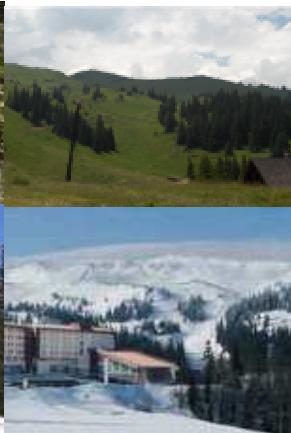


TURISTIČKI MASTER PLAN ZA JAHORINU BOSNA I HERCEGOVINA



Klijent: Ministarstvo trgovine i turizma, Vuka Karadžića 4
Banja Luka, Republika Srpska
Bosna i Hercegovina

Pripremili:



Hypo Alpe-Adria Consultants Sarajevo
Dalmatinska 6
71000 Sarajevo
Bosna i Hercegovina
☎ + 387 / 33 / 276 020
Fax+ 387 / 33 / 276 029
www.hypo-alpe-adria.ba



Kohl&Partner
Tourism Consultancy International
Bahnhofstraße 8
A-9500 Villach/Austria
☎ +43 / 4242 / 21 123
Fax +43 / 4242 / 29 553
E-Mail: office@kohl.at
www.kohl.at

Horwath Consulting Zagreb
Member of Horwath International
Savska cesta 144 A
10000 Zagreb, Hrvatska
☎ + 385 / (0) 1 / 48 77 200
Fax+ 385 / (0) 1 / 48 77 205
E-Mail: horwath-consulting@horwath.hr
www.horwath.hr



Horwath Consulting Zagreb

Sadržaj

1. Uvod	4
1.1. Početna situacija	4
1.2. Definisani ciljevi	4
1.3. Članovi Projektnog tima i njihovi zadaci	4
2. Analiza aktuelnog stanja na Jahorini.....	7
2.1. Opšte informacije	7
2.2. Pristup odredištu	9
2.3. Sokolac – potencijalni aerodrom	9
2.4. Infrastruktura i javne komunalne usluge	10
2.5. Turistička infrastruktura na Jahorini	10
2.6. Posjete turista	12
2.7. Turistička organizacija i informacije	12
2.8. Ključne institucije za destinaciju Jahorina.....	13
3. Analiza konkurenata.....	15
3.1. Kolašin - Bjelasica (Crna Gora)	15
3.2. Bjelolasica (Hrvatska)	18
3.3. Kranjska Gora (Slovenija)	20
3.4. Kopaonik (Srbija)	22
3.5. Bjelašnica (Bosna i Hercegovina)	24
3.6. Bansko (Bugarska)	26
3.7. Poiana Brasov (Rumunija)	28
3.8. Ključni nalazi	30
4. Trendovi u turizmu	32
4.1 Deset opštih trendova u turizmu	32
4.2. Posebni trendovi u najboljim međunarodnim planinskim centrima	37
5. SWOT analiza.....	41
5.1. Snage i slabosti u turizmu	41
5.2. Turističke mogućnosti i prijetnje	42
6. Strateški koncept.....	43
6.1. Zaključci izvedeni iz Analize	43
6.2. Opšti uslovi za uspješan razvoj Jahorine	43
6.3. Put do uspješnog turističkog Master plana	44
6.4. Turistička vizija za Jahorinu u 2016. godini	45
6.5. Ključne strategije koje podržavaju viziju	46
6.6. Glavni nosioci pozicioniranja	47
7. Plan konkurentnosti	48
7.1. Međunarodni standardi za planiranje i Analiza nedostataka	48
7.2. Parametri za održiv razvoj Jahorine	51
7.3. Kapacitet prevoza na stazama i razvojni koncept	52
7.3.1. Postojeće žičare i staze	52
7.3.2. Kapaciteti sistema vertikalnog transporta i smještajni kapaciteti	53
7.4. Investicije	54
8. Prijedlog ključnih projekata.....	56
8.1. Prijedlozi projekata u svrhu povećanja konkurentnosti Jahorine	56
8.2. Pregled predloženih projekata	58
8.3. Predloženi projekti za Postojeće područje	60
8.4. Predloženi projekti za Područje porodičnog i wellness turizma (Zona proširivanja 1)	80
8.5. Predloženi projekti za Sportsko područje (Zona proširivanja 2)	98
8.6. Projekti koji se preklapaju	111
9. Marketinške Strategije	128
9.1. Vizija i pozicioniranje	128
9.2. Marketinški plan za proizvode	129
9.3. Jedinstvena marketinška komunikacija	137

10. Investicija i Plan izvođenja	141
10.1. Kratak pregled plana investicija	141
10.2. Akcioni plan izvođenja	146
10.3. Pitanje zaštite životne sredine	147
10.4. Model poslovanja i upravljanja i privatizacija.....	149
11. Preliminarne kalkulacije za glavne investicije	154
11.1. Pretpostavke	154
11.2. Ključni projekti – smještaj.....	156
11.3. Ključni projekti - nekretnine	182
11.4. Ključni projekti - Objekti za rekreaciju.....	182
11.5. Ključni projekti - Gastro i drugi objekti	183
11.6. Rezime procjene poslovнog potencijala	183
11.7. Ulaganja i poslovna procjena ski infrastrukture	184
12. Zaključak i rezime	186
13. Dodatak	187
13.1. Primjeri najboljih iskustava iz Austrije.....	187
13.2. Članak iz ISR-a (Revija međunarodnih žičara).....	196

1. Uvod

1.1. Početna situacija

Hypo Alpe-Adria Consultants Sarajevo, u saradnji sa Kohl & Partner Tourism Consultancy International Austrija i Horwath Consulting Zagreb ima zadatak da pripremi Master plan razvoja turizma za planinski centar Jahorina.

Osnovni cilj ovog Master plana je da pripremi strateške smjernice sa konkretnim radnjama u pogledu budućeg razvoja turizma na Jahorini. Predložene radnje trebaju biti održive, te u skladu sa strateškim smjernicama za prostorni i ekonomski razvoj regije.

1.2. Definisani ciljevi

Za ovaj projekat identifikovani su sljedeći ključni ciljevi:

- Analiza i procjena postojećeg stanja
- Preporuke u pogledu rekonstrukcije, unapređenja i modernizacije područja postojećeg planinskog centra
- Ispitivanje mogućeg proširivanja područja u budućnosti
- Razvoj Jahorine u skladu sa Međunarodnim standardima za planiranje uspješnih planinskih centara
- Stvaranje strateškog okvira za budući razvoj Jahorine
- Ukaživanje na potrebne investicije
- Održivost (u pogledu zaštite okoline u skladu sa optimalnom ekonomskom profitabilnošću)

1.3. Članovi Projektnog tima i njihovi zadaci

U ovom poglavljiju opisani su glavni zadaci svakog od članova Projektnog tima.

Hypo Alpe-Adria Consultants Sarajevo:

- Vodja projekta, koordinacija i upravljanje
- Odgovorni za spajanje različitih dijelova projekta koje izvrše različiti članovi Projektnog tima
- Priprema i Nacrt konačnog izvještaja

Kohl & Partner Tourism Consultancy International Austria:

- Posjete i obavljanje intervjuja na lokalitetu
- Aktuelni turistički trendovi i posebni trendovi planinskog turizma
- SWOT analiza za turizam
- Razvoj Strateškog koncepta
 - Opšti uslovi za uspješan razvoj
 - Razvoj jasne vizije i budućeg pozicioniranja
 - Definisanje ključnih strategija i osnovnih nadležnosti
 - Razvoj Glavnih nosilaca pozicioniranja
- Plan konkurentnosti
 - Definisanje Međunarodnih standarda za planiranje
 - Upoređivanje sa aktuelnom situacijom na Jahorini
 - Definisanje aktuelnih nedostataka
 - Okvir za održivi razvoj
 - Definisanje polja djelovanja radi podizanja konkurentnosti
- Predloženi projekti
 - Identifikacija potrebne turističke infrastrukture (ne uključujući planiranje staza i žičara) za ljetnu i zimsku sezonu za svako od 3 područja
 - Određivanje potrebnih investicija za predloženu turističku infrastrukturu (ne uključujući investicije za staze i žičare) za svako od definisanih područja
 - Primjeri najbolje prakse iz Austrije

Horwath Consulting Zagreb:

- Posjete i obavljanje intervjuja na lokalitetu
- Analiza postojeće situacije
- Analiza konkurenata
- Preliminarna studija izvodljivosti za predložene projekte
- Marketinške strategije za Jahorinu
- Koncept za buduću turističku organizaciju Jahorine
- Ideje, strategije i akcije u pogledu ponovnog prijavljivanja za Zimske olimpijske igre 2018. godine

Planeri staza i žičara u saradnji sa GEOS Consulting ZT-GmbH :

Ovaj tim se sastoji od gospodina Bojana Križaja, gospodina Arnolda Puchera, gospodina Roberta Apschnera, gospodina Güntera Troya (Doppelmayr), gospodina Ericha Gummerera (Technoalpin) i gospodina Andreasa Berchtolda.

- Posjete lokalitetima
- Akcioni plan
 - Identifikacija akcija koje je potrebno preduzeti u pogledu vertikanog transporta (vrsta, lokacija, nosivost, itd.), staza (područje, dužina, širina, itd.) i pravljenja vještačkog snijega (potrebnii snježni topovi, tehnički podaci, snabdijevanje vodom, itd.)
- Planiranje staza i žičara
- Usaglašavanje kapaciteta sistema vertikalnog transporta sa smještajnim kapacitetima
- Investicioni plan (vertikalni transport, staze, pravljenje vještačkog snijega)
 - Određivanje potrebnih investicija za modernizaciju i proširivanje skijaškog centra Jahorina u pogledu vertikalnog transporta, staza, pravljenja vještačkog snijega i drugih povezanih investicija (npr. vozila „ratrak“)
- Pitanja zaštite životne sredine
- Prostorno uređenje i planiranje

TMC Hotels & Resort, Hrvatska:

- Akcioni plan
 - Definisanje vrste i veličine potrebne turističke suprastrukture (smještajni kapaciteti) za postojeći centar (projekti hotela od broja 1 do broja 6)
 - Lokacija za projekte hotela
- Investicioni plan
 - Određivanje potrebnih investicija za predloženu turističku suprastrukturu za postojeći centar (projekti hotela od broja 1 do broja 6)

Preduzeće "Projekt" AD, Banja Luka:

- Posjete lokalitetima
- Pružanje informacija, materijala, mapa i sl. u pogledu prostornog planiranja
- Učešće na različitim radionicama
- Priprema mapa za lokacije predloženih projekata

Agencija "EUROMarketing" Pale, Istočno Sarajevo:

- Pružanje informacija u pogledu analize postojećeg stanja
- Organizacija sastanaka i obilazaka
- Marketinška organizacija

2. Analiza aktuelnog stanja na Jahorini

2.1. Opšte informacije

Položaj: Planinski centar Jahorina se nalazi u jugoistočnom dijelu Bosne i Hercegovine. Jahorina se prostire od $43^{\circ}39'$ do $43^{\circ}47'$ sjeverne geografske širine i od $18^{\circ}31'$ do $18^{\circ}43'$ istočne geografske dužine od Griniča. Jahorina sa najvišim vrhom Ogorjelica (1.916 m), pripada Dinarskom planinskom sistemu. Pravac pružanja planine je jugoistok-sjeverozapad. Dužina cijelog masiva Jahorine s ogranicima iznosi oko 25-30 km, a širina od 5-15 km. Izvanredna konfiguracija terena, obilje vrlo kvalitetnog snijega, pogodna klima, 20 kilometara staza za alpske discipline kao i blage padine (Rajska dolina) uvrstile su ovu planinu među najljepše i najpoznatije ski-centre. Ostale planine u ovom planinskom lancu su: Čvrsnica, Prenj, Bjelašnica, Treskavica, Zelengora i dr¹.

Jahorina s administrativnog aspekta pripada dvjema opština: Pale (veći dio prostora koji je uključen u Master Plan) i Trnovo. U opštini Pale živi 26.959 stanovnika a u opštini Trnovo 2.594. Postoji približno 70 naselja čiji su stanovnici pretežno starije dobi.

Gustina naseljenosti u predjelu Pala iznosi 54,79 stanovnika po m^2 , a na prostoru opštine Trnovo 22,97 stanovnika po km^2 . 30% prostora Jahorine je urbano područje i čini 20% prostora opštine Pale. Jahorina obuhvata jedno selo, Šator, koje stanovnici koriste samo tokom vikenda.

Udaljenost Jahorine do većih gradova u regiji je slijedeća:

- Jahorina - Sarajevo 28 km
- Jahorina - Banja Luka 310 km
- Jahorina - Beograd 320 km
- Jahorina - Zagreb 450 km
- Jahorina - Ljubljana 580 km



Klima

Planina Jahorina predstavlja izuzetno važan prirodni potencijal smješten u jugoistočnom dijelu Republike Srpske i Bosne i Hercegovine. Posjeduje raznovrsne prirodne resurse povoljne za život ljudi i ekonomski razvoj naselja u okruženju, od kojih su najvažnije šume i šumsko zemljište, vodni resursi, planinski vrhovi i padine u kombinaciji sa stepenastim oblicima reljefa. Kombinacija različitih oblika reljefa je izuzetno povoljna za razvoj zimskog turizma u ovom dijelu Europe.²

¹ Izvor: Dr Ljubo J. Mihić, „Jahorina i Trebević planine XIV zimske Olimpijade“, Pale 1987 g.

² Izvor: Kujundžić S., Govedar Z., Stručni rad, „Klima kao turistička vrijednost prirodnog dobra Jahorine“, Banja Luka, 2006. godina

Među prirodnim vrijednostima koje doprinose razvoju turizma, a posebno zimskog, klima zauzima značajno mjesto. Klima je značajan prirodni faktor u turističkoj valorizaciji planine Jahorine prvenstveno kao direktna turistička vrijednost. Glavni činioci koji opredjeljuju karakter klime Jahorine su njen geografski položaj, udaljenost od mora, pravac pružanja masiva, nadmorska visina, raščlanjenost reljefa, šumovitost.³

Ovaj masiv je povučen daleko u kopno, udaljen od mora 120 km, planinskim masivima Bjelašnice i Treskavice zaštićen od jačeg uticaja toplog mediteranskog vazduha (Bjelčić, 1965).

Godina	Godišnje padavine (mm)	Prosječna godišnja temperatura (°C)	Prosječna maksimalna temperatura (°C)	Prosječna minimalna temperatura (°C)	Broj dana sa snježnim pokrivačem
1999	1231,5	-	-	-	74
2000	817,9	-	-	-	79
2001	937,3	-	-	-	62
2002	1067,0	-	-	-	46
2003	739,4	9,7	16,1	4,4	74
2004	805,9	9,6	15,4	4,5	63
2005	1027,5	8,4	14,7	4,4	86

Svi podaci se odnose na prostor istočnog Sarajeva i prikupljeni su od Republičkog hidrometeorološkog zavoda Republike Srpske.

Flora i fauna

Jahorina predstavlja najvažniji prirodni resurs opštine Pale. Šume i šumsko zemljишte zauzimaju 16.902,95 ha sa totalnom drvnom masom od 5.051.198 m3. Jahorina je i dobila naziv po javoru kao vrsti.

Jahorina obiluje zavidnim biodiverzitetom flore i faune, a ovdje navodimo samo manji dio:

- Samoniklo ljekovito bilje: lincura, kantarion, rosulja, bokvica, mrazovac, bijeli glog, crni sljez, crni trn, čemerika, čičak, kleka, kopriva, majčina dušica, nana itd
- Šumsko voće: lješnik, divlje jabuke i kruške, šipurak, divlje jagode, divlje kupine, malina, drenjine, trnjine, borovnice, brusnice, crvena ribizla, itd.
- Listopadne šume: javor, bukva te u višim predjelima ostaci subalpske bukve, itd.
- Četinarske šume: smrča, bor, jela, itd.
- Divljač: srna, medvjed, vuk, zec, kuna zlatica, kuna bjelica, vepar, itd.
- Ptice: lještarka, jastreb, orao, itd.
- Riba: Potočna pastrmka, lipljjan, itd.

Šume pokrivaju 64% opštine Pale.

Napomena: "Zavod za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa" Republike Srpske, nakon dvogodišnjeg izučavanja i upotrebe velikog broja literaturnih podataka, evidentirao je zavidan biodiverzitet flore i faune. Od oko 1006 konstatovanih vaskularnih biljaka oko 15% je endemičnih, te su navedene vrste samo mali dio ukupnih vrijednosti i kao takve funkcionišu godinama.

Način zaštite i regulativa

Zakoni koji se odnose na zaštitu prirode:

- Zakon o zaštiti prirode ("Službeni Glasnik Republike Srpske" broj 50/02)
- Zakon o zaštiti životne sredine ("Službeni Glasnik Republike Srpske" broj 53/02)
- Zakon o zaštiti vazduha ("Službeni Glasnik Republike Srpske" broj 53/02)
- Zakon o zaštiti voda ("Službeni Glasnik Republike Srpske" broj 53/02)
- Zakon o upravljanju otpadom ("Službeni Glasnik Republike Srpske" broj 53/02)

³ Izvor: Kujundžić S., Govedar Z., Stručni rad, „Klima kao turistička vrijednost prirodnog dobra Jahorine“, Banja Luka, 2006. godina

Na osnovu ovog Master plana, planira se završetak regulacionog plana za uži dio planinskog prostora. Nakon toga slijedi nastavak regulacije šireg planinskog prostora.

2.2 Pristup odredištu

Vazdušnim saobraćajem

Najbliži aerodrom je Međunarodni aerodrom Sarajevo (Jahorina – Sarajevo 28 km). Svakodnevni letovi za: Frankfurt, Istanbul, Keln, Stuttgart, Zagreb, Ciriš, Ljubljana, Milano, Beč, Prag, Beograd, Minhen i Budimpešta. Kompanije koje u redovnom saobraćaju lete za i sa sarajevskog aerodroma su: BH Airlines (ranije Air Bosna), Adria Airways, Alitalia, Austrian Airlines, Croatia Airlines, CSA, JAT Airways, Lufthansa, MALEV, Turkish Airlines.

