Grada Živinice	1.2.
11.	Brdsko biciklistička tura „Konjuh Adventure – Feel the Nature“	1.2. ; 3.2.;
12.	Brdsko-biciklistički maraton “Starim putevima”	1.2 ; 3.2.
13.	Razvoj cikloturizma	1.2; 3.2.
14.	Valorizacija eko-turističkog, konzervacijskog i edukacijskog potencijala Šerićke bare	1.2. ; 3.2.
15.	Valorizacija močvara na području Grada Živinice	1.2. ; 3.2.
16.	Promocija ekoturističkih i prirodnih potencijala šumskog kompleksa Dubrava u funkciji očuvanja biodiverziteta	1.2.; 3.2.
17.	Tematska ruta „Šuma priče“	1.2; 3.2.
18.	Kajak thrill – Rajsко jezero Bašigovci	1.2.; 3.2.;
19.	Dani agroturizma	1.3.; 2.1.;
20.	Agroturizam – usavršavanje i opstanak mladih na ruralnom području	1.1. ; 2.1.
21.	Digitalni marketing u ruralnom turizmu	1.1. ; 2.1.
22.	Povećanje površina pod organskom proizvodnjom	1.1.; 1.3.; 2.1.
23.	Stručno osposobljavanje i educiranje poljoprivrednih proizvođača	1.1.; 1.3.; 2.1.
24.	Razvoj i promocija ruralnog turizma	1.2.; 2.1.
25.	Razvoj i promocija pčelarskog turizma	1.2.; 2.1.
26.	Razvoj i promocija lovnog turizma	
27.	Promocija aktivnosti posmatranja ptica močvarica na području Grada Živinice	1.2.; 3.2.

28.	Razvoj omladinskog turizma – Odred izviđača „CROA“ Zavidovići	1.1.; 1.2.; 2.2.
29.	Izrada lokalnih suvenira	1.1.; 1.2.; 2.2.
30.	Adrenelin park	1.1.; 1.2.; 2.2.
31.	Međunarodni festival tradicije i umjetnosti	1.2.; 2.1.; 2.2.
RAZVOJ TURISTIČKE INFRASTRUKTURE I POTICAJNOG AMBIJENTA ZA RAZVOJ TURIZMA		
32.	Proširenje kapaciteta „Hotel President“	1.1.; 1.2.; 2.2.
33.	Provjeda urbanističkog projekta „Hotel Konjuh“ Živinice	1.1.; 1.2.; 2.2.
34.	Razvojni koncept kompleksa bazena „Toplica“	1.1.; 1.2.; 2.2.;
35.	Sportsko-rekreativni kamp „Rajsko jezero“	1.1.; 1.2.; 2.2.; 3.2.
36.	Međunarodni biciklistički kamp za djecu	1.1.; 1.2.; 3.2.
37.	Uređenje izletišta rijeke Krivača	1.1.; 1.2.; 2.1.; 3.2.
38.	Dogradjnja i modernizacija postojećeg kartodroma na aerodromu Ciljuge od Karting kluba Živinice (u okviru planiranog SRC Ciljuge)	1.1.; 1.2.;
39.	Izrada idejnog i Glavnog projekta izgradnje sportskog aerodroma Ciljuge (u okviru postojećeg aerodroma Ciljuge - Kasarna Ciljuge)	1.1.; 1.2.; 2.2.
40.	Centar za posmatranje ptica – Modrac	1.2.; 3.2.
41.	Izgradnja šadrvana u dvorištu džamije - Džebari	1.2.; 2.1.
42.	Unapređenje infrastrukture – džamija Džebari	1.2.; 2.1.
43.	Rekonstrukcija postojećeg objekta Vodenica „Šerićka“	1.2.; 2.1.
44.	Revitalizacija vodenica na području Grada Živinice	1.2.; 2.1.
45.	Dodatna rekreativna, edukacijska, zabavna i ugostiteljska aktivacija šumskog kompleksa Dubrava	1.2.; 2.1.; 2.2.
46.	Pješačke i biciklističke staze	1.2.; 2.1.; 2.2.
47.	Turistička signalizacija i interpretacija	1.2.; 2.1.
48.	Identifikacija i valorizacija hidrografskih turističkih atraktivnosti Grada Živinice	1.2.; 2.1.
49.	Turistička valorizacija pećina na području Grada Živinice	1.2.; 2.1.
50.	Ambijentalno uređenje gradskih središta u urbanim i ruralnim područjima	1.2.; 2.1.
51.	Zaštita ruralne tradicijske arhitekture	1.2.; 2.1.
52.	Vježbanje na otvorenom - Street workout	1.2.; 2.1.
53.	Putna infrastruktura Grada Živinice	1.2.; 2.1.
54.	Ulična - javna rasvjeta	1.2.; 2.1.
55.	Rekonstrukcija, restauracija i iluminacija fasada	1.2.; 2.1.
56.	Glavni parking sa info uredom i lokacija za prihvat potencijalnih turista	1.2.; 2.1.;
57.	Sportska infrastruktura u ruralnim dijelovima	1.2.; 2.1.
58.	Uređenje vodotoka	1.2.; 2.1.; 3.2.

