

UNIVERZITET U SARAJEVU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**ULOGA KREATIVNIH I KULTURNIH INDUSTRIJA U RAZVOJU
TURISTIČKE DESTINACIJE**

Sarajevo, septembar 2024.

ŠEJLA KUNIĆ

U skladu sa članom 54. Pravila studiranja za I, II ciklus studija, integrisani, stručni i specijalistički studij na Univerzitetu u Sarajevu, daje se

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Ja, **Šejla Kunić**, student/studentica drugog (II) ciklusa studija, broj index-a **5322-70546** na programu **Ekonomija**, smjer **Globalna ekonomija i evropske integracije**, izjavljujem da sam završni rad na temu:

ULOGA KREATIVNIH I KULTURNIH INDUSTRIJA U RAZVOJU TURISTIČKE DESTINACIJE

pod mentorstvom **Prof. dr Merima Činjurević** izradio/izradila samostalno i da se zasniva na rezultatima mog vlastitog istraživanja. Rad ne sadrži prethodno objavljene ili neobjavljene materijale drugih autora, osim onih koji su priznati navođenjem literature i drugih izvora informacija uključujući i alate umjetne inteligencije.

Ovom izjavom potvrđujem da sam za potrebe arhiviranja predao/predala elektronsku verziju rada koja je istovjetna štampanoj verziji završnog rada.

Dozvoljavam objavu ličnih podataka vezanih za završetak studija (ime, prezime, datum i mjesto rođenja, datum odbrane rada, naslov rada) na web stranici i u publikacijama Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta.

U skladu sa članom 34. 45. i 46 Zakona o autorskom i srodnim pravima (Službeni glasnik BiH, 63/10) dozvoljavam da gore navedeni završni rad bude trajno pohranjen u Institucionalnom repozitoriju Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta i da javno bude dostupan svima.

Sarajevo, 10.9.2024.

Šejla Kunić:_____

SAŽETAK

Kreativne industrije predstavljaju sintezu kulture, tehnologije, nauke i trgovine. Kreativna industrija utiče na očuvanje kulture, zajedničkih vrijednosti i društvenih ciljeva, samim time ima direktan uticaj na motivaciju na samom individualnom nivou, koji je neophodan za postizanje kolektivnih rezultata i makroekonomskih uticaja BDP-a zemlje. Kreativni turizam obuhvata različite segmente od kojih izdvajamo: umjetnički, kulinarski, muzički, literarni, eko-turizam, fotografski, dizajnerski, različite manifestacije i festivale.

Kreativni turizam je privlačan mnogim zemljama iz razloga što je kultura i kreativnost dostupna svugdje, privlači turiste koji su spremni izdvojiti značajna finansijska sredstva, aktivnosti i povezivanje sa kulturom privlači sve više komercijalnih ponuda, turisti u navedenom segmentu troše oko jednu trećinu više u odnosu na druge turiste.

Kreativni turizam možemo posmatrati kao inovacije u turizmu koje za cilj imaju unapređenje turističke ponude i eliminaciju ili umanjeње određenih barijera i prepreka koje se susreću kod tradicionalnog turizma. Kreativni turizam predstavlja spoj različitih aspekata i segmenata među kojima izdvajamo segmente kulture, umjetnosti i kreativne industrije. Primjena savremene tehnologije u kreativnoj industriji omogućava dodatno proširenje turističke ponude i unapređenje turističkog iskustva, te povećanje stepena interakcije.

Kreativni turizam je važan zbog činjenice da adekvatna strategija i implementacija može pružiti bolji i kvalitetniji život lokalnom stanovništvu uz očuvanje autentičnosti. Plan za kreiranje kreativnog turizma treba da obuhvati kreativni život destinacije, upotrebu postojećih resursa na kreativan način, jačanje identiteta i prepoznatljivosti (izgradnja imidža i brenda), otkrivanje putem preispitivanja, kreiranje plana obrazovanja i samoostvarenja, kreiranje atmosfere za određeno područje ili lokaciju, ponovno oživljavanje mjesta.

Kreativnost je postala strategija u stvaranju mjesta, pri čemu gradovi i regije traže načine da povećaju svoju privlačnost za kreativnu klasu, podrže kreativne industrije ili postanu „kreativni gradovi“. Važan aspekt kreativnog turizma jeste samoodrživost i kreiranje nove vrijednosti u okvirima postojeće tradicije i kulturnog naslijeđa. Turističke aktivnosti imaju značajan uticaj na proizvodnju roba i usluga lokalne zajednice što utiče na aktivnosti i zahtjeve iz segmenta smještaja, prevoza, restorana, masaža, uslužnih aktivnosti poput frizerskih salona.

Ekonomski aspekt prvenstveno je diverzifikacija koja se odnosi na smanjenje ovisnosti od tradicionalnih izvora turističkog prihoda. Društveni aspekt kreativnog turizma ima veliki značaj i ulogu u segmentu očuvanja kulturnog naslijeđa koji pomaže u očuvanju, održavanju i razvoju tradicionalnih vrijednosti u cilju kreiranja autentičnih iskustava.

Kada govorimo o kreativnom turizmu Bosne i Hercegovine, tada možemo da govorimo o bogatoj kulturi, tradiciji i historijskom naslijeđu, koji jeste kombinacija kulture zapada i

istoka, a njegov uticaj se ogleda kroz razvoj unikatnog identiteta, umjetničkog izraza, gastronomske ponude, različitih zanatskih i tradicionalnih proizvoda, različitih prirodnih ljepota u sva četiri godišnja doba.

Grad Visoko je poznat po svom kulturno-historijskom naslijeđu, značajnim brojem historijskih lokacija i istraživačkih lokaliteta. Ključni pokretači primjene koncepta i principa kreativne industrije i kreativnog turizma se prvenstveno odnose na veći broj benefita. Jedan od važnih aspekata budućeg razvoja jeste kreiranje strategije koja može da podrazumijeva veći stepen uključenosti javnog i privatnog partnerstva.

Na osnovu istraživanja i analize, moguće je zaključiti da Grad Visoko ima veliki broj atrakcija i potencijala za razvoj kreativnog turizma koji predstavlja jednu od važnih perspektiva budućeg razvoja, ekonomskog rasta, očuvanja kulturnog i historijskog naslijeđa, kao i povećanje stepena diverzifikacije i samoodrživosti.

Ključne riječi: kreativna industrija, kreativni turizam, inovacije i samoodrživost u turizmu

ABSTRACT

Creative industries represent a synthesis of culture, technology, science, and commerce. They influence the preservation of culture, shared values, and social goals, thus directly impacting individual motivation, which is essential for achieving collective results and macroeconomic impacts on the country's GDP. Creative tourism encompasses various segments, including artistic, culinary, musical, literary, eco-tourism, photography, design, and various events and festivals.

Creative tourism attracts many countries because culture and creativity are available everywhere, drawing tourists willing to spend significant financial resources. The activities and connection with culture attract more commercial offerings, with tourists in this segment spending about a third more than other tourists. Creative tourism can be seen as innovations in tourism aimed at improving the tourism offer and eliminating or reducing certain barriers encountered in traditional tourism.

Creative tourism represents a blend of different aspects and segments, including culture, art, and creative industries. The application of modern technology in creative industries allows for further expansion of the tourism offer, enhancement of the tourist experience, and increased interaction. Creative tourism is important because an adequate strategy and implementation can provide a better and higher quality of life for the local population while preserving authenticity.

A plan for creating creative tourism should encompass the creative life of the destination, the use of existing resources in a creative way, strengthening identity and recognition (building image and brand), discovery through questioning, creating an education and self-fulfillment plan, creating an atmosphere for a specific area or location, and revitalizing places. Creativity has become a strategy in place-making, with cities and regions seeking

ways to enhance their attractiveness to the creative class, support creative industries, or become "creative cities."

An important aspect of creative tourism is sustainability and the creation of new value within the existing tradition and cultural heritage. Tourist activities significantly impact the production of goods and services in the local community, affecting activities and demands in accommodation, transportation, restaurants, massages, and service activities like hair salons. The economic aspect primarily relates to diversifying the economic base, reducing dependence on traditional sources of tourism income. The social aspect of creative tourism is significant in preserving cultural heritage, helping to maintain and develop traditional values to create authentic experiences.

When discussing creative tourism in Bosnia and Herzegovina, one can refer to its rich culture, tradition, and historical heritage, which is a blend of Western and Eastern cultures. Its influence is reflected in developing a unique identity, artistic expression, culinary offerings, various crafts and traditional products, and natural beauties in all four seasons. The city of Visoko is known for its history, cultural heritage, numerous historical sites, and research locations.

Key drivers for applying the concept and principles of creative industries and creative tourism primarily relate to the numerous benefits. One important aspect of future development is creating a strategy that can include a greater degree of public and private partnership.

Based on research and analysis, it can be concluded that the City of Visoko has a significant number of attractions and potential for the development of creative tourism. This represents one of the important perspectives for future development, economic growth, the preservation of cultural and historical heritage, as well as an increase in diversification and sustainability.

The city of Visoko boasts a significant number of tourist attractions and activities available year-round, with a greater focus during the spring and summer seasons. There are numerous small entrepreneurs from various segments who provide different services to tourists, primarily in the service industry. There is substantial room for improvement in this segment through interaction and networking with other entrepreneurs in both rural and urban areas.

Keywords: creative industry, creative tourism, innovations, sustainability in tourism

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	6
1.2. Ciljevi istraživanja	6
1.3. Istraživačka pitanja.....	6
1.4. Metodologija istraživanja.....	7
1.5. Struktura rada.....	7
2. KREATIVNI TURIZAM: INTERAKCIJA KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA I TURIZMA	8
2.1. Vrste kreativnog turizma	14
2.2. Uloga i značaj kreativnog turizma	15
2.3. Važnost lokalne zajednice u izgradnji kulturnih i kreativnih industrija i turizma	17
3. EKONOMSKI, DRUŠTVENI I OKOLINSKI ASPEKTI RAZVOJA KREATIVNOG TURIZMA	19
3.1. Ekonomski aspekti kreativnog turizma	20
3.2. Društveni aspekt kreativnog turizma	22
3.3. Uticaj kreativnog turizma na okoliš	23
4. KREATIVNI TURIZAM I LOKALNA ZAJEDNICA: ISTRAŽIVANJE	24
4.1. Analiza trenutnih aktivnosti iz segmenta kreativnog turizma u Gradu Visokom.....	24
4.2. Arheološko-turistički park Bosanskih piramida – Ravne 2 (Case study)	33
4.3. Pokretači i barijere razvoja kreativnog turizma u Gradu Visokom: perspektiva kreativnih preduzetnika i gradske vlasti	44
4.4. Rezultati provedenog istraživanja	52
4.5. Budućnost kreativnog turizma i lokalne zajednice	55

5. ZAKLJUČAK	58
REFERENCE.....	61
PRILOZI.....	67
Prilog 1	1

POPIS TABELA

Tabela 1. SWOT matrica turističkih potencijala Grada Visokog	45
Tabela 2. SWOT matricu Grada Visokog	49

POPIS SLIKA

Slika 1. Komparacija koncepta turističke ponude UAE vs Oman.....	4
Slika 2. Prikaz iz dokumentarca, Guizhou	18
Slika 3. Grad Visoko.....	26
Slika 4. Prikaz dijela potencijalnih turističkih atrakcija za kreativni turizam u Gradu Visokom	26
Slika 5. Prikaz parka Ravne 2, Visoko.....	35
Slika 6. Mapa kompleksa Ravne 2, Visoko.....	35
Slika 7. Prikaz većeg broja atrakcija Arheološko-turistički park Bosanskih piramida.....	38
Slika 8. Vincenta Van Gogha, slika „Zvezdana noć“	57

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Koji su potencijalni ekonomski benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu?.....	53
Grafikon 2. Koje prednosti kreativni turizam donosi vašoj zajednici?.....	53
Grafikon 3. Koji su potencijalni socijalni i kulturni benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu?.....	54

1. UVOD

Kreativne industrije predstavljaju sintezu kulture, tehnologije, nauke i trgovine. Kreativna industrija sadrži elemente umjetničkih i intelektualnih aktivnosti koje su povezane sa društvenim i razvojnim aspektima. Prema podacima koji su prezentirani u UNESCO-u iz 2013. godine moguće je zaključiti da kreativna ekonomija ima važnu i značajnu ulogu i predstavlja jednu od najbrže rastućih sektora ekonomije. Prema podacima UNCTAD-a, globalni izvoz kreativnih proizvoda povećao se sa 419 milijuna američkih dolara 2010. godine na 524 milijuna američkih dolara do 2020. godine, dok je svjetski izvoz kreativnih usluga porastao sa 487 milijardi američkih dolara na gotovo 1,1F bilijun američkih dolara tokom istog razdoblja (UNCTAD, 2022). Za stabilan razvoj kreativne industrije neophodno je "količinu" zamijeniti sa "kvalitetom" (Martinaitytė i Kregždaitė, 2015).

Kreativna industrija predstavlja značajan potencijal za ekonomski rast i razvoj u cilju povećanja ekonomskih aktivnosti i kreiranja novih radnih mjesta. Dodatno, kreativna industrija utiče na očuvanje kulture, zajedničkih vrijednosti i društvenih ciljeva, što utiče, između ostalog na motivaciju na individualnom nivou, za postizanje kolektivnih rezultata i makroekonomskih uticaja na BDP zemlje (Throsb, 2010).

Mjesto nastanka kreativne industrije je iz kulturnog sektora, koji predstavlja temelj umjetničke djelatnosti, lokalne kulture, lokalnog ekonomskog razvoja, društvene vrijednosti i dr. Postoji tendencija stapanja kulturne industrije u kreativnu industriju, gdje različiti pokazatelji blagostanja i indeksi sreće predstavljaju važne faktor (Tubadji, Osoba i Nijkamp, 2014).

Osnovni koncept interakcije kultura i kreativnosti predstavlja osnovu kreativne industrije i turizma. Važan aspekt kreativnog turizma predstavlja posebna i unikatna ponuda određene mikro lokacije koja se odnosi npr. na kulturnu ponudu, saradnju različitih oblasti kao što je umjetnost, kulinarsstvo, prirodu, eko-turizam, različite programe i inovacije u turizmu, koje turističke ponude predstavlja kroz unikatni aspekt.

Kreativni turizam obuhvata različite segmente od kojih izdvajamo: umjetnički, kulinarski, muzički, literarni, eko-turizam, fotografski, dizajnerski, različite manifestacije, festivale i dr. Kreativnost i inovativnost se ogleda u spajanju većeg broja različitosti koje su specifične za određeno mjesto ili geografsku lokaciju.

Kada govorimo o kreativnom turizmu, tada možemo istaći da je riječ o jednoj novoj formi turističkog proizvoda i potencijala, koji značajno utiče na promjenu u turizmu prvenstveno kreirajući novi stepen diferencijacije i turističkog iskustva. Kulturni turizam bilježi značajan trend rasta i prema projekcijama će imati pozitivan trend u budućnosti. Kulturni turizam pored ekonomskih i kulturnih benefita, također utiče na ruralnu migraciju, utiče na generisanje prihoda iz samoodrživih aspekata djelovanja lokalne zajednice.

Kreativni turizam je privlačan mnogim zemljama iz razloga što je kultura i kreativnost dostupna svugdje, privlači turiste koji su spremni izdvojiti značajna finansijska sredstva, aktivnosti i povezivanje sa kulturom privlači sve više komercijalnih ponuda, turisti u navedenom segmentu troše oko jednu trećinu više u odnosu na druge turiste (Kiage, 2018).

Značaj kreativnog turizma se ogleda u diferencijaciji destinacija kroz kreiranje personaliziranih iskustava različitih elemenata (umjetnost, okruženje, kulinarstvo, historija i dr.). Kreativni turizam predstavlja aspekt i polugu za povećanje ekonomske aktivnosti kroz očuvanje kulturnog naslijeđa, identiteta i autentičnosti. U značajnom aspektu, kreativni turizam zahtjeva očuvanje lokalne autentičnosti i doprinosi kreiranju održivog turizma, koji također podrazumijeva očuvanje ekosistema i tradicije.

Kada govorimo o kreativnom turizmu Bosne i Hercegovine, tada možemo da govorimo o bogatoj kulturi, tradiciji i historijskom naslijeđu, koji jeste kombinacija kulture zapada i istoka, a njegov uticaj se ogleda kroz razvoj unikatnog identiteta, umjetničkog izraza, gastronomske ponude, različitih zanatskih i tradicionalnih proizvoda, različitih prirodnih ljepota u sva četiri godišnja doba. Navedeni aspekti vode kreiranju unikatnih i personaliziranih doživljaja, koji putem kreativnog turizma omogućavaju povećanje stepena sinergije između različitih oblasti i većeg stepena lokalne integracije.

Kreativni turizam ima određene odlike, koje se značajno razlikuju u odnosu na tradicionalni turizam (Kiage, 2018): temeljne vrijednosti mogu se odnositi na nematerijalne resurse, kulturno naslijeđe, vrlo male investicije u izgradnji turističkih atrakcija, poticanje interakcije lokalnog stanovništva i posjetioca, postojanje zasićenija klasičnim konzumiranjem usluga i servisa. Kreativna industrija doprinosi kreiranju unikatnog mjesta i okruženja koja, uz adekvatnu strategiju razvoja i samoodrživosti može rezultirati međunarodnom prepoznatljivošću.

Važan aspekt u kreiranju međunarodnog predstavlja primjena različitih digitalnih tehnologija poput online promocija i marketinga, prisustvo na društvenim mrežama, kreiranje online aplikacija za turiste, online prezentacija, pojednostavljenje sistema online rezervacija i kupovine ulaznica, personalizacije putovanja i korisničkog iskustva, a u konačnici kreiranje sistema povratnih informacija putem sistema recenzija i ocjena.

Kada govorimo o ekonomskim aspektima kreativnog turizma, tada su neizostavni aspekti kao što je zapošljavanje lokalne radne snage, povećanje potrošnje i prihoda, podsticaj poduzetništva i stvaranje nove vrijednosti, kreiranje partnerstva, održivost ekonomskog razvoja u dužem periodu.

Važan aspekt kreativne ekonomije jeste princip koji se temelji na obilju, a ne na ograničenosti resursa. Glavni akteri su ljudi, znanje i kreativnost. Kreativna ekonomija je ekonomija saradnje i sinergije. Za navedene aspekte je važno kreiranje adekvatne politike i atmosfere koja se odnosi na osiguravanje inovacija i ideja, samospoznaje i kreativnosti, razvoj kulturne baštine i njenog očuvanja (Guilherm, 2017).

Sama kreativna ekonomija i industrija je horizontalna i predstavlja evoluirajući koncept koji potiče generisanje nove vrijednosti, integraciju ekonomije – kulture – društva uz korištenje različite tehnologije, intelektualnog vlasništva i turizma (Guilherm, 2017).

Kada govorimo o kreativnom turizmu, važno je istaći sedam elemenata kulture: oprema za život (odjeća, sklonište, oruđa, pomagala, alati, prevozna sredstva...), sistem za življenje i ekonomski sistem, postojanje društvenog sistema, jezika kao sredstva komunikacije, umjetnost, sistem znanja, religija i vjerska uvjerenja (Guilherm, 2017).

Putem kreativnog turizma male lokalne zajednice, ruralna područja, zajednice sa starijom populacijom, mogu privući turiste te pokrenuti ekonomske aktivnosti i očuvati tradiciju i kulturu.

Dodatno kreativne industrije imaju važnu ulogu u kreiranju, transformiranju i širenju znanja i iste bilježe trendove rasta na globalnom nivou. Kreativna industrija ima različite oblike i segmente u kojima povezuje proizvodnju, potrošnju, primjenu tehnologije, različite vještine, kulturu, a sve u cilju kreiranja kreativnog sadržaja i iskustva. Navedeno između ostalog obuhvata segment oglašavanja, animacije, arhitekturu, dizajn, kinematografiju, igre, umjetnost, različite sadržaje i gastronomiju (OECD, 2014).

Lokalna zajednica ima važan faktor u očuvanju kulturne baštine, doprinosi razvoju, unapređenju i očuvanju autentičnosti što je između ostalog važan faktor za izgradnju i razvoj kreativne industrije.

Pored navedenog uspješna kreativna industrija, kroz npr. kreativni turizam, može u značajnoj mjeri predstavljati važan faktor i pokretač razvoja lokalnih zajednica, malih biznisa, stvaranje novih radnih mjesta i kreiranje samoodrživosti lokalnih zajednica, bez narušavanja autentičnosti. Važan aspekt kreiranja visokog stepena samoodrživosti predstavlja turističko obrazovanje i edukacija čime se dodatno podržava razvoj lokalnih poduzetnika i malih preduzeća, povećava se stepen svijesti i važnosti očuvanja kulturne baštine, kao i osnovnih aspekata uspješnog vođenja sektora turizma.

Uočeni su različiti negativni uticaji tradicionalnog turizma: koji se odnose na globalnu neodrživost u vidu trošenja značajne količine fosilnih goriva za međunarodna putovanja, lokalna neodrživost koja se odnosi na oštre cikluse rasta, stagnacije i opadanja kapaciteta kroz različite vremenske periode, što generiše značajna opterećenja na lokalnu zajednicu, okruženje i resurse, nemogućnost ispunjavanja potreba i obećanja lokalnim zajednicama na način da korist od turizma nije adekvatno distribuirana.

Kreativni turizam ima drugačije ciljeve i kreiran je na drugačijim osnovama: briga za očuvanje okoliša i lokalne kulture / zajednice, raznolikost motivacija i interesa turista, izravna i neposredna veza između gosta i posjetioca, empatija, povjerenje i saradnja, te umrežavanje lokalne zajednice, pažnja prema socijalnim pravilima, inkluziji i razvoju lokalne zajednice (Nyoman *et al.* 2019; OECD, 2014).

Razvoj kreativne industrije i ekonomije je ciljano prepoznata od strane određenih zemalja, tako npr. indonezijska vlada razvija kreativnu ekonomiju u 16 podsektora: arhitekturu, dizajn interijera, dizajn vizualnih komunikacija, produkt dizajn, film, animaciju i video, fotografiju, obrtničke radove, kulinarstvo, muzika, moda, razvoj aplikacija i igara, izdavaštvo, oglašavanje, televiziju i radio, izvedbene umjetnosti i likovne umjetnosti (Burhanudin *et al.*, 2020).