Godišnji kapacitet Međunarodnog Aerodroma Sarajevo je 800.000-1.000.000 putnika, a prosječan godišnji broj putnika je 400.000.

Putem željeznice

Najbliža željeznička stanica je u Sarajevu.

Drumskim saobraćajem

Na Jahorinu se može stići iz tri pravca:

1. Iz Sarajeva preko Pala
2. Iz Lukavice preko Trebevića
3. Iz Podgraba preko Vrhpracha

Autobusom

Nova autobuska stanica u Palama je u izgradnji.

Sa autobuske stanice u Lukavici direktnim linijama se može putovati u gradove Republike Srpske, Republike Srbije i Republike Crne Gore (Beograd, Subotica, Novi Sad, Niš, Podgorica, Herceg Novi, Ulcinj).

Takođe, sa autobuske stanice u Sarajevu postoje redovne linije za gradove Centralne i Zapadne Evrope.

2.3. Sokolac – potencijalni aerodrom

Opština Sokolac se prostire na Glasinačkoj visoravni u podnožju planine Romanije i ima površinu od 729 km². Administrativno je podjeljena na 10 mjesnih zajednica sa 80 naselja u kojima živi oko 15.500 stanovnika. Sokolac se nalazi u središtu Glasinca, na nadmorskoj visini od 870 metara. Ova visoravan s prostranim livadama i pašnjacima okružena je četinarskim šumama i vrhovima Romanije, Bogovičke planine, Gradine, Rabra, Crnog vrha, Kopita, Kratelja. Sokolac je značajna saobraćajna raskrsnica magistralnih puteva od Sarajeva prema Beogradu, Užicu ili Jadranskom moru. Decenijama je nosilac privrednog razvoja u Sokocu bila drvna industrija. Pored kapaciteta za primarnu i finalnu preradu drveta, u Sokocu su izgrađeni i pogoni u metalnoj industriji, tekstilnoj i kožarskoj industriji, građevinarstvu i trgovini, a posljednjih godina u ekspanziji je i tzv. mala privreda.

Aerodrom Sarajevo se nalazi u zapadnom dijelu grada Sarajeva (praktično u naseljenom dijelu grada), na Sarajevskom polju, i nema prostora za njegovo širenje. Postoje problemi u pogledu kapaciteta i pozicije sarajevskog aerodroma (veliki broj maglovitih dana tokom zime, okružen je visokim planinama, kao i izuzetno gusto naseljenim područjem).

Položajem i klimom (Glasinac ima najviše vedrih dana u godini) koju uživa opština Sokolac, idealno je mjesto za izgradnju aerodroma, te bi se ovaj prijedlog svakako trebao uzeti u obzir.

Grb	Lokacija u Republici Srpskoj	Opšte Informacije
		<p><u>Entitet</u> Republika Srpska <u>Površina</u> 729 km²</p>

2.4. Infrastruktura i javne komunalne usluge

Vodosnabdijevanje

Sa izvora Prače pitka voda se transportuje u nekoliko distributivnih rezervoara na gornjem dijelu planine a potom putem komora za pražnjenje u vodovodnu mrežu. Stvarni kapacitet pitke vode može samo privremeno zadovoljiti potrebe obzirom na očekivano značajno povećanje smještajnih i uslužnih kapaciteta. Kao prvi korak, potrebno je povećati rezervoare na Poljicama i Šatoru. Takođe treba riješiti pitanje izvora vode za vještački snijeg, kao i tehnologiju.

Snabdijevanje električnom energijom

Visokonaponski dalekovod (35 kV) je u dobrom stanju. Korisnici su priključeni na 10kV mrežu putem dalekovoda 35/10 kV Jahorina, 2x4 MVA koji je, takođe, u dobrom stanju. Niskonaponska mreža je u lošem stanju. Usljed neplanirane izgradnje nije bilo moguće razviti optimalan plan konekcija zbog čega se najveći broj kvarova i dešava baš na toj mreži.

Kanalizaciona mreža

Postojeći kanalizacioni sistem na Jahorina je u lošem stanju. Postoji kanalizaciona mreža od hotela "Bistrica" do "Poljice" i svi postojeći objekti su spojeni na taj sistem. Otpadne vode se transportuju putem cijevi do Pala a potom ispuštaju u rijeku Miljacku. Najkritičnije stanje je između lokacije Rajska Dolina i hotela Šator. Otpadne vode tog područja se deponuju u neadekvatne septičke jame što predstavlja opasnost od ugrožavanja kvaliteta vode u nižim predjelima.

Snabdijevanje zemnjim gasom

Mreža zemnjog gasa ne postoji. Preporuka je da zemni gas bude osnovni energet.

Telefonska mreža

Postojeća automatska telefonska centrala ima 273 korisnika i omogućava povećanje. Moguće je korištenje sve tri mobilne mreže u Bosni i Hercegovini (MOBI's, BH Telecom, Eronet).

Parking prostor

Unutar lokacije postoji 993 parking mjesta i 22 za autobuse.

Na Jahorini nema bolnice, a zimi postoji samo jedna ljekarska ordinacija. Najbliža vatrogasna stanica se nalazi u Palama (13 km udaljeno od Jahorine). Slično tome, banka i policijska stanica rade samo tokom zime. Pošta, međutim, radi tokom cijele godine.

U okviru očekivanog budućeg plana obnove i razvoja Jahorine, potrebno je ponovo razmotriti i planirati svu infrastrukturu kao i plan javnih komunalija.

2.5. Turistička infrastruktura na Jahorini

Jahorina je nekad predstavljala jedan od najatraktivnijih rekreativnih prostora za skijanje u Jugoistočnoj Evropi. Planinsko jezgro obuhvata oko 650 ha, gdje je bila izgrađena glavna infrastruktura kao dio Zimskih Olimpijskih Igara početkom 80-tih. Mada je u skorije vrijeme dosta devastirana, Jahorina i danas predstavlja najvažniji turistički resurs Republike Srbije.

U tekstu koji slijedi daju se ključni podaci o turističkoj infrastrukturi danas:

Staze za skijanje i žičare

Ukupna dužina staza za skijanje iznosi oko 20 km.

Od čega je:

Plava: 32,15%

Crvena: 48,52%

Crna: 19,33%

Vertikalni transport uključuje četiri žičare sa dvosjedom, tri ski lifta i jedan ski lift za djecu, ukupne dužine 8,05 km i kapaciteta 7.200 osoba na sat.

Ime	Dužina (km)	Kapacitet (osoba na sat)	Tip
Skočine	1,45	1200	Žičara dvosjed
Ogorjelica I i II	2,60	2400	Žičara dvosjed
Poljice	1,55	1200	Žičara dvosjed
Olimpik	0,95	900	ski lift
Rajska Dolina	0,95	900	ski lift
Poljice i baby lift	0,55	600	ski lift

Smještajni kapaciteti

Stvarni smještajni kapaciteti su sljedeći:

- 6 hotela sa ukupnim brojem kreveta 1.022
- 17 apartmanskih objekata sa ukupnim brojem kreveta 569
- 18 pansiona 400
- Vikend kuća približno 1.280
- Ukupno približno 3.270

Prema Turističkoj organizaciji Istočnog Sarajeva kategorizacija smještajnih kapaciteta još nije izvršena. Sportske aktivnosti/usluge: skijanje, skijanje na dasci, klizanje (hotel Termag), plivanje (hotel Bistrica, hotel Termag), rekreacija i fitnes (hotel Termag), hodanje, pješačenje, terenski biciklizam, sankanje, fudbal i košarka (hotel Bistrica).

Okolne turističke atrakcije:

KADINO VRELO – nalazi se na sjeveroistočnoj padini Jahorine, u Vrhpraci. Ovaj prirodni resurs je u društvenom vlasništvu i upravljanju. U blizini se nalazi kolibica u kojoj se mogu organizirati dodatne uslužne aktivnosti.

PEĆINA ORLOVAČA (Savina pećina) – ovaj prirodni resurs lociran je 11 km od Pala. Pećina je osvijetljena i prilagođena za posjetitelje na dužini od 650 m. Naknada za ulaz iznosi KM 4. Posjete su u organizaciji Turističke Organizacije Istočno Sarajevo. Pećina je u društvenom vlasništvu i upravljanje istom nije riješeno. Pećina je prebivalište najugroženije vrste sisara u Evropi, slijepog miša (microc hipoptrea).

PEĆINA LEDENJAČA – nalazi se kod izvora Mokranjske Miljacke. Led u ovoj pećini se zadržava i preko ljeta.

PEĆINA LIPOVAC – u koritu Miljacke, posebno je zanimljiva za ljubitelje atraktivnih fotografija.

VRELO RIJEKE MILJACKE – Vrelo je locirano 3 km od Pala, ima ribnjak, restoran i 4 apartmana (u privatnom vlasništvu).

Događaji na Jahorini i Palama:

UMJETNIČKA KOLONIJA – održava se na Palama svakog jula. Održavaju se koncerti, večeri poezije, folklora i druga dešavanja. Broj posjetilaca je oko 1.500.

SABOR FRULAŠA – održava se na Palama, svakog avgusta. Takmičenje frulaša, folklora, koncerti etno muzike. Broj posjetilaca je približno 5.000.

ART JAHORINA – Umjetnička kolonija koja se održava svakog decembra na Jahorini.

JAHORINA ZIMI – Nekoliko događaja koji se održavaju na Palama i Jahorini u toku zimskog perioda (novembar – mart).

TAKMIČENJE NA PETROVDAN – fudbalske utakmice, upriličene su svakog juna i jula na Palama. Takmičenje posjeti približno 10.000 posjetilaca.

„U SUSRET ZIMI“, Sajam turizma i ugostiteljstva održava se na Jahorini svakog oktobra. Sajam posjeti oko 2.000 posjetilaca.

“LUTFEST” – Lutkarski festival (Međunarodni festival lutkarskih pozorišta)

Specifičnosti:

Ostaci srednjevjekovnih gradova i utvrđenja, nekropole stećaka srednjevjekovnih nadgrobnih spomenika zanimljivi su kulturno-istorijski spomenici koji su svjedoci, da je ovaj kraj nekada bio raskrsnica važnih puteva.

Mada nedovoljno istraženi, kao svjedoci jednog vremena su ostaci grada Pavlovcu kod Prače koji je sagrađen 1415. godine. Iz srednjeg vijeka su i ostaci utvrđenog dvora na vrelu Paljanske Miljacke koji je pripadao despotici Jerini, ženi despota Đurađa Brankovića.

2.6. Posjete turista

Broj dolazaka i noćenja 2003 – 2005 (Opština Pale):

	2003	2004	2005
Dolasci	17.749	17.867	18.744
Noćenja	68.267	67.850	65.234

Izvor: Euromarketing Pale (Turistička organizacija IS)

Prema informaciji Turističke organizacije Istočno Sarajevo u 2005. godini struktura gostiju je bila slijedeća:

Srbija i Crna Gora - približno 60%

Hrvatska - približno 15%

Slovenija - približno 15%

Domaći gosti - približno 10%

Procenat gostiju iz drugih zemalja je veoma mali.

Broj osoba koje rade u turizmu (2005): 364

Ukupan prihod od turizma (2005): 509.764 KM

Zabilješka: Postoje značajni problemi u pogledu osnovnih statističkih podataka u pogledu ponude i potražnje. Ovo je rezultat činjenica da odmaralište Jahorina još uvijek nema profesionalan i transparentan marketing i upravljački sistem.

2.7. Turistička organizacija i informacije

Što se tiče turističkog sektora u Republici Srpskoj postoje dvije ključne institucije koje se bave turističkom industrijom:

Prva je **Ministarstvo za trgovinu i turizam** i njegovo pojedinačno odjeljenja unutar lokalnih vlada koja su pravno i administrativno odgovorna za sektor (zakoni, inspekcije, porezi, itd.). Na ovom nivou nismo naišli na značajnije turističke razvojne inicijative, niti institucije koje bi bile odgovorne za razvoj programa konkurenčije i investicionih podsticaja.

U slučaju Jahorine, odgovorno je nadležno Odjeljenje za privredu Opštine Pale.

Regulativa koja se odnosi na organizaciju turizma je slijedeća:

- Zakon o turizmu ("Službeni Glasnik Republike Srpske", broj 55/03, 63/07)
- Zakon o boravišnoj taksi ("Službeni Glasnik Republike Srpske", broj 118/05)
- Zakon o ugostiteljstvu ("Službeni Glasnik Republike Srpske", broj 03/04, 37/06, 63/07)

Druga je **Turistička organizacija Republike Srpske**, koja podstiče osnivanje turističkih organizacija na nivou opština Republike Srpske. Turistička organizacija Republike Srpske finansira se od prihoda prikupljenih od boravišne takse (30% od prikupljenih sredstava) i iz budžeta Republike Srpske. Turistička organizacija Istočnog Sarajeva locirana na Palama je direktno odgovorna za marketinške aktivnosti u vezi Jahorine.

Turistička organizacija Istočnog Sarajeva se sama finansira tako što 90% prihoda prikuplja od boravišne takse, a 10% od sponzora. Sredstva se koriste za različite svrhe: štampanje turističkih brošura, vodiča, kataloga, razglednica, zatim za posjete turističkih sajmova, promotivne filmove i sponzorske događaje. Turistička organizacija nudi ograničene usluge kako posjetiocima tako i lokalnoj turističkoj industriji. To podrazumijeva da pruža informacione usluge posjetiocima kao i usluge za promociju, razvoj turističke infrastrukture i koordinaciju sa lokalnom turističkom industrijom.

70% ukupnog poreza od turizma oblasti Istočnog Sarajeva biva usmjereni u Turističku organizaciju. Ukupan budžet Turističke organizacije Istočno Sarajevo u 2005. godini iznosio je oko 48.571 EUR. Turistička organizacija ima 4 zaposlenika a njeno radno vrijeme je od 8 do 16 sati.

2.8. Ključne institucije za destinaciju Jahorina

Opština Pale

Pored uticaja na prostornu i urbanu regulativu ova opština nema finansijsku sposobnost za otpočinjanje razvoja atraktivnog i značajnog turističkog poslovanja putem javnih investicija. Opština će imati ključnu ulogu ubuduće kroz razvoj urbane infrastrukture i manjih konkurentnih programa, kao i kroz investicionе podsticaje koji budu uvedeni na nivou lokalnih zajednica.

Turistička organizacija Istočnog Sarajeva

Danas je Turistička organizacija Istočnog Sarajeva odgovorna za marketing Jahorine. Buduća uloga Turističke organizacije zavisi od uloge DMO (Destination Management Organisation – pre. Organizacija za upravljanje destinacijom) čije osnivanje je planirano isključivo za Jahorinu. Očekuje se da će Turistička organizacija tjesno sarađivati sa DMO u smislu razvoja proizvoda koje će obuhvatati Jahorinu i druge resurse na području Istočnog Sarajeva i širi planinski masiv Centralne Bosne.

Olimpijski Centar Jahorina

OC upravlja ski liftovima, održava ski terene i također ima u posjedu i upravlja hotelom Bistrica i pansionom Poljice. Za očekivati je da će OC imati značajnu ulogu u budućnosti. Upravljanje ski liftovima bi trebao postati ključni posao. Smještajni kapaciteti bi se trebali prodati i OC bi trebao početi raditi i proširiti svoju oblast poslovanja tako što bi razvijao nove proizvode za ljetni period, kao i za zimski period (npr. Park za skijanje na dasci). OC bi također trebao biti nadležan za naplaćivanje parking prostora.

Privatnici

Trenutno, određeni privatnici i investitori imaju uticaj na unapređenje turističke ponude na Jahorini (izvanredan Termag hotel, apartmani Vučko, hotel Nebojša, hotel Kristal, pansion Sport i sl.). Očekuje se da će ubuduće uloga privatnih vlasnika biti veća i da će ulagati u hotele, restorane, itd. Privatne investitore treba podsticati posebno da ulažu u razvoj smještajnih kapaciteta, kao i u restorane, «shopping» centre itd.

Energoinvest

Za očekivati je da će Energoinvest prodati ili iznajmljivati svoju imovinu na Jahorini (hotel Košuta).

Ministarstvo trgovine i turizma RS

Za očekivati je da u budućnosti Ministarstvo neće biti vlasnik niti će upravljati hotelom Rajska Dolina.

Bivše omladinske organizacije

Na Jahorini trenutno nema omladinskih organizacija. Za očekivati je da ove organizacije neće imati nikakvog uticaja u budućnosti.

Republika Srpska

U skladu sa međunarodnom praksom, uloga države na razvoj destinacije koja je tek u pionirskoj fazi, mora biti proaktivna. Ovo iz slijedećih razloga:

- Republika Srpska ima formalno ovlašćenje za bavljenje procesom privatizacije i eventualnim programima finansijskih olakšica za buduće investicije;
- Takođe ima ovlašćenja da pogura sveukupnu legislativu oblasti koja je pod velikim pritiskom malih individualnih investitora i onih koji traže nekretnine;
- Samo Republika Srpska može dovesti ovaj projekat na međunarodno tržište investitora i promovisati ovaj projekat od opšteg interesa maksimizirajući vrijednosti i dobrobit kako na lokalnom tako i na nacionalnom nivou.

Mi smo sasvim sigurni da će, ako Vlada Republike Srpske bude koristila svoja ovlašćenja, ovaj projekat biti moguće lansirati na višem nivou na transparentan i međunarodno konkurentan način.

3. Analiza konkurenata

Mada su jugoistočna Evropa i njene turističke destinacije još uvijek u tranziciji i s obzirom na činjenicu da je otpočela obnova turističkog tržišta u pogledu planina zimi i turizma u ljetnoj sezoni, izvršili smo analizu nekoliko konkurentskih destinacija.