59.	Akcije pošumljavanja goleti	1.2.; 2.1.; 3.2.
60.	Sigurnost turista na području Grada Živinice	1.2.; 2.1.
61.	Razvoj srednjoškolskih programa edukacije u turizmu	1.2.; 2.2.
62.	Uspostavljanje sistema cjeloživotne edukacije zaposlenih u turizmu	1.2.; 2.2.
63.	Unapređenje rada inspekcijskih službi u cilju suzbijanja sive ekonomije	2.2.; 2.4.
64.	Sprječavanje nekontrolisane sječe šume - koordinacija sa kantonalnim institucijama	1.2.; 2.1.; 2.4.
65.	Pružanje podrške razvoju turističkih biznisa	1.1.; 1.2.
66.	Kreiranje kataloga investicija u turističke projekte i programa javno-privatnog partnerstva – hoteli, resorti, mali porodični hoteli i pansioni, hosteli, kampovi, domaćinstva, novostvorene atrakcije, ostala infrastruktura	1.1.; 1.2.; 2.1.
67.	Podrška osnivanju start-up biznisa	1.1.; 1.2.; 2.1.
68.	Uspostavljanje nagrade za najbolje turističke biznise i turističke radnike	1.1.; 1.2.
69.	Stimulisanje očuvanja i razvoja starih zanata	1.1.; 1.2.
70.	Kampanje usmjerenе ka lokalnom stanovništvu i programi edukacije lokalnog stanovništva u vezi razvoja turizma	1.1.; 1.2.
71.	Stimulisanje i subvencioniranje unapređenja kategorija i proširenja kapaciteta smještajnih objekata, izgradnje deficitarnih sadržaja, itd	1.1.; 1.2.; 2.1.
1.1. Razvijena poduzetnička infrastruktura i podržan razvoj poduzetništva i obrtništva do kraja 2021 godine		
1.2. Razvijen sektor nove ekonomije, turizma i uslužnih djelatnosti do kraja 2021 godine		
1.3. Unaprijeđena konkurentnost lokalnih poljoprivrednih proizvođača i osnažena izvozna orientacija poljoprivrednih proizvođača do kraja 2021 godine		
2.1. Razvijena ruralna i urbana područja Grada do 2021. Godine		
2.2. Unaprijeđene usluge obrazovnih, zdravstvenih, kulturnih i sportskih institucija do 2021. Godine		
2.4. Povećana efikasnost lokalne uprave do 2021.g.		
3.2. Unaprijediti kvalitet voda i zemljišta		

Na temelju dostavljenih prijedloga projekata za razvoj turizma na području Grada Živinice procijenjeno je da je za realizaciju strategije u periodu od 2019. do 2024. godine potrebno izdvojiti cca 8 miliona KM. Riječ je o razvojnim projektima odnosno o ulaganjima u „hard“ turističku infrastrukturu (Strateški cilj 3, prioritetni cilj 3.1. Razvoj turističke infrastrukture). S obzirom na specifičnosti pojedinih projekata izvor ulaganja može biti javni sektor ili privatni investitor/i. Kod određenih projekata nedvojbeno se očekuje potreba za implementacijom modela javno-privatnog partnerstva.

PRILOG 1. DOSTAVLJENI PROJEKTI NA JAVNO OBJAVLJENI POZIV ZA DOSTAVU PROJEKATA U CILJU
IZRADE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA GRADA ŽIVINICE

**PROJEKAT 1.4. IZRADA PROMOTIVNOG WEB PORTALA DESTINACIJE I VOĐENJE KAMPANJE
DRUŠTVENIH MEDIJA – VISIT ŽIVINICE**

Kratak opis	Visit Živinice je projekt koji bi obuhvatio sve turističke atrakcije i lokacije na području Grada Živinice te sve poslovne subjekte koji imaju direktnе i indirektne koristi od povećanja broja turista u Živinicama. Na sajtu bi pomoću jednog klika mogli vidjeti razne fotografije svih zanimljivih lokacija na području Grada Živinice te imali mogućnost odlaska prateći Google maps ili navigaciju te bi time rješili problem otežanog pronađaska željenih lokacija. Također na sajtu bi imali detaljan opis spomenutih lokacija sa full HD fotografijama kojim bi privukli mnogo turista. Pored toga turisti bi imali pristup svim motelima i smještajnim jedinicama na području Grada Živinice. Također sajt bi bio na 3 jezika, bosanski, engleski i njemački te bi kao takav bio pristupačan i stranim turistima.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemski pristup upravljanju i promociji destinacije
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Digitalna marketing agencija IT Solucija Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	15.000 KM

PROJEKAT 1.8. LOCALBUDDY – MOBILNA APLIKACIJA ZA SPAJANJE TURISTA I LOKALNOG STANOVNIŠTVA

Kratak opis	Cilj projekta jeste izrada platforme za Android i iOS mobilne uređaje koji će omogućiti turistima da pronađu predstavnike lokalnog stanovništva koji će im jednostavno, besplatno i prijateljski pomoći da se snađu i zabave u novom mjestu.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemski pristup upravljanju i promociji destinacije
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Software developer ▪ Lokalno stanovništvo
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	20.000 KM

PROJEKAT 2.1. IZRADA TURISTIČKE KARTE GRADA ŽIVINICE

Kratak opis	Identificirati sve turističke sadržaje terenskim istraživanjem i preciznim mapiranjem savremenim kartografskim tehnikama i opremom. Izvršiti konsultacije sa svim akterima sa prostora Grada Živinice zainteresovanim za turističku djelatnost i aktivnosti. Izraditi u elektronskom obliku sveobuhvatnu turističku kartu koja se kasnije može lako i brzo ažurirati, te po potrebi printati u svrhu dalje promocije.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prva originalna i sveobuhvatna turistička karta Grada Živinice
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Ahro logistika
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	2.000 KM