Kada je riječ o društvenim aspektima, tada možemo govoriti o očuvanju kulture i identiteta, povećanje stepena održivosti i eko aspekta, integracije lokalne zajednice i kreiranje cjelovitog ekosistema, koji je baziran na povećanju svijesti važnosti kulturnih, historijskih, lokalnih vrijednosti i potencijala. Važan aspekt predstavlja i segment održivosti ekosistema koji podrazumijeva očuvanje prirodnog staništa, izgradnja sistema upravljanja otpadom i sistema recikliranja, korištenje i primjena prirodnih materijala i resursa, odgovorna potrošnja resursa, održivi i ekološko prihvatljivi biznisi, povećanje stepena svijesti i edukacije, zaštite prirodnog bogastva i potencijala.

Primjer važnog aspekta razvoja kreativnog turizma je razvojna strategija Omana koja predstavlja bogatu zemlju sa prirodnim resursima, koja svoje bogastvo, za razliku od UAE ne ulaže u kreiranje naprednih i modernih gradova baziranih na visokim zgradama koji podsjećaju na zapadne zemlje, već ulaže u kreiranje ambijenta i atmosfere koja se bazira na lokalnoj tradiciji, arhitekturi i očuvanju tradicionalnih vrijednosti.

Slika 1. Komparacija koncepta turističke ponude UAE vs Oman



Burj Khalifa, UAE (United Arab Emirates)



Oman

Izvor: Jungletribe

Navedeno predstavlja potpuno suprotno od tradicionalnih turističkih atrakcija, što predstavlja važan aspekt kreativnog turizma i kreativne industrije. Različiti pristupi kreiraju jedinstveno turističko okruženje koje se razlikuje u samom pristupu, obliku jedinstvene kulture, ekonomije, ekologije i dr. Tako npr. Oman se fokusira na kulturu i naslijeđe, gdje ističe svoje ključne vrijednosti poput drevnih tvrđava, te raznih UNESCO zaštićenih objekata i građevina. Dodatno Oman ističe svoje prirodno bogastvo koje se odnosi na eko turizam i raznolike prirodne pejzaže, planine, plaže, pustinju i dr. Također, jedan važan segment predstavlja promatranje divljih životinja kao i segment speleologije i planinarenja. Značajan fokus je i na održivom turizmu koji za cilj ima očuvanje prirodnog i kulturnog bogastva.

Za razliku od Omana, UAE ima potpuno drugi pristup koji se odnosi na moderni turizam i luksuz, izgradnju modernih, savremenih, futurističkih građevina i luksuzne infrastrukture. Također su poznati po svjetskim konferencijama i izložbama, eventima poput: Dubai Expo-a i Abu Dhabi Grand Prix-a. Također postoje značajne umjetničke atrakcije poput: Palm Jumeirah, The World Islands, kao i brojni tematski parkovi poput Ferrari World i Dubai Parks and Resorts.

Postoje također razne druge komparacije kao što je autentičnost, tradicija koja se veže za Oman, dok glamur, inovacije, masovni turizam se odnosi na UAE. Oman ima razvijenu infrastrukturu, sa fokusiranim ulaganjima, dok UAE ima naprednu infrastrukturu sa visokim nivoem ulaganja. Samo korisničko iskustvo kod posjetioca Omana se odnosi na kulturnu uronjenost, tradiciju, autentičnost, dok kod UAE se odnosi na raznolikost, brz tempo života, kosmopolitski život.

Oba pristupa imaju svoje prednosti i nedostatke, ali istovremeno obje države su kreirale unikatne pristupe prepoznatljive u svijetu. Dodatno, oba pristupa omogućavaju primjenu principa kreativnog turizma što omogućava dodatno unapređenje turističke ponude.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Predmet istraživanja završnog rada je istraživanje potencijala kreativnog turizma za poticanje ekonomskog razvoja lokalne zajednice - grada Visokog. Osnovna svrha završnog rada jeste identifikacija ključnih pokretača i izazova razvoja kreativnog turizma Grada Visokog te pružanje smjernica za daljnje akcije i politike u ovom području. Grad Visoko je odabran kao istraživački kontekst iz nekoliko razloga. Grad Visoko, kao destinacija, odlikuje se bogatim kulturno-historijskim naslijeđem, koje predstavlja osnovu za razvoj različitih kreativnih turističkih proizvoda, poput umjetničkih radionica, izložbi i kulturnih događanja. Drugo, Grad Visoko ima bogatu zanatsku tradiciju (posebno prerada mesa i kožarstvo), a koja se može promovirati putem kreativnih turističkih programa. Treće, kreativna interpretacija lokalne historije, arheologije ili starih zanata može privući posjetioce koji su zainteresovani za upoznavanje lokalne kulture, umjetnosti, obrta i tradicije, te žele istraživati i učestvovati u kreativnim aktivnostima tokom svog boravka.

Problem istraživanja se bazira na analizi i prepoznavanju ključnih aspekata razvoja kreativnog turizma, zajedno sa analizom barijera i prepreka koje se razlikuju u odnosu na tradicionalni turizam. Problem istraživanja će također obuhvatiti analizu faktora koji utiču na kreiranje sinergijskih efekata za izgradnju i jačanje lokalne zajednice putem unapređenja kreativnog turizma.

1.2. Ciljevi istraživanja

U skladu s predstavljenim problemom i predmetom istraživanja, definirani su sljedeći ciljevi:

1. pregled dosadašnjih istraživanja o uticaju kreativnih industrija na razvoj i samoodrživost lokalne zajednice;
2. pregled dosadašnjih istraživanja o povezanosti kreativnih industrija i očuvanja kulturne baštine, tradicionalnih vrijednosti;
3. pregled ključnih pokretača i barijera za razvoj kreativnog turizma;
4. identifikacija ključnih izazova i prilika u području razvoja kreativnog turizma destinacije Visoko.

1.3. Istraživačka pitanja

U skladu sa predmetom istraživanja, definisana su sljedeća istraživačka pitanja (IP):

- IP1: Kako kreativni preduzetnici percipiraju trenutno stanje turističke industrije i potencijal kreativnog turizma za razvoj Grada?

- IP2: Koje su glavne prepreke s kojima se susreću kreativni preduzetnici prilikom razvoja kreativnog turizma u Gradu?
- IP3: Kako se lokalna kultura, tradicija i naslijeđe integriraju u turističku ponudu Grada i kako to utiče na percepciju i privlačnost destinacije za kreativne posjetioce/turiste?
- IP4: Kako predstavnici Gradske vlasti procjenjuju važnost kreativnog turizma za ekonomski i društveni razvoj grada?
- IP5: Koje politike i inicijative Gradske vlasti podržavaju razvoj kreativnog turizma, a koje su potrebne za daljnje unapređenje ovog sektora?

1.4. Metodologija istraživanja

Metodološki okvir rada zasniva se na primjeni dvije kvalitativne metode: polustrukturirani intervjui i analiza slučaja (eng. Case study method). Polustrukturirani intervjui obaviti će se sa kreativnim poduzetnicima koji djeluju na području Grada Visokog te predstavnicima Gradske vlasti.

Case study će biti baziran na uspješno realiziranom projektu Arheološko-turistički park Bosanskih piramida – Ravne 2. Navedeni case study će prezentirati barijere i prepreke razvoja kreativne industrije / turizma, ali i koristi koje su ostvarene realizacijom ovog projekta.

Navedeni case study treba da prezentira važnost i značaj uticaja kreativne industrije na razvoj lokalne zajednice i samoodrživosti putem uticaja na ekonomske, društvene i ekološke aspekte. Putem navedenog case study, prezentirat će se uticaj lokalnog projekta na Grad Visoko. Prethodna istraživanja su se uglavnom fokusirala na perspektivu turista/posjetilaca i turističku potražnju za kreativnim turističkim proizvodima.

Nasuprot tome, predmetni završni rad razmatra razvoj kreativnog turizma iz perspektive kreativnih preduzetnika i predstavnika gradske vlasti. Dakle, predmetni završni rad posmatra kreativni turizam kao specifičan oblik turizma koji uključuje saradnju između kreativnih poduzetnika i lokalnih zajednica u kreiranju turističkih proizvoda i usluga.

1.5. Struktura rada

Rad se pored uvoda, zaključka i literature, sastoji od 3 poglavlja:

1. Kreativni turizam: interakcija kulturnih i kreativnih industrija i turizma
2. Ekonomski, društveni i okolinski aspekti razvoja kreativnog turizma
3. Kreativni turizam i lokalna zajednica: Istraživanje

2. KREATIVNI TURIZAM: INTERAKCIJA KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA I TURIZMA

Sama definicija kreativnog turizma, prema autoru *Crispinu Raymondu i Gregu Richardsu* glasi: Turizam koji posjetiocima nudi priliku da razviju svoj kreativni potencijal kroz aktivno učešće u kursevima, radionicama i iskustvima učenja koja su karakteristična za destinaciju gdje se sprovode.

UNESCO je 2006. godine kreativni turizam definisao kao "putovanje usmjereno prema angažovanom i autentičnom iskustvu, s participativnim učenjem u umjetnostima, naslijeđu ili posebnom karakteru mjesta, pružajući vezu s onima koji žive na tom mjestu i stvaraju tu živu kulturu" (Petrova, 2020).

Prema navedenom kreativni turizam predstavlja interakcija kulturnih i kreativnih industrija sa turizmom. Navedena integracija ima značajan uticaj na ekonomiju, predstavlja pokretače mnogih aktivnosti, ali istovremeno omogućava kreiranje prepoznatljive turističke destinacije.

Tako npr. postoji veći broj oblasti samog kreativnog turizma koji može da bude grupisan u različite segmente poput kulturne i kreativne industrije, što može da podrazumijeva kulturnu industriju poput pozorišta, muzike, književnosti, dizajn, digitalne medije, arhitekturu i dr. Sama destinacija koja je definisana kao kreativna, u mnogome može pomoći da privuče raznolike turiste. Jedan od primjera jeste filmska industrija, koja može biti važan faktor kreativnog turizma (Rosić, 2021). Kao primjer navedenog u BiH možemo navesti Sarajevo film festival SFF, kao i obilježavanje ličnosti koji su vezani za filmsku industriju poput „Dani Zaima Muzaferije“.

Svrha i cilj kreativnog turizma jeste kreiranje veze između kulture i kreativne industrije sa turističkim destinacijama i aktivnostima, koji za cilj imaju kreiranje autentičnog i jedinstvenog korisničkog iskustva. Važan segment postizanja navedenog jeste kreiranje okruženja u kojem su posjetioci aktivni učesnici u kreativnim aktivnostima.

Zbog navedenog, pod kreiranjem kreativne turističke destinacije često podrazumijevamo kreativne radionice i kurseve, koji mogu biti zasnovani na tradicionalnim zanatima, različitim aktivnostima koje su vezane za lokalne zajednice poput pripremanje tradicionalnih jela, umjetničke radionice, kreiranje tradicionalnih suvenira i dr. Pored navedenog, kreativni turizam uključuje različite kulturne manifestacije i festivale, koji mogu da se odnose na različite oblasti poput filmske, književne, umjetničke, muzičke festivale, galerije i druge interaktivne aktivnosti koje podrazumijevaju angažman posjetilaca.

Kroz razne aktivnosti, od kojih smo neke već naveli, važan segment predstavlja razmjena iskustva, znanja i edukacija. Tako npr. umjetnici koji su posjetioci određenih turističkih destinacija koje su možda definisane kao "artist in residence" kreira uslove u kojima sami umjetnici, u ambijentu lokalnog okruženja imaju uslove da rade na svojim projektima (Rest Artist, 2024).

Važan aspekt predstavlja sama promocija i interakcija sa posjetiocima koja uvijek ne mora biti direktna. Primjenom savremene tehnologije stvaraju se pretpostavke za digitalnim i interaktivnim turizmom prije same posjete.

Takvo korisničko iskustvo može predstavljati dio procesa edukacije i upoznavanja prije same posjete. Dodatno važan marketinški i promotivni alat mogu da predstavljaju youtuberi i influenseri, koji posjetom određene lokacije imaju mogućnost da u kratkom periodu prenesu u real time vremenu vlastito iskustvo većem broju potencijalnih posjetioca.

Na ovaj način, treća osoba (youtuber ili influencer) čija publika već ima određene stavove i povjerenje za osobu koja je kreator sadržaja, direktno dostavlja pozitivno ili negativno iskustvo kome se vjeruje. Na taj način omogućava se kreiranje personaliziranih promocija koje mogu da prezentiraju autentičnost same destinacije i iskustva, potaknu lokalni razvoj, svojim preporukama ili komentarima svoje publike može da se potakne inovacija i kreativnost, što u konačnici vodi ka održivom turizmu koji nužno ne znači turizam u toku određenog vremenskog perioda (Corrêa *et al.*, 2020).

Na osnovu dosadašnje prezentacije različitih aspekata, kao i ostatka rada, važno je istaći postojanje mogućnosti za postizanje sinergijskih efekata između turizma, kulture i kreativne industrije u cilju stvaranja bogatog i personaliziranog iskustva. Navedeni pristup kreira priliku za očuvanje kulturne baštine, tradicije i same prirode.

Kreativni turizam možemo posmatrati kao inovacije u turizmu koje za cilj imaju unapređenje turističke ponude i eliminaciju ili umanjeње određenih barijera i prepreka koje se susreću kod tradicionalnog turizma. Kreativni turizam predstavlja spoj različitih aspekata i segmenata među kojima izdvajamo segmente kulture, umjetnosti i kreativne industrije. Navedeni spoj uključuje potencijal inovacija u cilju kreiranja nove vrijednosti i održivosti.

Kreativni turizam omogućava unapređenje turističke ponude, unapređenje korisničkog iskustva (iskustva posjetioca), unapređenje ekonomskog razvoja, razvoja lokalne zajednice uz očuvanje kulturnog / tradicionalnog naslijeđa. Kao uvodni aspekt kreativnog turizma, smatramo važnim prezentirati različite segmente interakcije između kreativne industrije, kulture i turizma.

U radu ćemo predstaviti samo određene aspekte poput interakcije kulturne baštine sa turističkim atrakcijama koji podrazumijevaju integraciju ponude sa karakteristikama lokalne zajednice u vidu prezentacije kulturnih i tradicionalnih znamenitosti kroz zvanične institucije poput muzeja, integracija turističke ponude sa kulturnim i historijskim događajima ili lokacijama (npr. spomenici), integracija tradicionalnih zanata, obrta i poslovnih aktivnosti, zajedno sa određenim manifestacijama koje su karakteristične za lokalnu zajednicu (npr. vašeri, festivali, manifestacije).

Pored tradicionalnih aspekata, moguća interakcija predstavlja i integracija kreativne industrije sa turističkom ponudom koji se odnose na integraciju sa raznim umjetničkim aspektima (galerije, koncerti, festivali, koncerti) sa turističkim paketima, koji mogu uključivati aktivnu ili pasivnu ulogu posjetioca (npr. učešće u izradi likovnih djela).

Važan aspekt može predstavljati integraciju kulturnog turizma kao modusa očuvanja identiteta i specifičnosti određene lokalne zajednice.

Tako npr. navedena integracija može podrazumijevati očuvanje tradicije, običaja lokalne zajednice putem integracija sa lokalnim stanovništvom, umjetnicima i obrtima u sklopu turističke ponude i aktivnosti. Navede aktivnosti mogu podrazumijevati posjete određenim karakterističnostima lokalne zajednice poput tradicionalnih gastronomskih ruta (npr. suho meso) zajedno sa drugim aktivnostima i integracijama u cilju utilizacije postojećih resursa i bogastva lokalne zajednice i kreiranje samoodrživosti (Abouebeid i Alyhany, 2019).

Primjena savremene tehnologije u kreativnoj industriji omogućava dodatno proširenje turističke ponude i unapređenje turističkog iskustva, te povećanje stepena interakcije. Važan aspekt u potpunom segmentu integracije kreativne industrije predstavlja segment edukacije kako lokalne zajednice, tako i samih posjetioca o lokalnoj kulturi, historiji, tradiciji, umjetnosti i dr. Dodatno aspekt kreativne industrije, kao što je već i naglašeno jeste kreiranje uslova održivosti, koji kreira ekonomski prosperitet, uz očuvanje kulturnog, ekološkog i drugih segmenata (Jurenienė, 2016).

U ovom dijelu rada, također, smatramo važnim istaći činjenicu da je kultura složeni koncept za koji postoje različite definicije. Prva asocijacija na kulturu jeste materijalni aspekt koji se prvenstveno odnosi na naslijeđe koje je opipljivo. Međutim, kultura predstavlja mnogo više od navedenog, UNESCO navedeni segment definiše kao jedan skup unikatnih i karakterističnih duhovnih, materijalnih, intelektualnih i emocionalnih karakteristika neke skupine ili lokalne zajednice koja obuhvata aspekte umjetnosti, stila života, književnosti, sistema vrijednosti, uvjerenja i tradicije (Guerreiro *et al.*, 2019).

Upravo zbog navedenog kreativni turizam i integracija sa kulturom može biti u različitim segmentima i različitim dimenzijama. Destinacije moraju identifikovati karakterističan kreativni sadržaj i aktivnosti koji su povezani s potrebama posjetilaca i stanovnika. Sam proces kreiranja kreativnog turizma podrazumijeva integraciju i kreiranja uslova gdje korisnici (posjetioci), pružaoci usluga i servisa, kao i sam lokalitet integriše kulturno naslijeđe (materijalno i nematerijalno) i omogućava kreiranje proizvoda za kreiranja unikatnih iskustava i doživljaja. Posebna personalizirana kreativna turistička ponuda omogućava posjetiocu da vlastitim izborom i odlukama kreira proces konzumiranja kreativnog turističkog proizvoda (Guerreiro *et al.*, 2019).

Kreativni turizam podrazumijeva novi set proizvoda turističke ponude koja može predstavljati složen oblik pružanja turističkih usluga. Složen proizvod je prvenstveno zbog većeg broja aktera i učesnika i činjenice da sam termin kreativnost može da uključuje aspekte kreativnih osoba, kreativnog proizvoda, kreativnih procesa i kreativnog okruženja (Al-Ababneh, 2017).

Proces unapređenja i dostizanja određenih ciljeva se postiže putem strategije koja može podrazumijevati kreativnost kao osnovni alat. Zbog navedenog kreativnost ima značajnu ulogu u procesu kreiranja i pružanja turističke ponude i iskustva na način da sam turizam predstavlja kreativnu lokaciju, kreativni proizvod koji potiče razvojne vještine, svijesti ili

iskustva. Tako npr. razvoj vještina, iskustava i unapređenje vlastite kreativnosti može biti postignuto putem kulinarstva, slikarstva, zanatskih i umjetničkih aktivnosti i radionica.

Dodatno specifičnost određenog područja može predstavljati prostor inspiracije i poticaja razvoja vlastitih postojećih ili novih vještina. Smjer kreiranja kreativnog turizma može da uključuje kreativne osobe u kreativnim aktivnostima, korištenje turističkog proizvoda kao atrakcije, primjena kreativnih procesa u pružanju turističkih proizvoda.

Kreativni turizam je važan zbog činjenice da adekvatna strategija i implementacija može pružiti bolji i kvalitetniji život lokalnom stanovništvu uz očuvanje autentičnosti (Pimenta *et al.*, 2021). Dodatno može pomoći u zadržavanju mladih i razvoju poduzetništva. Jedan od aspekata unapređenja i razvoja kreativnog turizma može da se odnosi na analizu područja interesa, razvoj i opseg, te kreiranju veza između turizma i lokalnog razvoja. Navedene aktivnosti mogu da utiču u osnaživanju lokalne zajednice uz istovremeno pružanje prilika za kulturno naslijeđe, tradiciju i kreativne talente.

Kreativni turizam predstavlja relativno novi aspekt, koji zaslužuje posebnu pažnju u akademskoj zajednici. Tako npr. prema dostupnim podacima na navedenu temu u periodu od 2009. do 2019. godine je identificirano oko 1.093 radova. Iako je riječ o značajnom broju naučnih radova, važno je istaći činjenicu da u navedenom segmentu postoji značajan potencijal za razvoj i unapređenje, što je jedan od ciljeva predmetnog rada. Kada govorimo o samoj analizi identificiranih radova, od 1.093, 327 se odnosi na pitanje kreativnog turizma i razvoja, 26 radova se odnosi na kreativni turizam i regionalni razvoj, 49 na kreativni turizam i održivi razvoj, 78 na kreativni turizam i lokalni razvoj (Pimenta *et al.*, 2021).

Također, u ovom dijelu rada smatramo važni ukratko istaći sam aspekt djelovanja kreativnog turizma, koji obuhvata veći broj segmenata: prilika za razvoj malih zajednica, lokaliteta u kojem stanovništvo nema veliku kupovnu moć, razvoj ruralnog područja, povećanje segmenta razvoja industrije, ekonomije, turizma, integracija sa ruralnim lokacijama, očuvanje tradicije i raznolikosti, čuvanje društvenih i historijskih odluka lokalne kulture, veza između kulturnog i kreativnog turizma, povećanje stepena poduzetništva i integracija različitih interesnih skupina, razvoj kao proces kreiranja turističke ponude, poticaj kreiranja drugačijih ponuda koji podstiču personalni razvoj posjetioca, razvoj zastarjelih i tradicionalnih grana ekonomije, kao što su lokalni zanati, kreiranje novih koncepata, prilika, partnerstva (Pimenta *et al.*, 2021).

Važan aspekt kreativnog turizma jeste činjenica da male lokalne zajednice, koje imaju kreativni potencijal istovremeno imaju priliku da unaprijede i povećaju stepen održivosti, uzimajući u obzir činjenicu da mogu povećati stepen ravnoteže između troškova i koristi od aktivnosti koji se generišu kreativnim turizmom (Ali El-Sayed, 2023).

Kreativni razvoj i kreativni turizam mogu ponuditi zanimljive razvojne mogućnosti za manje zajednice. Međutim, one moraju izbjegavati "zamku kreativnosti" koja podrazumijeva kopiranje modela iz većih mjesta ili pretpostavku da će privlačenje članova "kreativne klase" riješiti njihove probleme. Umjesto da pokušavaju da oponašaju veće gradove, mala mjesta i

ruralne oblasti treba da razviju sopstvene kreativne modele i prakse koji su prikladniji za njihov obim i tempo života.

Kreativni turizam, posebno, nije oblik masovnog turizma, već može biti individualizovana, malih razmjera, alternativa razvoju masovnog kulturnog turizma (Richards, 2018). Privlačenje malog broja veoma motivisanih posjetilaca može na kraju proizvesti daleko značajnije ekonomske, društvene i kulturne efekte nego pokušaj privlačenja masovnih turista (Richards, 2019).