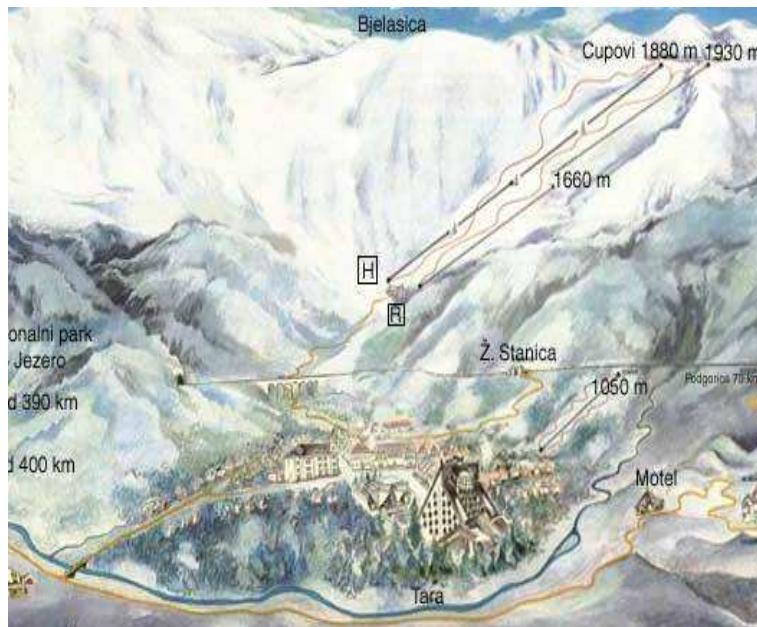
Jahorina, kao dio ove regije konkuriše sličnim destinacijama u Srbiji, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Rumuniji, Bugarskoj, pa i Sloveniji. Sve analizirane destinacije u ovoj regiji su provele različite planove restrukturiranja i investiranja ili će to izvršiti u skoroj budućnosti.

Na osnovu međunarodnih trendova u pogledu proizvoda planinskog turizma prilično je očigledno da se ova oblast počinje isticati, budući da regionalna populacija ulazi u fazu u kojoj su prihodi pojedinaca dovoljni kako bi se izdvojila sredstva za ovaj poseban vid korištenja slobodnog vremena.

Poređenje destinacija je pokazano u tabeli nakon pregleda konkurenata, a koji je izvršen na osnovu slijedećih kriterijuma:

- lokacija
- ponuda (portfolio) proizvoda
- smještajni kapacitet
- broj dolazaka i noćenja
- skijaški kapaciteti (staze, liftovi, cijene)
- koeficijenti
- hotelski proizvodi

3.1. Kolašin - Bjelasica (Crna Gora)



a) Opis destinacije

Lociran u sjevernoj Crnoj Gori, Kolašin se nalazi na visini od 954 m i nudi izvrstan odmor kako zimi tako i ljeti. Njegova visina i povoljna klima čine Kolašin istinskom vazdušnom banjom. Uprava Nacionalnog Parka Biogradska Gora se nalazi u Kolašinu. Nacionalni park je poznat po netaknutim šumama i glečerskim jezerima. Nedaleko od Kolašina (8,5 km) nalazi se ski-centar Bjelasica sa dugim blagim skiterenima i postojanim snježnim pokrivačem.

b) Proizvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, skijanje na dasci, sankanje, klizanje na ledu

Ljeti: Rafting, pješačenje, planinski biciklizam

U "Bianca Resort&Spa": Unutrašnji (zatvoreni) i spoljni (otvoreni) bazen, trim saloni, klizanje

c) Smještajni kapaciteti

Ukupan broj kreveta u Kolašinu (2004. godine): **458**

d) Dolasci i noćenja

Broj dolazaka: **2.696** (2004)

Broj noćenja: **6.649** (2004)

e) Drugi kapaciteti i atrakcije

Posebnu atrakciju predstavlja Biogradsko jezero locirano u Nacionalnom parku "Biogradska Gora" koje je jedna od zaštićenih, čistih i netaknutih šuma u Evropi. Biogradsko jezero se nalazi na visini od 1094 m i posjeduje bezbroj staza za šetnju.

Morača Manastir – spomenik prve kategorije.

f) Ski staze

Ukupna dužina staza za skijanje Ski Centra Bjelasica je **3,32 km** od čega je:

Plava: 0,72 km

Crvena: 2,10 km

Crna: 0,50 km

g) Ski liftovi

Ukupna dužina ski liftova: **3,49 km** (jedan ski lift dvosjed, tri ski lifta i jedan dječji ski lift).

Kapacitet ski liftova: **3.700** osoba na sat

h) Cijena ski karte

Dnevna karta: **10 EUR**

Sedmična karta: **60 EUR**

i) Koefficijenti

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$458/3.700 = 0,124$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$3.700/3,32 = 1114,46$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$458/3,32 = 137,95$

j) **Hotelska ponuda - "Bianca Resort&Spa"**



Naziv: Bianca Odmaralište i Banja

Lokacija: Kolašin

Broj zvjezdica: *****

Broj soba: 102 sobe i 15 apartmana

Restorani i barovi: A la carte restoran "Chives", Restoran "Bianca" - Restoran nacionalne kuhinje, "The Pine" – Lobi Bar, "Café Vienna" – Kafana "The Tara Lounge" – Noćni klub, "Wild Berry" - Wellness Bar

Ostali kapaciteti: Sala za sastanke (50 mesta), prostor za klizanje, prodavnica suvenira, Butik, Unutrašnji (zatvoreni) i spoljni (otvoreni) bazen, Gimnastička sala, wellness centar, radnja sa ski opremom, iznajmljivanje opreme za skijanje, igraonica, Internet café.

Cijene (Dvokrevetna soba sa doručkom):

130 - 180 EUR (16.01 - 31.03.2006)

79 - 99 EUR (31.03 - 30.09.2006)

Izvori: www.biancaresort.com; www.visit-montenegro.com; www.mtc.cg.yu; www.skijanje.co.yu; Razvojni plan Planiskog turizma u Crnoj Gori, Institut za internacionalni turizam, Ljubljana (Podgorica, mart 2005)

3.2. Bjelolasica (Hrvatska)



a) Opis odmarališta

Locirano u Hrvatskoj, 27 km od Ougulina, u velikoj dolini na 620 metara nadmorske visine gdje se susreću planinska i mediteranska klima u očuvanoj prirodi Gorskog Kotara. To je idealno mjesto za turizam, relaksaciju, sport i rekreativnu aktivnost tokom cijele godine za ljude svih uzrasta i interesnih grupa.

b) Proizvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, skijanje na dasci, sankanje, cross-country skijanje

Ljeti: Šetanje, penjanje, alpinizam, biciklizam, planinski biciklizam, rafting, spuštanje kajakom, veslanje, paragliding, obilazak pećina, jahanje, lov, ribolov.

U zatvorenom prostoru ili igralištu: atletika, gimnastika, fudbal, mali fudbal, košarka, rukomet, odbojka, odbojka na plaži, dizanje tegova, mačevanje, tenis, stoni tenis, badminton, kuglanje i mini-golf.

c) Smještajni kapacitet

Ukupan broj kreveta: **699**

d) Dolasci i noćenja

Broj dolazaka: **15.080** (2005)

Broj noćenja: **40.614** (2005)

e) Ostali kapaciteti i aktivnosti

Prirodni rezervat Bijele i Samarske stijene (u neposrednoj blizini)

Planina Klek – locirana na istočnoj strani planine Velika Kapela. Klek je kolijevka hrvatskog alpinizma i jedan od najpoznatijih hrvatskih botaničkih rezervata rijetkih i zaštićenih planinskih biljaka.

Jezero Sabljaci – oaza za brojne ribare koji redovno dolaze u ovu regiju. Jezero Sabljaci se često naziva Ogulinsko more.

f) **Ski staze**

Ukupna dužina ski staza Skijaškog centra Bjelolasica je **5,71 km** od čega je:

Plava: 0,60 km
 Crvena: 3,57 km
 Crna: 1,54 km

g) **Ski liftovi**

Ukupna dužina ski liftova: **19,65 km** (tri skijaška lifta dvosjeda i tri skijaška lifta)
 Kapacitet ski liftova: **4.620** osoba na sat

h) **Cijene ski karata**

Dnevna karta: **11 EUR**
 Poludnevna karta: **8,25 EUR**
 Sedmična karta: **55 EUR**

k) **Koefficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$$699/4.620 = 0,151$$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$$4.620/5,71 = 809,11$$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$$699/5,71 = 122,42$$

i) **Hotelska ponuda – Turističko naselje Bjelolasica**



Naziv: Turističko naselje Bjelolasica

Lokacija: Vrelo, Jasenak

Broj zvjezdica: **

Broj soba: 159 soba (425 kreveta + 111 ekstra kreveta)

Restorani i barovi: restoran, diskoteka, aperitiv bar

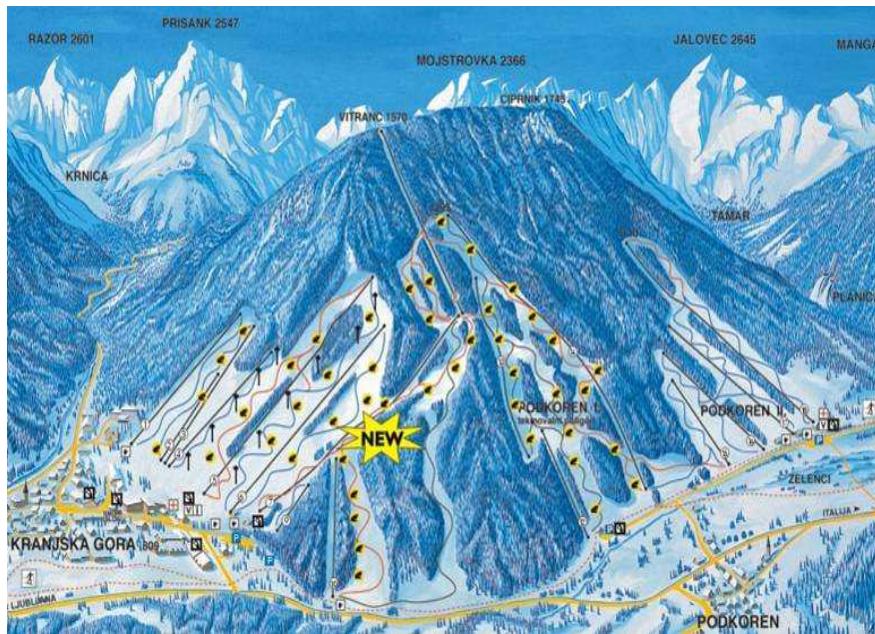
Ostali kapaciteti: igraonica, fitness klub, sauna, sala za sport, prodavnica, ljetna terasa, kapaciteti društvenog karaktera, sala za sastanke (300 mesta), dvije male sale za sastanke (30 mesta)

Cijene (dvokrevetna soba sa doručkom):

54,84 - 123,45 EUR (26.12 - 01.03)

46,63 - 109,73 EUR (01.03 - 26.12)

3.3. Kranjska Gora (Slovenija)



a) Opis destinacije

Kranjska Gora je locirana u sjeverozapadnom dijelu Slovenije, na granici između Austrije, Italije i Slovenije, na dnu Julijskih Alpa

b) Proizvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, *snowboarding*, sankanje, *cross-country* skijanje, vožnja snowmobila, planinarenje na skijama, penjanje na skijama,
Ljeti: Pješačenje, biciklizam, alpinizam, golf, jahanje, sportovi na vodi, spuštanje kajakom, rafting, fotografiranje, ribolov, *wellness*, tenis, park za vožnju bicikla

c) Smještajni kapaciteti

Ukupan broj kreveta u odmaralištu Kranjska Gora (31. august 2003): **2.994**

d) Dolasci i noćenja

Broj dolazaka: **90.935** (2004)

Broj noćenja: **334.604** (2004)

Ostali kapaciteti i aktivnosti

Sankanje i pokretna linija niz skijašku stazu - Vitranc 1

Natjecanje za svjetski kup - Pokal Vitranc (slalom i veleslalom za muškarce)

U blizini se nalazi jezero i dvije rijeke, Sava i Soča

e) Ski staze

Ukupna dužina ski staza u skijaškom odmaralištu Kranjska Gora iznosi **30 km**.

f) Ski liftovi

Ukupna dužina ski liftova: **30 km** (tri ski lifta sa četvorosjedom, jedan sa dvosjedom, jedan sa jednosjedom i 14 ski liftova)

Kapacitet ski liftova: **19.600** osoba na sat

g) **Cijena ski karata**

Jednodnevna karta: **28 EUR**

Poludnevna karta: **23 EUR**

Sedmična karta: **149 EUR**

h) **Koefficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$2.994/19.600 = 0,153$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$19.600/30 = 653,33$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$2.994/30 = 99,80$

i) **Hotelska ponuda – Hotel Kompas**

Naziv: Kompas Hotel

Lokacija: Kranjska Gora

Broj zvjezdica: ****

Broj soba: 151 soba i 5 apartmana

Restorani i barovi: Restoran, Slovenski restoran, noćni bar, Bistro Kompas, Ice bar

Ostali kapaciteti: zatvoreni bazen, bazen za djecu, Jacuzzi, solarium, 2 finske saune, tursko kupatilo, prostorija sa parom za relaksaciju, razne masaže, gimnastička sala, terasa za sunčanje, igraonica za djecu, stoni tenis, Kompas Klub, četiri teniska igrališta, teren za košarku, mali zid za penjanje, velika sala za sastanke (360 mesta), sala za sastanke (80 mesta), 2 sobe za sastanke

Cijene (polupansion po osobi u dvokrevetnoj sobi):

51 - 95 EUR (01.12 - 26.03)

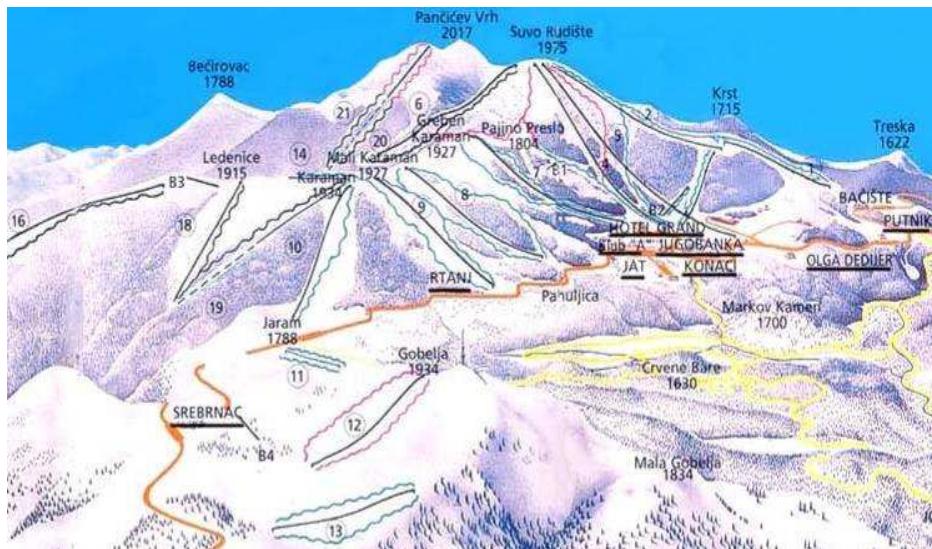
49,07 - 66,10 EUR (26.03 - 01.12)

Izvori: www.kranjska-gora.si; www.skiresort.de; www.hotel-kompas.si; www.hit.si;

RTC Žičnice Kranjska Gora +386 4 580 94 00, gđa. Polona Bačnar; Zavod za statistiku Republike

Slovenije, www.stat.si (Smještajni kapaciteti, dolasci, noćenje)

3.4. Kopaonik (Srbija)



a) Skijaški centar

Kopaonik je planina locirana u jugozapadnom dijelu Srbije, u relativnoj blizini gradova Kruševac i Kraljevo. Skijaški centar se nalazi na 1.770 m nadmorske visine. Udaljen je oko tri sata vožnje od Beograda.

b) Prozvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, sankanje, snowboarding, cross-country skijanje

Ljeti: Šetnje, planinarenje, vožnja bicikla, tenis, košarka, rukomet, odbojka na plaži, fudbalsko igralište sa pet terena, rafting na rijeci Ibar.

u "Hotelu Grand": Squash

c) Smještajni kapacitet

Broj kreveta (31. augusta 2005.): **4.799**

d) Dolasci i noćenja

Broj dolazaka: **85.000** (2005)

Broj noćenja: **376.000** (2005)

e) Ostali kapaciteti i atrakcije (udaljenosti do 50 km od Kopaonika)

- Manastir Studenica (pod zaštitom UNESCO-a od 1986. godine)
- Stari Ras, Manastir Sopoćani, Crkva i nekropolis Svetog Petra, Manastir Đurđevi Stupovi, Tvrđava Gradina sa gradom Trgovište u nizini (pod zaštitom UNESCO-a od 1979. godine)
- Prirodni rezervati unutar Nacionalnog parka Kopaonik: Kozje Stijene, Vučak, Mrkonja, Gobelja, rijeka Samokovska

f) Ski staze

Ukupna dužina ski staza Ski centra Kopaonik iznosi **47,32 km**.

g) Ski liftovi

Ukupna dužina ski liftova: **23,25 km** (pet ski liftova sa četvorosjedom, pet sa dvosjedom i dvanest ski liftova).