PROJEKAT 2.2. BRDSKO BICIKLISTIČKA TURA „KONJUH ADVENTURE. FEEL THE NATURE“

Kratak opis	Biciklistička tura "Konjuh Adventure- feel the nature" traje 2 dana i duga je 100 km. Projekte aktivnosti uključuju: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizaciju i promociju biciklističke ture ▪ Uvezivanje svih udruženja kao i lokalnih preduzetnika koji bi imali ili mogli imati koristi od ture (biciklistička udruženja, planinarska udruženja, eko udruženja, ugostiteljske objekte, hotele, motive, seoska gazdinstva, itd.) ▪ Organizovanje radionica, edukacija kao i obuka ljudi vezanih za razvoj turizma kao i vodiča. ▪ Izrada promotivnih materijala kao i sama promocija ove biciklističke ture i turizma na području Grada.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za pustolovnim/avanturističkim oblicima turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ Biciklistički klub Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	5.000 KM - 10.000 KM

PROJEKAT 2.3. BRDSKO-BICIKLISTIČKI MARATON „STARIJIM PUTEVIMA“

Kratak opis	Brdskobiciklistički maraton "Starim putevima" u dužini od približno 100 kilometara upotpunit će sportsku i turističku ponudu Grada. Maraton "Starim putevima" prolazit će "istorijskim dijelom" Grada kroz naselje Zelenika i Džebari. Ovaj put se spominje već 1533.godine i činio je najvažniji karavanski put u prošlosti koji je povezivao Tuzlu sa Sarajevom. Na području je bilo lokalizovano i dosta čardaka, a prema historijskim podacima još uvjek se mjestimično mogu vidjeti ostaci kaldrme. Osim toga, na lokalitetu Džebari nalazi se i najstarija džamija na području TK-a. Nakon prolaska kroz Džebare koji su na nadmorskoj visini približno od 700 metara, učesnici će nastaviti put prema Djedinu koje se nalazi na sjevernim padinama planine Konjuh, a ubrava se u najstarija naselja sa bogatom historijskom pozadinom. Nakon Djedina, učesnici nastavljaju put prema Gornjoj Višći, prolaze lokalitet koji obiluje rudničkim pejzažom, i mnogim jezerima koja su nastala kao posljedica rudničkih aktivnosti, staza je jako dinamična. Nakon spusta kroz Višću Gornju, biciklisti starim putem Živinice - Banovići idu prema lokalitetu Rudine (koje je inače biciklistički park) a historijski je poznato po imenu Tatarice, jer je na istom mjestu u doba Turaka, bio lokalizovan "Tatar bazen" gdje se vadilo željezo od kojeg su se pravile sablje, ovaj put se nazivao u prošlosti "Tatarski put" jer se njime obavljala vojna i civilna pošta, koju su obavljali Tatari na svojim brzim konjima (iz literature). Nakon Rudina, maraton se prolazi lokalitet na kojem je smješteno turbe, te se preko Barica završava u centru grada.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za pustolovnim/avanturističkim oblicima turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ Biciklistički klub Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	5.000 KM

PROJEKAT 2.4. RAZVOJ CIKLOTURIZMA

Kratak opis	Cikloturizam kao jedna od najbrže rastućih grana turizma u svijetu, može imati uticaj na razvoj turizma kao i turističkih kapaciteta Grada Živinice. <i>Grad Živinice</i> kao tranzitno mjesto i pogodno za turiste ima puno toga da ponudi. Razvojem biciklističke infrastrukture i cikloturizma na području Grada, cikloturistima kako i biciklistima bi približili sve potencijalne turističke lokacije. Grad Živinice obiluje prelijepom prirodom, bogatim kulturnim, historijskim i religijskim naslijeđem. I sve to je nedaleko od samog centra grada, do kojih bi jednodnevni kako i višednevni turisti sa lakoćom mogli posjetiti na biciklu.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za pustolovnim/avanturističkim oblicima turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ Biciklistički klub Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	200.000 KM

PROJEKAT 2.5. VALORIZACIJA EKOTURISTIČKOG, KONZERVACIJSKOG I EDUKACIJSKOG POTENCIJALA ŠERIĆKE BARE

Kratak opis	Ciljevi projekta su istraživanje i promocija prirodnih vrijednosti Šerićke bare, kroz edukacijske aktivnosti i predlaganje mjera očuvanja i zaštite, a sve u svrhu podizanja interesa za očuvanjem prirode i razvoja održivog ekoturizma. Projekat ima za cilj i ukazati na mogućnost i način uključivanja bioloških vrijednosti u turističku ponudu i mogućnosti ekonomskog razvoja područja koji će biti zasnovano na očuvanju okoliša i biološke raznolikosti.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za proizvodima eko-turizma (npr. posmatranje ptica i ostalog životinjskog svijeta) ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via natura" Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	7.000 KM

PROJEKAT 2.6. VALORIZACIJA MOČVARA NA PODRUČJU GRADA ŽIVINICE

Kratak opis	Cilj projekta je izrada studije za predlaganje mjera restauracije močvara na području Grada Živinice, zagovaranje ciljnih grupa u planiranju restauracije i edukacija stanovništva o mjerama sprečavanja eutrofizacije vodenih ekosistema.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za proizvodima eko-turizma (npr. posmatranje ptica i ostalog životinjskog svijeta)
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via natura" Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	20.000 KM