Kreativnost iz aspekta turizma podrazumijeva kreiranje uslova u kojem će turisti imati posjete ne zbog same lokacije već prvenstveno zbog atmosfere koja je kreirana i koja je unikatna.

Također, turisti žele da imaju dodatna iskustva prilikom posjete kreativnih turističkih destinacija koja podrazumijeva kreiranje osjećanja obogaćenosti i osnaženosti. Dodatno, turisti koji posjećuju kreativne lokacije imaju intenciju da ostvare kontakte, da razumiju i da razmijene iskustva, kulturu i druge aspekte sa lokalnim stanovništvom. Važan aspekt koji također treba uzeti u obzir kada govorimo o kreativnom turizmu jeste činjenica da postoji prilika za razvojem, očuvanjem i obnavljanjem zastarjelih turističkih proizvoda (Richards, 2010).

Plan razvoja kreativnog turizma podrazumijeva razvoj kreativnih potencijala koji podrazumijeva kreiranje potencijala koji je mnogo više od samih suvenira. Dodatno, kao što smo naveli u prethodnom dijelu rada, potrebno je planirati aktivnosti koje podrazumijevaju uključenost turista u same aktivnosti koje nudi kreativni turizam. Navedene aktivnosti trebaju da uključe različite aspekte koji trebaju da rezultiraju kreiranjem različitih korisničkih iskustava koji će biti na određeni način unikatni za određenu lokaciju. Također, plan treba da podrazumijeva segment ko-kreacije koji podrazumijeva kreiranje zajedničke vrijednosti između posjetioca i lokalnog stanovništva (Richards, 2010).

Kada govorimo o uspješnoj implementaciji kreativnog turizma nekog grada, tada je neophodno da se obuhvate slijedeći aspekti (Richards, 2010):

- Svaki grad ima unikatne aspekte koji mogu biti osnova za razvoj kreativnog turizma. Zbog navedenog je važno da se posmatra kontekst koji treba da obuhvati historijske, kulturne, ekonomske, socijalne i druge aspekte grada.
- Kreiranje povezanosti između lokalnog stanovništva, koji treba da obuhvati planske aktivnosti sa adekvatnim aspektima efikasnosti i jasnim upravljanjem.
- Povezanost podrazumijeva kreiranje partnerstva različitih interesnih strana čiji cilj treba da bude postizanja sinergijskih efekata. Partnerstva mogu da budu na različitim nivoima, kako lokalnog stanovništva, institucija, lokalne uprave i dr. Tako npr. određena institucija može da vodi i organizira određeni događaj, ali različite interesne grupe mogu biti nosioci određenih aktivnosti, poput turističke zajednice, lokalnog stanovništva, poduzetnika i dr.

- Planiranje posjeduje različite vremenske faze, koje se odnose na trenutne aktivnosti, aktivnosti u srednjem i dugom roku.
- Planiranje također podrazumijeva jasno definisanje ciljeva, strategije do realizacije istih, ako i koraka, odnosno aktivnosti koje je potrebno poduzeti.
- Plan treba da uključi i sam sadržaj koji treba da bude jedinstven, uravnotežen između različitih tipova projekata i isti trebaju da budu vidljivi.
- Iako kreativni turizam nije moguće realizirati bez lokalne vlasti, važan aspekt predstavlja politička neovisnost i autonomija umjetnika i drugih interesnih skupina. Realizacija navedenih aktivnosti neće biti ograničena mandatima ili drugim političkih faktorima, čime će se osigurati kontinuitet.
- Realizacija planskih aktivnosti podrazumijeva efikasnu komunikaciju koja podrazumijeva i marketinške aktivnosti i promociju.
- Realizacija aktivnosti nije moguća bez resursa koji mogu da budu finansijski i nefinansijski.
- Iako smo naveli da je neophodna politička neovisnost, za realizaciju je potrebna politička podrška, koja se između ostalog postiže snažnim timom, posvećenošću i različitim vještinama.

Ukratko plan za kreiranje kreativnog turizma treba da obuhvati kreativni život destinacije, upotrebu postojećih resursa na kreativan način, jačanje identiteta i prepoznatljivosti (izgradnja imidža i brenda), otkrivanje putem preispitivanja, kreiranja plana obrazovanja i samoostvarenja, kreiranje atmosfere za određeno područje ili lokaciju, ponovno oživljavanje mjesta (Richards i Lénia, 2012). Kreiranje plana aktivnosti treba da rezultira izgradnjom atmosfere i mjesta koji će imati status 'must-see' kulturne lokacije (Richards, 2009).

Neki od primjera takvog iskustva koje je vezano za određeno mjesto ili lokaciju je Walt Disney World, Legoland koji podrazumijevaju kreiranja iskustva i atmosfere koja podrazumijeva različite aktivnosti i sadržaje (uključujući i maskote).

Različita iskustva je moguće kreirati kroz različite sadržaje kao što je kreiranje novih vještina, uključenost u raznim aktivnostima poput radionica (jogo, učenje starih zanata, jezika i dr.) (Richards, 2009).

U ovom segmentu rada, smatramo važnim navesti i postojanje nomada što podrazumijeva pojam kojim se opisuju ljudi koji borave na određenom području duži period. Primjenom digitalne i informacione tehnologije navedeni nomadi (npr. digitalni nomadi) nisu samo turisti, već imaju aktivan radni odnos prema svojoj matičnoj zemlji, dok finansijska sredstva troše u drugoj državi, na nekom lokalitetu.

Jedan od primjera kreativnog razvoja jeste projekat CREATOUR (Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas) koji se odnosi na Razvoj kreativnog turizma u malim gradovima i ruralnim područjima koji je pokrenut u 2016. godine (Duxbury *et al.*, 2018).

Kriteriji za projekat se između ostalog odnose na (Scherf, 2021):

- kulturna vrijednost predloženih aktivnosti;
- kreativna priroda predloženih aktivnosti;
- kapacitet privlačnosti turizma;
- utjecaj projekta na razvoj zajednice;
- raznolikost fokusa prijedloga; i
- kapacitet i posvećenost za rad s istraživačkim timom tokom projekta.

Ciljevi projekta se odnose na podsticaj kreativnom turizmu, jačanju lokalne ekonomije, kreiranje međusobne saradnje, kreiranje održive prakse. Neke od aktivnosti i inicijativa se odnose na radionice i obuke, različiti pilot projekti, kreiranje različitih istraživanja i publikacija, te u konačnici kreiranje međusobne saradnje.

2.1. Vrste kreativnog turizma

U prethodnom dijelu rada smo predstavili ukratko različite aspekte integracije kreativne industrije sa turizmom. Samim time možemo prezentirati i različite vrste kreativnog turizma: kulturni turizam, umjetnički turizam, kulturni festivali, kreativne radionice i ture, kulturne razmjene i dr.

Navedene vrste predstavljaju dio kreativnog turizma i podjela, koje se dalje mogu razvijati i podijeliti na razne pod aspekte. Svake od navedenih vrsti imaju svoje specifičnosti, koje se dodatno individualiziraju na nivou lokalne zajednice. U nastavku rada ćemo istaći neke od oblika kreativnog turizma (Vulović *et al.*, 2019; Rudan i Zadel, 2019; Duxbury i Richards, 2021):

- Kulturni i umjetnički turizam koji podrazumijeva umjetničke radionice i kurseve, umjetnički ateljei, umjetničke festivale i dr.
- Kulturna baština koja podrazumijeva historijske i kulturne rute, rekonstrukciju historijskih događaja, tradicionalne radionice i dr.
- Kulinarstvo (gastronomija) koja podrazumijeva različite škole i radionice kuhanja, posjete vinarijama i pivarama, proizvodnja lokalnih jela, festivali gastronomije i dr.
- Ekoturizam koji podrazumijeva radionice koje mogu biti i zanatske radionice korištenjem različitih prirodnih materijala, edukacija i primjena različitih vještina i znanja iz segmenta održivog života, aktivnosti u prirodi različitog sadržaja (planinarenje, biciklizam) i dr.
- Kreativne ture koje podrazumijevaju posjete različitim fabrikama, radionicama, tehnoloških parkovima i dr.
- Edukacijski turizam koji podrazumijeva različite aktivnosti iz segmenta obrazovanja poput radionica, seminara (uključuju sticanje vještina iz lokalne zajednice poput jezika, kulture, tradicije i dr), različite interaktivne radionice koje podrazumijevaju razmjenu (npr. vještina, kulture, historije).
- Digitalni turizam koji podrazumijeva upotrebu savremene tehnologije poput VR (virtuelna realnost) AR (proširena realnost) za istraživanje različitih kulturnih i kreativnih prostora, zatim kreiranje različitih izložbi i instalacija i dr.

- Muzičke radionice koje podrazumijevaju radionice i učenje različitih instrumenata, lokalnih instrumenata, sa lokalnom muzikom i dr.
- Zdravstveni turizam koji podrazumijeva različite wellness radionice, posjete određenim prirodnim lokacijama, relaksacijskim centrima, edukacija o zdravom načinu života, mentalnom zdravlju i dr.
- Ruralni i agroturizam koji podrazumijeva različite radionice koje se mogu odnositi na berbu voća, izradu sireva, pčelarstvo i dr. Također, može da obuhvati različite aktivnosti na selu, poput učešća u ruralnom načinu života sa tradicijskim aktivnostima.
- Urbarni turizam koji podrazumijeva različite umjetničke galerije, dizajnerski radionice, ateljeima, grafiti ture i murali i dr.
- Aktivni turizam koji se odnosi na rekreaciju i različite fizičke aktivnosti.

Postoje i druge podjele koje nisu navedene, a koje su rezultat kreativnog turizma koji predstavlja putovanje i kreiranje iskustava u autentičnom okruženju (Carvalho *et al.*, 2019).

Kreativnost je postala strategija u stvaranju mjesta, pri čemu gradovi i regije traže načine da povećaju svoju privlačnost za kreativnu klasu, podrže kreativne industrije ili postanu „kreativni gradovi“. Istražujemo kako je kreativnost korištena u oblikovanju prostora u turističkim destinacijama kroz različite strategije dizajna. Bilježi se pomak u teorijskom fokusu sa kreativnih pojedinaca prema kreativnim distriktima ili mjestima, u skladu sa rastućim poljem kreativnog oblikovanja prostora (creative placemaking). Studije slučaja kreativnog razvoja ukazuju na to da strategije moraju biti osjetljive na lokalni kontekst i pratiti neke osnovne principe dizajna. Kreativno oblikovanje prostora uključuje razmatranje resursa, značenja i kreativnosti, vođeno jasnom vizijom, mogućnost učešća, ostavljanjem prostora za kreativni izraz i razvojem koherentne priče (Richards, 2020).

Također smatramo važnim istaći činjenicu da je COVID-19 imao mnogostruke negativne posljedice na turizam u doba pandemije, međutim istovremeno je podigao svijest o jednom značajnom segmentu koji također može biti veoma važan za kreativni turizam.

Riječ je o zdravlju kako fizičkom, tako i mentalnom. Zdravstveni turizam može imati različite oblike poput odlaska u određenu zemlju na liječenje u medicinskim ustanovama, odlazak na lokacije za postoperativni oporavak, ali također i različite zdravstvene aktivnosti koje se odnose na prevenciju. Bosna i Hercegovina ima mnogo potencijala u navedenom segmentu (post operativni oporavak) zbog svojih prirodnih bogastva i prirodnih resursa.

2.2. Uloga i značaj kreativnog turizma

Razvoj kulturnog i kreativnog turizma dio je općeg pomaka ka stvaranju privlačnih mjesta za život, rad i posjetu (OECD, 2014). Mnogi gradovi i regije su posljednjih godina se pozicionirali kao 'kreativni', a 'kreativni grad' postao je i UNESCO oznaka. Međutim, sve su glasnije kritike pretežno odozgo prema dolje, modela kreativnog razvoja, kao što je koncept 'kreativne klase' Richarda Floride.

Kritike često ukazuju na rizike vezane za modele kreativnog razvoja koji se fokusiraju na privlačenje određene skupine ljudi, a zanemaruju širi kontekst društvene pravde, pristupačnosti i inkluzije. Top-down pristupi mogu dovesti do gentrifikacije, visokih troškova života i ekskluzije lokalnih zajednica, umjesto da podstiču održivu i inkluzivnu kreativnost. Iz tog razloga, kritičari sugerišu potrebu za modelima kreativnog razvoja koji su više participativni, lokalno orijentisani i prilagođeni specifičnim potrebama i resursima zajednice.

Mnogi aspekti kreativnosti i savremene kulture spadaju pod definiciju kulturnog turizma UNWTO-a (World Tourism Organization), koja uključuje „umjetnosti i arhitekturu, historijsko i kulturno naslijeđe, kulinarsko, književnost, muziku, kreativne industrije i žive kulture sa svojim stilovima života, sistemima vrijednosti, uvjerenjima i tradicijama.”

Navedeno sugeriše značajnu integraciju kreativne ekonomije i kulturnog turizma. UNWTO-a pokazuju da 81% nacionalnih turističkih administracija smatra da su „savremena kultura i kreativnost“ (film, scenske umjetnosti, dizajn, moda, novi mediji, itd.) dio kulturnog turizma. Kreativni razvoj se može posmatrati kao sistem ko-kreacije, koji zahtjeva saradnju svih onih koji su uključeni u posjetu, korištenje i život na nekom mjestu.

Della Lucia i Trunfio ilustruju ovaj princip primjerom The Farm Cultural Park u Favari, Italija, koji pruža mješavinu umjetničkih izložbi, umjetničkih rezidencija, prostora za zajednički rad i kulinarskih iskustava. Vlasnici ovog prostora imali su viziju stvaranja "bolje budućnosti i poželjnijeg mjesta za život" kroz kolaborativni dizajn i upravljanje. Cilj je povećati vrijednost materijalnih i nematerijalnih resursa dajući im nova značenja kroz kreativnost – što odražava tri elementa oblikovanja prostora (Richards, 2020).

Važan aspekt kreativnog turizma jeste samodrživost i kreiranje nove vrijednosti u okvirima postojeće tradicije i kulturnog naslijeđa. Dodatno, kreativnim turizmom se omogućava veći stepen diverzifikacije uz potporu i razvoj lokalnog stanovništva. Navedeni aspekti omogućavaju kreiranje autentične lokacije.

Značaj kreativnog turizma ima veći broj aspekata, koji će biti definisani i detaljno obrađeni u radu, odnosi se na ekonomski i lokalni razvoj (diverzifikacija, zapošljavanje, podrška malim i srednjim preduzećima - SME), kulturni razvoj (putem očuvanja kulturne baštine, razmjene, kreativnosti i inovacija), obrazovanje i lični razvoj (nova iskustva, lični razvoj, profesionalni razvoj, sticanje novih vještina i dr.), održivi turizam (smanjenje negativnog uticaja na životnu sredinu, održive prakse), unapređenje turističkih iskustava (autentičnost, jedinstvenost, interakcija, personalizacija) i dr.

Kreativni turizam će imati sve značajniju ulogu i uticaj zbog niza prednosti u odnosu na tradicionalni turizam. Važno je da lokalne zajednice prepoznaju nove trendove i prilike, te da na vrijeme poduzmu aktivnosti i adekvatan plan unapređenja i razvoja putem kreativnog turizma. Kreativni turizam putem inovacija aktivnosti i autentičnih iskustava predstavlja važan aspekt razvoja turizma i kreira dugoročne benefite.

Carvalho *et al.* (2019) navode da kreativni proces uključuje četiri faze. Prva faza se odnosi na mentalne aktivnosti, drugi korak se odnosi na identifikaciju problema, treća faza je kreiranje originalnog rješenja koja se mogu implementirati odmah ili u kratkom vremenu. Jedan od primjera gdje kreativnost ima za cilj riješiti problem masovnog oblika potrošnje turizma jeste prelazak sa paketiranih aranžmana koji uključuju npr. odmor na moru (pijesak, voda, jelo...) na aspekt diferencijacije ponude i kreiranja personaliziranog iskustva. Tako npr. model poslovanja se može bazirati na kreativnom prostoru, kreativnom događaju, kreativnim turističkim aktivnostima.

Važan aspekt kojeg je neophodno analizirati prilikom kreiranja plana razvoja kreativnog turizma je činjenica da kreativnost koja kreira moć mjesta može biti izuzetno uspješna na jednoj lokaciji, a potpuni neuspjeh na drugim mjestima ukoliko se prenosi identičan model (Carvalho *et al.*, 2019). Sami koncepti kreativnog turizma, aktivnosti i planovi za njegovu realizaciju su još uvijek u ranim fazama, te je za očekivati da će se u budućnosti pojaviti određeni modeli koji mogu služiti kao preporuke za kreiranje vlastitih.

Ekosistem i platforma predstavlja važan aspekt za održivost u dugom roku. Sa aspekta turističkog iskustva koordinacija i saradnja različitih internetskih skupina, industrije i vlade može značiti efikasnost i samoodrživost. Ekosistem se može posmatrati kao složena mreža koja se sastoji od različitih aktera, koja se preseže kroz različitu razmjenu, industriju i aktivnost, sa različitom dinamikom i odnosima simbioze (Salvado *et al.*, 2020).

2.3. Važnost lokalne zajednice u izgradnji kulturnih i kreativnih industrija i turizma

Lokalna zajednica predstavlja osnovni stub razvoja kulturnih i kreativnih industrija. Lokalna zajednica predstavlja osnovu za očuvanje kulturne baštine, tradicije, običaja, jezika, specifičnosti određenog područja. Lokalna zajednica treba da ima vlastiti sistem koji omogućava međusobno povezivanje različitih aspekata koji predstavljaju osnovu samoodrživog kreativno razvoja. Međusobna potpora i kreiranje sinergijskih efekata različitih segmenta kreira važno korisničko iskustvo koje će omogućiti privlačenje i ponovni dolazak turista.

Tako npr. međusobni sinergijski efekti podrazumijevaju kreiranje zajedničkih aktivnosti poput sajмова, radionica, izložbi različiti oblasti i sadržaja poput pružanje turističkih proizvoda i usluga, sa edukacijom u vidu kulturne baštine i tradicije, učešće u radionicama, zajedno sa kulinarskim specijalitetima i specifičnostima lokalne zajednice, uz korištenje lokalne infrastrukture (Castro *et al.*, 2020).

Lokalna zajednica kao što je navedeno ima ključnu ulogu u izgradnji kulturnih i kreativnih industrija i turizma. Aktivnosti koje lokalna zajednica ima direktan uticaj se odnosi na očuvanje autentičnosti, tradicije i kulturne baštine. Upravo navedeni segment doprinosi autentičnom iskustvu posjetioaca. Važnost lokalne zajednice se odnosi i na potrebu za razvojem infrastrukture neophodne za kreativni turizam, koji se može posmatrati kao investiranjem zbog ekonomskih direktni i indirektnih aspekata kreativnog turizma.

Dodatni važni aspekti se odnose na pomoć u kreiranju aktivnosti i angažmana na nivou lokalne zajednice u cilju očuvanja i kreiranja kontinuiteta lokalnog stanovništva sa turističkim aktivnostima, čiji cilj, između ostalog treba da bude očuvanje resursa. Dodatni aspekti, koji su također važni, se odnose na jačanje kohezije u društvu, koja potpomaže socijalnom razvoju, te može kreirati važne pretpostavke za edukaciju i osnaživanje znanja i vještina tradicionalnih aspekata, ali i sticanje novih. Lokalna zajednica treba da podstiče lokalno stanovništvo da ima aktivnu ulogu koja se između ostalog odnosi na očuvanje autentičnosti, kreiranje lokalnih usluga i proizvoda, ima povezanost sa turistima u cilju sticanja personaliziranih iskustava, te učestvuje u kreiranju kreativnih sadržaja i događaja, a sve u cilju kreiranja samoodrživosti (Rudan E., Zadel, 2019). Važnost kreativnog turizma, kao praktični primjer je moguće prikazati putem popularne TV emisije koja je kreirana od strane National Geographic-a Benu Hortonu, npr. jedna od epizoda se odnosi na pustolovinu kroz Guizhou (*Najbolja svjetska odredišta putovanja: Guizhou*). Sam dokumentarac u jednoj epizodi prikazuje veći broj lokacija koje se odnose na historijske, kulturne i atraktivne lokacije, kao i veći broj različitih iskustava koje možete steći posjetom takvih lokaliteta. U samoj epizodi su prikazani brojni elementi koji se odnose na kreativni turizma koji smo definisali i prezentirali u radu. Jako važan element jeste aktivno učešće voditelja Benu Horton koji aktivnostima na svakom lokalitetu ima personalizirano iskustvo. Pored aktivnog druženja sa lokalnim stanovništvom, gdje uči o njihovoj kulturi, prirodnim bogastvima, specijalitetima i lokalnim specijalitetima. Tako npr. u nastavku je prikazana jedna od lokacija koja pored svoje prirodne ljepote nudi veći broj atrakcija poput penjanja uz stijene. Međutim, sam voditelj ne samo da je učestvovao u penjanju, već je također imao priliku da fotografiše lokalne penjače čime je upotpunio personalizirano iskustvo, koristeći hobi i stvari koje voli na jednom unikatnom području.

Slika 2. Prikaz iz dokumentarca, Guizhou



Izvor: National Geographic-a Benu Hortonu

Dodatno, posjete lokalitetima koje je obišao u predmetnoj emisiji jasno prezentiraju smisao kreativnog turizma, da kroz jedinstvene posjete, personalizirana iskustva, kreira nezaboravne doživljaje putem kojih će pamtiti putovanje cijelog života.

Postojanje predmetnih emisija i prezentiranje turističkih destinacija na način koji su prezentirani dodatno utiču na promjenu koncepta samog turizma. Tako npr. sam autor epizode prvenstveno traži unikatne lokacije koje su prvenstveno skriveni dragulji pojedinačnih lokacija uz aktivno učešće sa lokalnim stanovništvom.

Važno je istaći da lokalno stanovništvo prepoznaje ulogu i značaj turističkih ponuda koje su personalizirane, gdje snimanje ovakve emisije od strane National Geographic-a će dodatno pojačati posjetu navedenim mjestima i predstavlja jednu od najboljih vidova promocije. Također je moguće zaključiti da lokacije koje su posjećene imaju visok stepen očuvanja identiteta, kulture i tradicije. Dodatno, navedene lokacije imaju visok stepen posvećenosti tradiciji i modernim aspektima društva, gdje je očuvanje prirode primat. Također, na predmetnim lokacijama postoje jasna obilježja kao i turistički vodiči lokalnog stanovništva.