Kapacitet ski liftova: **25.318** osoba na sat

h) **Cijena ski karata**

Dnevna karta: **17 EUR**
 Poludnevna karta: **9 EUR (9:00-13:00h)**
13 EUR (12:30-16:30h)
 Sedmična karta: **92 EUR**

i) **Koefficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$4.799/25.318 = 0,190$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$25.318/47,32 = 535,04$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$4.799/47,32 = 101,42$

j) **Hotelska ponuda - Hotel Grand**

Naziv: Hotel Grand

Lokacija: Kopaonik

Broj zvjezdica: ****

Broj soba: 126 soba i 45 apartmana

Restorani i barovi: Aperitiv bar, bar pored bazena, restoran, restoran a la carte, diskoteka, bar pored teniskog igrališta, picerija, Internet klub

Ostali kapaciteti: Sportska sala, sala za aerobik, teniska igrališta, spoljni (otvoreni) tereni (za košarku, rukomet), squash, unutrašnji (zatvoreni) bazen, sauna, salon za masažu, gimnastička sala, Jacuzzi, sala za sastanke (u naselju Konaci)

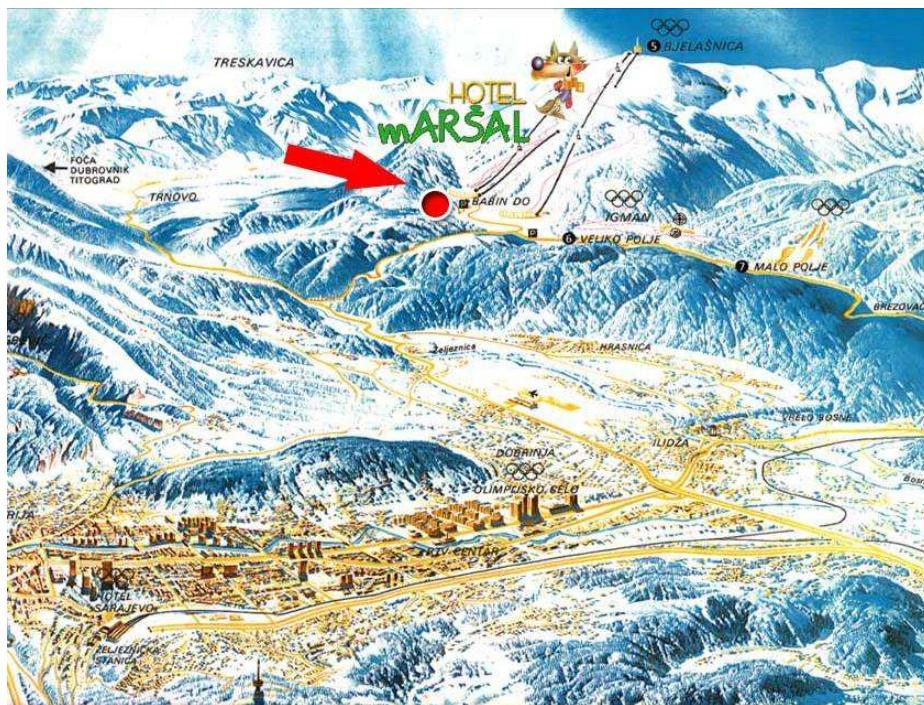
Cijene (polupansion po osobi u dvokrevetnoj sobi):

35,00 - 89,50 EUR (03.12 - 05.05)

20,48 - 32,53 EUR (28.04 - 05.11)

Izvori: www.kopaonik-genex.com; www.skijanje.co.yu; Zavod za statistiku Republike Srbije, Statistički godišnjak Srbije, 2006 (Smještani kapaciteti, Dolasci, Noćenja); Javno preduzeće "Skijališta Srbije", Mr. Ljubiša Radovanović, M.A., +381 11 311 69 46; www.raska-turizam.co.yu;

3.5. Bjelašnica (Bosna i Hercegovina)



a) Skijaški centar

Planina Bjelašnica se nalazi samo 20 km od Sarajeva, glavnog grada BiH. Bjelašnica je nastrmija od svih bosanskih planina na kojima se skija. Sa vrha, na visini od 2.067 m, strme ski staze vas brzo dovedu do podnožja planine na visini od 1.200 m. Zajedno sa planinama Igman i Treskavica, te kanjonom na rijeci Rakitnica, ona predstavlja veliki park prirode.

b) Proizvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, sankanje, snowboarding

Ljeti: Šetanje, planinarenje, paragliding, vožnja bicikлом

c) Smjetajni kapaciteti

Ukupan broj kreveta: **1.239**

d) Dolasci i noćenja

Broj dolazaka: 5 do 6 hiljada (naša procjena)

Broj noćenja: 15 do 20 hiljada (naša procjena)

e) Ostali kapaciteti i atrakcije

Jedan ski lift dvosjed i nekoliko ski liftova za djecu na Igmanu.

Tu su staze Bjelašnice na kojoj se održavao slalom za muškarce, veleslalom i spust za vrijeme Zimskih Olimpijskih igara 1984. godine - Grad Sarajevo

f) Ski staze

Ukupna dužina ski staza Ski Centra Bjelašnica: **8,35 km**

g) Ski liftovi

Ukupna dužina ski liftova: **4,26 km** (jedan ski lift trosjed i četiri ski lifta)

Kapacitet ski liftova: **4.950** osoba na sat.

h) **Cijene ski karata**

Dnevna karta: **13,33 EUR**
Poludnevna karta: **11,80 EUR**
Sedmična karta: **71,80 EUR**

i) **Koefficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova
 $1.239/4.950 = 0,250$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza
 $4.950/8,35 = 592,81$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza
 $1.239/8,35 = 148,38$

j) **Hotelska ponuda - Hotel Maršal**



Naziv: Hotel Maršal

Lokacija: Babin Do, Bjelašnica

Broj zvjezdica: ***

Broj soba: 57 soba i 13 apartmana

Restorani i barovi: Restoran, soba sa kaminom, aperitiv bar

Ostali kapaciteti: Fitnes klub, sala za stoni tenis, ski garderoba diskoteka, parking, TV sala, sala za veće sastanke, košarkaško igralište, igralište za mali fudbal.

Cijene (dvokrevetna soba sa doručkom):

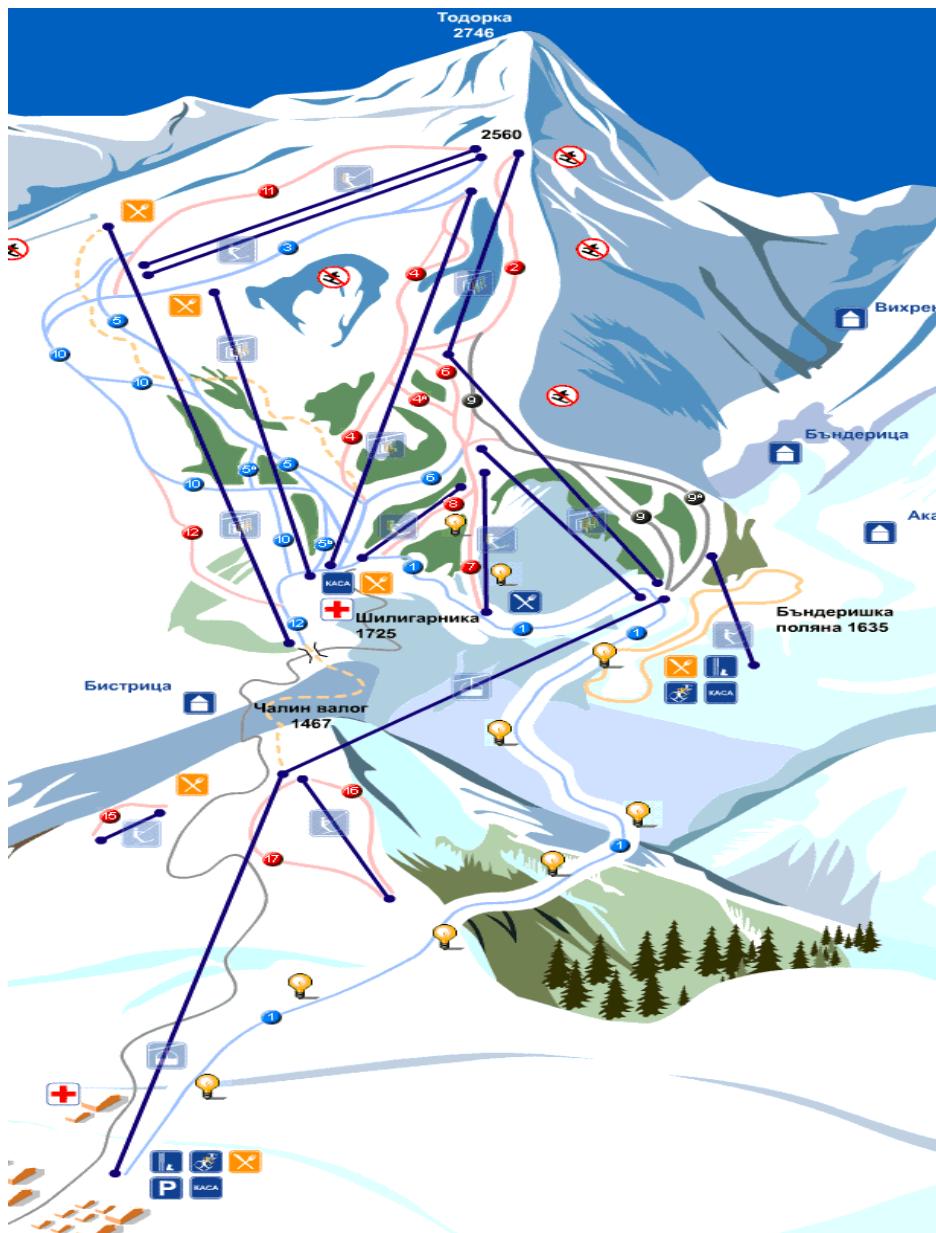
76,92 EUR (01.01 - 27.01)

66,66 EUR (27.01 - 10.03)

51,28 EUR (11.03 - 22.12)

Izvori: www.hotel-marsal.ba, www.bhtourism.ba, Općina Trnovo, +387 33 439 112, gosp.. Osman Smječanin

3.6. Bansko (Bugarska)



a) Opis destinacije

Smučarsko odmaralište Bansko nalazi se na jugozapadu Bugarske, u podnožju jedne od najljepših bugarskih planina - Pirin, koja je pod nacionalnom zaštitom i na listi svjetskog prirodnog naslijeđa. Udaljenost od Sofije do Banskog iznosi 160 km.

b) Proizvodi i aktivnosti

Zimi: Skijanje, snowboarding, cross-country skijanje, hodanje po snijegu sa krpljama
 Ljeti: Golf, ribolov, lov, jahanje, vožnja bicikla kroz planinu, pješačenje

c) Smještajni kapacitet

Ukupan broj kreveta: 7.000

d) **Dolasci i noćenja**

Broj dolazaka: 40.292 (2005)

Broj noćenja: 103.033 (2005)

e) **Ostali kapaciteti i atrakcije**

Južno do Banskog leži Nacionalni park Pirin koji je uvršten na listu UNESCO-a. Park obiluje jezerima, vodopadima, pećinama i istorijskim ostacima dostoјnih поштovanja.

Ostaci drevnih tvrđava nalaze se na lokalitetu Staroto Gradište (Stankale) oko 4 km jugozapadno od Banskog i takođe na lokaciji Julen (nizvodno rijeke Demjanica).

Sam grad Bansko ima približno 120 kulturnih i istorijskih spomenika.

f) **Ski staze**

Ukupna dužina ski staza Ski centra Bansko: **65 km** od čega je:

Plava: 22,75 km

Crvena: 26,00 km

Crna: 16,25 km

g) **Ski liftovi**

Ukupna dužina ski liftova: **21,24 km** (jedna gondola, pet ski liftova sa četvorosjedom, jedan ski lift sa trosjedom i pet ski liftova).

Kapacitet ski liftova: približno 16.800 osoba na sat

h) **Cijene ski karata**

Dnevna karta: **25,64 EUR**

Poludnevna karta: **17,95 EUR** (poslije 12:30 sati)

Sedmična karta: **143,59 EUR** (šest dana)

i) **Koeficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$7.000/16.800 = 0,416$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$16.800/65 = 258,46$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$7.000/65 = 107,69$

j) **Hotelska ponuda - Hotel Tanne**



Naziv: Hotel Tanne

Lokacija: Bansko

Broj zvjezdica: ****

Broj soba: 25 soba, 5 apartmana i 3 kućice (bungalova)

Restorani i barovi: Restoran "Mehana", Bečki salon, bar u predvorju, bašta, piano bar

Ostali kapaciteti: Fitness, bazen, Jacuzzi, sauna, parno kupatilo, solarium, salon za masažu, ski garderoba, stoni tenis, prostorija za igre (igraonica)

Cijene (dvokrevetna soba sa doručkom):

100 EUR (15.12 - 01.03)

50 EUR (01.05 - 15.12)

Izvori: www.hotel-tanne.com; www.banskoski.com; www.banskoinfo.com; www.bulgariaski.com; www.bansko.bg;

3.7. Poiana Brasov (Rumunija)



a) **Opis odmarališta**

Poiana Brasov leži na platou u podnožju planine Postavarul koja čini dio Karpata. Zbog položaja i izuzetne ljepote, ovo odmaralište takođe nazivaju Poiana Soarelui (sunčani proplanak).

Odmaralište je smješteno samo 12 km od srednjevjekovnog grada Brasov-a i na visini koja premašuje 1020 m, Poiana Brasov je mirna oaza za sve vrste turista i u svim sezonomama.

Poiana Brasov okružuju četiri velike planine:

- Postavarul (maksimalna visina 1.799 m)
- Piatra Craiului (maksimalna visina 2.238 m)
- Bucegi (maksimalna visina 2.505 m)
- Piatra Mare (maksimalna visina 1.848 m)

b) **Proizvodi i aktivnosti**

Zimi: Skijanje, snowboarding

Ljeti: Tenis, mini golf, fudbal, košarka, zatvoreni bazeni, paragliding, alpsko penjanje, jahanje, bungee skakanje, motodeltaplan

c) **Smještajni kapacitet**

Ukupan broj kreveta: **2.578**

d) **Dolasci i noćenja**

Broj dolazaka: **113.921** (2004)

Broj noćenja: **286.703** (2004)

e) **Ostali kapaciteti i atrakcije**

Obližnje turističke atrakcije istorijskog grada Brasov, Citadela Rasnov i zamak Bran.

f) **Ski staze**

Ukupna dužina ski staza Ski centra Poiana Brasov: **12,80 km** od čega je:

Plava: 5,03 km

Crvena: 3,37 km

Crna: 4,40 km

g) **Ski liftovi**

Ukupna dužina ski liftova: **9,90 km** (tri žičare, osam ski liftova).

Kapacitet ski liftova: **7.000** osoba na sat

h) **Cijena ski karata**

Dnevna karta: **17 EUR**

Poludnevna karta: **10 EUR**

Sedmična karta: **60-100 EUR** (ovisno od broja penjanja)

i) **Koefficijenti**

Ukupan br. kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova

$2.578/7.000 = 0,368$

Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza

$7.000/12,80 = 546,88$

Ukupan br. kreveta u odnosu na dužinu ski staza

$2.578/12,80 = 201,40$

j) **Hotelska ponuda – Hotel Alpin**

Ime : Hotel Alpin

Lokacija: Poiana Brasov

Broj zvjezdica: ****

Broj soba: 144 soba i 4 apartmana

Restorani i barovi: Restoran, atrium, salon

Ostali kapaciteti: Aquadreams (egzotični bar, polu-olimpijski bazen, 2 saune, masaža, refleksoterapija), vrtić za djecu, "Davidoff" Klub, sale za sastanke: „Karpati“ velika sala (460 mesta), manje sale za sastanke

Cijene (dvokrevetna soba sa doručkom):

65 EUR (04.01 - 20.01)

64 EUR (21.01 - 15.03)

63 EUR (16.03 - 21.12)

Izvori: www.brasov-hotels.ro; www.hotelalpin.ro; www.poiana-brasov.ro; Lokalni plan za održivi razvoj Općine Brasov, Vijećnica Brasov i Nacionalni Centar za održivi razvoj (smještani kapacitet, dolasci, noćenja), Smart Tours (putnička agencija koja upravlja www.poiana-brasov.com), gosp. Alex Pop, contact@smarttours.ro.

3.8. Ključni nalazi

Na osnovu analiziranog broja konkurenata možemo rezimirati ključne nalaze, kako slijedi:

- Bansko i Kranjska Gora se već nalaze na nivou međunarodne konkurenkcije gdje se cijeli lanac vrijednosti i strukture portfolija uklapa sa njihovom pozicijom na međunarodnoj sceni;
- Kopaonik i Pojana Brasov predstavljaju destinacije koje su razvijene ranije i trenutno se nalaze u procesu ubrzanog razvoja i repozicioniranja;
- Sve ostale analizirane destinacije su u fazama kako procesa rekonstrukcije tako i razvoja, nastojeći pronaći proizvode i nove smještajne kapacitete koje treba razviti.

d) Analizirajući ključne razvojne odnose došli smo do slijedećih rezultata:

Odnos	Bjelasica - Kolašin	Bjelolasica	Kranjska Gora	Kopaonik	Bjelašnica	Bansko	Poiana Brasov	Jahorina
1*	0,124	0,151	0,153	0,190	0,250	0,416	0,368	0,454
2*	1114,46	809,11	653,33	535,04	592,81	258,46	546,80	360
3*	137,95	122,42	99,80	101,42	148,38	107,69	201,40	163,5

1* - Ukupan broj kreveta u odnosu na ukupan kapacitet ski liftova.

2* - Kapacitet ski liftova u odnosu na dužinu ski staza.

3* - Ukupan broj kreveta u odnosu na dužinu ski staza.

4. Trendovi u turizmu

4.1 Deset opštih trendova u turizmu⁴

Trend br. 1: Demografske promjene

Broj osoba koje pripadaju kategorijama starijih će se povećavati velikom brzinom. Starije osobe će biti zdravije i raspolagati većim prihodima, nego što je to bio slučaj u prošlosti. Mnogi od njih iskoristiće mogućnost prijevremenog penzionisanja.

U svjetlu ovakvog razvoja situacije, broj iskusnijih, starijih putnika će rasti brže od razvoja turističke potražnje uopšte (iako postepeno pogoršanje penzijske potpore i trend ka povećanju godina starosti kada je moguće ostvariti pravo na penzionisanje može usporiti ovakav razvoj u dugoročnom smislu).

Uticaji na sektor turizma

- Povećanje potražnje za kvalitetom, ugodnošću i sigurnošću.
- Povećanje potražnje za jednostavnim prevozom.
- Povećanje potražnje za zabavnim objektima (sadržajima) u kojima se zahtjeva manje fizičkog napora (npr. igrališta za golf i sl.).
- Povećanje potražnje za proizvodima koji su namijenjeni samo jednoj osobi.
- Veća potražnja u mjesecima međusezone.
- Pri marketinškim aktivnostima, potrebno je manje naglašavati godine starosti a više ugođaj.
- Prosječni broj osoba po domaćinstvu će se i dalje smanjivati, što će za posljedicu imati veće raspoložive prihode i veću kupovnu moć.