PROJEKAT 2.7. PROMOCIJA EKOTURISTIČKIH I PRIRODNIH POTENCIJALA ŠUMSKOG KOMPLEKSA „DUBRAVA“ U FUNKCIJI OČUVANJA BIODIVERZITETA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Šumski kompleks Dubrava se u granicama Grada Živinice proteže na zapadu do Gračuna i na istoku do Rudine. Područje Rudine je u prostornom planu Grada Živinice prepoznato kako predio posebne prirodne ljepote, dok je potok Sušica izdvojen kako spomenik hidrološke prirode. Kompleks je prepoznat i od strane lokalnih mještana koji ga koriste kao izletišna područja. Iako prepoznat u lokalnoj zajednici kao izletište, kompleks nije dovoljno poznat široj javnosti imajući u vidu svoje prirodne i ekosistemske vrijednosti. Kompleks uglavnom leži na serpentinskoj geološkoj podlozi, koju jednim dijelom prekrivaju šume crnog i bijelog bora. Ovaj tip pejzaža u BiH je u prvom Nacionalnom izvještaju za Konvenciju o biodiverzitetu BiH prepoznat kao ekosistem reliktno-refugijalnog karaktera, koji pruža stanište rijetkim i endemskim biljnim vrstama. Promocija ekoturističkih potencijala šumskog kompleksa Dubrava bi obuhvatila aktivnosti preliminarnih istraživanja biodiverziteta, izradu brošura i letaka o kompleksu Dubrava, izradu i postavljanje info i promotivnih tabli sa prikazom bioloških vrsta, održavanje edukacije o značaju očuvanja prirode u školama i promociju putem društvenih mreža.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za proizvodima eko-turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Lokalni preduzetnici ▪ Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae"
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	5.000 KM

PROJEKAT 2.8. TEMATSKA RUTA „ŠUMA PRIČA“

Kratak opis	<p><i>Grad Živinice</i> raspolaže mnogobrojnim prirodnim resursima, uključujući šume koje imaju značajan potencijal za razvoj turizma u brdsko-planinskog području. Tematska ruta „Šuma priča“ oblikovana je kao program u trajanju od 7 dana u kome bi članovi Planinarskog društva „Drenik“ dočekali posjetioce /turiste te tokom 7 dana obišli sve lokalitete koje nudi zaštićeni pejzaž Konjuh, ali i kompletno urbano i ruralno područje Grada Živinice.</p>
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za odmorom u prirodi ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Planinarsko društvo „Drenik“ ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	10. 000 KM – 15.000 KM

PROJEKAT 2.9. KAJAK THRILL – RAJSKO JEZERO BAŠGOVCI

Kratak opis	<p>Rajsko jezero nalazi se u Bašigovcima. Dužina jezera je 400 metara, a širina 350 metara. Jezero ima uređen putni prilaz, i uređenu obalu koju upotpunjuje lijepo prirodno okruženje.</p> <p>Jezero je najaktuelnije u ljetnom periodu kada ga ponajviše koriste kupači. Iako jezero raspolaže velikom površinom, adekvatno uređenom obalom i nekropolom stećaka koja se nalazi odmah pored jezera, njegovi turistički potencijali su nedovoljno iskorišteni. Razlog tome je i nepostojanje pratećih sadržaja koji bi privukli različit profil turista. Kajak kao sport na vodi je sve popularniji i može biti odlična turistička ponuda kada je u pitanju Rajsko jezero Bašigovci, ne samo za sportiste i pojedince, već i za porodice.</p> <p>Kajak se može voziti kao jednosjed, dvosjed (dvoje odraslih i dijete do 9 godina) te kao četverosjed. Primarna skupina potencijalnih korisnika su sportisti, rekreativci, zatim porodice koje su uvijek u potrazi za zanimljivim, bližim, zabavnim i jeftinijim destinacija za vikend odmor, turisti i dijaspora čine treću skupinu kojima bi kajak tura na jezeru pružila poseban vid rekreacije i zabave.</p>
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za aktivnim odmorom ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ JP Horizontala ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	10. 000 KM

PROJEKAT 2.10. DANI AGROTURIZMA

Kratak opis	Cilj održavanja manifestacije "Dani agroturizma" jeste valorizacija prirodnih, historijskih i kulturnih resursa TK u cilju poticanja razvoja ruralnog turizma. Na taj dan očekujemo izlagače, porodice koje idu ka inicijativi dočeka u seoskom domaćinstvu, na štandovima od eko-materijala napravljenim i dekorisanim po kreativnosti izlagača. Također ponudu tradicionalne bh hrane, sokova rađeni u kućnoj radinosti seoskog domaćinstva, izlaganje prerađenih, pakovanih i identifikovanih domaćih proizvoda (logo,label,etiketa na npr.sokovima od maline, džem od šljive i sl.). Također fokus će se staviti na ponude, polaznika obuka agroturizma za odrasle i mlade, koji žele da idu ka razvoju inicijative agroturizma u svom privatnom domaćinstvu.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj ruralnog turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva ▪ Poticanje privatnih poljoprivrednih domaćinstava
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Lokalni preduzetnici ▪ Privatna poljoprivredna domaćinstva ▪ PREC Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	60. 000 KM

PROJEKAT 2.11. AGROTURIZAM – USAVRŠAVANJE I OPSTANAK MLADIH U RURALNOM PODRUČJU

Kratak opis	<p>Agroturizam je djelatnost u kojoj može biti uključena i ekonomski osnažena cijela porodica u dočeku u vlastitom imanju. Ovim projektom želimo da domaćinstva koja nisu u potpunost iskorištena da kroz obuku i školu agroturizama osobe koje žive na selu da svoje proizvode što rade za vlastitu potrebu a i ono što ostaje viška da pakujete u određenu adekvatnu ambalažu i prodajte na kućnom pragu, kao i prijem posjetilaca/turista ,noćenje, doručak, večera, obilazak lokaliteta, i slično.</p> <p>Glavni cilj obuke je da mlade osobe steknu znanja i vještine za samozapošljavanje u oblasti zelenog turizma ili agroturizma te na taj način ostanu i opstanu na ruralnim područjima Grada Živinice.</p>
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj ruralnog turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva ▪ Poticanje privatnih poljoprivrednih domaćinstava
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Mlade osobe (18 – 25 godina) s područja Grada Živinice ▪ Privatna poljoprivredna domaćinstva ▪ PREC Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	60. 000 KM