3. EKONOMSKI, DRUŠTVENI I OKOLINSKI ASPEKTI RAZVOJA KREATIVNOG TURIZMA

U ovom poglavlju ćemo prezentirati tri važna segmenta kreativnog turizma, a isti se odnose na ekonomski aspekt koji podrazumijeva ekonomski razvoj, podsticaj lokalnog poduzetništva, kreiranje novih radnih mjesta, povećanje investicija u infrastrukturu, povećanje prihoda i ekonomskih aktivnosti. Zatim društveni aspekt, pod kojim možemo podrazumijevati povećanje kvaliteta života, povećanje stepena kulturne razmjene i razumijevanje, podsticaj promovisanja kulturne raznolikosti i podrške lokalnoj zajednici. U konačnici, u navedenom dijelu rada ćemo prezentirati uticaj kreativnog turizma na aspekt okoliša, koji podrazumijeva smanjenje negativnih uticaja i izmjene lokalne sredine, promovisanje samoodrživog turizma, odnosno kreiranje eko-turizma.

Kreativni turizam se može posmatrati i kao jedan sistem ko-kreacije koji podrazumijeva saradnju različitih učesnika, stakeholdera od kojih većina se odnosi na lokalno stanovništvo. Do sada smo u određenim dijelovima rada jasno istakli činjenicu da korištenje lokalnih resursa, naročito u segmentu samoodrživosti kao jednom od modela i aktivnosti kreativnog turizma, pomaže u stimulisanju lokalnih proizvođača što u konačnici pomaže u zadržavanju mlađe generacije i očuvanja ruralnih dijelova. Tako npr. proizvodnja zajedno sa konzumiranjem proizvedenog (npr. gastronomija putem časova kuhanja i pripreme) pomaže u kreiranju samoodrživosti uz očuvanje autohtonosti određenog područja (Richards, 2020).

Turističke aktivnosti imaju značajan uticaj na proizvodnju roba i usluga lokalne zajednice što utiče na aktivnosti i zahtjeve iz segmenta smještaja, prevoza, restorana, masaža, uslužnih aktivnosti poput frizerskih salona. Za kreiranje strategije kreativnog turističkog razvoja se može koristiti i SWOT matrica, koja je na rezultatima istraživanja pokazala da glavna

prijetnja predstavlja sigurnosni aspekt, različite promjene stila života kao i sociokulturni faktori (Nusraningrum i Pratama, 2019).

Neke od važnih prilika se odnose na povećanje stepena iskorištenosti modne i muzičke industrije. Sa aspekta slabosti, prvenstveno je identificiran faktor ljudskih resursa, kao i ograničeni pristup, kao i marketinški izazovi. Ključne snage se odnose na razvoj turističkih destinacija, te jačanje nacionalnog identiteta.

Ekonomski aspekt prvenstveno se odnosi na diverzifikaciju ekonomske baze koja se odnosi na smanjenje ovisnosti od tradicionalnih izvora turističkog prihoda. Dodatno navedeni segment predstavlja priliku za poticaj razvoja i otvaranje novih segmenata i aspekata koji se mogu svrstati u kategoriju razvoja malih i srednjih preduzeća (prilika za nova zapošljavanja), te smanjenje ovisnosti o sezonskim oscilacijama.

Društveni aspekt kreativnog turizma ima veliki značaj i ulogu u segmentu očuvanja kulturnog naslijeđa, koji pomaže u očuvanju, održavanju i razvoju tradicionalnih vrijednosti u cilju kreiranja autentičnih iskustava. Dodatno, kreativni turizam pomaže u povezivanju zajednice koja pomaže u povećanju interakcije i međusobnog razumijevanja i poštovanja. Važan aspekt u društvenom segmentu predstavlja i sama edukacija, obrazovanje i povećanje kvaliteta života.

Dodatni bitan aspekt jeste kreiranje samoodrživosti koji pomaže u očuvanju okoliša, ali i sistema koji je neovisan. Tako npr. održivi turizam omogućava očuvanje tradicionalnih zanata i vrijednosti uz promovisanje očuvanja prirodnih resursa i opterećenosti na okoliš. Povećanje stepena svijesti putem edukacije omogućava promociju vrijednosti prirodnih bogastava i očuvanje istih.

Identificirane su određene prepreke koje se odnose na razvoj strategija kreativnog turizma, a iste se odnose na (Richards i Willson, 2007): nedostatak kreativnih vještina, nedostatak kreativnih investicija, nedostatak kreativne publike, kumulativna nepovoljnost kreativnih lokacija.

Putem djelomično prezentiranih aspekata, važan segment predstavlja korištenje i upravljanje lokalnih resursa putem kreativnih aktivnosti koje mogu smanjiti ovisnost o uvozu. U nastavku rada ćemo dodatno predstaviti benefite koji se generišu putem kreativnog turizma, na tri aspekta. Implementacija kreativnog turizma predstavlja adekvatno planiranje koje podrazumijeva analizu i definisanje strateških ciljeva.

3.1. Ekonomski aspekti kreativnog turizma

Prihod od turizma predstavlja značajnu i atraktivnu stavku svake ekonomije. Navedene aktivnosti predstavljaju između ostalog, značajan priliv novca izvan države, za resurse koji se često odnose na uslužne djelatnosti i obnovljive resurse.

Uticaj kreativnog turizma na ekonomski aspekt možemo posmatrati kroz razne prizme, od kojih izdvajamo prizmu povećanih aktivnosti u razvoju lokalne infrastrukture, povećanje

prihoda od turističkih aktivnosti, veći stepen razvoja malih preduzeća i zanata, stvaranje novih radnih mjesta, ekonomsku diverzifikaciju, promotivne i marketinške aktivnosti lokalnih zajednica, uticaj na povećanje stepena ekonomske održivosti i dr. Navedeni aspekti su samo neki od aspekata koje ćemo prezentirati u ovom dijelu rada.

Kreativni turizam nudi benefite koji se prosežu kroz razne segmente i aspekte i mogu imati značajan uticaj i doprinos na lokalnu zajednicu kao mikro aspekt, ali i na nivou ekonomije jedne regije ili države ukoliko se posmatra makro aspekt.

Jedan od važnih ekonomskih segmenata predstavlja diverzifikacija ekonomije koja omogućava postizanje visokog stepena samoodrživosti. Navedeni segment je važan za turizam koji često bilježi značajne sezonske oscilacije, što pravilnim planiranjem i razvojem može biti faktor sa značajno manjim uticajem.

Važan segment ekonomskog razvoja malih ekonomija, zemalja u razvoju jeste SME (Small and medium-sized enterprises) odnosno razvoj malih i srednjih preduzeća. Navedeni segment je važan za razvoj kreativnog turizma, gdje razvoj malih preduzeća, zanata, lokalnih umjetničkih radionica, muzičkih udruženja i dr. kreira uslove za autentična iskustva posjetioca, a istovremeno mogu predstavljati značajne pokretače lokalnog razvoja.

Privlačenje investicija je važan segment, naročito kod malih lokalnih zajednica, gdje privlačenje investicija ne podrazumijeva velike investitore, već za značajnije pokretanje ekonomije mogu uticati mali iznosi investitora lokalnih poduzetnika ili poduzetnika unutar zemlje. Investicije u navedenom segmentu imaju dodatni podsticaj zbog kreiranja turističkih i poslovnih aktivnosti kontinuirano kroz sva godišnja doba, te imaju značajno manji uticaj na sezonske oscilacije. Navedeno je između ostalog važno zbog novčanog toka i mogućnosti prikupljanja kapitala, prvenstveno kreditnog zaduženja.

Sa ekonomskog aspekta, važan segment predstavlja kreiranje novih radnih mjesta, prvenstveno za lokalno stanovništvo u različitim sektorima poput kreativne industrije, tradicionalnom turizmu, ugostiteljstvu, trgovini, transportu, uslužnim djelatnostima i dr. Ekonomski aspekt u segmentu kreativnog turizam je važan i zbog činjenice da turisti u kreativnom turizmu troše više novca na autentična iskustva.

Kada govorimo o samom turizmu važno je istaći da je navedena grana podložna određenim aspektima koji mogu imati visok stepen negativnog uticaja. Jedan od dobrih primjera je COVID-19 gdje su zabilježeni izuzetno visoki negativni efekti na globalnom nivou. Samim time, važno je istaći da postoji mnogo faktora koji mogu imati izuzetno negativne posljedice za turističke destinacije i sezonu (Nusraningrum i Pratama, 2019).

Pored prirodnih aspekata, turistima su izuzetno važni uslovi u kojem borave, te da li isti imaju pozitivan, odnosno negativan uticaj na zdravlje. Mnogi od negativnih efekata mogu biti spriječeni pozitivnim praksama učesnika. Ovo su neki od aspekata procjene rizika koji trebaju biti uzeti u obzir prilikom kreiranja plana razvoja, a koji imaju direktni pozitivni ili negativni uticaj na ekonomske faktore.

Prednost kreativnog turizma jeste činjenica da mogu biti razvijeni u većini područja, bez obzira da li je riječ o urbanom ili ruralnom području čija implementacija ima direktan uticaj na nivo zaposlenja, prilike za mlade, podsticaj za proizvodnju i druge elemente koji imaju direktnu vezu na ekonomski aspekt (Pintea i Bădulescu, 2020).

Neophodno je naglasiti da postoji znak nejednakosti između kreativnog turizma i kreativne industrije, ali odnos između navedenog ima pozitivnu korelaciju. Tako npr. aspekt filmske industrije može u mnogome pomoći u popularizaciji jednog mjesta kao turističke destinacije, ako i segment ponude. Primjer jesu lokacije na kojima su snimane trilogije "Gospodar prstenova" (Novi Zeland), kao i serija Game of Thrones (Dubrovnik kao jedna od lokacija) (*Kingsland, King's Landing Dubrovnik*).

Richards i Willson (2007) smatraju da različiti elementi turističke destinacije i uslovi mogu u mnogome pomoći ka povećanju atraktivnosti i prepoznatljivosti. Elementi turističke destinacije odnose se na sadržaj kao što su hrana, ponuda krstarenja, dostupnost muzeja, zabavnih parkova i dr. Prema analizi koja je urađena u Hrvatskoj, identificirano je 12 sektora koji mogu u značajnoj mjeri uticati na kreativni turizam. Navedeni sektori se odnose na muzeje, knjižnice, kulturnu baštinu, umjetnost, muziku, izvođačke umjetnosti, dizajn, film, fotografiju, zanate, arhitekturu, računalni softver, igre, nove medije, elektroničke medije, izdavaštvo te oglašavanje i marketinšku komunikaciju (Rudan i Zadel, 2019).

Važno je istaći da značajni dio BDP-a Hrvatske se odnosi na segment turizma. Značajan potencijal ima kreativna industrija i kreativni turizam, koji omogućava dodatni potencijal i povećanje konkurentnosti. Aspekt kreativne i kulturne industrije bilježi značajan rast na globalnom nivou i zauzima značajnu stavku u BDP-u. Prema dostupnim informacijama u Braziliji i SAD-u kreativne industrije čine više od 10% BDP-a (Inter American Development Bank, 2014). Jedna od osobina kreativne industrije jeste veći stepen otpornosti na određena negativna kretanja kao što je recesija.

Dodatna specifičnost i potencijal kreativne industrije i turizma jeste činjenica da mali poduzetnici putem malih, kreativnih i jednostavnih ideja mogu imati značajan uticaj na privlačenje turista. Tako npr. aspekt očuvanje tradicije male destinacije, navika lokalnog stanovništva, uz određene inovacije omogućavaju veći stepen poticaja i lakše implementacije u odnosu na potpuno inoviranje. Primjer navedenog jeste kreiranje atrakcija koje nisu u uobičajenom turističkom vodiču, a koji posjeduju značajan potencijal uz primjenu određenih kreativnih ideja (Figueiredo, 2022).

3.2. Društveni aspekt kreativnog turizma

Jedan od važnih faktora uticaja kreativnog turizma predstavlja očuvanje lokalne zajednice putem promovisanja kulturnog naslijeđa i raznolikosti, stvaranje uslova razmjene i dijaloga. Uticaj kreativnog turizma se također odnosi na povećanje svijesti o socijalnim pitanjima, veće uključenosti lokalne zajednice, inkluzivnost, poticaj razvoja kulture i obrazovanja, kao i povećanja svijesti o lokalnoj pripadnosti i vrijednosti.

Kao što je predstavljeno u radu, jedan od važnih aspekata diferencijacije turizma jeste personalizacija ponude, pristupa i korisničkog iskustva, uz značajno veći stepen uključenosti. Turisti postaju aktivni učesnici u konzumiranju kreativnih turističkih atrakcija, čime se stvaraju autentična iskustva (Guo *et al.*, 2023).

U ovom dijelu rada, ključni fokus je društveni aspekt koji podrazumijeva različite interakcije i dodirne tačke lokalnog stanovništva i kreativnog turizma. Kreativni turizam doprinosi očuvanju tradicije i razvoja lokalne zajednice. Tako npr. lokalna zajednica i tradicija imaju potencijal da postanu važan i ključan segment kreativne turističke atrakcije. Visok stepen interakcije sa lokalnim stanovništvom kreira jake veze i povećava društvenu koheziju, povećava stepen osjećanja i razumijevanja, te smanjuje predrasude.

DASTA (Digital-Audiovisual Strategy and Technological Analytics) može da uključuje (Richards *et al.*, 2018):

- Interakcija posjetioca i domaćeg stanovništva
- Međukulturalna razmjena i iskustvo
- Mjesto duhovnog značenja i razumijevanja različitih kultura
- Različita praktična iskustva
- Veća interakcija, veći stepen uključenosti
- Razvoj kreativnih iskustava
- Autentičnost
- Personaliziran pristup

Kreativna industrija i sam koncept kreativnog turizma se bazira na ideji autentičnog iskustva na nivou lokalne zajednice, kulture, resursa sa kojima raspolaže određena lokacija (Richards *et al.*, 2018).

3.3. Uticaj kreativnog turizma na okoliš

Lokalne zajednice u značajnoj mjeri imaju ograničene resurse, čije neracionalno korištenje može u značajnoj mjeri uticati na cjelokupan ekosistem lokalne zajednice. Važan aspekt predstavlja okolišni uticaj turizma na lokalnu zajednicu. Upravo kreativni turizma može pomoći ne samo da se racionalno koriste resursi, već može u značajnoj mjeri pomoći da se isti očuvaju.

Tako npr., kreativni turizam pomaže u racionalizaciji potrošnje resursa, promovirajući uticaj i značaj prirode i lokalne zajednice. Važan aspekt predstavlja racionalizacija energenata koji utiču na emisiju stakleničkih plinova, kao i segment zagađenosti (zraka, vode, tla...). Očuvanje kulturne baštine, njena samoodrživost i razvoj podrazumijeva racionalno korištenje energenata, vode, materijala.

Kreativni turizam pomaže u kreiranju održivih projekata i pronalazak različitih obnovljivih izvora kao osnove za razvoj programa zaštite prirode i kulturne baštine.

Značajan negativni aspekt uticaja turizma na okoliš, jeste visok stepen posjećenosti i aktivnosti u toku određenih kratkih vremenskih perioda. Kreativni turizam omogućava kontinuitet u turističkim ponudama tokom cijele godine gdje očuvanje ekosistema predstavlja prioritet. Kreativni turizam omogućava očuvanje baštine, tradicije i prirodnih resursa sa kojima raspolaže lokalna zajednica (Pintea i Bădulescu, 2020).

Jedan od važnih aspekta kreativnog turizma jeste održivost, podizanje svijesti o lokalitetu, očuvanju prirodnih resursa i smanjenje ekološkog uticaja. Tako npr. kreativni turizam može uključivati i promovisati korištenje ekoloških prihvatljivih materijala, prihvatanje proizvoda koji su od prirodnog materijala i koji se lahko mogu reciklirati. Aktivnosti koje se provode u sklopu ponude mogu da motivišu i promovišu očuvanje prirodnih resursa. Očuvanje životne sredine i bio raznolikosti predstavlja važan aspekt lokalne zajednice. Zbog navedenog upravljanje zagađenjem, kontrola otpada i promovisanje energetske efikasnosti može značajno umanjiti i minimizirati negativne uticaje na prirodne resurse.

4. KREATIVNI TURIZAM I LOKALNA ZAJEDNICA: ISTRAŽIVANJE

Istraživanje koje je provedeno za potrebe rada se odnosi na uticaj kreativnog turizma na lokalnu zajednicu, percepciju stanovništva o stavovima koji se odnose na uticaj i značaj kreativnog turizma, mogućnost uključivanja u kreativni turizam putem različitih vlastitih programa ili aktivnosti koje provode lokalne zajednice, zatim istraživanje stavova u vezi održivosti kreativnog turizma, očuvanja lokalne kulture, baštine, prirode, kao i mogućnost inovacija. U prilogu rada je prezentiran korišteni template za istraživanje.

Analiza odgovora na postavljena pitanja, koja u značajnoj mjeri predstavljaju pitanja sa mogućnosti obrazloženja putem polja za odgovor, može pomoći u boljem razumijevanju i analizi samog istraživanja. Metodologija istraživanja je predstavljena u prvom poglavlju rada.

Samo istraživanje podrazumijeva veći broj logičkih cjelina, čiji rezultati se mogu posmatrati na nivou logičke cjeline kao mikro aspekta ili sa aspekta ukupnog istraživanja, makro aspekta. Jedan od aspekata na kojima se fokusira istraživanja jeste prikupljanje informacija da li je kreativni turizam prepoznat od strane anketiranih, ali istovremeno i analiza različitih aspekata koje smo detaljno prezentirali u radu.

4.1. Analiza trenutnih aktivnosti iz segmenta kreativnog turizma u Gradu Visokom

Kada govorimo o historijskim i kulturnim vrijednostima i naslijeđu Grada Visokog tada možemo istaći jedan duži historijski period. Tako npr. postoje tragovi naselja koji potiču iz Neolitskog doba, prvenstveno na lokacijama Arnautovići, Donje Moštre, Okolište, Zbilje, Ginje i Dvor. Također, postoje dokazi iz metalnog doba, brdo Gradina, Kopači, Malo Čajno, Zbilje, Mokronoge, Vratnica i Porječani. Lokalitet u Moštru potok Zimašnica, nalazi se antički lokalitet Svibe sa ostacima zgrada, žbuke, crijepa, opeke i fresko-slika, ukazujući na

antičku naseobinsku djelatnost. Pored navedenog postoje Rimski tragovi pronađeni u Arnautovićima, srednjovjekovni period je moguće pronaći u Milima, kao i dio utvrde na samoj Visočici. Na lokaciji Gradina u Seoči moguće je pronaći ruševine rimske utvrde sa stražarnicom, potvrđene istraživanjima Vaclava Radimskog (1890) i Ive Bojanovskog (1978). Srednjovjekovna Bosna koju spominje car Konstantin VII Porfirogenet je također u Gradu Visokom. Pored navedenog, postoje lokacije i mjesta krunisanja, kao i grobnice bosanskih vladara, gdje izdvajamo Stjepana II Kotromanića i Tvrtka I Kotromanića. Povelja Kulina bana iz 1189. godine. Najstariji dokument koji je pisan bosančicom je kreiran u Visokom, koji između ostalog potvrđuje historiju bosanske državnosti. Važan aspekt kulturnog i historijskog naslijeđa ima kraljevski dvor u Podvisokom i tvrđava na Visočici. U Gradu Visokom se također nalazi značajno naslijeđe Osmanlijsko carstva prvenstveno putem značajnog broja građevina hamama, mekteba, vodovoda i mosta na rijeci Bosni. Također je važno istaći da je Grad Visoko 1462. godine postala kasaba (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina).

Kada govorimo o različitim aktivnostima koje se poduzimaju i koje se mogu dodatno unaprijediti, prvenstveno mislimo na mogućnosti koje pruža Grad Visoko putem svojih kulturnih tura, koje podrazumijevaju posjetu različitim znamenitostima, historijskih lokacijama, lokalitetima i dr. Kao primjer lokalnih tura moguće je navesti posjete unutar i izvan Grada Visokog.

Grad Visoko je poznat po svojoj historiji, kulturnim naslijeđem, značajnim brojem historijskih lokacija i istraživačkih lokaliteta. Jedna od najznačajnijih aktivnosti koji imaju direktan uticaj na turizam i kreativni turizam jesu aktivnosti u sklopu arheološkog parka „Bosanska piramida Sunca“, također postoji veći broj značajnih potencijala poput zanatskih radionica, umjetničkih i kulturnih manifestacija, gastronomskog turizma i dr.

Važan aspekt Grada Visokog predstavlja i sama lokacija, koja zbog autoputa i blizine većih gradova, aerodroma i druge transportne infrastrukture predstavlja važan preduslov za uspjeh. Aktivnosti koje se trenutno provode u Gradu, aktivnosti koje se razvijaju i koje imaju značajan budući potencijal imaju važan i značajan uticaj na ekonomiju, razvoj lokane zajednice, očuvanje tradicionalnih zanata i dr.

Dodatno unapređenje i razvoj turističkih aktivnosti putem kreativne industrije će omogućiti dodatni podsticaj za unapređenje i razvoj infrastrukture, povećanje stepena edukacije i povećanje stepena samoodrživosti.

Putem aktivnosti Arheološki park „Bosanska piramida Sunca“ moguće je zaključiti, kako projekti manjeg obima mogu imati značajan uticaj na sami Grad, Državu i istu prezentirati i promovisati na globalnom nivou.

Slika 3. Grad Visoko



Izvor: 10 reasons to visit Visoko

Unutar Grada podrazumijevamo posjete različitim lokalitetima poput stare čaršije, muzeja, galerije, šetališta, starim vjerskim objektima kao što je Tabačka džamija, lokacijama spajanja dvije rijeke (Bosna i Fojnica) i dr. Dodatno je moguće razviti aspekt umjetničkih radionica koji se odnose na tradicionalne zanate, koji mogu biti dostupni u samom gradu, ali i lokalnim selima. Jedan od takvih zanata jeste prerada kože, zatim različiti zanati koji se odnose na preradu drveta (npr. čibučarima) i dr. Zatim posjete van grada koji se odnose na izletišta, tvrđavu, tunele i dr. Važan aspekt predstavljaju posjete piramidama u Visokom, kao i kompleks tunela i Ravne 2.