U pogledu turizma, ovo će imati uticaja na potražnju uopšte, a posebno na potražnju za dugotrajnim putovanjima i za kratkim odmorima.

Uticaji na sektor turizma

- Povećanje potražnje za luksuzom („sitna zadovoljstva“).
- Povećanje potražnje za specijalnim proizvodima koje je moguće dobiti odmah po zahtjevu.
- Povećanje potražnje za odmorima u gradovima i drugim kratkim odmorima u inostranstvu – u razdobljima koja su nekada bila manje poželjna.
- Veći interes za zimske odmore na suncu.

⁴ Izvor: Komisija za putovanja Evrope – “Turistički megatrendovi u Evropi”

Trend br. 2: Megatrend zdravlja

Svijest o zdravlju će se i dalje povećavati.

Iako povećanje svijesti o zdravlju neće uticati na količinu potražnje, sasvim je sigurno da će uticati na donošenje odluka u pogledu destinacija, te o ponašanju tokom odmora.

Uticaji na sektor turizma

- Destinacije koje se smatraju manje zdravima bit će više izbjegavane nego što je to bio slučaj u prošlosti.
- Potražnja za odmorom na suncu će se i dalje povećavati.
- Aktivni odmor ili odmor uz aktivnosti će postajati sve popularniji, a potražnja za objektima koji odgovaraju ovakvoj vrsti odmora će biti sve veća
- Potražnja za 'wellness' proizvodima će rasti, uključujući spa centre i *fitness* centre.

Trend br. 3: Povećanje znanja i obrazovanja

Prosječni nivo obrazovanja raste.

Ovo će za posljedicu imati pojavu odmora u kojima umjetnost, kultura i istorija igraju važniju ulogu, uključujući i odmore koji su više obrazovni i više duhovni.

Uticaji na sektor turizma

- Povećanje potražnje za specijalnim proizvodima.
- Istaknutije uključivanje elemenata koji se odnose na umjetnost, kulturu i istoriju u okviru turističkih aranžmana i samo-organizovanih odmora.
- Potreba za boljim i kreativnijim prenošenjem informacija.
- Potražnja za novim destinacijama u Centralnoj i Istočnoj Evropi će se povećavati.

Trend br. 4: Manje vremena za odmor

Savremeno društvo vrši sve veći pritisak na svakodnevnicu ljudi i podstiče kod njih želju za više vremena za odmor i relaksaciju – što će imati suprotan efekat na povećanje slobodno raspoloživih prihoda. Za turizam, ovakav trend je prema tome, po definiciji nepovoljan – također i zbog toga što se trend povećanja broja dana plaćenog odsustva koje se koristi u svrhu korištenja godišnjeg odmora zaustavio.

Uticaji na sektor turizma

- Sve veća potreba za niskobudžetnim proizvodima.
- Sve veća potreba za relaksacijom.
- Skraćivanje dužeg glavnog odmora u korist više kraćih odmora.

Trend br. 5: Povećanje iskustva vezanog za putovanja

Sofisticiraniji potrošači postaju sve sigurniji u ono što su njihove potrebe i prava.

Za turizam, ovo za posljedicu ima sve veći kritični stav prema kvalitetu, te prema odnosu između kvaliteta i cijene.

Uticaji na sektor turizma

- Alternativni načini trošenja vremena i novca će se sve više takmičiti sa odmorama, a unutar samih odmora, sa davanjem prvenstva destinacijama i smještaju.
- Destinacije koje nisu u skladu sa prihvatljivim standardima će pretrpjeti veću štetu i za duži vremenski period u budućnosti.
- Nejednolično ponašanje, što znači – jedan jednostavan odmor, naredni luksuzan, jedan dugotrajan, naredni kratkotrajan.
- Davanje prednosti određenim vrstama odmora će postati iscijepkanje u budućnosti, pa će, prema tome, uticati na količine onih odmora koji se ponavljaju.
- Tokom godina, trend vjernosti jednoj istoj destinaciji će se i dalje smanjivati.
- Postojanje iskusnijih turista doveće do sve kritičnijeg stava prema onome što je vještačko u korist onoga što posjeduje veću autentičnost – posebno u odnosu na emocionalno zadovoljstvo i potrebu personalizacije; vještačka ponuda koja se ne razlikuje od ostalih (npr. tematski parkovi) postaće manje važna, ukoliko ne zadovolji više standarde.
- Iskustvo i kritični stav će podstaći turiste da ponovo posjete zadovoljavajuće destinacije iz njihove istorije putovanja.
- Sve veće davanje prednosti mobilnosti podstaći će iznajmljivanje vozila.
- Regijama koje nude potpuni, raznovrsni, potpuno uravnoteženi koncept će se sve više davati prednost, i one će zahtijevati bolje upravljanje destinacijom.

Trend br. 6: Promjene životnih stilova

Životni stilovi u zapadnim društvenim zajednicama postepeno se mijenjaju.

Za turizam, ovo utiče na shvatanje turiste o njegovim ili njenim ličnim potrebama i ponašnjima.

Uticaji na sektor turizma

- Iako odgovarajuće investicije mogu biti napravljene, interes za aranžmane „Noćenje sa doručkom“ se smanjuje, obzirom da se ovakvi aranžmani smatraju jeftinim.
- Kako je „status“ sada manje važan nego što je to bio nekada, ponašanje na odmoru postaje sve više prilagođeno ličnim potrebama, što vodi ka povećanoj potražnji za manjim smještajnim jedinicama (kao što su manji autentični porodični hoteli i turističke farme).
- Promjena percepcije u pogledu života i životnog stila dovodi do pada potražnje za organizovanim turama sa stalnom pratnjom.
- Ponuđači će imati više koristi ukoliko budu sposobni kreirati potpuno nove proizvode, koncepte i usluge koje će se izdvajati svojom dodatnom vrijednošću.

- Sve veća specijalizacija ponuđača u pogledu određenih hobija i interesovanja će postati važnija, a sve češće će se kombinovati sa odmorom.
- Ovakvo sve veće davanje prednosti čvrstom „sidru“ kao sigurnom osloncu u sve nesigurnijem svijetu podstiče želju za posjedovanjem drugog doma, također, u područjima koja se nalaze u blizini manjih regionalnih aerodroma.
- Trend „vraćanja osnovama“ dovodi do toga da se prednost daje jednostavnijim odmorima – iz hotela u bungalov, iz kamp-kućice u šator.

Trend br. 7: Nova informaciona tehnologija

Prodor Interneta – te njegovo korišćenje u svrhu primanja informacija o turističkim proizvodima i uslugama i njihove kupovine –će nastaviti da se povećava.

Za turizam, uloga Interneta – uključujući i nova sredstva vizuelne prezentacije – će i dalje postajati sve veća, te će se pokazati od velikog značaja u budućnosti.

Uticaji na sektor turizma

- Postojanje spremnih turističkih informacija o destinacijama i proizvodima i sve sofisticiraniji pretraživači za pregled takvih informacija će biti podesni za pravljenje poređenja, te će na taj način intenzivnije uticati na konkureniju putem „razgledanja robe“.
- Iskusni turisti će sve više osmišljavati svoje vlastite odmore na modularnoj osnovi sa direktnim rezervacijama.
- Uloga putnih (turističkih) agenata će se smanjivati, kako se potpuni turistički aranžmani budu sve više kupovali direktno putem interneta.
- Internet će preinačiti tipičnu ulogu Nacionalnih turističkih organizacija (NTO) i Turističkih odbora velikom brzinom – ali će kreirati novu ulogu u elektronskom marketingu, uključujući i primjenu destinacijskog marketinga koji se zasniva na Upravljanju odnosima sa klijentima (CRM).
- Destinacijski marketing (npr. bolje brendiranje uz podršku javnosti) će postajati sve važniji kao izvor za podsticanje posjeta internet stranicama.
- Postojanje detaljnih informacija o proizvodima koje nude ponuđači, bilo da su ti proizvodi dostupni na samim lokalitetima destinacija ili putem linkova, postat će sve važnije kao osnovni preduslov za uspjeh internet stranica.
- Mogućnost „kupovine“ putem interneta će podstići praksu kasne rezervacije.
- Sve veća potreba za sigurnim rezervacijama putem Interneta mora se naglasiti kada govorimo o iskusnijim turistima koji znaju šta hoće.

Trend br. 8: Promjene u načinu transporta

Sve veća potreba za korištenjem brzih vozova i niskobudžetnih prevoznika uticaće na tipične tokove putovanja. Drumski saobraćaj će se suočiti sa sve većim zakrčenjem.

Uticaji na sektor turizma

- Destinacije će imati sve više koristi od pristupačnih i priuštivih kratkih odmora – posebno u vrijeme kada se velike manifestacije organiziraju van glavne sezone.
- Sve veća raspoloživost direktnih veza vozom ili avionom će podstići potražnju za međunarodnim kratkim odmorima u gradovima i gradskim regijama, na uštrbu ruralnih područja.
- Korišćenje brzih vozova za srednje udaljenosti će preuzeti veliki procenat onih putovanja koja se trenutno obavljaju preko charter letova.
- Zakrčenost puteva će negativno uticati na prevoz privatnim automobilom – posebno u udarnoj sezoni.
- Putovanja autobusima će postajati sve manje važna.
- Prepreke koje nastaju zbog neprilagođenih rasporeda ili internu uslovljenim transportom koji nije povezan na najoptimalniji način će imati jači negativni uticaj na destinacije koje ne mogu ispuniti sve veće želje za pristupačnošću.
- Krstarenja – ne samo skupa krstarenja, nego i ona koja spadaju u „klasu niskobudžetnih“ – će postajati sve popularnija, posebno za osobe iznad 50 godina starosti.

Trend br. 9: Povećanje značaja održivosti destinacije

Svijest o značaju životne sredine će nastaviti da se povećava. Za turizam, ovo će za posljedicu imati veću potražnju za održivim destinacijama, u kojima će priroda i populacija igrati sve značajniju ulogu. Kako bi se ublažili troškovi održivosti, cijena će se sve više prebacivati na same turiste.

Uticaji na sektor turizma

- Regionalna komponenta u destinacijama će postajati sve važnija.
- Politike upravljanja destinacijama treba unaprijediti kroz detaljnije i konzistentnije planiranje.
- Davanje prednosti destinacijama će biti snažnije povezano sa podrškom koju pruža domaće stanovništvo pri izražavanju dobrodošlice sve većem broju posjetilca.
- Regije u kojima je došlo do preobimne gradnje (posebno one regije u kojima ovakva gradnja nije bila u skladu sa prirodnim krajolikom) će se sve manje priznavati kao atraktivne destinacije.
- Eko-turizam ne treba pomiješati sa održivim turizmom.

Trend br. 10: Povećanje važnosti sigurnosti i zaštite

Teroristički akti, regionalni ratovi, zagađenje i druge krize, nažalost su postale činjenice vezane uz svakodnevnicu, te utiču na potrebu za osjećajem sigurnosti i zaštite.

U turizmu, ovo za posljedicu ima povećanu potrebu za sigurnošću i zaštitom, te izbjegavanje turista da posjećuju destinacije koje se smatraju nesigurnim.

Uticaji na sektor turizma

- Kvalitet vode (u jezerima i bazenima, ali takođe i vode iz vodovoda) postajaće sve važniji pri odabiru destinacije, te zahtijeva bolju zaštitu.
- Turista sklon upućivanju kritike, će prije uputiti žalbu u slučaju da ponuđeni proizvod ne zadovoljava očekivane standarde.
- Troškovi pružanja garancija o sigurnosti i zaštiti će se povećavati velikom brzinom.
- Sektor se treba bolje pripremiti da zadovolji turističku potražnju na fleksibilniji način u razdobljima kriza.

4.2. Posebni trendovi u najboljim međunarodnim planinskim centrima

1. Sve više planinskih centara pokušava stvoriti (jedinstvene) **turističke proizvode za ljetnu sezonu**



2. Povećanje razvoja **alternativnih zimskih turističkih proizvoda** pored skijanja



3. Profesionalni, atraktivni i unosni **sadržaji nakon skijanja tj. Apres-Ski sadržaji**



4. **Povećanje prosječne širine** skijaških staza kako bi one bile atraktivnije za skijaše koji posjeduju *carving* skije, te kako bi se izbjegli sukobi interesa



5. Upravljanje **zdravog života i wellness aktivnosti** na planini



6. Marketinške aktivnosti planine idu u smjeru “**Planina mi daje snagu**“



7. Ljetne **atrakcije na vrhu planine** u svrhu povećanja broja ljudi koji koriste vertikalni transport tokom ljetnih mjeseci



8. **Specijaliziranje** planinskih centara kako bi se ostvarila prednost nad konkurentima (npr. luksuzni planinski centri, planinski centri za snowboarder-e, planinski centri namijenjeni djeci, itd.)



9. **Unapređenje kvaliteta** u pogledu turističkog *hardware-a* (npr. hoteli) i *software-a* (kvalitet usluga)



10. Budite stalno informisani - Uspješne planinske destinacije nude **inovacije** svake godine



11. Kako bi smanjili zavisnost od prirodnog snijega, postaje sve uobičajenije davati garancije stalnog snježnog pokrivača tokom cijele godine putem **pravljenja vještačkog snijega**



5. SWOT⁵ analiza

5.1. Snage i slabosti u turizmu

Tabela koja slijedi prikazuje najvažnije snage i slabosti u pogledu turizma na Jahorini. Analiza je urađena na osnovu posjeta lokaciji, sastanaka i razgovora sa zainteresovanim stranama u turizmu na Jahorini.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + Blizina gusto naseljenom gradskom području Sarajeva (oko 30 do 40 minuta vožnje automobilom) + Saobraćajna veza sa Sarajevom + Blizina aerodromu Sarajevo + Prirodni krajolik sa panoramom koja oduzima dah (npr. plato) + Nadmorska visina i relativna sigurnost sniježnog pokrivača + „Gladak“ planinski krajolik + Opšta infrastruktura <i>postoji</i> (voda/kanalizacija, električna energija, itd.) – koja je pogodna za dalje proširenje + Imidž i nivo poznавања Jahorine kao olimpijske destinacije (iz 1984. godine) i dobro poznate destinacije u Bosni i Hercegovini + Količina postojećih žičara i staza + Sistem naplate karata <i>postoji</i> + Izgrađen je smještajni kapacitet prve klase (npr. Hotel Termag) + Potencijalni investitori stoje na raspolaganju, a angažovane zainteresovane strane u turizmu na Jahorini već postoje 	<ul style="list-style-type: none"> - Stanje saobraćaja i parking mesta - Turistička ponuda za ljetne mjesecе (ni za turiste, kao niti za ekskurzije) gotovo da i ne postoji - Samo mali broj smještajnih kapaciteta je otvoren tokom cijele godine - Nedostaje glavni turistički sadržaj za ljetnu sezonu koji bi se mogao ponuditi tržištu - Žičare ne rade u ljetnim mjesecima - Zastarjela sredstva vertikalnog transporta (žičare) - Nedostatak kapaciteta u zimskim mjesecima u danima velike frekvencije (npr. saobraćaj, žičare/staze) - Ne postoji seoski centar sa atraktivnom i centralnom infrastrukturom (npr. barovi, restorani, prodavnice, itd.) - Ne postoji atraktivan smještaj ili planinska koliba za sadržaje nakon skijanja - Ne postoji turistička organizacija u smislu (DMC-a; Destination Management Company) preduzeća za upravljanje destinacijom (npr. za razvoj proizvoda na Jahorini) - Slabo razvijena ponuda alternativnih sportova u zimskim mjesecima - Nepostojanje mogućnosti pravljenja vještačkog snijega u zimskoj sezoni - Nekontrolisan rast smještajnih kapaciteta (npr. izgradnja novih objekata bez dozvole) - Neiskorišćeni i djelimično uništeni smještajni kapaciteti negativno utiču na krajolik - Količina, a djelimično i kvalitet smještajnih kapaciteta - MICE⁶ - segment (odn. segment sastanaka, konferencija i manifestacija) je slabo razvijen - Nizak nivo popunjenošti u mnogim smještajnim kapacitetima izvan udarne zimske sezone

⁵ SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

⁶ MICE = Meetings, Incentives, Conferences and Events

Turističke mogućnosti i prijetnje

Mogućnosti za Jahorinu:

- Mogućnost razvoja i modernizacija skijaških terena i smještajnih kapaciteta
- Jahorina kao uzor u pogledu saobraćaja i povezanosti (na samoj Jahorini, te u pogledu njene povezanosti sa Palama i Sarajevom)
- Proširivanje i unapređenje MICE-segmenta
- Razvoj raznolike sportske ponude za ljetnu i zimsku sezonu (zbog postojanja „glatkog krajolika“)
- Ponovno prijavljivanje na Zimske olimpijske igre 2018. godine
- Organizacija sportskih takmičenja i manifestacija (kao što je Svjetski kup FIS, takmičenje u biatlonu i sl.)
- Jahorina kao glavna destinacija za ekskurzije izvan zimske sezone za domaće i posjetioce u regiji (posebno one koji posjećuju šиру regiju Sarajeva)
- Stvaranje ponude namijenjene porodicama u ljetnoj i zimskoj sezoni
- Sveobuhvatni Master plan, uključujući razvojni plan, plan korišćenja terena, plan razvoja turizma kako bi se osigurao održiv i pažljiv razvoj Jahorine
- Pažljivo korišćenje platoa u turističke svrhe
- Korišćenje postojećih izvorišta (npr. za vještačko jezero koje se može koristiti za pravljenje vještačkog snijega ili kao bazen za plivanje).
- Nastavak unapređenja kvaliteta u pogledu turističkog *hardware-a* i *software-a*

Prijetnje za Jahorinu:

- Nejasno pozicioniranje u poređenju sa drugim planinskim centrima
- Nepostojanje snažne turističke organizacije za razvoj i primjenu proizvoda
- Nasumična gradnja, gradnja bez koncepta (posebno u pogledu smještajnih kapaciteta, skijaških liftova i staza), pa prema tome, iskorišćavanje prirodnih resusa (nepostojanje održivog razvoja)
- Nepostojanje saobraćajnog koncepta sa uporednim daljim razvojem
- Nepostojanje sposobnosti domaćih zainteresovanih strana za provođenje mjera predloženih u Turističkom Master planu
- Usamljeni pojedinci onemogućavaju uobičajeni razvoj destinacije