PROJEKAT 2.12. DIGITALNI MARKETING U RURALNOM TURIZMU

Kratak opis	Projekat Digitalni marketing - novi put do novih posjetilaca ima za cilj da edukuje mlade i odrasle iz oblasti ruralnog turizma i ugostiteljstva, poljoprivrede sa područja Tuzlanskog kantona o upotrebi interneta u promociji i privlačenju turista i načinu plasiranja domaćih proizvoda. Projekat se odvija u dvije faze. Prva faza podrazumijeva obuku učesnika/ca o nastupu na internetu i mogućnostima koje ono pruža u domenu promocije i prodaje. Druga faza će biti mentorska podrška polaznicima u primjeni naučenih znanja u trajanju od 30 dana od završetka obuke.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj ruralnog turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva ▪ Poticanje privatnih poljoprivrednih domaćinstava
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatna poljoprivredna domaćinstva ▪ PREC Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	40. 000 KM

PROJEKAT 2.16. RAZVOJ I PROMOCIJA PČELARSKOG TURIZMA

Kratak opis	Poboljšanje konkurentnosti BiH sektora pčelarstva promoviranjem boljih poljoprivrednih i okolišnih praksi, bolje produktivnosti i kohezivnosti lanca vrijednosti, efektivnosti i efikasnosti kroz razvoj pčelarskog turizma i pratećih sadržaja. Projektom je planirana izgradnja Instituta za pčelarstvo, sastavljenog iz: pogona za prijem, preradu, pakovanje i skladištenje meda i drugih pčelinjih proizvoda; pogona za izradu satnih osnova, pogona za izradu pčelinjih pogača, specijalizovanim prostorom za prodaju pčelarskog pribora i opreme, mašina i sredstava; vlastite labaratorije, multimedijalne sale i stacionarnog pčelinjaka za razvoj pčelarskog turizma, koji predstavlja tehničko tehnološku osnovu za izradu glavnog projekta i Pčelarskog doma na lokitetu „RUDINA“ ŽIVINICE GORNJE.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj eko-turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Udruženje za razvoj i podršku poljoprivrede “PČELICA”, Živinice Gornje
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	1.750.000 KM

PROJEKAT 2.17. RAZVOJ I PROMOCIJA LOVNOG TURIZMA

Kratak opis	<p>Konkurentnost lovstva i lovnog turizma podrazumijeva unaprjeđenje popratnih aktivnosti vezanih uz promociju lovstva i lovnog turizma i kontinuirano unaprjeđenje lovno-turističke ponude i usluga. Pretpostavka za ostvarenje ovog cilja je poticanje, organizovanje i uključivanje ugostiteljskog sektora i porodičnih poljoprivrednih domaćinstava kao ključnih interesnih grupa u proces urazvoja lovnog turizma i, posljedično, jačanje lokalne ekonomije. Razvoj i promocija lovnog turizma uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Osnivanje institucija, ustanova i drugih oblika pravnih tijela u svrhu razvoja lovstva i lovnog turizma kao pokretača ruralnog razvoja ▪ Obnova, unaprjeđenje i kategorizacija lovačkih domova u svrhu lovnog turizma ▪ Uključivanje porodičnih privatnih domaćinstava u lovni turizam ▪ Organizovanje, umrežavanje i promocija gastro ponude vezane uz lovačke specijalitete ▪ Izrada promotivnog materijala vezanog uz ponudu lovnog turizma na b/h/s i stranim jezicima
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj lovnog turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ NVO ▪ Porodična poljoprivredna domaćinstva
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	n/a

PROJEKAT 2.18. PROMOCIJA AKTIVNOSTI POSMATRANJA PTICA MOČVARICA NA PODRUČJU GRADA ŽIVINICE

Kratak opis	Ciljevi projekta su istraživanje ptica močvarica, kreiranje podloge za birdwatching i promocija aktivnosti birdwatchinga u turističkoj ponudi Grada Živinice
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj eko-turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Udruženje za zaštitu prirode i biodiverziteta "Via naturae"
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	15. 000 KM

PROJEKAT 2.19. OMLADINSKI TURIZAM – ODRED IZVIĐAČA „CROA“ Živinice

Kratak opis	Okupljanje i pomaganje , radi razvoja punih fizičkih, umnih, društvenih i duhovnih potencijala mladih ljudi, kao pojedinaca, odgovornih građana i članova lokalnih, nacionalnih i međunarodnih zajednica. Uključivanje mladih, u godinama formiranja, u proces neformalnog obrazovanja Izviđački metod postepenog samoobrazovanja radom u malim grupama, uz podršku odraslih koji su spremni i sposobni da iznesu svoju obrazovnu ulogu progresivne i stimulativne programe raznih aktivnosti, Zasnovane na potrebama djece i mladih, uključujući igre, korisne vještine i služenje društvu, koji se uglavnom odigravaju na otvorenom prostoru u dodiru sa prirodom Korištenje specifičnih metoda koje svakog pojedinca čine glavnim činiocem svog razvoja, kao osobe koja se oslanja na sebe, koja je spremna da pruži podršku, koja je odgovorna i posvećena provođenju Misije Svjetske skautske organizacije Pružanje pomoći na uspostavljanju sistema vrijednosti zasnovanog na duhovnim, socijalnim i ličnim principima, kako je to iskazano u izviđačkom Zavjetu i Zakonu
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj omladinskog turizma
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Odred izviđača "Crao" Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	75. 000 KM