Važno je istaći da je Grad Visoko prepoznat kao turistička destinacija, naročito aktivnostima Fondacije (Arheološki park: Bosanska piramida Sunca). U nastavku rada ćemo predstaviti određeni broj lokaliteta unutar i izvan Grada Visokog koji predstavljaju važnu osnovu za kreativni turizam.

Slika 4. Prikaz dijela potencijalnih turističkih atrakcija za kreativni turizam u Gradu Visokom



Tabačka džamija - izgrađen početkom XVII vijeka



Dvije rijeke: Bosna i Fojnica



Franjevački samostan



Centar srednjovjekovne Bosne - Mile/Arnautovići



Srednjovjekovni grad i tvrđava koji je nastao tokom 14. vijeka na brdu Visočici



Bijela džamija



'Mlinovi' na Bucima na rijeci Fojnici



Zavičajni Muzej Grada Visokog

Izvor: 10 razloga zašto posjetiti Visoko

Prethodno predstavljene grafičke prikaze, određeni segmenti i potencijali Grada Visokog su samo neki od najviše prepoznatih. Grad Visoko također nudi: rijeka Bosna i Fojnica, šume i

planine, prirodni izvori, poljoprivredna zemljišta. Prethodno navedeno doprinosi ekološkim i prirodnim bogastvima Grada Visokog. Grad ima oko 40 hiljada stanovnika, pretežno na ovom području žive Bošnjaci. Ukupna površina grada je oko 233 km², jedno urbano naselje i oko 87 ruralnih naselja. Analizirajući broj stanovnika, moguće je zaključiti da nešto manje od 1/3 stanovnika živi u urbanom dijelu (Popis stanovništva 2013 u BiH). Na osnovu predstavljenih podataka moguće je istaći da potencijalni turistički razvoj iz segmenta kreativnog turizma može da se odnosi na: edukativne ture, outdoor aktivnosti, gastro turizam, etno turizam, festivali i druge manifestacije.

U prethodnom dijelu rada smo predstavili grafički određeni broj lokaliteta, međutim u nastavku rada ćemo predstaviti i određene podatke za sljedeće destinacije Grada Visoko:

- Šetnja stazama bosanskog kraljevstva
- Centar srednjovjekovne Bosne
- Mjesto susreta različitih civilizacija i religija
- Bogato kulturno i historijsko naslijeđe
- Grad trgovine i zanata
- Osjetite uticaj Orijenta

Također je važni istaći sljedeće činjenice, koje doprinose potencijalu razvoja kreativnog turizma (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina):

- povoljan geografski i prometni položaj (središnji dio BiH, Sarajevsko- zenička kotlina, uz transportni koridor Vc)
- postojanje sakralnih hramova različitih konfesija u gradskom jezgru, koji arhitekturom i naslijeđem koje posjeduju i čuvaju predstavljaju izuzetne atrakcije za razvoj kulturnog i vjerskog turizma
- Visoko je čaršija sa devet džamija u gradskom području, što je za ljubitelje Orijenta i islamske arhitekture pravi užitek;
- Zavičajni muzej “Visoko“ (bogate muzejske zbirke i ostali eksponati tradicionalnih visočkih zanata)
- Bijela/Šerefudinova džamija - istinski dragulj Visokog i BiH, dobitnica mnogih prestižnih nagrada za arhitekturu i umjetost;
- nacionalni spomenici;
- arheološki i historijski lokaliteti (posebno srednjovjekovni);
- izletišta i mjesta netaknute prirode, pogodna za odmor, boravak u prirodi, porodična okupljanja, škole u prirodi;
- pješačke i planinarske staze za ljubitelje prirode i aktivnog odmora;
- tradicionalne kulturne i sportske manifestacije, sajmovi i koncerti;
- dobro poznate visočke gastronomske delicije i suveniri (visočko suho meso, moštranska paprika, srhinjska jagoda), produkti kožarsko-krznarske galanterije;
- razvoj gastro i ruralnog turizma i dr.

Pored fizičkih lokacija važno je istaći i određena gastronomska jela koja su dostupna u Gradu Visokom. Važan aspekt predstavlja proizvodnja, prerada i prodaja mesnih proizvoda, raznolika tradicionalna gastronomska jela koja se odnose na ćevape, burek, sogan-dolma, tufahije, baklave, klepe i dr.

Neka se odnose isključivo za lokalitet Grada, dok su druga prvenstveno prepoznatljiva u BiH, sa određenim varijacijama ukusa i načina pripreme (Visoko: Zanatski gradić koji želi posjetiti cijeli svijet):

- Visočka pečenica (Visočka pečenica je jedan od tri zaštićena bh. proizvoda: Obrt Babić prvi ispunio zahtjeve oznake)
- Sudžuka - Suhomesnati proizvod od mljevenog mesa i začina, često se koristi u pripremi raznih jela ili se poslužuje kao zakuska.
- Sarma - Jelo od kiselog kupusa punjeno mesom i rižom, tradicionalno se priprema tokom zimskih mjeseci.
- Mlinci - Suhi rezanci koji se obično serviraju uz meso i umake, popularni su kao prilog.
- Moštranske paprike - Paprike punjene mesom i rižom, često se prže ili peku, a poznate su po svojoj sočnosti.
- Kraljevske jagode - Slatke jagode koje se često koriste u pripremi dezertata ili se jedu svježe.
- Baklava - Slatki kolač od oraha, meda i kore, popularan dezert u visočkoj kuhinji.

Tradicionalni zanati Grada Visokog se između ostalog odnose na: kožarstvo, grnčarstvo, tkalstvo i vez, kovaštvo, stolariju i drvorezbarstvo, izradu nakita i dr. Dodatne aktivnosti koje se odnose na Grad Visoko su različiti događaji i festivali poput Visočkog ljeta koji podrazumijeva dane kulture, sporta i trgovine, zatim „Dani Zaima Muzaferije“, „Your Way Film Festival“, „Summer Solstice Festival (SSF)“, različite promocije i aktivnosti koje se provode u sklopu JU Centar za kulturu, sport i informisanje Visoko i dr.

Kreativni turizam u značajnoj mjeri može biti unaprijeđen putem različitih udruženja građana. Tako npr. prilikom analize i istraživanja, uočena su slijedeća udruženja iz oblasti kulture u Gradu Visokom (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina):

- Udruženje građana „Ars-Tragovi“ Visoko
- Udruženje „Postavke-Setup“ Visoko
- Kulturno umjetničko društvo „Visoko“
- „Total“ Teatar iz Visokog
- Udruženje likovnih umjetnika „Likum76“ Visoko
- Udruženje likovnih umjetnika u Ze-Do kantonu
- UG „Sevdah za mlade“ Visoko
- Klub knjige
- Bošnjačka zajednica kulture „Preporod“

- Udruženje “Visočke sevdalije”

Pored udruženja koja se odnose na kulturu, važan aspekt predstavlja i segment sporta, gdje sam Grad Visoko od 1909. godine ima oko 63 udruženja iz oblasti sporta. Broj nevladinih organizacija oko 61 koji imaju direktnu ili indirektnu podršku lokalne vlasti. Važan aspekt svakog mjesta jeste vjerski segment koji uključuje veći broj različitih objekata, ali i kulture i historije koji se veže za vjeru. Tako npr. neki od važnih podataka se odnose na: (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina):

- Islamska zajednice: 30 džamija, 27 mesdžida, 43 mekteba (gdje se izvodi nastava), 22 mesdžida aktivna tokom cijele godine
- Vakufski objekti u posjedu Islamske zajednice na području Medžlisa IZ Visoko od vakufskih dobara: 10 vakufskih stanova, 34 gasulhane, 6 turbeta, 4 tekije u privatnom vlasništvu, te 58 aktivnih mezaristana i 30 pasivnih I 5 poslovnih prostora
- Visoko je od izgradnje Franjevačke gimnazije 1900. godine župna ekspozitura (odvojena od župe Kiseljak), koju pastoriziraju visočki profesori.
- Prvi franjevački samostan izgrađen je u Milima kod Visokog 1340/41. godine nakon uspostave Bosanske franjevačke vikarije.
- Crkva svetog velikomučenika Prokopija izgrađena je 1857. godine i predstavlja hram Srpske pravoslavne crkve, te pripada Dabrobosanskoj mitropoliji te je sjedište Visočke parohije.

Određeni objekti su tokom rata oštećeni, a značajan broj njih je nakon rata obnovljen. Navedeni podaci i predstavljene oblasti su od velikog značaja i važnosti za kreativni turizam.

4.2. Arheološko-turistički park Bosanskih piramida – Ravne 2 (Case study)

Arheološko-turistički park Ravne 2 zvanično je otvoren 18. juna 2016. godine. Površina parka je 100.000 kvadratnih metara i isti je kreiran na način da je dr. Semir Osmanagić kupio 15 parcela koje je spojio u jedno ogromno područje koje je sadržavalo 7 divljih deponija i močvarnih područja. Park uključuje veći broj instalacija i atrakcija koje će biti detaljno prikazane u radu. Pored samog parka postoji Tunel Ravne koji ima veliku mrežu podzemnih tunela, raskrsnica, komora i akumulacija vode. Dodatno u sklopu Fondacije, moguće je posjetiti Piramidu Sunca sa visinom od preko 270 metara (prema podacima dostupnim na stranici Fondacije). Pored Piramide Sunca, Fondacija promovise još piramidu Mjeseca i Ljubavi. Detaljne informacije o samoj Fondaciji, aktivnostima i načinu nastanka je moguće pronaći na stranici Fondacije.

Važan aspekt uspjeha projekta jeste korištenje različitih medija i kanala promocije. Tako npr. postoje različite aktivnosti na nivou društvenih medija, kako od strane samih posjetioca, tako i od strane zaposlenih unutar Fondacije. Dodatno korištenje različitih audio i video materijala, od kojih se dio može pronaći i na poznatim platformama poput Youtube (Park ravne 2 Visoko).

Također, gostovanja dr. Semira Osmanagića, samo na Youtube bilježi po stotine hiljada pregleda (dr. Semir Osmanagić). Pored navedenog, kreirani su i dokumentarci poznatih TV kuća kao što je National Geographic (National Geographic making Documentary about Bosnian Pyramids again, Mystery of the Bosnian Pyramids).

U ovom radu nećemo ulaziti u sam aspekt otkrića, naučna uporišta, uticaj na arheologiju i historiju, skepticizam i kritike, kontraverzne stavove i dr. U ovom radu prvenstveno analiziramo aspekt kreativnog turizma, koji je primijenjen u ovom projektu, a koji unatoč brojnim preprekama bilježi veliki broj gostiju i posjeta iz godine u godinu. Također možemo reći da je Park Ravne 2 jedan od najljepših parkova u Evropi kojeg sve više posjećuju i različita udruženja i škole, unutar države i regije, udruženja umjetnika i umjetničkih aktivnosti.

Iako je inicijalno projekat, od značajnog broja, posmatran kao aktivnost koja neće imati uspjeha u dugom roku, danas navedeni projekat predstavlja jedan od najatraktivnijih i najznačajnijih turističkih potencijala. Zasižno predmetni projekat, aktivnosti koje su poduzete i koje se poduzimaju, svojom prirodom imaju karakteristike kreativnog turizma, što može predstavljati jedan od faktora uspjeha. Pored uspjeha projekta, važno je navesti činjenicu da je cjelokupan projekat doprinio velikoj promociji Grada Visokog, ali i države kao cjeline.

Također, smatramo važnim istaći činjenicu da su određeni lokaliteti, koji se danas posmatraju kao najatraktivniji predstavljali neuređene lokalitete, močvarna područja. Određeni koncepti samog rasta i razvoja su zadržani i do danas poput posjeta bez naplate ulaznica, iako sam lokalitet ima veliki prostor koji zahtjeva značajna finansijska sredstva za održavanje. Ključna pravila posjeta lokacijama koje se definišu kao lokacije bez stresa, ograničenja u segmentu narušavanja reda i mira, zabrana zagađivanja i bacanja otpadaka, paljenje vatre i drugih aktivnosti koje mogu da naruše sam koncept.

Lokacije uključuju prirodni ambijent, kojeg odlikuju livade, izvorska voda, oaza mira, razno vrste rastinja i biljaka, crnogorične šume, u kojima se nalaze raznovrsne umjetničke instalacije, ali i druge vrste aktivnosti na jednom velikom geografskom području. Značaj lokaliteta se može predstaviti i u brojkama, tako npr. u 2022. godini je zabilježeno preko 100.000 posjetioca širom svijeta (Arheološki park: Bosanska piramida Sunca).

Slika 5. Prikaz parka Ravne 2, Visoko



Izvor: Bosnian pyramids & archaeological park tunnel Ravne 2 – Visoko

Važan aspekt smjernica i ponude Ravne 2 je moguće pronaći i na mapama kompleksa Ravne 2. Važno je napomenuti da mapa lokacije se kontinuirano mijenja zbog činjenice da se kontinuirano kreira novi sadržaj, a predstavljena mapa je jedna od prvih mapa kompleksa Ravne 2.

Uspješnost projekta, naročito krativnog turizma se može posmatrati i iz ugla samoodrživosti tokom cijele godine. Također je važno istaći da projekat i aktivnosti koje se provode u sklopu Fondacije ne predstavljaju aktivnosti generisanja finansijske dobiti, što se može uočiti i iz segmenta nepostojanja naplate za ulaznice u park, nepostojanja naplate parking mjesta za automobile i dr.

Slika 6. Mapa kompleksa Ravne 2, Visoko



Izvor: Decembarski radovi na piramidama i u tunelima u Visokom

Unatoč navedenom sam projekat ima visok stepen samoodrživosti, a najbolji primjer navedenog je broj posjeta u doba COVID-19. Aktivnosti koje se trenutno nude u sklopu Arheološko-turistički park Bosanskih piramida se između ostalog odnose na (Arheološki park Bosanska piramida Sunca):

- BELVEDERE, se odnosi na lokalitet sa pogledom na Bosansku Piramidu Sunca. Posjeta lokaciji može uključivati i vodiča koji će omogućiti pružanje osnovnih podataka, kao i podatke o radu same Fondacije. Lokacija je izuzetna zbog mogućnosti za fotografisanje.
- PODZEMNI LABIRINT “RAVNE” – posjeta lokaciji koju nazivaju prahistorijskom i ista se sastoji od mreže tunela i prostorija. Tuneli su osvijetljeni uz dodatne mjere sigurnosti. Prosječna visina je 2 metra, sa konstantnom temperaturom tokom cijele godine u iznosu od 12 stepeni. Dio koji je uređen za posjetu turista je dužine od oko 850 metara. Pored artefakata (izdvajamo Mega-keramičkog bloka K2) koji su pronađeni, sam tunel ima mnogobrojna druga svojstva koja se odnose na visok stepen negativnih jona i originalne Šumanove rezonance od 7,83 Hz koji omogućavaju da se u toku boravka vaše tijelo revitalizira, kako fizički tako i mentalno. Zbog visoke koncentracije negativnih jona, mnogi smatraju da boravak u tunelima ima ljekovita svojstva.
- BOSANSKA PIRAMIDA SUNCA – Prema Fondaciji, riječ je o najstarijoj i najvećoj piramidi u svijetu. Posjeta navedenom lokalitetu podrazumijeva obilazak lokacija na kojima su vršena istraživanja (arheološka iskopavanja), prvenstveno na sjevernoj strani piramide. Navedeni lokalitet pored prirodnog okruženja uključuje lokalitete na kojima se nalaze blokovi rađeni od sintetičkog (geopolimernog) betona koji su otkriveni ispod sloja zemlje i vegetacije

- PRAHISTORIJSKI TUMULUS U SELU VRATNICA – lokalitet na kojem se nalazi konusno uzvišenje sa jakim energetskim očitovanjima i zračenjem na samom vrhu. Navedeno, prema navodima Fondacije, uključuje ultrazvučni energetski snop zbog čega se navedeni lokalitet koristi i za meditaciju.
- BOSANSKA PIRAMIDA MJESECA – predstavlja drugu piramidu, u sklopu kompleksa piramida u Visokom. Prema podacima od strane Fondacije, riječ je o piramidi sa visinom od 190 metara i predstavlja drugu po veličini piramida u svijetu (Keopsova piramida u Egiptu doseže visinu od 147 metara). Obilazak navedenom lokalitetu uključuje posjetu otkopanim terasama.
- VRH BOSANSKE PIRAMIDE SUNCA – prema podacima od strane Fondacije, riječ je o najvećoj piramidi na svijetu. Dodatno, sa vrha piramide je moguće posmatrati Grad Visoko, kao i cjelokupni krajolik. Dodatno, prema podacima od strane Fondacije, postoje značajni energetski fenomeni: elektomagnetni i ultrazvučni energetski snop sa konstantnom frekvencijom od 28kHz. Važno je istaći da Piramida Sunca predstavlja višeslojno arheološko nalazište zbog činjenice da postoje ostaci nekoliko kultura nedavne historije, prvenstveno srednjovjekovna utvrda bosanskih kraljeva, ostaci ilirske i rimske kulture.
- MUZEJ FONDACIJE - uključuje objekat na samom ulazu u Podzemni labirint Ravne u kojem se nalazi i u kojem je izložen jedan dio artifakata, predmeta pronađenih tokom iskopavanja. U samom objektu su izloženi i satelitski snimci, snimanja energetskih fenomena, uzorci betona, laboratorijske analize i radiokarbonska datiranja.
- “ARHEOLOŠKO-TURISTIČKI PARK RAVNE 2” - odnosi se na lokalitet u samoj blizini tunele Ravne. Riječ je o predivnom prirodnom kompleksu, koji pored Ravne 2 uključuje i Ravne 3 (“Zvonik” s izrazitim energetskim fenomenima i novootkrivenih tunela). Sam kompleks Ravne 2 uključuje šumski predio, platforme za jogu i meditaciju, koncertna bina s prirodnim zelenim amfiteatom, kamenim krugovima napravljenim uz poštivanje sakralne geometrije (“Pojačivač aure”), megalitnim blokovima – geopunkturnim krugom, podzemnim spiralama, dvostrukim labirintom “pročišćenja”, parkom kugli, spiralnim botaničkim vrtom i drugim sadržajima. Mnogi navedeni park nazivaju najljepši park na jugu Evrope. Dodatno, Park 2 predstavlja park koji se kontinuirano mijenja na način da se postavljaju nove umjetničke instalacije, održavaju se različite manifestacije i događaji.

Pored bogate ponude različitim lokacijama, sadržajima, važan segment predstavlja i sama organizacija koja obuhvata privatne i organizovane ture i aktivnosti, uz profesionalne i obučene vodiče, čime je moguće dodatno personalizirati ponudu i unaprijediti iskustvo.

Dodatno, navedenim aktivnostima povećava se stepen promovisanja kulture, arheologije, ekološkog turizma i same edukacije. Pored organizovanih tura i aktivnosti, sam prostor nudi široki spektar mogućnosti i aktivnosti, kreiranje različitih događaja i manifestacija poput kulturnih događaja, muzičkih koncerata, izložbi, sajмова i dr.

Dodatno, aktivnosti koje se dešavaju pomažu u razvoju lokalne zajednice, malih i srednjih poduzetnika, te kreiraju jednu platformu za razvoj kreativnog turizma. Upravo zbog

navedenog u nastavku ćemo prikazati neke od najvažnijih atrakcija koje se nude u sklopu parka, na različitim lokacijama i različitim tematika, što je sasvim sigurno jedan od ključnih aspekata kreativnog turizma.

Važno je istaći da predstavljene fotografije u nastavku su samo jedan mali dio prikaza cjelokupnog projekta. Prikaz cjelokupnog potencijala, velikih i malih atrakcija i detalja koji se mogu koristiti u kreativnom turizmu bi zasigurno zahtijevao broj stranica koji je jednak cjelokupnom radu.

Slika 7. Prikaz većeg broja atrakcija Arheološko-turistički park Bosanskih piramida



Stubovi na 'Vremeplovu'



Vile od žice, instalacije posvećene ilirskim, slavenskim i bosanskim vilama, lokacija Magična šuma, Ravne 2



Ilirska kraljica Teuta, Ravne 2



Teniski terni, Ravne 2, snimak iz zraka



Magična šuma, Ravne 2



Monolit u Tunelima, Ravne 2



Prikaz dijela tunela, Ravne 2 (Tunnel Ravne 2 360°)



Prikaz večeg broja instalacija, Ravne 2



Tvrta Kotromanića, Ravne 2



Prikaz iz zraka, Ravne 2



Sjeverni dio Piramida Sunce

Izvor: Foto šetnja kroz Park "Ravne 2"

Predstavljeno je dio aktivnosti koje se provode duži niz godina. Sam projekat je predstavljen 2016. godine od strane dr. Semir Osmanagić. Navedeni projekat je tokom godina bilježio niz uspjeha, prvenstveno zbog broja aktivnosti i prilagođavanju zahtjevima i potrebama, ali i prvenstveno očuvanju vizije koja je inicirala kreiranje projekta.

Dodatni važni aspekti se odnose na mnogobrojne sportske aktivnosti, ali i potencijal koji nudi park za budući razvoj u navedenom segmentu. Pod sportskim aktivnostima prvenstveno mislimo na kreirane preduslove za turnire tenisa (Sve spremno za teniski turnir u parku "Ravne 2"), košarke, trke (Sportski događaji u parku „Ravne 2“ u 2024. godini) i dr. Prema podacima koji su dostupni u samom Parku Ravne 2, broj posjetilaca po godinama je:

- 2018. – 40.000 hiljada
- 2019. – 50.000 hiljada
- 2020. – 76.000 hiljada
- 2021. – 134.000 hiljada
- 2022. – 155.000 hiljada
- 2023. – 195.000 hiljada

Prema dostupnim podacima riječ je o turistima i posjetiocima koji su posjetili Bosansku piramidu Sunca, tunel Ravne, Park „Ravne 2“, Bosansku piramidu Mjeseca, tumulus u Vratnici. Na osnovu podataka moguće je zaključiti da je broj posjetilaca od 2018. do 2023. godine porastao gotovo 5 puta. Također je značajno istaći činjenicu da broj stanovnika Grada Visoko iznosi oko 40.000 stanovnika, tako da možemo reći da je broj posjetilaca veći za gotovo 5 puta u odnosu na cjelokupno stanovništvo Grada. Od 40.000 stanovnika na urbano područje se odnosi 13.663, dok na ruralno područje se odnosi 32.497 stanovnika.