6. Strateški koncept

6.1. Zaključci izvedeni iz Analize

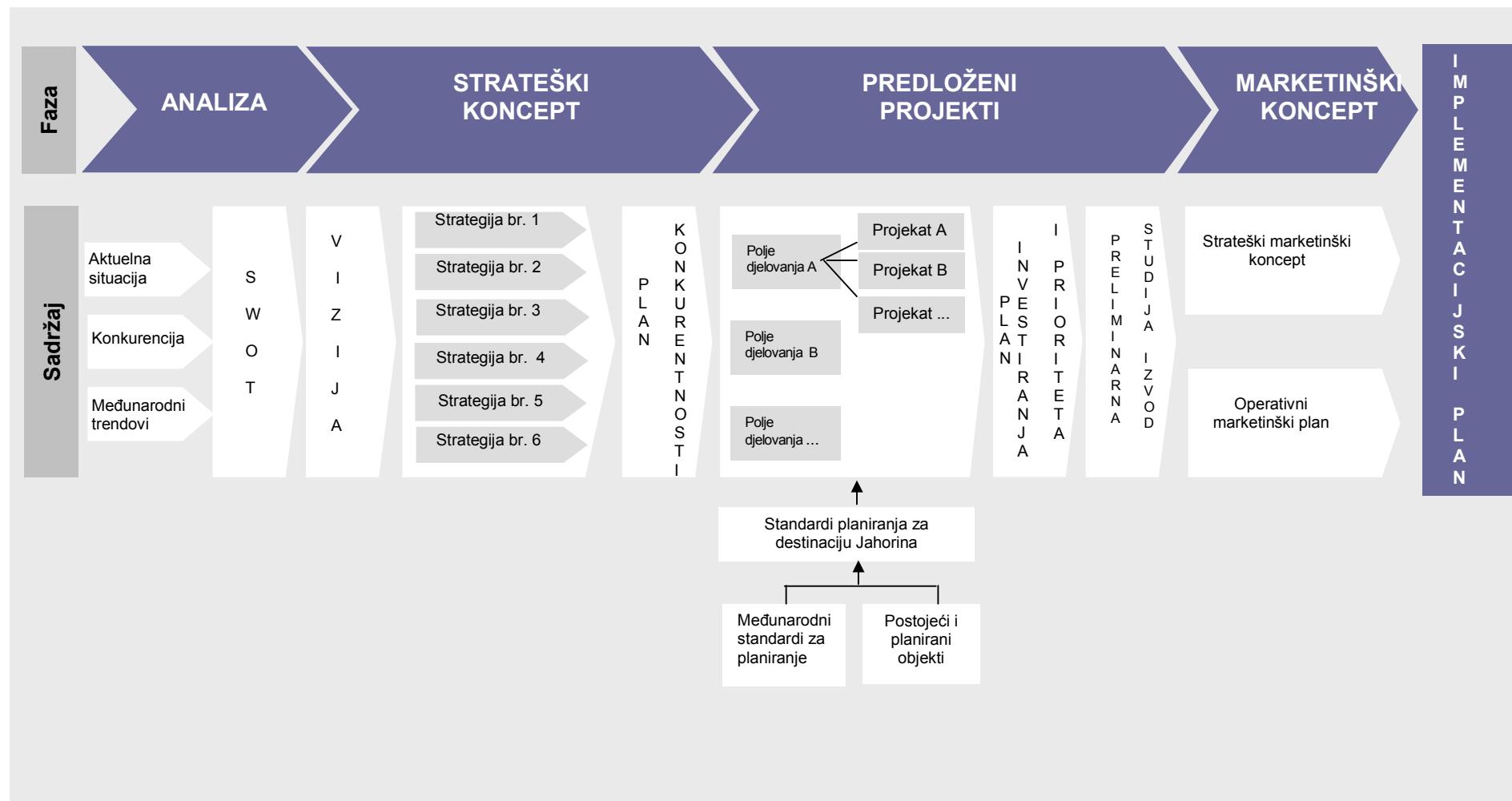
- Na osnovu Analize (posebno dijela koji se odnosi na konkurențe), Jahorina ima potencijal da postane vodeći planinski centar u jugoistočnoj Evropi
- Postoji realna šansa da ona postane čuvena zimska destinacija na evropskom tržištu (ispunjavajući Međunarodne standarde za planiranje)
- Olimpijski duh predstavlja jedinstvenu prodajnu ponudu (Jahorina može iskoristiti imidž lokaliteta na kojem su održane Zimske olimpijske igre kako bi privukla pažnju širom Europe)
- Snažna uprava je neophodna – na osnovu aktuelnih trendova u vodećim planinskim centrima, samo oni koji imaju snažnu upravu uspjevaju poslovati uspješno.

6.2. Opšti uslovi za uspješan razvoj Jahorine

Sljedeće tačke bi sasvim sigurno pomogle uspješnom razvoju destinacije, ali one neće biti predmet daljeg istraživanja u okviru ovog izvještaja:

- Pažljiv plan izgradnje i plan korišćenja zemljišta u skladu sa planom turističkog razvoja
- Proširivanje drumskih veza ka Srbiji (posebno Beogradu)
- Proširivanje sarajevskog aerodroma i njegovih avio veza (aerodrom Sokolac)
- Djelotvorni pravni propisi u vezi sa izgradnjom novih objekata (sa arhitektonskog stanovišta)
- Nastavak privatizacije (npr. Olimpijski centar Jahorina)
- Razvoj opšte infrastrukture (električna energija, snabdjevanje vodom, upravljanje otpadom) u skladu sa planom turističkog razvoja

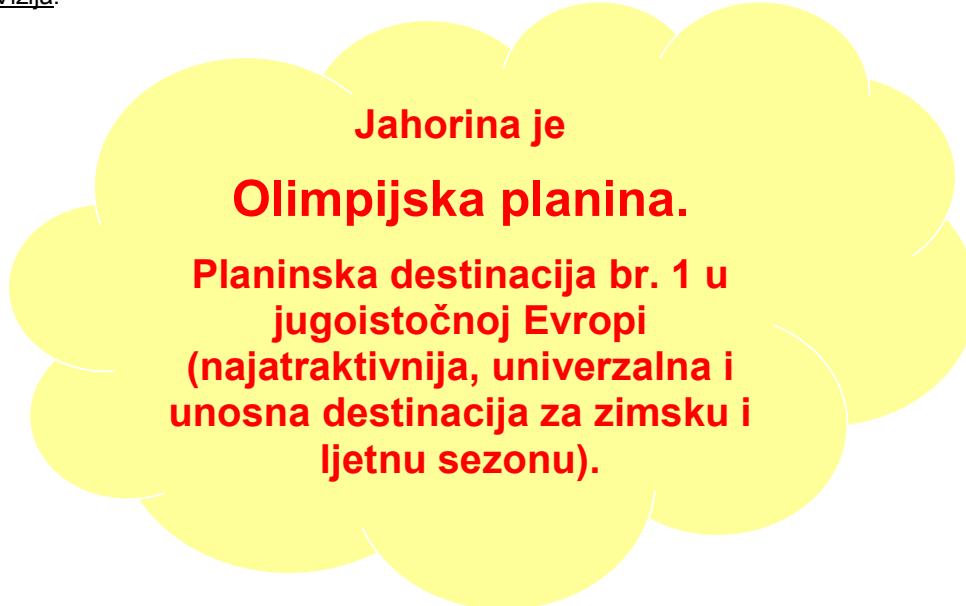
6.3. Put do uspješnog turističkog Master plana



6.4. Turistička vizija za Jahorinu u 2016. godini

Osmišljena je sljedeća vizija za Jahorinu u 2016. godini

Vizija:



Zašto smo odabrali ovakvu viziju za Jahorinu?

1. **Jedinstvena prodajna ponuda (JPP)**

Nema mnogo planinskih destinacija u Evropi koje mogu tvrditi da su Olimpijske planine. Uključivanjem ove činjenice u našu viziju biće moguće stvoriti snažnu JPP (jedinstvenu prodajnu ponudu) koja će omogućiti izdvajanje Jahorine od ostalih planinskih centara.

2. Veze sa **postojećim imidžom** kao mjestom održavanja Zimskih olimpijskih igara

Jahorina još uvijek može izvući korist iz činjenice da je bila mjesto održavanja Zimskih olimpijskih igara 1984. godine. Sa odabranom vizijom biće moguće zasnovati budući razvoj na iskustvima iz prošlosti vezanim za činjenicu da je Jahorina bila domaćin Zimskih olimpijskih igara 1984. godine.

3. **Cjelogodišnja dodatna vrijednost** je moguća

Osmišljavanje najatraktivnijeg i univerzalnog planinskog centra u jugoistočnoj Evropi omogućuje stvaranje dodatne vrijednosti tokom cijele godine. Prema tome, biće važno stvoriti atraktivan turistički proizvod za ljetne mjesecе, te razviti i turističke proizvode za zimske mjesecе (pored postojećih proizvoda vezanih za skijanje).

4. **Blizina gusto naseljenog gradskog područja Sarajeva**

Zbog blizine Sarajeva i njegovog aerodroma, postoji ogroman potencijal za uspostavljanje atraktivne cjelogodišnje planinske destinacije na Jahorini. Obzirom da razvijeni turistički proizvod ili udarni sadržaj za ljetne mjesecе gotovo da i ne postoji, ovaj potencijal se u ovome trenutku uopšte ne koristi.

6.5. Ključne strategije koje podržavaju viziju

Na osnovu buduće vizije za Jahorinu, došlo se do sljedećih šest ključnih strategija:

Ključna strategija br. 1:

Nastavak razvoja zimskog turističkog proizvoda (vertikalni transport, pravljenje vještačkog snijega, staze, itd.) u skladu sa Međunarodnim standardima za planiranje iz vodećih i unosnih centara alpskog skijanja.

Ključna strategija br. 2:

Razvoj najatraktivnijeg planinskog turističkog proizvoda za ljetne mjeseca u jugoistočnoj Evropi.

Ključna strategija br. 3:

Potrebno je da se struktura smještajnih kapaciteta kao i pružaoci usluga razviju u skladu sa domaćom potražnjom.

Ključna strategija br. 4:

Razvoj sistema upravljanja na nivou destinacije kako bi se osiguralo uspješno provođenje Master plana za razvoj turizma, te obezbijedilo da lanac dodatne vrijednosti bude organizovan na najunosniji mogući način.

Ključna strategija br. 5:

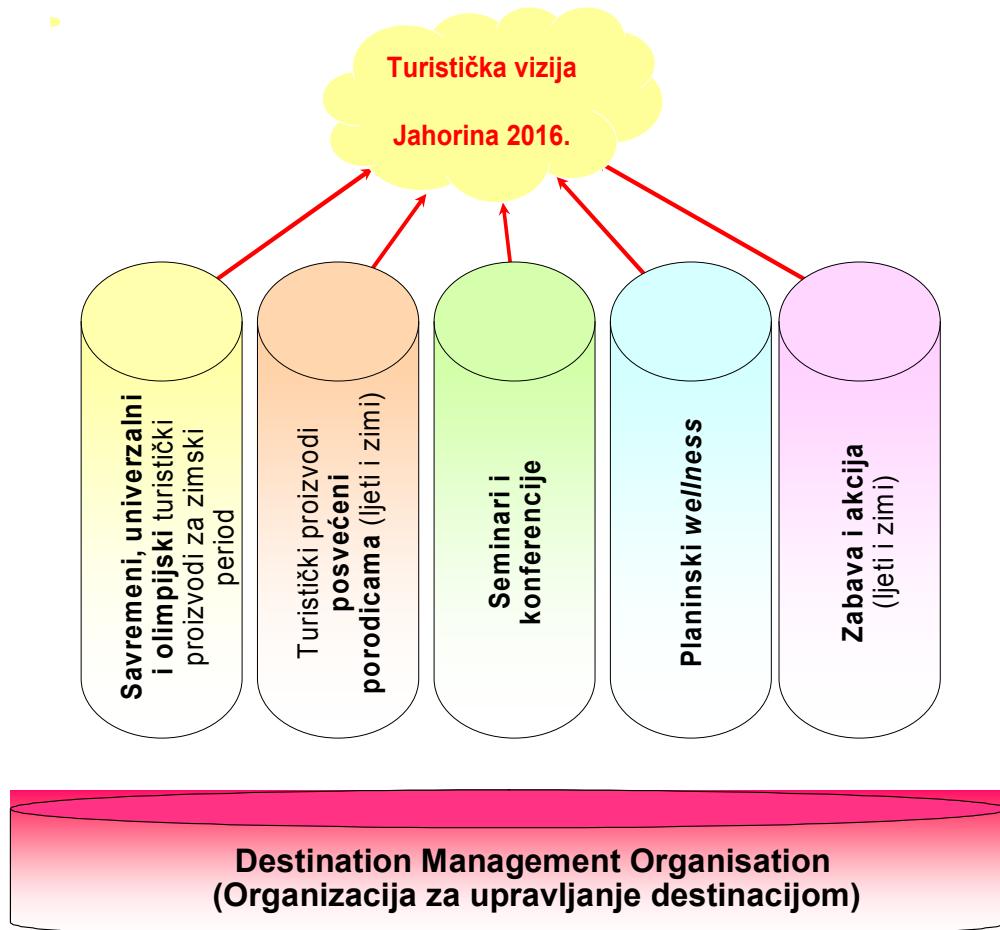
Prijavljivanje za Zimske olimpijske igre 2018. godine.

Ključna strategija br. 6:

Potrebno je razviti urbanističke planove (uključujući saobraćaj, koncept parkirališta, električnu energiju, vodu, itd.) na dinamičan način i u skladu sa akcijama predloženim u Master planu razvoja turizma.

6.6. Glavni nosioci pozicioniranja

Pet glavnih nosilaca pozicioniranja Jahorine kao „olimpijske planine“ i „najatraktivnije, univerzalne i cjelogodišnje planinske destinacije u jugoistočnoj Evropi“ prikazani su na sljedećem grafikonu:



Pet glavnih nosilaca pozicioniranja Jahorine su:

- Savremeni, univerzalni i olimpijski turistički proizvodi za zimski period
- Turistički proizvodi namijenjeni porodicama (ljeti i zimi)
- Seminari i konferencije
- Planinski wellness
- Zabava i akcija (ljeti i zimi)

Nadalje, biće od velike važnosti osnovati profesionalnu Organizaciju za upravljanje destinacijom (DMO – Destination Management Organisation) kako bi se osigurao uspješan razvoj destinacije.

7. Plan konkurentnosti

7.1. Međunarodni standardi za planiranje i Analiza nedostataka

Prema našem iskustvu u razvoju planinskih centara u Bavarskoj, Švajcarskoj, Austriji i Italiji, zatim prema odnosima u više od 30 planinskih centara i u skladu sa Međunarodnim standardima za planiranje uspješnih planinskih destinacija, definisali smo prosječni okvir i smjerice za razvoj Jahorine.

Sljedeća tabela pruža pregled prosječno neophodne količine staza, kreveta, kapaciteta vertikanog transporta u skladu sa Međunarodnim standardima za planiranje planinskih centara srednje veličine (50 – 100 kilometara skijaških staza).

Staze	<ul style="list-style-type: none"> • 180 – 220 hektara staza ukupno • Staze bi u prosjeku trebale biti široke najmanje 35 do 40 metara – sa nekoliko glavnih staza čija širina bi dostizala 60 metara • Vještački snijeg za najmanje 75 % - 80 % staza • S ispunjenjem uslova potrebnog prostora od 180 m² po skijašu, moguće je ostvariti ukupni kapacitet staza od 10.000 do 12.000 skijaša u isto vrijeme
Vertikalni transport	<ul style="list-style-type: none"> • Prosječni skijaš ostvari 3.000 metara vertikalne razlike u jednom danu • Prosječni dan skijaša traje 6 sati • Prosječna opterećenost ski-liftova je 80% • Prema tome, prema maksimalnom kapacitetu staza, prosječna dužina (izražena u metrima) vertikalnog transporta po satu iznosi 6,5 mn – 7,5 mn (=11.000 / 0,8 * 3.000 / 6) • Uzimajući u obzir oko 5.000 do 6.000 dnevnih skijaša (procjena za Jahorinu) moguće je imati dodatnih 6.000 do 7.000 skijaša iz smještajnih kapaciteta • U prosjeku 70% - 80 % gostiju u smještajnim kapacitetima su aktivni skijaši • Obračunato na osnovu udarne sezone kada popunjenoš kapaciteta iznosi 80%, bit će neophodno ponuditi 7.800 do 9.400 kreveta u smještajnim kapacitetima • Preporučuje se sljedeća struktura kreveta u smještajnim kapacitetima: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kategorija 5/4*: 19% - 23% ○ Kategorija 3*: 25% - 29% ○ Kategorija 2*: 8% - 10% ○ Privatni smještaj: 8% - 12% ○ Hosteli za mlade: 3% - 5% ○ Apartmani: 20% - 24% ○ Ostalo 6% - 8%
Kreveti u smještajnim kapacitetima	

Očekivani rezultati

- Stopa popunjenošću kapaciteta tokom zimske sezone od 50% – 60% ukupnog broja raspoloživih kreveta tokom zimskog perioda
- Stopa popunjenošću kapaciteta tokom ljetne sezone od 25% – 35% ukupnog broja raspoloživih kreveta tokom ljetnog perioda
- Najmanje 70% - 80% ukupnog broja raspoloživih kreveta tokom zimskog perioda treba, također, biti raspoloživo u ljetnom periodu
- Obračunato na osnovu potrebnog broja kreveta od 8.600 ovo će voditi ka 1,2 miliona noćenja godišnje (0,85 miliona u zimskoj sezoni i 0,35 miliona u ljetnoj sezoni)