PROJEKAT 2.22. MEĐUNARODNI FESTIVAL TRADICIJE I UMJETNOSTI

Kratak opis	Međunarodni festival tradicije i umjetnosti je festival namijenjen domaćim i inostranim turistima, a cilj je predstavljanje lokalne kulture i običaja. Posjetiocu/turisti bi imali priliku da se upoznaju sa lokalnom kulturom, tradicijom, ali i prirodnim resursima Grada Živinice. Osnovni ciljevi projekta su: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Animiranja građana, upoznavanja i korištenje različitih resursa i međusobne saradnje. ▪ Osigurati promociju naše kulture, umjetnosti, turizma i sporta. ▪ Sklapati prijateljstva sa ostalim inostranim društvima i samim time razmijeniti upoznavanje lokalne kulture i tradicije. ▪ -Unapređenje kulturno-društvenog života građana
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj kulturnog turizma
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ KUD Modrački mornari ▪ Lokalni preduzetnici ▪ Lokalno stanovništvo
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	4. 000 KM

PROJEKAT 2.23. TRAKTORIJADA

Kratak opis	Nadmetanje u disciplinama kao što su nadvlačenje traktora, odmjeravanje snage, poligonska vožnja traktorske prikolice u rikverc, prevrtanje traktorske gume, takmičenje u oranju, trka traktora i najmlađih u džakovima.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj avanturističkog/pustolovnog turizma i turizma u ruralnom područjima
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Mjesna zajednica Bašigovci ▪ Lokalno stanovništvo
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	5. 000 KM

PROJEKAT 3.1.1. PROŠIRENJE I NADOGRADNJA HOTELA „PRESIDENT“

Kratak opis	Projekt nadogradnje i proširenja objekta Hotel President se primarno odnosi na izgradnju infrastrukturnog sadržaja uz već izgrađeni objekat. Novi nadograđeni objekt bi nudio kako samo fizičko povećanje prostora, tako i proširenje turističke i ugostiteljske ponude Hotela President. U novom objektu bi se nalazio luksuzno opremljeni gala svadbeni salon kapaciteta 400 mesta, proširenje smještajnih kapaciteta - odnosno još cca 20 soba sa nekih 45 ležaja. Osim toga, za vanhotelske goste na raspolaganju bi bilo korištenje spa centra - Oaza mira, te korištenje savremeno opremljene teretane. Osim ugostiteljskih sadržaja na raspolaganju bi bilo par poslovnih prostora za iznajmljivanje drugim licima, ali pretežno namijenjenim frizerskim salonima, kozmetičkim salonima, turističkim agencijama, trafikama, supermarketima, rent a car agencijama i slično.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izgradnja turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Vega-Mix doo Živinice ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	3.000.000 KM – 4.000.000 KM

PROJEKAT 3.1.2. PROVEDBA URBANISTIČKOG PROJEKTA „HOTEL KONJUH“ ŽIVINICE

Kratak opis	Poduzimanje aktivnosti neophodnih za provedbu urbanističkog projekta „Hotel Konjuh“ Živinice
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izgradnja turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Lokalni preduzetnici ▪ Javna preduzeća
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	n/a

PROJEKAT 3.1.3. RAZVOJNI KONCEPT KOMPLEKSA BAZENA „TOPLICA“

Kratak opis	Napraviti detaljan projektni prijedlog izgradnje/rekonstrukcije kompleksa bazena „Toplica, izraditi projektu dokumentaciju, riješiti imovinsko-pravne odnosa na pomenutom interesnom području te uspostaviti partnerstvo sa privatnim investitorima ili javnim preduzećima.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izgradnja turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Lokalni preduzetnici ▪ Javna preduzeća
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	3.000.000 KM

PROJEKAT 3.1.4. SPORTSKO-REKREATIVNI KAMP „RAJSKO JEZERO“

Kratak opis	<p>Na području Grada Živinice, sportsko-rekreativni ribolov je u ekspanziji, što potvrđuje i podatak da UG SR Mrena Živinice trenutno broji preko 800 aktivnih članova. UG SR Mrena je odlučna u namjeri poboljšana organizacione strukture te uslova bavljenjem ovim sportom. S tim u vezi, jedan od projekata koji UG SR Mrena namjerava sprovesti jeste i stavljanje u funkciju „Rajskog jezera“ koje se nalazi u neposrednoj blizini centra grada, tačnije na lokaciji u MZ Bašigovci. Ova lokacija predstavlja idealno mjesto za organizaciju raznoraznih aktivnosti koje bi za cilj imale povećanje interesovanja za sportsko-rekreativni ribolov. Realizacija projekta podrazumijeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ određivanje adekvatne lokacije za razvoj kampa polazeći od načela dostupnosti, sigurnosti i izdvojenosti, mogućnosti za izgradnju smještaja (uobičajeno jednostavniji/drveni objekti) te zajedničkih prostora (sanitarni čvorovi, dvorane za prehranu i druženje, prostori za edukaciju i programe kao i različite aktivnosti na otvorenom); ▪ određivanje poželjnog tržišnog pozicioniranja, ▪ procjenu tržišnog potencijala te ekonomskih efekata poslovanja
-------------	---

	<p>kampa; rezervaciju prostora za razvoj kampa kao i usklađivanje prostorno planskih dokumenata s postavljenom koncepcijom razvoja kampa, razvoj upravljačko-vlasničkog modela;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ prezentaciju projekta potencijalnim investitorima; ▪ implementaciju transparentnog javnog poziva za privlačenje potencijalnih investitora
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za aktivnim odmorom – sportsko-rekreativnim ribolovom ▪ Poticanje privatnog preduzetništva ▪ Povećanje ekonomске aktivnosti
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Turistička zajednica TK ▪ UG Mrena Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	35.000 KM