Broj posjeta koji su predstavljeni od strane Fondacije se odnosi na relativno malo područje, što dodatno predstavlja stepen atraktivnosti u segmentu turističkog potencijala. Dodatno, moguće je zaključiti da se i u 2024. godini može očekivati porast broja turista (Popis u 2013 BiH).

Na osnovu predstavljenih podataka o broju posjeta, moguće je zaključiti da postoji jedan veliki potencijal za razvoj kreativnog turizma, gdje posjetioci koji dolaze u Grad Visoko u obilasku Parka „Ravne 2“ i drugih lokacija u sklopu Fondacije, predstavljaju ogromni potencijal za druge lokacije koje su predstavljene u radu.

4.3. Pokretači i barijere razvoja kreativnog turizma u Gradu Visokom: perspektiva kreativnih preduzetnika i gradske vlasti

Ključni pokretači primjene koncepta i principa kreativne industrije i kreativnog turizma se prvenstveno odnose na veći broj benefita a koji su jasno predstavljeni u radu, kako u segmentu teorije, tako i u segmentu praktičnom održivom primjeru, koji je već implementiran u Gradu Visokom. Međutim, smatramo važnim i u ovom dijelu rada istaći neke od ključnih aspekata, a oni se odnose na značajan potencijal za ekonomski razvoj, očuvanje kulturnog i društvenog života. Međutim, uspješna implementacija može kreirati

mnogobrojne prednosti, ali uspješna realizacija zavisi od niza faktora. Tako npr. za uspješno kreiranje kreativnog turizma potrebno je implementirati veći broj aktivnosti, a neke od ključnih jesu integracija lokalnog stanovništva, poduzetništva i lokalne vlasti.

Poduzetnici imaju mogućnost da iskoriste postojeće resurse i potencijale, prvenstveno putem očuvanog kulturnog i historijskog naslijeđa u kreiranju različitih usluga i proizvoda. Za navedeno je važno postojanje arheoloških lokaliteta, znanja o tradiciji i historijskom naslijeđu, postojanje različitih kulturnih, društvenih i tradicionalnih manifestacija, kao i postojanje različitih tačaka integracije, za što Grad Visoko, kao što je prikazano u radu, već ima i posjeduje.

Lokalni poduzetnici, zajedno sa drugim interesnim skupinama, poput umjetnika imaju mogućnost da putem inovativnih ideja kreiraju nove ili unaprijede postojeće turističke atrakcije i ponudu. Za uspješnu realizaciju, važna je podrška lokalne vlasti. Lokalna vlast u značajnoj mjeri može putem ustupanja određenih resursa, poput prostorija ili otklanjanjem administrativnih barijera (npr. podrška pri dobijanju saglasnosti za manifestacije) u mnogome doprinjeti uspješnoj realizaciji većeg broja projekata. Dodatno, pružanjem edukacija, obuka putem institucija koje su u nadležnosti same lokalne zajednice ili imaju dobru saradnju. SWOT matrica Grada Visokog je predstavljena u nastavku rada.

Tabela 1. SWOT matrica turističkih potencijala Grada Visokog

SNAGE

- Bogato kulturno-historijsko naslijeđe sa značajnim brojem nacionalnih spomenika
- Povoljni uslovi za razvoj poljoprivredne proizvodnje za razvoj voćarstva, stočarstva, povrtlarstva
- Povoljni uslovi za razvoj zanatstva i poduzetništva- uslužne djelatnosti (poduzeća sa dugom tradicijom i već izgrađenim brendom)
- Iskusna radna snaga u određenim područjima (tekstil, kožne preradevine, prehrambena industrija, zanatstvu, školstvu, zdravstvu i javnim uslugama i sl.) koji idu u korak sa novim tehnologijama i načinom rada
- Duga tradicija u proizvodnji suhog mesa i suhomesnatih proizvoda, te potencijal za dalji razvoj iste
- Duga tradicija očuvanja starih zanata i preduzetnička tradicija, sa velikim brojem malih i srednjih preduzeća i obrta
- Relativno dobra pokrivenost prostorno-planskom dokumentacijom za uspostavljanje poslovne infrastrukture
- Izgradnja nove privredne i društvene javne infrastrukture na bazi prostorno-planske dokumentacije i iskustvom gradske administracije u provedbi projekata.
- Dobra saradnja sa susjednim JLS

- Potencijal za razvoj turizma na osnovu kulturno-historijskog naslijeđa, brojnih spomenika, tursitičkih odredišta i atrakcija kao što je Arheološki park dolina bosanskih piramida
- Brojnost udruženja i uključenost civilnog sektora u izradu i provođenje razvojnih proizvodnja
- Razvijena mreža osnovnog i srednjeg obrazovanja
- Razvijene kulturne i sportske organizacije
- Efikasna gradska administracija sa odgovarajućim znanjem i iskustvom u domenu upravljanja (održivim) razvojem i projektima
- Razvijena mreža osnovnih i srednjih škola
- Podrška obrazovanju i zapošljavanju kroz stipendiranje i volontiranje
- Postojeća infrastruktura i institucije za sportske aktivnosti, razvijene sportske organizacije i klubovi, kao i razvijeno civilno društvo u oblasti kulture i njegovanja tradicije (tradicionalne kulturne manifestacije)
- Uspostavljen sistem obrazovanja odraslih

SLABOSTI

- Depopulacija (negativan saldo migracija i negativan prirodni priraštaj)
- Nedovoljna uvezanost/organiziranost otkupa i prerade poljoprivrednih proizvoda
- Nedostatak brige o starim i iznemoglim osobama i osobama sa posebnim potrebama
- Nedovoljan opremljenost komunalnom i urbanom infrastrukturom
- Nepovoljni pokazatelji o stanju okoliša
- Nedovoljna svijest i edukacija građana o značaju zaštite okoliša, nizak stepen reciklaže otpada
- Prisustvo devijantnih socijalnih pojava
- Nedostatak odgovarajućih sadržaja za mlade
- Loše stanje infrastrukture lokacija pogodnih za razvoj kulturno-historijskog naslijeđa i sportskog turizma, te nerješeni imovinsko-pravni odnosi, zemljište i objekti u javnom i privatnom vlasištvu
- Složena struktura provođenja postupaka javnih nabavki za projekte od općeg interesa
- Nedostatak adekvatnih obrazovnih programa za stručnu prekvalifikaciju
- Problem oko tretiranja komunalnog i animalnog otpada
- Infrastrukturni problemi, posebno u padinskim i rubnim područjima Grada (pristup vodi i kanalizaciona mreža, cestovna povezanost, deponija, aktiviranje klizišta i divlja odlagališta)
- Nizak nivo konkurentnosti privrede i stranih direktnih investicija
- Socijalna inkluzija
- Nedovoljan kapacitet ustanova za predškolski odgoj i obrazovanje u odnosu na potrebe

- Sigurnost građana koja je ugrožena kriminalitetom i prirodnim nepogodama

PRILIKE

- Povećanje važnosti turizma, proizvodnje zdrave hrane, vode i obnovljenih izvora energije u globalnoj ekonomiji;
- Uvezivanje i organiziranje regionalne i prekogranične turističke ponude;
- Raspoloživost fondova EU i drugih donatora za finansiranje razvojnih projekata;
- Strateška partnerstva;
- Udruživanja sredstava kroz javno-privatnu inicijativu;
- Jačanje međugradske/općinske i saradnja sa višim nivoima vlasti
- Privlačenje stranih investitora i kapitala, znanja i veza iz dijaspore;
- Osigurane pretpostavke izgradnje nove privredne i društvene javne infrastrukture
- Obrazovanje odraslih i cjeloživotno učenje
- Uspostava E-uprava
- Razvoj nevladinog sektora jačanjem kapaciteta znanja, te uključivanje istih u rad i implementaciju strateških ciljeva
- Uključivanje nevladinog i privatnog sektora u pružanju javnih usluga
- Daljnji razvoj tradicionalnih kulturnih, umjetničkih i zabavnih manifestacija. Razvoj amaterskog i masovnog sporta

PRIJETNJE

- Politička nestabilnost u BiH koja nepovoljno utiče na poslovnu klimu, posebno priliv stranih investicija (nesigurnost za investitore);
- Loš poslovni ambijent u zemlji – visoko poresko opterećenje, posebno na rad
- Posljedice pandemije COVID-19
- Rat u Ukrajini i na Bliskom istoku
- Globalne ekonomske krize na ekonomsko i socijalno stanje
- Fiskalna pozicija lokalnog nivoa vlasti koja ograničava jačanje i razvoj lokalnih zajednica
- Nepovoljan odnos viših naspram nižih razina vlasti
- Sporo usvajanje zakona koji omogućavaju primjenu standarda EU;
- Netretiranje otpada (industrijskog, životinjskog) i otpadnih voda može ugroziti kvalitet života i turističke mogućnosti;
- Odlazak radno-sposobnog stanovništva zbog liberalizacije viznog režima.
- Aero zagađenje na području Grada Visoko
- Sigurnost građana koja je ugrožena kriminalitetom i prirodnim nepogodama

Izvor: Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina

Na osnovu predstavljene SWOT matrice koja je detaljna i koja pruža mnogo važnih informacija, zajedno sa predstavljenim podacima u radu, ali i drugih dostupnih istraživanja, podataka i publikacija, moguće je kreirati određene aktivnosti koje za cilj trebaju postići povećanje broja turista za lokacije i aktivnosti koje spadaju u segment kreativnog turizma tokom cijele godine.

Kreativni turizam i industrija, također znači, korištenje određenih resursa na drugačiji način, ili prezentacija određenih resursa i lokaliteta u potpuno novom svjetlu, a odličan primjer navedenog je upravo primjer koji je korišten u radu, prvenstveno lokalitet Ravne 2.

Unatoč potencijalima koji su na raspolaganju, postoji veći broj prepreka i barijera. Iste su naročito izražene u zemljama u razvoju koje nije moguće jednostavno otkloniti, barem ne u kratkom vremenskom roku. Navedene barijere se prvenstveno odnose na nedovoljno razvijenu infrastrukturu koja se odnosi na kapacitete smještaja, transportnih veza, različitih informativnih centara i dr. Razvijanje infrastrukture je u većini slučajeva prepoznato od strane lokalne vlasti, međutim ključnu barijeru predstavljaju ograničena finansijska sredstva. Dodatno, sami poduzetnici, često imaju potrebu za eksternim izvorima finansiranja i podsticajima i grantovima kako bi pokrenuli ili proširili biznis.

Dodatni izazovi se mogu pronaći u nedostatku vizije i strategije u raznim fazama, a neke od njih se odnose na fazu marketinga i promocije, što može usporiti turistički rast i razvoj. Marketinške strategije zahtijevaju ozbiljan projekat u dužem vremenskom periodu, sa kontinuiranim aktivnostima, koje zahtijevaju materijalne i nematerijalne resurse, znanje, kapacitet i iskustvo.

Također, barijere i prepreke je moguće pronaći i u segmentu regulative i birokratije, što može usložniti proces različitih aktivnosti iz faza razvoja kreativnog turizma, ali i zahtijevati značajno vrijeme i resurse. Pojednostavljenje procedura i administrativnih prepreka značajno može predstavljati podsticaj za razvoj kreativne industrije i turizma.

Prilika, ali i rizik koji može predstavljati značajnu prepreku razvoja kreativnog turizma se odnosi na kreiranje adekvatnih komunikacijskih kanala između lokalne vlasti i aktera, drugih stakeholdera. Navedeni segment predstavlja jednu od osnova za kreiranje platforme i sistemskog rješenja za kreativni turizam. Različiti faktori i uticaji mogu u konačnici rezultirati kreiranjem složenog ili efikasnog sistema koji u mnogome utiče na stepen razvoja i potencijala za kreativni turizam i kreativnu industriju.

Važan segment ka prevazilaženju prepreka i barijera jeste strateški fokus lokalne vlasti na sljedeće aspekte razvoja Grada Visoko (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina):

- Podsticati razvoj poduzetništva, promovirati održivu poljoprivredu i proizvodnju zdrave hrane
- Razvijanje ljudskih potencijala, društvene infrastrukture i institucionalnih kapaciteta u oblasti obrazovanja, zdravstva, socijalne zaštite, sporta i kulture, bolje funkcionisanje i unaprijeđenje većeg stepena zaposlenosti

- Razvijati održiv turizam i osigurati očuvanje bogate kulturno-historijske baštine
- Održivi i ciljani razvoj i unapređenje javne infrastrukture;
- Postizanje standarda efikasne i odgovorne javne uprave osposobljene za vođenje razvojnih procesa;
- Okoliš i javna infrastruktura u funkciji održivog razvoja i podizanja kvaliteta života stanovnika Grada Visoko.
- Uspostava i praćenje novih poslovnih zona na teritoriji Grada. Nastojanja Grada Visoko su da poboljša kvalitet turističkih destinacija na području grada, jer je cijelo područje grada pokriveno nekim od nacionalnih spomenika.
- Očuvanje kulturno-historijske baštine, podrazumijeva pozitivan odnos stanovnika - turista kao i kulturni identitet koji su važni elementi turističke destinacije. Kulturno naslijeđe Grada Visoko obilježavaju spomenici koje karakteriše raznovrsnost od srednjovjekovne Bosne do danas. Kroz proces zaštite i uređenja, kulturno naslijeđe treba prilagoditi potrebama savremenog čovjeka, te isto na najbolji način valorizovati i zaštititi. Kulturno-historijsko naslijeđe ima posebno mjesto u razvoju turističke privrede u ruralnom dijelu grada, a samim tim na značaju dobija i ekonomsko osnaživanje ruralnih sredina. Održiv razvoj okoliša usko je povezan sa razvojem turizma.

Predstavljena strategija i fokus jasno ističu u više aspekata ulogu i značaj turizma. Također je važno istaći dokument koji se odnosi na Strategiju razvoja turizma 2016.-2024. godine, koja usmjerava razvoj i definiše prioritete u razvoju turizma na bazi principa održivog turizma. U navedenom dokumentu je moguće pronaći SWOT matricu koja se odnosi na segment razvoja turizma, što je i predstavljeno u nastavku.

Tabela 2. SWOT matricu Grada Visokog

SNAGE

- Postojanje interesa svih zainteresovanih strana za sistemski razvoj turizma
- Bogatstvo kulturno-historijskih spomenika i prirodno naslijeđe
- Izuzetno dobar geoprometni položaj i pristupačnost (cestovni, željeznički i avio saobraćaj), te blizina glavnog grada
- Globalna prepoznatljivost Arheološkog parka: Bosanska piramida sunca i razvijenost specifičnog turističkog proizvoda
- Prirodne ljepote i mogućnost razvoja outdoor aktivnosti
- Bogatstvo vjerskih spomenika
- Nematerijalna baština, običaji i zanati
- Industrijska i zanatska tradicija (posebno prerada mesa i kožarstvo)
- Gostoljubivost stanovništva
- Uključenost nevladinog sektora u pitanja razvoja turizma
- Poznate destinacije u BiH
- Nepostojanje velikih industrijskih zagađivača

- Laka dostupnost zdrave (organske) i kvalitetne hrane
- Cjenovna pristupačnost

SLABOSTI

- Kratak boravak turista
- Neuređeni i turistički neatraktivni lokaliteti sa važnim spomenicima
- Nepostojanje destinacijske organizacije za upravljanje turizmom i turističke organizacije
- Turistička signalizacija
- Nedovoljno razvijena lokalna putna infrastruktura
- Manjak edukovanih kadrova u turizmu, uključujući i organe uprave
- Sezonalnost
- Reaktivni, atomizirani tržišni nastup i ad-hoc nastup
- Neuvezana turistička ponuda Općine
- Nedovoljno iskorišten Zavičajni muzej
- Nepostojanje dodatnih sadržaja (kupovina, zabava, bazeni, wellness, biciklistička staza, adrenalinski park, i dr.)
- Nepostojanje specijalizovanih incoming agencija
- Nedovoljan broj registrovanih turističkih vodiča
- Nepoznavanje stranih jezika i nedovoljna edukacija lokalnog stanovništva o turizmu
- Nedovoljna turistička kontrola
- Marketinški neprofilisana turistička ponuda
- Nepostojanje autohtonih suvenirna
- Nedovoljna namjenska sredstva za ulaganja u obnovu kulturno-historijskog naslijeđa i razvoj turizma
- Pitanje nadležnosti i pitanje gazdovanja na destinaciji
- Neuređen pristup i parking za autobuse
- Nepostojanje suvenirnice
- Nelegalna gradnja
- Nezaštićen prostor i neuređena korita rijeka
- Nedovoljno korištenje informacionih i komunikacionih tehnologija i digitalnog marketinga
- Nedovoljna promocija destinacije i nepostojanje marketing programa
- Neefikasnost internog marketinga (obuke, motivacija, standardi, procesi)
- Siva ekonomija – nelegalno pružanje turističkih usluga
- Neadekvatan sistem poticanja razvoja turističke ponude
- Nedostatak saradnje javnog i privatnog sektora na projektima turizma

PRILIKE

- Trendovi u razvoju sportskog, outdoor, eko, omladinskog, tranzitnog, vjerskog, gastro, zdravstvenog turizma, konferencijskog i kongresnog, porodičnih putovanja
- Porast obima putovanja na globalnom nivou
- Sklonost turista da putuju češće i kraće
- Kontinuirani rast broja dolazaka turista u BiH
- Lahko dostupna iskustva drugih zemalja u regionu o razvoju turizma
- Podizanje svijesti lokalnog stanovništva i investitora o važnosti turizma za ekonomski razvoj
- Razvoj poljoprivrede
- Dijaspora
- Blizina emitivnih tržišta regije i EU
- Obavezne ekskurzije i škole u prirodi
- Mogućnost korištenja međunarodnih izvora finansiranja, posebno IPA 2
- Mogućnost saradnje sa destinacijama iz okruženja - multidestinacijski pristup
- Mogućnost razvoja javno - privatnog partnerstva

PRIJETNJE

- Opasnosti od negativnih efekata masovnog turizma
- Privredna situacija u BiH, destimulativno okruženje za preduzetništvo i investicije
- Pristupi izvorima finansiranja
- Odsustvo sistema registracije turista
- Rad inspekcija
- Siva ekonomija
- Preplitanje nadležnosti
- Nedovoljna implementacija strateških razvojnih dokumenata
- Imidž BiH kao turističke destinacije u svijetu

Izvor: Strategija Razvoja Turizma Općine Visoko 2016-2024

Unatoč postojanju značajnog broja barijera, prednosti i pozitivni efekti predstavljaju vrijednosti koje podstiču i koje su veće od troška i energije neophodnih za prevazilaženje barijera. Određene barijere je moguće otkloniti u kratkom roku, prvenstveno putem pojednostavljenja određenih procedura ili unapređenjem postojećih procesa i aktivnosti.

Određene barijere, naročito koje se odnose na infrastrukturu nije moguće otkloniti u kratkom roku, međutim, planiranjem, kreiranjem faza i etapa, navedene barijere ne moraju biti eliminatorne za razvoj kreativnog turizma. Kreativni turizam je proces, a ne projekat sa rokom trajanja. Najbolji primjer za navedeno je upravo primjer koji je korišten u radu, a odnosi se na Fondaciju Arheološki park: Bosanska Piramida Sunca, koji su tokom vremena razvijali određene lokalitete u skladu sa mogućnostima i resursima.

Također, implementirali su određene aktivnosti i pristup razvoju, na kreativan način, čineći svoje aktivnosti dodatno atraktivnim.

Sam projekat Fondacija Arheološki park: Bosanska Piramida Sunca je imao veći broj barijera u odnosu na druge projekte, prvenstveno zbog velikog otpora različitih grupa (od znanstvene zajednice i dr.), međutim navedeni projekat je korištenjem novih ideja, kreativnog pristupa, te adekvatnom promocijom i marketingom pronašao različite puteve ka uspjehu, što je rezultiralo velikim uspjehom, kako na lokalnom, tako i na regionalnom nivou.

4.4. Rezultati provedenog istraživanja

Istraživanje je provedeno u julu 2024. godine. Polustrukturirani intervju koji je korišten u istraživanju je moguće pronaći u prilogu rada. Istraživanje je provedeno u vidu ankete, podaci su prikupljeni putem online upitnika koristeći Microsoft Forms, međutim sa ispitanicima je također obavljen razgovor u vidu intervjuja. Broj prikupljenih odgovora i obavljenih intervjuja je 10. Ispitanici se odnose na javnu upravu, javne institucije, nevladine organizacije, samostalne poduzetnike i udruženja.

Važno je napomenuti da istraživanje obuhvata veći stepen pitanja od kojih su sva mandatorna, što znači da istraživanje nije bilo moguće spasiti bez da se dostavi odgovor na sva postavljena pitanja.

Prije popunjavanja ankete, sa ispitanicima je obavljen razgovor koji se odnosio na upoznavanje same svrhe istraživanja i anketiranja, gdje su između ostalog imali priliku, čuti osnovne informacije u vezi predmeta rad. Dodatno, određeni broj ispitanika je pružilo informaciju da su prilikom popunjavanja istraživanja obavili određena pretraživanja za segment kreativnog turizma.

Na osnovu rezultata istraživanja, ispitanici su iznijeli stav da su u potpunosti upoznati sa konceptom kreativnog turizma, te da isti doprinosi pozitivnom uticaju i razvoju lokalne zajednice. Također, 2/3 ispitanika su iznijeli stav da su učestvovali u kreativnim turističkim aktivnostima, te su iznijeli visok stepen slaganja u vezi značaja kreativnog turizma za ekonomski razvoj.

Prema dobijenim podacima, ključni potencijalni benefiti kreativnog turizma se odnose na: povećanje prihoda, stvaranje radnih mjesta, podsticaj lokalne proizvodnje i trgovine što je i predstavljeno na grafikonu koji slijedi. Važno je napomenuti da su ispitanici mogli dati jedan ili više odgovora.