Dodatni zahtjevi

- Planinska gastronomija ukupnog kapaciteta od 4.500 do 5.500 mesta
- Za očekivani broj dnevnih skijaša od 7.200 do 7.500, u sve tri očekivane zone razvoja, ukupni kapacitet parkirališta treba biti od 2.100 do 2.500 parking mesta (uključujući 25 parking mesta za autobuse)
- Škola skijanja i usluge iznajmljivanja skijaške opreme
- Prostori za početnike (padine za vježbu)
- *Snowboard* park zabave
- Tobogan
- Bicikli na snijegu
- Nordijsko skijanje
- Planinarske staze u zimskom periodu
- Centar za posjetioce
 - Info centar za posjetioce
 - Internet terminal
 - Prodavnice, supermarketi
 - Banka, bankomat, pošta
 - Gastronomска ponuda (barovi, kafići, restorani)
 - Pozornica
- Planinski centar
 - Gastronomска ponuda
 - Škola skijanja i usluge iznajmljivanja skijaške opreme
 - Jezero
 - Pozornica na snijegu

**Potrebna turistička infrastruktura
(zima)**

**Potrebna turistička infrastruktura
(ljeto)**

- Proizvodi avanturističkog i sportskog turizma
- Proizvodi vezani za turizam u prirodi, *wellness* i zdravstveni turizam
- Porodične atrakcije
- Atrakcije za dnevne goste
- Atrakcije na vrhu planine kako bi se povećao broj ljudi koji koriste vertikalni transport u ljetnim mjesecima

Analiza ključnih nedostataka

	Međunarodni standardi za planiranje	Jahorina 2006	Nedostaci u odnosu na Međunarodne stand.	Preporuke za Jahorinu 2016
Površina staza	180 - 220 ha	80 ha	100 - 140 ha	250 ha
Prosječna širina staza	35 - 40 m	40 m	ok	40 m
Proizvodnja vještačkog snijega	75 - 80 %	0%	75 - 80 %	100%
Ukupni kapacitet staza	10.000 - 12.000	4.800	5.200 - 7.200	15.000
Vertikalni transport u m/h (VTM/h)	6,5 mn - 7,5 mn	2,0 mn	4,5 mn - 5,5 mn	8,7 mn
Kreveti u smještajnim kapacitetima	7.800 - 9.400	3.270	3.800 - 5.400	9.580
Parking prostor (samo za dnevne skijaše)	2.100 - 2.500	0	2.100 - 2.500	2.700

U poređenju sa definisanim Standardima za planiranje koji se odnose na planinske centre srednje veličine i našim iskustvom u planiranju drugih planinskih centara, uočeni su sljedeći veći nedostaci i problemi u vezi za Jahorinu:

1. zastario vertikalni transport (veliki deficit kapaciteta)
2. situacija sa saobraćajem i parking mjestima za automobile
3. razvijeni turistički proizvodi za ljetne mjesecce gotovo da ne postoje
4. slabo razvijeni alternativni turistički proizvodi za zimske mjesecce (pored skijanja)
5. nepostojanje mogućnosti proizvodnje vještačkog snijega
6. nedostatak sadržaja nakon skijanja - *Après-Ski*
7. nepostojanje turističke organizacije u smislu preduzeća za upravljanje destinacijom

Zbog činjenice, da postoji mogućnost razvijanja staza površine 250 ha, napravljene su preporuke za Jahorinu 2016 (u poređenju sa 180-220 ha potrebnih po Međunarodnim standardima planiranja). Dakle, ostale brojke u preporuci Jahorine 2016 su takođe malo veće nego planinski resursi srednje veličine po Međunarodnim standardima planiranja.

7.2. Parametri za održiv razvoj Jahorine

Kako bi se osigurao održiv razvoj skijaške destinacije Jahorina, potrebno je ispoštovati neke važne parametre.

Mi smo identifikovali sljedeće parametre kao važne za budući razvoj jedinica smještajnog kapaciteta, skijaških staza i kapaciteta vertikalnog transporta:

- ukupan broj kreveta u smještajnim kapacitetima u odnosu na metre vertikalnog transporta po satu (VTM/h⁷)
- VTM/h po hektaru skijaških staza
- ukupan broj kreveta u smještajnim kapacitetima po hektaru skijaških staza

U narednom koraku izračunali smo svaki od ovih odnosa u skladu sa Međunarodnim standardima planiranja i uporedili rezultate sa trenutnom situacijom na Jahorini.

	Ukupan br. kreveta	ha skijaških staza	VTM/h	Omjer ukupnog br. kreveta i VTM/h	VTM/h po ha staze	Ukupan br kreveta po ha staze
Međunarodni standardi za planiranje	8.600	200	7.000.000	0,12%	35.000	43
Jahorina 2006	3.270	80	2.000.000	0,16%	25.000	41

Na Jahorini, odnos ukupnog broja kreveta u smještajnim kapacitetima u odnosu na VTM/h je previsok, dok je VTM/h po hektaru skijaških staza prenizak u poređenju sa Međunarodim standardima za planiranje planinskih centara srednje veličine.

Uzrok ovakvoj situaciji leži u zastarjelim žičarama čiji su kapaciteti skromni.

Prvi korak ka poboljšanju ovih odnosa trebao bi biti modernizacija objekata vertikalnog transporta.

U skladu sa Međunarodnim standardima za planiranje, potrebno je usredotočiti se na sljedeće VMT/h i ha skijaških staza.

	Ukupan br.kreveta	ha skijaških staza	VTM/h	Omjer ukupnog br.kreveta i VTM/h	VTM/h po ha staze	Ukupan br kreveta po ha staze
Međunarodni standardi za planiranje	8.600	200	7.000.000	0,12%	35.000	43
Jahorina 2006	3.270	80	2.000.000	0,16%	25.000	41
Jahorina 2016	9.580	250	8.700.000	0,11%	34.800	38

Kako bi se povećao ukupan broj kreveta u smještajnim kapacitetima sa 3.270 na 9.580 u narednih deset godina, takođe će biti potrebno povećati površinu skijaških staza sa 80 na 250 ha, a VTM/h sa 2 mn na 8,7 mn.

Vjerujemo, međutim da će se ovaj odnos umanjiti za 7 – 12%, a kako bi se zadržala veća održivost projekta.

⁷ VTM/h – Vertical Transport Meters per hour

7.3. Kapacitet prevoza na stazama (žičare) i razvojni koncept

7.3.1. Postojeće žičare i staze

Na postojećim skijalištima, trenutno je u funkciji 7 žičara. Broj koji označava kapacitet jednog skijaškog centra su metri vertikalnog transporta po jednom satu (VTM/h). Trenutni kapacitet skijaškog centra Jahorina iznosi oko 2 miliona VTM/h. Obzirom na kapacitet žičara, broj skijaša po danu iznosi 3.200.

Tabela: Kapacitet postojećih skijaških žičara

SKIJAŠKA ŽIČARA	OSOBA PO SATU	VERTIKALNIH METARA	VTM/H
Poljice dvosjed	1200	364	436.800
Ogorjelica I dvosjed	1200	320	384.000
Ogorjelica II dvosjed	1200	319	382.800
Skočine dvosjed	1200	368	441.600
Poljice lift	600	129	77.400
Rajska dolina lift	900	109	98.100
Olimpik lift	900	196	176.400
Ukupno			1.997.100
Kapacitet za 6 sati (VTM, zaokruženo)			12.000.000
VTM po skijašu, dan			3.000
Nosivi kapacitet			80%
Kapacitet (skijaša dnevno)			3.200

VTM = metri vertikalnog transporta

Iznad oko 1.700m nadmorske visine postoji slobodno skijaško područje. To znači da, uopšteno govoreći, ima dovoljno područja pogodnog za skijanje. Uska grla nalaze se u nižim područjima Ogorjelice I (25m), Ogorjelice II (30m), te lifta i žičare na Poljicama (zajedno 30m). Ukupna dužina staza iznosi 20 km; njihova prosječna širina je oko 40m, tako da ukupno područje staza iznosi oko 80 ha. Ukupni broj skijaša u ovom području u jednom trenutku, uključujući i skijaše na žičarama i u restoranima može biti oko 3.200.

Staza za spust za muškarce uređena je kao rezervna staza za Olimpijske igre umjesto staze za spust za muškarce na Bjelašnici i još uvijek postoji kao rezerva.

(s. BERCHTOLD A.: Procjena skijaškog centra Jahorina; Pomoć pri pripremanju plana privatizacije žičara u Olimpijskom centru Jahorina - Jahorina/Pale. Klagenfurt 2002. godine)

7.3.2. Kapaciteti sistema vertikalnog transporta i smještajni kapaciteti

Glavni nosioc kapaciteta je broj skijaša u jednom trenutku u skijaškom centru. Kapacitet skijaškog centra Jahorina, na osnovu prijedloga projekta za 2016. godinu, će biti oko 13.800 skijaša:

Tabela: Kapacitet žičara

	Kapacitet žičara (VTM/h)	VTM/dan (6 sati)	VTM/skijaš, dan	Opterećenje	Nosivi kapacitet (skijaša)
Postojeće područje	3.016.000	18.096.000	3.000	80%	4.826
Zona proširivanja 1	2.300.000	13.800.000	3.000	80%	3.680
Zona proširivanja 2	3.344.000	20.064.000	3.000	80%	5.350
Ukupno:	8.660.000	51.960.000	3.000	80%	13.856

VTM = metri vertikalnog transporta

Za ovaj izračunati kapacitet sistema vertikalnog transporta u skladu sa potražnjom u pogledu smještajnih kapaciteta u hotelima, apartmanima ili planinskim kućama je u odnosu od 500 do 1000 VTM/h po krevetu. Dobar odnos za jedan skijaški centar kao što je Jahorina, sa velikim učešćem dnevnih posjetilaca, je između 800 i 1000. U svrhu daljih razmatranja, uzećemo da je odnos 830 VTM/h po krevetu.

Tabela: Odnos između žičara i smještajnih kapaciteta

	Kapacitet žičara (VTM/h)	Odnos VTM/h,krevet	Smještaj (kreveti)
Postojeće područje	3.016.000	830	3.634
Zona proširivanja 1	2.300.000	830	2.771
Zona proširivanja 2	3.344.000	830	4.029
Ukupno:	8.660.000	830	10.434

Ukupan broj kreveta u svim tipovima smještaja (uključujući hotele, apartmane i planinske kuće) mogao bi biti maksimalno oko 10.400 kreveta.

Maksimalni kapacitet od 13.800 skijaša za sistem vertikalnog transporta zasniva se na smještaju i dnevnim skijašima. Oko 6.600 skijaša zasniva se na smještajnim kapacitetima, a ostalih 7.200 bi trebali biti skijaši koji dolaze kao dnevni posjetioci:

Tabela: Skijaši u smještajnim kapacitetima (2016. godina)

	Postojeće područje	Zona proširivanja 1	Zona proširivanja 2	Ukupno
Kreveti u 2016. godini	5.580	3.000	1.000	9.580
Stopa popunjenošću	0,7-0,8	0,7-0,8	0,7-0,8	0,7-0,8
Stopa učešća skijaša	0,8	0,8	0,8	0,8
Stopa prinosa skijaša	0,64	0,64	0,64	0,64
Skijaši iz smještajnih kapaciteta	4.096	1.920	640	6.656

Tabela: Dnevni posjetioci (2016. godina)

Ukupan broj skijaša	13.856
Skijaši iz smještajnih kapaciteta	6.656
Dnevni skijaši	7.200
Skijaši koji dolaze dnevnim autobusima	500
Parkiralište (broj dnevnih skijaša po automobilu ili autobusu)	6.700

Dnevni posjetioci dolaze automobilima ili autobusima. Parkiralište je potrebno obezbijediti za do 6.700 skijaša, uglavnom u Centru za posjetioce (Jahorinskoj palaći), putem naplatne kućice za parkiranje.

7.3. Investicije

Žičare

MGD⁸CLD⁹

Žičare	Sistem	Cijena (€)	Dodatni troškovi (25%)	Ukupna cijena (€)
Postojeće područje				
Jahorina 1	8-MGD	4.930.000	1.232.500	6.162.500
Jahorina 2	6-CLD	3.145.000	786.250	3.931.250
Jahorina 3	8-MGD	4.080.000	1.020.000	5.100.000
Jahorina 4	6-CLD	2.635.000	658.750	3.293.750
				18.487.500
Zona proširivanja 1				
Jahorina 5	8-MGD	4.930.000	1.232.500	6.162.500
Jahorina 6	6-CLD	3.145.000	786.250	3.931.250
Jahorina 7	6-CLD	3.272.500	818.125	4.090.625
				14.184.375
Zona proširivanja 2				
Jahorina 8	8-MGD	4.930.000	1.232.500	6.162.500

⁸ MGD = gondola ropeway (žičara s (gondolom/kabinom))

⁹ CLD = detachable chair lift (žičara sa sjedalima za više osoba)

Jahorina 9	8-CLD	4.165.000	1.041.250	5.206.250
				11.368.750
Žičare – Ukupno (€):				44.040.625

Staze

Troškovi	Modernizacija postojećeg područja	Zona proširivanja 1	Zona proširivanja 2	Ukupno
Novoizgrađeno područje (ha)	20	70	80	170
(€/ha)	29.750	29.750	29.750	29.750
Staze, ukupno (€)	595.000	2.082.500	2.380.000	5.057.500

Oprema za proizvodnju vještackog snijega

	Postojeće područje	Zona proširivanja 1	Zona proširivanja 2	Ukupno
Objekti za proizvodnju vještackog snijega				
Rezervoari vode	3.145.000	1.572.500	3.145.000	7.862.500
Cijevi	3.485.000	2.499.000	2.575.500	8.559.500
Mašine za proizvodnju snijega, hidranti	3.878.550	2.983.500	2.983.500	9.845.550
Električna energija	1.785.000	1.423.750	1.423.750	4.632.500
Pumpne stanice	276.250	148.750	127.500	552.500
Objekti za proizvodnju vještackog snijega - Ukupno	12.569.800	8.627.500	10.255.250	31.452.550

Ukupno kapitalni izdaci "Jahorina-novo"

	Postojeće područje	Zona proširivanja 1	Zona proširivanja 2	Ukupno
Žičare	18.487.500	14.184.375	11.368.750	44.040.625
Staze	595.000	2.082.500	2.380.000	5.057.500
Objekti za proizvodnju vještackog snijega	12.569.800	8.627.500	10.255.250	31.452.550
Ratraci, kontrola pristupa, zaštita od lavina, nepredviđene situacije, ...	850.000	1.275.000	1.275.000	3.400.000
Troškovi planiranja i projektovanja	3.250.230	2.616.938	2.527.900	8.395.068
Ukupno (€)	35.752.530	28.786.313	27.806.900	92.345.743

Ukupni kapitalni izdaci za skijašku infrastrukturu za sve tri razvojne faze iznose oko 92 miliona evra.

8. Prijedlog ključnih projekata

8.1. Prijedlozi projekata u svrhu povećanja konkurentnosti Jahorine

Uzimajući u obzir nedostatke i probleme koji su vezani uz konkurentnost, a na osnovu zajedničke vizije i predloženih glavnih nosioca pozicioniranja, narednih šest (6) polja djelovanja (strateške smjernice) je proizašlo i definisano:

1. Razvoj savremenih, univerzalnih i olimpijskih turističkih proizvoda za zimsku sezonu

Ciljevi:

- Jahorina treba biti spremna za Zimske olimpijske igre
- Povećati atraktivnost u zimskoj sezoni sa tačke gledišta kupca (za turiste i članove ekskurzija)
- Veći prosječni nivo cijena (radi povećanja atraktivnosti)
- Širenje kapaciteta

2. Razvoj turističkih proizvoda „Zabava i akcija“ za ljetne i zimske mjesecce

Ciljevi:

- Učiniti Jahorinu atraktivnijom i u ljetnjoj i u zimskoj sezoni sa tačke gledišta kupca
- Povećati popunjenošću kapaciteta hotela tokom ljetne sezone
- Unaprijediti imidž Jahorine (Slogan: "Nešto se dešava na Jahorini")
- Ponuditi gostima šansu da probaju nove stvari

3. Razvoj turističkih proizvoda koji su namijenjeni porodicama

Ciljevi:

- Učiniti Jahorinu atraktivnijom za porodice i u ljetnjoj i u zimskoj sezoni
- Iskoristiti blizinu gusto naseljenih oblasti kao što je Sarajevo na najbolji mogući način

4. Razvoj turističkih proizvoda “Planinskog wellness-a”

Ciljevi:

- Iskoristiti mega-trend “Zdravlje”
- Stvoriti proizvode za *wellbeing* i *wellness* (opšte zdravlje)
- Jahorina bi trebala biti poznata kao *wellbeing* i *wellness* destinacija
- Najmanje 3 smještajna objekta bi se trebala specijalizirati za „Planinski wellness“

5. Razvoj segmenta održavanja seminara

Ciljevi:

- Iskoristiti smještajne kapacitete izvan sezone
- Iskoristiti blizinu gusto naseljenih oblasti kao što je Sarajevo na najbolji mogući način
- Povećati popunjenoš kapaciteta i prosječnu cijenu sobe

6. Razvoj turističke suprastrukture (smještajni kapaciteti)

Ciljevi:

- Kvalitativno poboljšanje postojećih smještajnih kapaciteta
- Specijalizacija smještajnih kapaciteta (i onih već postojećih)
- Povećati ukupni kapacitet (uglavnom na području hotelskog smještaja)
- Stvoriti dobro izbalansiran odnos broja kreveta, kapaciteta staza i kapaciteta žičara
- Obnova postojećih ruševina hotela
- Izgradnja atraktivnih koliba i planinskih kućica za *Après-Ski*

U skladu sa ovih 6 polja djelovanja, razrađeno je nekoliko projekata koji se odnose na turističku infra- i suprastrukturu. Svi ovi predloženi projekti će ojačati razvoj Jahorine u smjeru definisanog nosioca pozicioniranja.