PROJEKAT 3.1.5. MEĐUNARODNI BICIKLISTIČKI KAMP ZA DJECU

Kratak opis	<p>Priprema koncepta razvoja specifične ponude 'međunarodnog biciklističkog kampa' za smještaj djece i omladine na području Grada Živinice. Realizacija projekta podrazumijeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ određivanje adekvatne lokacije za razvoj kampa polazeći od načela dostupnosti, sigurnosti i izdvojenosti, mogućnosti za izgradnju smještaja (uobičajeno jednostavniji/drveni objekti) te zajedničkih prostora (sanitarni čvorovi, dvorane za prehranu i druženje, prostori za edukaciju i programe kao i različite aktivnosti na otvorenom); ▪ određivanje poželjnog tržišnog pozicioniranja, ▪ procjenu tržišnog potencijala te ekonomskih efekata poslovanja kampa; rezervaciju prostora za razvoj kampa kao i usklađivanje prostorno planskih dokumenata s postavljenom koncepcijom razvoja kampa, razvoj upravljačko-vlasničkog modela; ▪ prezentaciju projekta potencijalnim investitorima; ▪ implementaciju transparentnog javnog poziva za privlačenje potencijalnih investitora
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za djecu i odmor ▪ Poticanje privatnog preduzetništva ▪ Povećanje ekonomске aktivnosti
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Turistička zajednica TK ▪ Privatni preduzetnici ▪ Biciklistički klub Živinice
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	10.000 KM

PROJEKAT 3.1.6. UREĐENJE IZLETIŠTA RIJEKE KRIVAČA

Kratak opis	Prostor oko rijeke Krivač mogao bi da bude jedan od najpopularnijih turističkih sadržaja na području Grada Živinice. Osnovni cilj projekta jeste uređenje odmarališta u prirodnom ambijentu na nekoliko lokacija u dužini od 2 km uz riječni tok planinskog bisera koji može funkcionisati tokom cijele turističke sezone. Istovremeno, cilj projekta ogleda se u zaštiti ekološkog staništa u dijelu rijeke Krivače, koja se odlikuje posebnim biološkim i zoološkim diverzitetom.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za odmorom u prirodi ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ UG Mrena Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	600.000 KM

PROJEKAT 3.1.7. DOGRADNJA I MODERNIZACIJA POSTOJEĆEG KARTODORMA NA AERODROMU CILJUGE

Kratak opis	<i>Grad Živinice</i> je jedina sredina u TK na kojoj postoji karting staze na otvorenom. Staza je u lošem stanju ali je ipak u funkciji. Dužina staze je 600 m. Postojeću stazu je potrebno dograditi i modernizovati kako bi se na stazi mogle organizovati međunarodna takmičenja.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za pustolovnim/avanturističkim oblicima turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ Karting klub Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	281.000 KM

PROJEKAT 3.1.8. IZRADA IDEJNOG I GLAVNOG PROJEKTA IZGRADNJE SPORTSKOG ASERODORMA CILJUGE (u okviru postojećeg aerodroma Ciljuge - Kasarna Ciljuge)

Kratak opis	Izrada studije opravdanosti i izvodivosti izgradnje sportskog asedroma Ciljuge
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za pustolovnim/avanturističkim oblicima turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ Karting klub Živinice
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	n/a

PROJEKAT 3.1.9. CENTAR ZA POSMATRANJE PTICA – MODRAC

Kratak opis	Projektom će se postići viši nivo turističke ponude Grada Živinice s naglaskom na očuvanje biološke raznolikosti. Ovaj Projekat će dati veliki doprinos u razvoju malog i srednjeg poduzetništva i otvaranju novih radnih mjeseta. Radit će se na poboljšanju javne turističke infrastrukture kako bi se razvio i promovirao novi turistički proizvod Grada Živinice - posmatranje ptica. Osim toga radit će se na upoznavanju šire javnosti sa novom destinacijom turističkog tržišta.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usmjereni razvoj tržišno održive specifične ponude za turiste koji su u potrazi za proizvodima eko-turizma ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Privatni preduzetnici ▪ EU Jezero
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	200.000 KM

PROJEKAT 3.1.10. IZGRADNJA ŠADRvana U DVORIŠTU DŽAMIJE DŽEBARI

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Urediti ambijent u dvorištu džamije u Džebarima ▪ Izgraditi natkriveni objekat - šadrvan
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	20.000 KM

PROJEKAT 3.1.11. UNAPREĐENJE INFRASTRUKTURE - DŽAMIJA DŽEBARI

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unapređenje infrastrukture (sanitarni čvor i česma) u okviru vjerskog objekta džamija Džebari
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	10.000 KM

PROJEKAT 3.1.12. UREĐENJE POSTOJEĆEG OBJEKTA VODENICA „ŠERIĆKA“

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ U skladu s turističkim trendovima, nužno je poticati povezivanje turizma i poljoprivredne djelatnost Grada Živinice. U tom se smislu preporuča obnova i turistička valorizacija Vodenice „Serićka“.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	17. 933 KM

PROJEKAT 3.1.13. REVITALIZACIJA VODENICA NA PODRUČJU GRADA ŽIVINICE

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ U skladu s turističkim trendovima, nužno je poticati povezivanje turizma i poljoprivredne djelatnost Grada Živinice. U tom se smislu preporuča obnova i turistička valorizacija starih vodenica u obliku interpretacijskih centara putem kojih bi se turiste i sve zainteresirane upoznalo s dugom tradicijom poljoprivrede Grada Živinice. Interpretacijski centar – VODENICA bi po uzoru na slične centre u svijetu uključivao: interpretacijsku cjelinu – upoznavanje s historijskom i tradicijom mlinarstva, ekomuzej o mlinarstvu, sala za manje skupove, prezentacije i degustacije te suvenirnicu.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	n/a