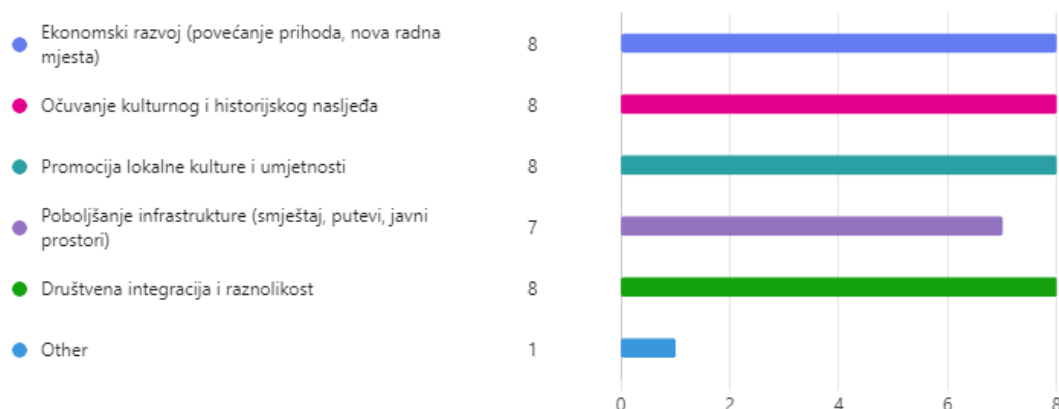
Grafikon 1. Koji su potencijalni ekonomski benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu?



Izvor: Autor završnog rada

Istraživanje je također obuhvatilo aspekt prednosti kreativnog turizma koji doprinosi zajednici, a isti su identični onima koji su definisani i obrađeni u radu. Rezultati su predstavljeni na grafikonu koji slijedi.

Grafikon 2. Koje prednosti kreativni turizam donosi vašoj zajednici?



Izvor: Autor završnog rada

Prema mišljenjima ispitanika, isti smatraju da uslužne djelatnosti kao što je ugostiteljstvo ima najviše koristi od kreativnog turizma. Dodatno je navedeno da tradicionalni zanati imaju značajan benefit od kreativnog turizma. Pored navedenog, ispitanici smatraju da postoji visok stepen socijalnog i kulturnog uticaja na kreativni turizam lokalne zajednice.

Najveći uticaj se odnosi na promociju kulturnog naslijeđa i tradicije, zatim jačanje lokalnog identiteta i pripadnosti, kao i diferencijacija turističke ponude. Rezultati su predstavljeni u nastavku rada, gdje su ispitanici imali priliku u okviru pitanja odabrati više od jednog odgovora.

Grafikon 3. Koji su potencijalni socijalni i kulturni benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu?



Izvor: Autor završnog rada

Ispitanici su iznijeli stav da lokalna vlast ima značajnu ulogu, te da svojim aktivnostima pomaže u razvoju i podršci kreativnom turizmu. Kao prijedlozi za povećanje uloge lokalne vlasti u razvoju i promociji kreativnog turizma, iznesen je stav da je neophodno unapređenje infrastrukture, povećanje broja znakova i smjernica za turiste, ulaganje u ljudske kapacitete i edukaciju, povećanje stepena promocije prvenstveno zanata i obrta, kreiranje strategije za razvoj, unapređenje marketinških i turističkih aktivnosti, očuvanje, zaštitu i promociju kulturno-historijskog naslijeđa.

Prethodno navedeno je u korelaciji sa ostalim poglavljima rada. Prema rezultatima istraživanja, moguće je zaključiti da postoji potencijal za unapređenje saradnje lokalne vlasti sa kreativnim poduzetnicima u cilju unapređenja kreativnog turizma. Neki od prijedloga se odnose na kreiranje baza podataka i informacija o potencijalnim subjektima koji mogu da doprinesu kreativnom turizmu. Raznim aktivnostima sa udruženjima i potencijalnim subjektima, u saradnji sa lokalnom vlasti, kreira se mogućnost za produženjem turističke sezone, a i same ponude. Također, fokus jednog dijela ispitanika se odnosio na unapređenju planskih aktivnosti i strateških smjernica.

Ispitanici su iznijeli stav da postoji visok stepen transparentnosti u otvorenosti lokalne vlasti u segmentu donošenja odluka o kreativnom turizmu. Neke od konkretnih aktivnosti koje su poduzete od strane lokalne vlasti se odnose na kontinuiranu podršku za Ravne 2, Kulin ban Festival, Visočko ljeto, Kulturne radionice, Interaktivni festivali. Dodatno izneseni su stavovi da ja kreativni turizam koncept novijeg datuma za koji će biti potrebno vrijeme za adekvatnu implementaciju svih učesnika.

Unatoč navedenom, ispitanici smatraju da lokalna zajednica aktivno učestvuje u kreativnom razvoju, ali da postoji prostor za unapređenje. Prema rezultatima istraživanja, moguće je zaključiti da postoji prostora da se različitim aktivnosti koje za cilj imaju promociju i podsticaj za veću uključenost lokalne zajednice.

Neke od prepreke za razvoj kreativnog turizma se odnose na nedostatak promocije i marketinga, neophodnost razvoja infrastrukture, neophodnost većeg stepena finansiranja i investiranja.

Dodatne prepreke koje su navedene se odnose na složenost administracije i regulativna pitanja koja se ne odnose samo na lokalni nivo, što je između ostalog rezultat složenog državnog uređenja.

Također su izneseni stavovi da lokalna zajednica putem organizacije raznih događaja i manifestacija doprinosi očuvanju prirodnih resursa, te podrškom lokalnim poduzetnicima i umjetnicima mnogo doprinosi razvoju kreativnog turizma.

Stavovi ispitanika u pogledu budućnosti kreativnog turizma su pozitivni i prvenstveno se odnose na povećanje turističkih i kreativnih aktivnosti u samom Gradu Visokom. Također su istaknute pozitivne prakse raznih aktivnosti koje se provode, kroz razne manifestacije i privlačenje turista koji posjećuju Ravne 2. Dodatno su iskazani stavovi o značaju paralelnog razvoja urbanog i eko turizma, te povećanje značaja i uloge kreativnog turizma.

Dodatne sugestije i preporuke se odnose na povećanje saradnje među ugostiteljima i razvojem infrastrukture, zatim povećanje broja stručnog kadra iz navedenog segmenta koji će imati znanje i vještine razvoja i implementacije raznih aktivnosti koji se odnose na kreativni turizam.

Dodatno ispitanici smatraju da postoji prilika za dodatnim brendiranjem i promocijom identiteta grada kroz aspekte koji su osnova kreativnog turizma. Ispitanici dodatne prilike vide u izgradnji biciklističkih staza, ulaganje u ribolov, gastronomiju, edukaciju i dr. Važan aspekt uspješnosti implementacije kreativnog turizma se odnosi na segment ulaganja i drugih potrebnih resursa.

4.5. Budućnost kreativnog turizma i lokalne zajednice

Razvoj kreativnog turizma u Visokom predstavlja izuzetnu priliku za transformaciju lokalne zajednice kroz ekonomski razvoj i očuvanje kulturnog identiteta. U fokusu budućnosti ovog sektora leže strateški koraci koji će maksimizirati njegove potencijale, istovremeno minimalizirajući moguće izazove. Održivi razvoj, samoodrživost predstavlja ključ za uspjeh pod kojim podrazumijevamo i implementaciju ekoloških smjernica u cilju zaštite prirodnih resursa i smanjenje uticaja na okoliš.

Iz smjernica predstavljenih strateških dokumenata Grada Visokog moguće je zaključiti da su elementi kreativnog turizma prepoznati kao strateški. Tako npr. šume su prepoznate kao najvažniji i sastavni dio prirodnog bogastva i resursa, zatim zaštita riječnih slivova, zaštita i spriječavanje erozije tla i dr. Šume i šumsko zemljište na teritoriji grada Visoko zauzimaju površinu od 12.403,84 ha što predstavlja veliko bogastvo i potencijal. Važan segment brige o šumama se prvenstveno odnosi na očuvanje stabilnosti i bogastva, te načinu upotrebe koji se između ostalog treba koristiti ujednačeno, jednakim intenzitetom. Briga o šumskom bogastvu se odnosi i na program reprodukcije šuma, te kreiranja zaštićenih područja od kojih je trenutno 54, što za cilj ima očuvati biodiverzitet, zaštite od degradacije, elementarnih nepogoda, biljnih bolesti i požara (Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina).

Važan korak ka uspješnoj implementaciji kreativnog turizma, predstavljaju inovacije u turističkoj ponudi, prvenstveno korištenje digitalne transformacije putem aplikacija, koja može biti korištena kao polazna osnova za vođenje kroz kulturne i arheološke lokalitete, organizaciju tematskih festivala. Savremena tehnologija, uz niske troškove kreira mogućnost za privlačenje novih posjetilaca i podizanja globalne vidljivosti Visokog.

Važan faktor uspjeha predstavlja i edukacija i unapređenje lokalne zajednice, a navedeno je moguće postići putem raznih obuka i programa podrške za mlade, pokretanjem raznih inicijativa, dodjela stipendija i volontiranja.

Marketing koncept bi trebao da se bazira na razvoju jedinstvenog brenda Visokog u kontekstu destinacije za kreativni turizam, prvenstveno kroz primjenu digitalnih kanala, koji trebaju da budu osnova za širenje informacija i promociju lokalnim atrakcijama i događajima. Jedan od realnih scenarija predstavlja integracija većeg broja aktera i učesnika, sa različitim funkcijama i zaduženjima. Pristup postepenog i kontinuiranog unapređenja će omogućiti minimiziranje ili potpunu eliminaciju postojećih barijera za razvoj kreativnog turizma.

Jedan od važnih aspekata budućeg razvoja jeste kreiranje strategije koja može da podrazumijeva veći stepen uključenosti javnog i privatnog partnerstva. Važan aspekt uspjeha predloženog predstavlja visok stepen koordinisanih aktivnosti i postizanja visokog stepena komunikacije među različitim učesnicima uz minimiziranje komunikacijskih šumova.

Za kreativni turizam je neophodno praćenje trendova koji imaju značajne uticaje na društvo u cjelini. Analiza trendova i prilagođavanje istim će omogućiti pravovremeno unapređenje i prilagođavanje ponuda, uz održavanje ključnih smjernica i aspekata poput očuvanje resursa, kulturnog nasljeđa i poboljšanje kvaliteta života lokalnog stanovništva kroz praksu održivog turizma. Diverzifikacija ponude također pomaže u disperziji rizika negativnih uticaja uslijed promjena zahtjeva i trendova. Trenutni trendovi se prvenstveno odnose na personalizaciju turističkih iskustava uz posjetu autentičnim lokacijama i kreiranje autentičnih iskustava i doživljaja. Implementacija trendova se prvenstveno treba bazirati na strategiji razvoja i prepoznavanje prilika (Primjer kako se održivo i strateški razvija turizam: komunikacija prema lokalnoj zajednici je ključan korak). Dodatno, kao što je više puta u radu istaknuto, ključni aspekti za budući kreativni razvoj se odnosi na održivost i postizanje ravnoteže koja istovremeno unapređuje lokalnu zajednicu, ali i brine o očuvanju historijske, kulturne i prirodne baštine (Nova strategija turizma: cilj je dobrobit lokalnog stanovništva, ali i više hotela, SEE Tourism Goes Local Croatian UGRH and UORH).

Proces digitalizacije i primjena moderne tehnologije će omogućiti korištenje novih inovacija i digitalnih servisa koje će pospješiti promociju i poticaj kreativnom turizmu. Naravno, važan aspekt uspjehnosti razvoja kulturne baštine se odnosi na angažman i posvećenost lokalne zajednice, te razvoja vještina, znanja i postizanja autentičnosti. Dodatno u sklopu zajednice važan aspekt predstavlja edukacija i promocija društvene odgovornosti (Manuel, 2023).

U ovom radu, prilikom analize budućeg potencijala Grada Visokog, smatramo važnim istaći projekt koji još uvijek nije dostupan javnosti, a koji je planiran da bude u toku 2024. godine. Riječ je o reprodukciji čuvene slike Vincenta Van Gogha, slika „Zvezdana noć“ na površini od 70 hektara lavande. Kreiranje parka prirode, je započelo prije 2019. godine, odnosno 2018. godine. Iako je projekat umjetničko djelo, izraz kreativne inspiracije, isto prvenstveno zahtjeva jedan kompleksan građevinski projekat, uz napomenu da kreiranje projekta zahtjeva kontinuirano održavanje zbog činjenice da je intencija prirode vraćanje projekta na početno stanje u kratkom vremenskom roku. Po završetku projekta isti će obuhvatiti veći broj različitih životinjskih vrsta, uključivat će 13 prirodnih jezera, pozornice, piknik zone, raznovrsnu ugostiteljsku ponudu, art zonu i muzej uz mogućnost proširenja ponude autokampa, glampinga i hotela. Dodatna specifičnost projekta jeste činjenica da 90 posto biljaka spada u paletu aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja, što park čini pravom riznicom za čula (‘Zvezdana noć’: Poduzetnik lavandom reproducirao čuvenu Van Goghovu sliku) kao i Lav farma Visoko. U nastavku je prikazana slika parka iz zraka.

Slika 8. Vincenta Van Gogha, slika „Zvezdana noć“



Izvor: Park u Bosni kao čuvena Van Goghova slika

Prezentirani potencijali Grada Visokog su atrakcije koje su dostupne, a koje se dodatno mogu unaprijediti primjenom filozofije i principa kreativnog turizma. Međutim, također je važno istaći da postoje mnogi drugi potencijali koji nisu prezentirani u radu, koji se mogu zasnivati na kreativnom ruralnom turizmu. Dodatno, analizirajući veličinu samog Grada Visokog, zajedno sa brojem lokacija koje mogu biti predmet atraktivnih turističkih destinacija, moguće je zaključiti da u sklopu jedinstvenih i unikatnih ponuda iste mogu uključivati veći broj lokacija u relativno malom vremenskom periodu. Za očekivati je da će se u narednom periodu dodatno ulagati u unapređenje kvaliteta životne sredine i povećanje stepena efikasnosti putne i komunalne infrastrukture koja za cilj ima povećanje stepena

kvaliteta i standarda života Grada Visokog (Strategije razvoja Grada Visokog za period od 2023 - 2027 godina).

5. ZAKLJUČAK

Razvoj kreativnog turizma može biti osnova i ključ za dalji razvoj, prilika za unapređenje i poboljšanje lokalne ekonomije uz paralelno očuvanje bogatog kulturnog naslijeđa. Kao što je predstavljeno, sam Grad je prepoznatljiv po jedinstvenim kulturnim i historijskim resursima. Međutim, pored historijskog i kulturnog naslijeđa, postoji veći broj projekata kojeg odlikuju aspekti modernog doba. Dio projekata je predstavljen u radu, prvenstveno Arheološko-turistički park Bosanskih piramida – Ravne 2.

Lokalna zajednica, poduzetnici i lokalna vlast, može kreirati ambijent dodatnog unapređenja turističke ponude i uslova nastavka razvoja postojećih destinacija, ali i kreiranje novih. Planske i strateške aktivnosti, na nivou Grada, te poduzimanje i praćenje aktivnosti u kratkom, srednjem i dugom roku mogu umanjiti ili potpuno eliminisati barijere i prepreke koje postoje.

Važan aspekt razvoja i promocije se odnosi na efikasno korištenje marketinških strategija, koje za cilj trebaju da imaju povećanje stepena vidljivosti Grada Visokog, kao mjesta i destinacije za kreativni turizam. Dodatno primjena savremene tehnologije treba da bude primjenjena i u segmentu edukacije, prvenstveno u segmentu povećanja ekološke svijesti, očuvanja lokalne tradicije i prirodnih resursa.

Strateške aktivnosti razvoja i planiranje treba da obuhvati različite relevantne aktere, čiji fokus treba da bude na kreiranju održivih projekata sa inovativnim i inkluzivnim pristupom. Dodatno planovi trebaju da imaju dinamički plan, sa mogućostima i sposobnostima prilagođavanja internim i eksternim faktorima. Uključivanje lokalne zajednice i turističkih poduzetnika je jedan od bitnih faktora realizacije strateškog plana razvoja. Dodatno je neophodno analizirati i unaprijediti javna i privatna partnerstva koji zajedničkim aktivnostima trebaju da vode ka unapređenju infrastrukture, povećanju stepena razvoja i promocije.

Realizacija strateških projekata nije moguća bez adekvatnih KPI (Key Performance Indicators), koji trebaju da identificiraju slabosti, ali i prilike za unapređenje. Redovna metrika će omogućiti prilagodljivost i pravovremenu reakciju na promjene koje se dešavaju na tržištu. Zavisno od kapaciteta i mogućnosti, podsticaj i finansiranje sa fokusom na jačanje kapaciteta može kreirati održive projekte.

Na kraju možemo da zaključimo da teorijski dio rada, dio istraživanja koji se odnosi na literaturu i potencijale Grada Visokog, javno dostupnih strateških dokumenata, čiji dijelovi su prikazani u radu, kao i samo istraživanje ima pozitivnu korelaciju. Pored prezentiranih elemenata koji se dodatno mogu unaprijediti primjenom principa kreativnog turizma, postoji značajan broj segmenta koji nisu u dovoljnoj mjeri trenutno u fokusu, a prije svega se odnose na ruralni turizam pod kojim posmatramo bio uzgoj, zatim različiti lokaliteti koji se mogu

koristiti za aktivni odmor, avanturizam, outdoor aktivnosti, zatim segmenti koji se odnose na organizaciju različitih konferencija, sa različitim tematikama, aktivnosti koji bi se odnosile na privlačenje turističkih nomada i dr.

Dodatni segmenti za koje postoji mogućnosti razvoja se odnosi na atrakcije i aktivnosti koje bi se provodile u samom gradu. Tako npr. jedan značajan segment se odnosi na modernu umjetnost putem primjene različitih modernih umjetničkih instalacija.

Proces koordinacije i jasnih vlasnika procesa u strateškoj realizaciji je jedan od važnih faktora uspjeha. Fokus samog projekta, ali i koordinacije treba da bude baziran na održivosti, efikasnosti, kreativnosti i inovacijama. Održivi razvoj, zajedno sa kontinuiranom edukacijom i podrškom lokalnih inicijativa predstavlja jedan od smjernica za postizanje dugoročnog uspjeha i perspektive u kreativnom turizmu, koji predstavlja dinamičan sektor.

U samom zaključku rada je neophodno da prezentirana istraživačka pitanja (IP):

- IP1: Kako kreativni preduzetnici percipiraju trenutno stanje turističke industrije i potencijal kreativnog turizma za razvoj Grada?
- IP2: Koje su glavne prepreke s kojima se susreću kreativni preduzetnici prilikom razvoja kreativnog turizma u Gradu?
- IP3: Kako se lokalna kultura, tradicija i naslijeđe integriraju u turističku ponudu Grada i kako to utiče na percepciju i privlačnost destinacije za kreativne posjetioce/turiste?
- IP4: Kako predstavnici Gradske vlasti procjenjuju važnost kreativnog turizma za ekonomski i društveni razvoj grada?
- IP5: Koje politike i inicijative Gradske vlasti podržavaju razvoj kreativnog turizma, a koje su potrebne za daljnje unapređenje ovog sektora?

Odgovore na istraživačka pitanja su prezentirani u prethodnim dijelovima rada, međutim smatramo važnim dati kratak osvrt na ista. Grad Visoko ima značajan broj turističkih atrakcija i aktivnosti koje su dostupne cijele godine, sa većim fokusom u proljetnim i ljetnim sezonama. Postoji veći broj malih poduzetnika različitih segmenata koji pružaju različite usluge turistima, a prvenstveno se odnose na uslužne djelatnosti. Za navedeni segment postoji značajan prostor za unapređenje uz interakciju i uvezivanje sa drugim poduzetnicima u ruralnom i urbanom dijelu.

Neke od ključnih barijera predstavljaju interno znanje i iskustvo za kreiranje strateškog i planskog pristupa kreativnom turizmu, kako na nivou poduzetnika, do nivoa platforme. Dodatne barijere sa kojima se susreću i druge manje lokalne zajednice, kao i zemlje u razvoju se odnose na nedostatak finansijskih sredstava, zahtjevi za razvojem infrastrukture koja prevazilazi putnu i komunalnu, izazovi uslužnih djelatnosti i kapaciteta smještaja.

Grad Visoko, kao što je predstavljeno detaljno u radu posjeduje bogatu historiju, kulturu, naslijeđe, prirodne ljepote i druge pretpostavke za kreiranje uspješne i kontinuirane turističke atrakcije, koje se mogu pružati tokom cijele godine.

Potencijal turizma je prepoznat od strane Gradske vlasti koja većim brojem aktivnosti utiče na razvoj ovog važnog i značajnog potencijala. Pored direktnih i indirektnih aktivnosti, postoji veći broj dokumenata i analiza koje se odnose na strategiju razvoja grada, ali i samog turizma, što omogućava jedan strateški i planski pristup razvoju predmetnog potencijala.

Gradske vlasti imaju veći broj kontinuiranih aktivnosti koje kreiraju pretpostavke za razvoj kreativnog turizma, a neke od aktivnosti se odnose na direktnu organizaciju raznih manifestacija, pomoć pri kreiranju raznih aktivnosti i događaja, finansijskim potpomaganjem rada udruženja, sportskih događaja, kontinuirani razvoj infrastrukture i druge aktivnosti i strategije koje su predstavljene u radu.

Detaljne odgovore na istraživačka pitanja je moguće pronaći ukoliko se posmatra rad kao cjelina, ali i daljom analizom korištene literature, i praćenjem aktivnosti različitih učesnika i interesnih strana.

Smatramo da rad kao cjelina može doprinijeti razvoju predmetne tematike kako iz segmenta naučne zajednice, tako i u segmentu razvoja kreativnog turizma na nivou države, ali i pojedinačnih gradova/općina. Rad obrađuje jedan makro i mikro aspekt razvoja kreativnog turizma, koji može biti korišten kao osnova za nove naučne radove ili može služiti kao pomoć u razvoju kreativnog turizma u BiH. Detaljnom analizom i prezentacijom određenih pojedinačnih lokacija i aktivnosti, predmetni rad može biti značajan izvor informacija kako teorijskog, tako i istraživačkog, na osnovu kojeg je moguće unaprijediti ili kreirati nove aktivnosti iz segmenta kreativnog turizma Grada Visokog.

REFERENCE

1. Abouebeid S., Alyhany N. (2019). *Identity Preservation of Historical Cultural Heritage Sites, Through Creative Tourism: Debt to the Past, Promise to the Future*, dostupno na:
https://www.researchgate.net/publication/331064278_Identity_Preservation_of_Historical_Cultural_Heritage_Sites_Through_Creative_Tourism_Debt_to_the_Past_Promise_to_the_Future (Pristupljeno: Maj 2024).
2. "Arheološki park: Bosanska piramida Sunca", dostupno na:
<https://piramidasunca.ba/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
3. "Arheološki park: Bosanska piramida Sunca", dostupno na:
<https://piramidasunca.ba/bs/naslovna-bs.html>, (Pristupljeno: April 2024).
4. "Arheološki park: Bosanska piramida Sunca", dostupno na:
<https://piramidasunca.ba/bs/offline-page/aktuelnosti/item/19671-sportski-doga%C4%91aji-u-parku-%E2%80%9Eravne-2%E2%80%9C-u-2024godini.html>, (Pristupljeno: Maj 2024).
5. "Arheološki park: Bosanska piramida Sunca", dostupno na:
<https://piramidasunca.ba/images/banners/Sve-lokacije-Bosanske-doline-piramida-2024-1.pdf>, (Pristupljeno: April 2024).
6. Ajazera, 'Zvezdana noć': Poduzetnik lavandom reproducirao čuvenu Van Goghovu sliku, dostupno na:
<https://balkans.aljazeera.net teme/2024/3/23/zvezdana-noc-poduzetnik-lavandom-reproducirao-cuvenu-van-goghovu-sliku>, (Pristupljeno: April 2024).
7. Akta, *Digitalni nomadi predstavljeni u Code Hub-u Mostaru*, dostupno na:
<https://www.akta.ba/vijesti/bih/153138/digitalni-nomadi-predstavljeni-u-code-hub-u-mostaru> (Pristupljeno: Maj 2024).
8. Ababneh, M. M. A. (2017). Creative Tourism. *Journal of Tourism & Hospitality* (Los Angeles, Calif.), 6(2). doi:10.4172/2167-0269.1000282
9. Attia, D. S. A. E. (2023). Creative Tourism as a Catalyst for Enhancing Sustainability Levels in Small Communities in Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(2), 213-224. doi: 10.21608/jaauth.2023.213217.1460
10. Burhanudin, M., Rindayati, W., & Anggraeni, L. (2020). Analysis of Creative Industries Development in Indonesia. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 49, 195-205.
11. Carvalho, R., Costa, C., & Ferreira, A. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 2019, 11-22. 15. 11-22. 10.18089/tms.2019.15SI02.
12. Castro, T. V. D., Duxbury, N., Silva, S., Bakas, F., Carvalho, C., Sancho Querol, L., ... & Matos, O. (2020). *Creative Tourism: Guide for Practitioners*. How do you regenerate communities and places by combining culture, tourism and creativity?, dostupno na:
https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/106154/1/Creative%20tourism_guide%20for%20pract.pdf (Pristupljeno: August, 2024).

13. Cimerfraj, *73 vrste turizma i turističkih niša u kojima svatko može pronaći svoje goste* | dostupno na: Cimerfraj.hr, (Pristupljeno: Juli 2024).
14. Creatour, *International Conference and Creative Tourism Showcase: Creative tourism dynamics: connecting travellers, communities, cultures and places*, dostupno na: <https://creatour.pt/en/events/conference-2019/> (Pristupljeno: Maj 2024).
15. Disney World, dostupno na: <https://disneyworld.disney.go.com/> (Pristupljeno: Maj 2024).
16. Dostupno na: <http://www.statistika.ba/?show=12&id=11126>, (Pristupljeno: Maj 2024).
17. Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism : developments, diversity, and dynamics. In Duxbury, N. & G. Richards, G. (Eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 1-14.
18. Duxbury N., Silva S., Castro T.V. (2018). Creative tourism development in small cities and rural areas in Portugal: Insights from start-up activities. *World Scientific Publishing*, dostupno na: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/79348> (Pristupljeno: Maj 2024).
19. Fondacija “Arheološki park: Bosanska piramida Sunca”, dostupno na: <https://bosanskepiramide.ba/2022/12/30/programi-u-parku-ravne-2-u-2022/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
20. Fondacija “Arheološki park: Bosanska piramida Sunca”, dostupno na: <https://parkravne2.com/galerija/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
21. Fondacija “Arheološki park: Bosanska piramida Sunca, Mogućnost šetnje kroz tunel, prikaz 360”, dostupno na: <https://parkravne2.com/en/2020/10/18/360-tunela-ravne-2/>, (Pristupljeno: August 2024).
22. Fondaciji „Arheološki park: Bosanska piramida Sunca“, dostupno na: <https://parkravne2.com/>, (Pristupljeno: Mart 2024).
23. Grad Visoko, 20. *Dani Zaima Muzaferije*, dostupno na: <https://www.visoko.gov.ba/manifestacija-dani-zaima-muzaferije-ove-godine-slavi-20-godina-postojanja/> (Pristupljeno: Maj 2024).
24. Grad Visoko, *Strategija Razvoja Turizma Općine Visoko 2016-2024*, dostupno na: https://www.sogfbih.ba/sites/default/files/javni_dokument/2021-07/Visoko%20-%20Strategija%20razvoja%20turizma%202016%20-%202024.pdf, (Pristupljeno: April 2024).
25. Grad Visoko, *Strategije razvoja Grada Visoko za period od 2023 - 2027 godina*, dostupno na: <https://visoko.ba/wp-content/uploads/2024/03/NACRT-STRATEGIJA-GRADA-VISOKO-2023-27.pdf> (Pristupljeno: April 2024).
26. Guerreiro, M. M., Henriques, C., & Mendes, J. (2019), Cultural and Creative Tourism: The Case of ‘Celebrations’ in the Algarve Region. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 7(4), 320-338. Retrieved from <https://jsodcieo.net/journal-tsw/index.php/jtsw/article/view/212>

27. Guilherme, L.L. (2017). Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian Journal of Science and Technology*, 4(2) dostupno na: <https://doi.org/10.1186/s40552-017-0040-0>
28. Guo, R, Kou, I. E., Jiang, Q. (2023) Unlocking the Creative Potential: A Case Study of Luoyang City's Creative Tourism Development. *Sustainability*, 15, 14710. <https://doi.org/10.3390/su152014710>
29. Hott Corrêa S.C., Soares J.L., Christino J.M.M., Gosling M.S., Gonçalves C.A. (2020). The influence of YouTubers on followers' use intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 14 No. 2. dostupno na: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/43712/2/The%20influence%20of%20YouTubers%20on%20followers%20%20use%20intention.pdf> (Pristupljeno: April 2024).
30. Corrêa, S.C.H., Soares, J.L., Christino, J.M.M., Gosling, M.d.S, Gonçalves, C.A. (2020). The influence of YouTubers on followers' use intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 173-194. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2019-0154>
31. Imdb, dostupno na: <https://www.imdb.com/title/tt2445870/>, (Pristupljeno: Mart 2024).
32. Jureniene, V. (2016). Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries. *Tourism - From Empirical Research Towards Practical Application*.
33. Jungletribe, Dostupno na: <https://www.jungletribe.hr/destinacije/azija/oman>, (Pristupljeno: August 2024).
34. Kiage, O.E. (2018). Influence of perceived value on tourist future intentions to creative tourism attractions in Kenya's north coast. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(4),.152–166.
35. Kingsland, *King's Landing Dubrovnik*, dostupno na: <https://www.kingslandingdubrovnik.com/>, (Pristupljeno: April 2024).
36. Lego, dostupno na: <https://www.legoland.com/> (Pristupljeno: Maj 2024).
37. Mada je Zavičajni muzej Visoko, dostupno na: <https://www.zavicajnimuzej.com/>, (Pristupljeno: April 2024).
38. Manuel M. (2023). *Rizici i budući razvoj hrvatskog turizma*. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:8781/datastream/PDF/view>, (Pristupljeno: Juli 2024).
39. Martinaitytė, E., Kregždaitė, R. (2015), The factors of creative industries development in nowadays stage, *Economics and Sociology*, 8(1), 56-71.
40. NALAS Platforma, *Turizam u Jugoistočnoj Europi na lokalnoj razini*, dostupno na: <http://www.nalas.eu/wp-content/uploads/2022/12/SEE-Tourism-Goes-Local-Croatian-UGRH-and-UORH.pdfm>,(Pristupljeno: April 2024).
41. National Geographic-a Benu Hortonu, dostupno na: <https://www.natgeotv.com/hr/filmovi/natgeo/najbolja-svjetska-odredista-putovanja-guizhou>, (Pristupljeno: April 2024).

42. Ni Nyoman, Aryaningsih & Irianto, I & Weda, Rany. (2019). *Modeling of Creative Industry Based on Community Participation in Bali Regency*. 10.2991/icastss-19.2019.1.
43. Nusraningrum, Dewi. (2019). The Tourism Development through Creative Economy. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*. 8. 300-308. 10.35940/ijeat.F1049.0986S319.
44. OECD (2014), *Tourism and the Creative Economy, OECD Studies on Tourism*, OECD Publishing.
45. Oxford Economics, *The economic impact of the creative industries in the americas*, dostupno na: <https://scm.oas.org/pdfs/2013/cidrp00451.cultura.eng.pdf> (Pristupljeno: April 2024).
46. Petrova V. (2020). *Introducing Creative Tourism: what is this and why is it valuable for community empowerment*, dostupno na: <https://www.undp.org/kyrgyzstan/stories/introducing-creative-tourism-what-and-why-it-valuable-community-empowerment> (Pristupljeno: Juni 2024).
47. Pimenta, C. A. M., Ribeiro, J. C., & Remoaldo, P. C. (2021). The relationship between creative tourism and local development: a bibliometric approach for the period 2009-2019. *Tourism & Management Studies*, 17(1), 5-18. <https://doi.org/10.18089/tms.2021.17010>
48. Pinteá, D.C., Bădulescu, A. (2020). The cultural and creative tourism – sustainable opportunity for economic development. *Proceedings of the 14th International Management Conference "Managing Sustainable Organizations"*, Bucharest, Romania, p. 88, DOI: 10.24818/IMC/2020/01.0
49. Portal Centrala, dostupno na: <https://centralna.ba/park-ravne-2-postao-i-najveca-galerija-umjetnina-na-ovim-prostorima/>, (Pristupljeno: Juli 2024).
50. Portal Furaj.ba, dostupno na: <https://furaj.ba/10-reasons-to-visit-visoko/>, (Pristupljeno: April 2024).
51. Portal HRTurizam, dostupno na: <https://hrturizam.hr/primjer-kako-se-odrzivo-i-strateski-razvija-turizam-komunikacija-prema-lokalnoj-zajednici-je-kljucan-korak>, (Pristupljeno: Maj 2024).
52. Portal Ilijaš, dostupno na: <https://ilijas.info/visoko-novi-sadrzaj-u-parku-ravne-2-sah/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
53. Portal LeonBijedic, dostupno na: <https://leonbijelic.com/de/portfolio-items/bosnian-pyramids-park-tunnel-ravne-2-visoko/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
54. Portal LeonBijelic, dostupno na: <https://leonbijelic.com/en/portfolio-items/bosnian-pyramids-park-tunnel-ravne-2-visoko/>, (Pristupljeno: Juli 2024).
55. Portal Magazin plus, dostupno na: <https://magazinplus.eu/park-u-bosni-kaocuvana-van-goghova-slika/>, (Pristupljeno: April 2024).
56. Portal Nacional, dostupno na: <https://www.nacional.hr/predstavljena-strategija-turizma-do-2030-zelimo-dobrobit-lokalnog-stanovnistva-ali-i-vise-hotela/>, (Pristupljeno: April 2024).
57. Portal poslovnenovine.ba, dostupno na: <https://poslovnenovine.ba/2022/07/19/visocka-pecenica-je-jedan-od-tri-zasticenabh-proizvoda-obrt-babic-prvi-ispunio-zahtjeve-oznake/>, (Pristupljeno: Juli 2024).

58. Portal poslovnenovine.ba, dostupno na:
<https://poslovnenovine.ba/2023/01/24/visoko-zanatski-gradic-koji-zeli-posjetiti-cijeli-svijet/>, (Pristupljeno: Juli 2024).
59. Portal provisoko.com, dostupno na: <https://provisoko.com/serefudinova-bijela-dzamija-u-visokom-medu-tri-najljepse-sakralne-gradevine-u-evropi/>, (Pristupljeno: April 2024).
60. Portal sarajevotimes, dostupno na: <https://sarajevotimes.com/79305/>, (Pristupljeno: April 2024).
61. Portal Visoko, dostupno na: <https://visoko.ba/foto-decembarski-radovi-na-piramidama-i-u-tunelima-u-visokom/>
62. Portal Visoko, dostupno na: <https://visoko.ba/foto-setnja-kroz-park-ravne-2/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
63. Portal Visoko, dostupno na: <https://visoko.ba/video-svecano-otvoren-paviljon-sa-vilama-u-parku-ravne-2/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
64. Portal Visoko, dostupno na: <https://visoko.ba/video-uskoro-nova-instalacija-u-parku-ravne-2/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
65. Portal Visoko.ba dostupno na: <https://visoko.ba/tabacka-dzamija-drvena-ljepotica-u-srcu-visocke-carsije/>, (Pristupljeno: April 2024).
66. Portal Visoko.ba, dostupno na: <https://visoko.ba/furaj-ba-10-razloga-zasto-posjetiti-visoko/>, (Pristupljeno: April 2024).
67. Portal VisokoIn, dostupno na: <https://visokoin.com/tuneli-ravne-ostaju-otvoreni-za-posjetu-tokom-cijele-zime/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
68. Potral Statistika, dostupno na: <http://www.statistika.ba/?show=12&id=11126>, (Pristupljeno: Maj 2024).
69. Radio-televizija Visoko, dostupno na:
<https://www.facebook.com/watch/?v=2799473150296754>, (Pristupljeno: Maj 2024).
70. Radio-televizija Visoko, dostupno na: <https://www.visoko-rtv.ba/stari-grad-visokinacionalni-spomnik-bosne-i-hercegovine/>, (Pristupljeno: April 2024).
71. Rest Artist, dostupno na: <https://resartis.org/> (Pristupljeno: Maj 2024).
72. Richards G. (2010). Creative tourism and cultural events. Paper presented at the 2nd Forum on *UNESCO Creative Cities Network*
73. Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *The Annals of Tourism Research*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
74. Richards, ., Marques, L (2012). Exploring creative tourism: Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2). 1-11.
75. Richards, G., Wilson, J. (2007). Tourism Development Trajectories: From Culture to Creativity?, in Richards, G.; Wilson, J. (Eds.). *Tourism, Creativity and Development*. 1-34.
76. Richards, G., Wisansing, J. J., & Paschinger, E. (2019). *Creating creative tourism toolkit*. Bookplus Publishing. http://perfectlink.co.th/wp-content/uploads/2019/01/Creating-Creative-Tourism-Toolkit_Version-Eng.pdf

77. Richards, G. W. (2009). Creative tourism and local development. In R. Wurzbürger, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), *Creative tourism: A global conversation* (pp. 78-90). Sunstone Press.
78. Richards, G. (2018). *Creative tourism bibliography*. Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).
79. Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 7-10. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI01>
80. Rosić N. (2021). *Uloga kulturnih i kreativnih industrija u razvoju turizma i gospodarstva*. Josip Juraj, Strossmayer University of Osijek.
81. RTV Visoko, dostupno na: <https://www.visoko-rtv.ba/sve-spremno-za-teniski-turnir-u-parku-ravne-2/>, (Pristupljeno: Maj 2024).
82. Rudan E., Zadel Z. (2019). In the search for new experiences – the way to creative tourism development. In the Search for New Experiences – *The Way to Creative Tourism Development* Vol. 12, No. 2, dostupno na: https://emuni.si/wp-content/uploads/2020/01/IJEMS-2-2019_3-20.pdf (Pristupljeno: April 2024).
83. Salvado, J., Ferreira, A. M., Serra, J. & Marujo, N. (2020). The creative and cultural tourism ecosystem: A conceptual model. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 38, 59–88.
84. Scherf K. (2021). *Small cities sustainability studies in community and cultural engagement*. University of Calgary, dostupno na: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/57684/9781773851891.pdf>
85. Silverkris, Dostupno na: <https://www.silverkris.com/guide/uae/dxb/do-dubai/burj-khalifa/>, (Pristupljeno: August 2024).
86. Throsby D. (2010). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
87. Traveltomorrow, *What is 'Creative tourism'?*, dostupno na: <https://traveltomorrow.com/what-is-creative-tourism/>, (Pristupljeno: August 2024).
88. Tubadji, A., Osoba, B. J., Nijkamp, P. (2014), Culture-based development in the USA: culture as a factor for economic and social well-being at a country level. *Journal of Cultural Economics* 39(3), 277-303.
89. UNCTAD (2022). *Creative economy outlook : 2022 the international year of creative economy for Sustainable development : pathway to resilient creative industries*, dostupno na: <https://digitallibrary.un.org/record/4001363?v=pdf> (Pristupljeno: August, 2024).
90. Vuković A.J., Berić D., Terzić A., Gagić S. (2019). *Kreativne industrije kao faktor breždiranja turističke destinacije*. Turističko poslovanje, dostupno na: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2019/0354-30991924005J.pdf> (Pristupljeno: April 2024).
91. Youtube kanal, dostupno na: https://www.youtube.com/results?search_query=dr.+Semir+Osmanagi%C4%87, (Pristupljeno: April 2024).
92. Youtube kanal, dostupno na: https://www.youtube.com/results?search_query=park+ravne+2+visoko, (Pristupljeno: April 2024).

PRILOZI

Prilog 1

1. ANKETA O KREATIVNOM TURIZMU I RAZVOJU LOKALNE ZAJEDNICE

Hvala na izdvojenom vremenu koje je neophodno za popunjavanje ankete za potrebe izrade magistarskog rada. Molimo vas da odgovorite na sledeća pitanja:

1. Opći podaci:

- a. Institucija (organizacija) u kojoj ste zaposleni (polje za unos odgovora):
- b. Djelatnost institucije (organizacija) u kojoj ste zaposleni (polje za unos odgovora):

2. Poznavanje kreativnog turizma

- a. Da li ste upoznati sa konceptom kreativnog turizma? (Da/Ne)
- b. Da li smatrate da kreativni turizam može pozitivno uticati na razvoj lokalne zajednice? (Da/Ne/Možda)
- c. Da li ste ikada učestvovali u kreativnim turističkim aktivnostima? (Da/Ne)

3. Značaj kreativnog turizma za lokalnu ekonomiju

- a. Kako biste ocijenili značaj kreativnog turizma za ekonomski razvoj lokalne zajednice? (1-5, gdje 1 označava veoma nizak značaj, a 5 veoma visok značaj)
- b. Koji su potencijalni ekonomski benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu? (Označite sve što odgovara)
 - i. Stvaranje novih radnih mjesta
 - ii. Povećanje prihoda od turizma
 - iii. Razvoj malih i srednjih preduzeća
 - iv. Podsticanje lokalne proizvodnje i trgovine
 - v. Ostalo, molimo navedite:
- c. Koje prednosti kreativni turizam donosi vašoj zajednici? (Označite sve što odgovara)
 - i. Ekonomski razvoj (povećanje prihoda, nova radna mesta)
 - ii. Očuvanje kulturnog i historijskog nasleđa
 - iii. Promocija lokalne kulture i umjetnosti
 - iv. Pобољшanje infrastrukture (smještaj, putevi, javni prostori)
 - v. Društvena integracija i raznolikost
 - vi. Ostalo, molimo navedite:
- d. Koji sektor smatrate najviše koristi od kreativnog turizma u našoj zajednici (polje za unos odgovora)? (Npr. ugostiteljstvo, turizam, zanatske radnje, itd.)

4. Socijalni i kulturni uticaj

- a. Kako biste ocijenili socijalni i kulturni uticaj kreativnog turizma na lokalnu zajednicu? (1-5, gdje 1 označava veoma nizak uticaj, a 5 veoma visok uticaj)

- b. Koji su potencijalni socijalni i kulturni benefiti kreativnog turizma za lokalnu zajednicu? (Označite sve što odgovara):
 - i. Promocija kulturnog nasleđa i tradicije
 - ii. Jačanje lokalnog identiteta i pripadnosti
 - iii. Povećanje međusobnog razumijevanja i saradnje u zajednici
 - iv. Diversifikacija turističke ponude
 - v. Ostalo, molimo navedite:

5. Uloga lokalnih vlasti

- a. Kako biste ocijenili ulogu lokalnih vlasti u podršci razvoju kreativnog turizma? (1-5, gdje 1 označava veoma lošu podršku, a 5 veoma dobru podršku)
- b. Koje konkretne mjere ili inicijative biste predložili lokalnim vlastima kako bi podržale razvoj kreativnog turizma u lokalnoj zajednici (polje za unos odgovora)?
- c. Da li smatrate da lokalna vlast aktivno uključuje lokalnu zajednicu u proces odlučivanja o pitanjima vezanim za kreativni turizam? (Da/Ne/Nemam mišljenje) + (polje za unos odgovora)
- d. Da li smatrate da lokalna vlast adekvatno saraduje sa kreativnim preduzetnicima radi unapređenja kreativnog turizma? (Da/Ne/Možda) + (polje za unos odgovora)
- e. Kako biste ocijenili transparentnost i otvorenost lokalne vlasti u vezi sa donošenjem odluka o kreativnom turizmu? (1-5, gdje 1 označava veoma nisku, a 5 veoma visoku)
- f. Koje konkretne inicijative lokalne vlasti biste pohvalili u vezi sa podrškom kreativnom turizmu?

6. Angažman lokalne zajednice

- a. Da li lokalna zajednica aktivno učestvuje u razvoju kreativnog turizma (polje za unos odgovora)? (Da/Ne)
- b. Na koji način lokalna zajednica može više doprineti razvoju kreativnog turizma? (Označite sve što odgovara)
 - i. Organizacija kulturnih događaja i manifestacija
 - ii. Podrška lokalnim poduzetnicima i umjetnicima
 - iii. Učešće u volonterskim aktivnostima
 - iv. Doprinos očuvanju prirodnih resursa i ekološka svest
 - v. Ostalo, molimo navedite:

7. Potencijalni izazovi i prepreke

- a. Koje su najveće prepreke za dalji razvoj kreativnog turizma u vašoj lokalnoj zajednici? (Označite sve što odgovara)
 - i. Nedostatak finansijskih resursa i investicija
 - ii. Nedovoljna infrastruktura
 - iii. Nedostatak edukacije i obuke za lokalne akter

- iv. Birokratske prepreke i regulativni problem
- v. Nedostatak promocije i marketing
- vi. Ostalo, molimo navedite:

8. Budućnost kreativnog turizma

- a. Kako vidite budućnost kreativnog turizma u lokalnoj zajednici (polje za unos odgovora)? (Slobodan odgovor)

9. Preporuke

- a. Imate li neke konkretne sugestije ili preporuke za unapređenje kreativnog turizma i njegovog uticaja na razvoj naše zajednice (polje za unos odgovora)