PROJEKAT 3.1.14. DODATNA REKREATIVN, EDUKACIJSKA, ZABAVNA I UGOSTITELJSKA AKTIVIZACIJA PODRUČJA ŠUMSKOG KOMPLEKSA DUBRAVA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uz osiguranje maksimalne zaštite prirodnog resursa, uspostavljanjem edukativnih, zabavnih i odmorišno-rekreativnih sadržaja, područje šumskog kompleksa Dubrava ima potencijal da doprinese povećanju kvaliteta života lokalnog stanovništva, ali i turističkoj atraktivnosti Grada Živinice. U tom smislu, projektom se žele osmislići i realizovati mјere koje će osigurati da se zapušteni sadržaji obnove ili prenamjene, odnosno da se uspostave novi sadržaji koji će zajedno osigurati aktivizaciju područja. Realizacija projekta podrazumijeva: identifikovanje dobrih i loših strana predložene upotrebe prostora u kontekstu alternativnih sadržaja, potrebnih investicija te njihove ekonomske opravdanosti uključujući i sagledavanje ukupnih efekata projekta (analiza troškova i koristi projekta); razradu upravljačko-vlasničkog modela; izradu projektnog zadatka i javnu raspravu, prilagođavanje prostorno planskih dokumenata odabranom idejnom rješenju kao i izradu projektne dokumentacije; osiguranje finansijskih sredstava za realizaciju projekta iz budžetskih sredstava, sponzorstava te EU strukturnih fondova kao i eventualnih oblika javno-privatnog partnerstva.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Lokalni preduzetnici
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	N/a

PROJEKAT 3.1 .15. UREĐENJE BICIKLISTIČKIH STAZA

Kratak opis	<p>Projekat uređenja biciklističke staze implementirat će se u 6 faza:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Biciklistička staza FAZA 1 – CILJUGE – Pista ▪ Biciklistička staza FAZA 2- CILJUGE- ulica Sadnice i pored Gradskog groblja ▪ Biciklistička staza FAZA 3- NASIP- Nasipom do ulice Dubravska ▪ Biciklistička staza FAZA 4- ulica Dubravska- do raskrsnice sa M 18 ▪ Biciklistička staza FAZA 5- Od raskrsnice sa M 18 kroz ulicu II kraiške brigade do raskrsnice sa Topličkom ulicom ▪ Biciklistička staza FAZA 6- Toplička ulica CILJUGE
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj pustolovog/avanturističkog turizma: biciklizam i aktivam odmor ▪ Poticanje privatnog preduzetništva
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grad Živinice ▪ Privatni preduzetnici
Važnost projekta	Visok prioritet

Procijenjeni iznos	420.000 KM
--------------------	------------

PROJEKAT 3.1.16. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA I INTERPRETACIJA

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Na osnovu identifikovanih turističkih sadržaja izraditi i postaviti turističku signalizaciju u dovoljnoj mjeri koja će olakšati put do svakog lokaliteta/destinacije na jednostavan i precizan način.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ Turistička organizacija Grada Živinice ▪ Agro Logistika d.o.o.
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	na

PROJEKAT 3.1.17. IDENTIFIKACIJA I VALORIZACIJA HIDROGRAFSKIH TURISTIČKIH ATRAKTIVNOSTI GRADA ŽIVINICE

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turistička valorizacija predstavlja procjenu vrijednosti turističkih atraktivnosti, a odnose se na njihovu pojavu, objekte i prostor koji imaju, pored ostalih karakteristika i svojstvo da su atraktivni (interesantni) za turiste i da kroz njih turisti mogu zadovoljiti svoju turističku, posebno kulturnu ili rekreativnu potrebu. Turističkim atraktivnostima nazivamo sve prirodne i antropogene vrijednosti koje imaju unikatni sadržaj te kao takvi predstavljaju osnovni podsticaj za dolazak turista. Cilj projekta ogleda se u mapiranju i valorizaciji hidrografskih turističkih atraktivnosti na području Grada Živinice kako bi se uspostavila sveobuhvatna osnova za planiranje i implementaciju projekata revitalizacije hidrografskih turističkih atraktivnosti.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ TK
Važnost projekta	Visok prioritet
Procijenjeni iznos	na

**PROJEKAT 3.1.18. TURISTIČKA VALORIZACIJA I INTERPRETACIJA PEĆINA NA PODRUČJU
GRADA ŽIVINICE**

Kratak opis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turističko vrednovanje špilja, jama i pećina koristi se u svrhu obogaćivanja turističke ponude destinacije i sveukupnog turističkog doživljaja. Nerijetko se u svjetskoj turističkoj praksi špilje, kao kolijevke čovječanstva, povezuju s kulturno-historijskim naslijeđen u cilju osmišljavanja zaokružene turističke priče. Turistička valorizacija špiljske baštine ogleda se u sljedećim aktivnostima i sadržajima: (a) vođeni razgled špilja; (b) vanturistički obilazak, pustolovno špiljarenje i (c) edukacija. Preduslovi za realizaciju ovog projekta su: dostupnost i uređenje prilaza pećinama; turističko uređenje pećina te izgradnja potrebne turističke infrastrukture.
Očekivane koristi od projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razvoj turističke infrastrukture
Nosioci i partneri projekta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Grad Živinice</i> ▪ TK
Važnost projekta	Srednji prioritet
Procijenjeni iznos	na