Radi jasnoće, svi ovi predloženi projekti raspodijeljeni su u sljedeća područja:

1. Postojeće područje
2. Zona proširivanja 1 (Područje porodičnog / *wellness* turizma)
3. Zona proširivanja 2 (Sportsko područje)

8.2. Pregled predloženih projekata

Postojeće područje	Zona proširivanja 1 (Područje porodičnog / wellness turizma)	Zona proširivanja 2 (Sportsko područje)
<p>Turistička infrastruktura:</p> <p>P1: Modernizacija postojećih žičara i dalji razvoj vertikalnog transporta i skijaških staza</p> <p>P2: Takmičarske staze za žene</p> <p>P3: Staze na vrhu Visokog platoa (izvan 3 definisana područja, ali u blizini Postojećeg područja)</p> <p>P4: Moderni tobogan (poput "Alpine Coaster")</p> <p>P5: Teren za visoke konopce</p> <p>P6: Tematska maršuta za pješačenje "Smisao planine" (izvan 3 definisana područja, ali u blizini Postojećeg područja)</p> <p>P7: Razvoj „Kilometar i po zdravlja“ (izvan 3 definisana područja, ali u blizini Postojećeg područja)</p> <p>Turistička suprastruktura:</p> <p>P8: Jedan hotel sa 5* za zahtjevne klijente visokih standarda</p> <p>P9: Jedan MICE hotel sa 4*</p> <p>P10: Jedan hotel za porodične putnike sa 3*</p> <p>P11: Jedan hostel za mlađe putnike sa 2*</p> <p>P12: Apartmani sa 3-4*</p> <p>P13: Jahorinska palata</p> <p>Napomena: Kao dodatak već postojećim smještajnim kapacitetima</p>	<p>Turistička infrastruktura:</p> <p>P1: Novi vertikalni transport i skijaške staze</p> <p>P2: Snowboard park za početnike</p> <p>P3: Ski park za djecu-početnike</p> <p>P4: Zimska staza za sruštanje gumenim čamcima</p> <p>P5: Ljetna staza za sruštanje gumenim čamcima</p> <p>P6: Avanturičko igralište za djecu</p> <p>P7: Područje za biatlon (izvan 3 definisana područja, ali u blizini Proširenog područja 1)</p> <p>Turistička suprastruktura:</p> <p>Dodatnih 3000 kreveta</p> <p>P8: Jedan porodični hotel sa 4*</p> <p>P9: Jedan hotel "Planinski wellness" sa 3*</p> <p>P10: Jedan hotel "Planinski wellness" sa 4*</p> <p>P11: Jedno selo sa "planinskim kućicama" sa 3*</p> <p>P12: Alpske kućice sa 4*</p> <p>P14: Četiri do pet stambenih zgrada u etažnom vlasništvu sa 3-4*</p> <p>P15: Apartmani sa 4*</p>	<p>Turistička infrastruktura:</p> <p>P1: Novi vertikalni transport i skijaške staze</p> <p>P2: Jedriličarstvo</p> <p>P3: Snowboard zabavni park</p> <p>P4: Staze za četverotočkaše</p> <p>Turistička suprastruktura:</p> <p>Dodatnih 1000 kreveta</p> <p>P5: Jedan hotel za sportski orijentirane putnike sa 3*</p> <p>P6: Jedan standardni hostel sa 2*</p> <p>P7: Jedan hostel ekonomski klase sa 2*</p> <p>P8: Dva mala hotela-pansiona sa 3*</p> <p>P9: Jedna stambena zgrada u etažnom vlasništvu sa 3*</p> <p>P10: Apartmani sa 3*</p> <p>P11: Alpske kućice sa 3*</p>

Postojeće područje	Područje porodičnog / wellness turizma (Zona proširivanja 1)	Sportsko područje (Zona proširivanja 2)
<p><u>Projekti koji se preklapaju:</u></p> <p>P1: Razvoj koncepta planinarskih staza (uključujući i tematske maršute)</p> <p>P2: Park za planinski biciklizam sa stazama za spust (uključujući i koncept biciklističke maršute)</p> <p>P3: Maršuta za nordijsko skijanje</p> <p>P4: Razvoj koncepta mobilnosti (koncept uređenja saobraćaja i parkirališta)</p> <p>P5: Razvoj programa unapređenja kvaliteta</p> <p>P6: Atraktivne kolibe/planinske kućice za <i>Aprés-Ski</i></p>		
<p><u>Ideje za naknadne projekte u svrhu povećanja atraktivnosti Jahorine (detalji nisu navedeni u ovom Master planu):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoološki vrt pripitomljenih domaćih životinja • Stvoriti mogućnost zagrijavanja vode u vještačkom bazenu za plivanje • Staza za sankanje • Penjanje po ledu • Klizalište • Staze u krošnjama drveća sa kućicama na drveću • Područje za <i>Paintball</i> • Staza za ski-skuter • Penjanje uz vještački zid • Spuštanje gumenim čamcima 	<p><u>Ideje za naknadne akcije u svrhu pružanja podrške pozitivnom razvoju (detalji nisu navedeni u ovom Master planu):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesionalna škola skijanja (sa kursevima skijanja, vrtićima na skijama, itd.) • Osmisliti specifične zdravstvene aranžmane (uključujući smještajne kapacitete, provjeru zdravstvenog stanja na početku odmora, zdravstveni i <i>wellness</i> paketi, zdrava prehrana, itd.) • Pripremiti atraktivne aranžmane za preduzeća • Organizacija manifestacija (npr. koncerti na otvorenom, <i>Laser Show</i>, vatreni show, itd.) • Organizacija takmičenja (npr. utrke u disciplini planinskog biciklizma, takmičenja na četverotočkašima, itd.) • Oglasavanje u strukovnim žurnalima i magazinima 	

8.3. Predloženi projekti za Postojeće područje

Projekat 1: Modernizacija i prijedlog za postojeće žičare i staze, te zone proširivanja (1,2)

Projekat skijaških objekata

- Razvoj skijaškog centra Jahorina trebao bi biti proveden u tri faze (vidi prikaz na str. 62.):
- Postojeće područje: zamjena postojećih žičara sa četiri nove, povećanje i prilagođavanje staza, 2 područja za početnike, takmičarske skijaške staze;
 - Zona proširivanja 1: područje za porodično skijanje; 3 nove žičare, 70 ha novih staza, park za početnike;
 - Zona proširivanja 2: sportsko skijaško područje, 2 nove žičare, 80 ha novih staza, takmičarske skijaške staze;
 - Staze za Olimpijske igre bi trebale biti smještene u istočnom dijelu postojećeg skijaškog područja ili sportskog skijaškog područja; detaljno planiranje i prilagođavanje staza se mora izvršiti u sljedećoj fazi planiranja. Nakon detaljnog planiranja staza i Snowboard parka, prijedlog za sistem vertikalnog transporta se mora prilagoditi.

Tabela: Predložene žičare

Žičare	Sistem	U metrima horizontalno	U metrima vertikalno	Kapacitet po satu (skijaši / satu)	VTM/h
Postojeće područje					
Jahorina 1	8-MGD	2.400	430	2.400	1.032.000
Jahorina 2	6-CLD	1.050	225	2.600	585.000
Jahorina 3	8-MGD	1.600	350	2.400	840.000
Jahorina 4	6-CLD	690	215	2.600	559.000
					3.016.000
Zona proširivanja 1					
Jahorina 5	8-MGD	2.400	460	2.400	1.104.000
Jahorina 6	6-CLD	1.000	230	2.600	598.000
Jahorina 7	6-CLD	1.200	230	2.600	598.000
					2.300.000
Zona proširivanja 2					
Jahorina 8	8-MGD	2.500	740	2.400	1.776.000
Jahorina 9	8-CLD	2.000	490	3.200	1.568.000
					3.344.000
Ukupno:					8.660.000

VTM = metri vertikalnog transporta

MGD = gondola ropeway (žičara s (gondolom/kabinom))

CLD = detachable chair lift (žičara sa sjedalima za više osoba)

MGD



CLD



Tabela: Staze

	Postojeće područje	Modernizacija postojecg područja	Zona proširivanja 1	Zona proširivanja 2	Ukupno
Ukupno dužina (km)	20		20	20	60
Prosječna širina (m)	40		35	40	
Ukupno područje (ha)	80	20	70	80	250
Skijaša po ha (prosjek)	60	60	60	60	60
Ukupni kapacitet (skijaši u području)	4.800	1.200	4.200	4.800	15.000

Projekat 2: Takmičarske staze za žene tokom Olimpijskih igara



Cilj:

Kako bi se spremili za moguće održavanje Olimpijskih igara, bit će neophodno urediti staze u skladu sa propisima FIS-a koji se odnose na takmičenja u skijanju za žene.

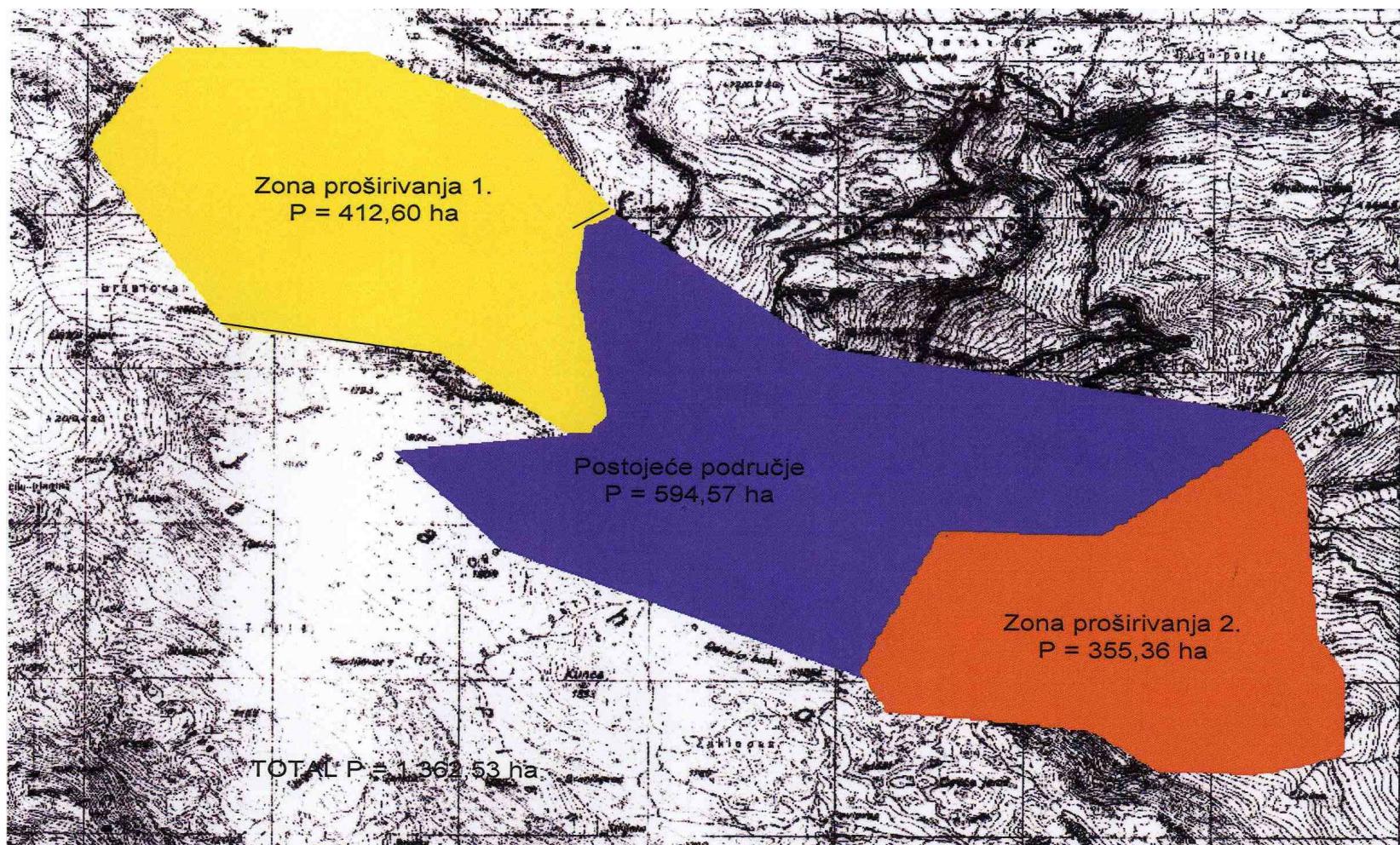
Žene se takmiče u disciplinama spusta, slaloma, veleslaloma, Super G-a i kombinacije alpskog skijanja.

Pregled propisa FIS-a:

Naredna tabela pruža informacije o propisima FIS-a za Olimpijska skijaška takmičenja za žene. Ovo je posljednja verzija Međunarodnih pravila takmičenja.

	Spust	Slalom	Veleslalom	Super G
Dužina	500 – 800 m	140 – 200 m	250 – 400 m	400 – 600 m
Širina	30 m	40 m	40 m	30 m
Dodatne informacije		Nagib između 33 % i 45 %	Minimalni vertikalni pad od 300 m	

Cjelokupna Međunarodna pravila takmičenja nalaze se na Internet stranici www.fis-ski.com.



Projekat 3: Staze na vrhu Visokog platoa



Ideja i opis projekta:

“Austrijska studija o umjerenoj nadmorskoj visini” koju je proveo Univerzitet iz Innsbruck-a potvrdila je činjenicu da duži boravak na nadmorskoj visini između 1.500 i 2.000 metara pozitivno utiče na ljudski organizam.

Stoga, trebaju se napraviti staze za nordijsko pješačenje, džogiranje i planinarenje na vrhu visokog platoa na Jahorini. Podršku na stazama trebalo bi da pružaju instruktori za rekreaciju i sportski doktori. U budućnosti bi, takođe, bilo moguće ponuditi posebne seminare i radionice vezane za tematiku zdravlja (npr. tema nordijsko pješačenje). Seminari bi se trebali održavati na Jahorini u hotelima koji imaju kapacitete za seminare.

Ciljevi:

Napraviti atraktivan i profesionalan turistički proizvod i koristiti nadmorskou visinu visokog platoa na Jahorini.

Neophodni koraci:

- Napraviti odgovarajući i atraktivan kružni tok (2 do 3 kružna toka staza dužine između 3 i 10 kilometara)
- Pregovori sa vlasnicima imovine vezani za korišćenje zemljišta
- Označavanje staza
- Izgradnja odgovarajuće infrastrukture
- Kontaktirati akreditovane instruktore za rekreaciju i sportske doktore kako bi se pripremile ogovarajuće ponude

Investicija:

Približno 30.000 € - 40.000 € (za planiranje, izgradnju i označavanje staza)

Projekat 4: Moderna tobogan staza (poput "Alpine Coaster")



Ideja i opis projekta:

Izrada savremene tobogan staze na Jahorini, dužine od oko 1 kilometra. Konkretna lokacija i teren moraju biti definisani, ali ne smiju dodirivati osjetljive planinske oblasti.

Ciljevi:

Napraviti turistički proizvod "Zabava & akcija" na Jahorini koji podržava i ljetnji razvoj i da bude namijenjen i za porodice.

Osim toga, tobogan staza obično povećava frekventnost korišćenja žičara u toku ljetnjeg perioda, obzirom da mnogi "spustaši" koriste žičaru kako bi stigli do startne pozicije tobogan staze.

Neophodni koraci:

- Definisanje konkretne lokacije i terena
- Kontaktirati moguće izvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa izvođačem
- Studija izvodičivosti za tobogan stazu
- Definisanje finansiranja
- Realizacija

Investicija:

Približno 525.000 € - 750.000€

Standardne vrijednosti za investiciju:

500 € po metru (= 750.000 € za 1 kilometar) ukoliko je potreban vertikalni transport

350 € po metru (= 525.000 € za 1 kilometar) ukoliko vertikalni transport nije potreban

Projekat 5: Teren za visoke konopce



Ideja i opis projekta:

Teren za visoke konopce predstavlja postavljanje različitih prepreka na visini od najmanje 5 do 6 metara iznad zemlje. Gosti je koriste kao kružni put, savladavajući jednu prepreku za drugom. To ne samo da predstavlja veliko uzbudjenje (zbog visine), već će ljudi doživjeti i jedno avanturističko-pedagoško iskustvo.

Predloženi Teren za visoke konope za Jahorinu trebao bi biti srednje veličine, a zahtjevao bi prostor od 2.200 do 2.900 m².

Ciljevi:

Napraviti turistički proizvod "Zabava & akcija" na Jahorini koji podržava i razvoj u ljetnjem periodu.

Neophodni koraci:

- Definisanje konkretne lokacije i terena
- Kontaktirati potencijalne proizvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa proizvođačem
- Studija izvodljivosti za teren za visoke konopce
- Definisanje finansiranja
- Realizacija

Investicija:

Približno 70.000 € - 90.000 €

Projekat 6: Tematska maršuta za pješačenje "Smisao planine"



Ideja i opis projekta:

Razvoj Tematske maršute za pješačenje "Smisao planine" na platou na vrhu Jahorine.

Tematska maršuta bi trebala povezati 5 mesta od interesa koji bi predstavljali smisao (duh) planine. Ovih 5 mesta trebalo bi biti napravljeno na platou na vrhu planine. Za goste bi bilo moguće pješačiti ili planinariti do maršute "Smisao planine" ili koristiti vertikalni transport.

Jedan primjer mjesta od interesa bilo bi mjesto s najboljim planinskim pogledom. Ovo mjesto od interesa moglo bi biti osmišljeno kao bioskop na planini sa nizom bioskopskih stolica kako bi se stvorila jedinstvena atmosfera. Osim toga, trebao bi biti postavljen natpis kako bi se gostima pružile informacije o okolnom predjelu (npr. planine, platoi/visoravni, itd.).



Ciljevi:

Stimulisati ljetnju sezonu na Jahorini i ohrabriti jednodnevne goste da dođu na Jahorinu. Štaviše, ova "Tematska pješačka maršuta" podržava opredeljenje za "Planinski wellness" na Jahorini.

Neophodni koraci:

- Definisanje maršute staza i 5 mesta od interesa
- Detaljan sadržaj svakog mesta od interesa
- Kontakt sa proizvođačima
- Dovoljan stepen označenosti
- Ponuditi ture sa vodičem ove maršute i izrada paket aranžmana

Investicija:

Približno 100.000 – 200.000 € (u zavisnosti od kvaliteta mesta od interesa, označavanja, informativnih materijala)

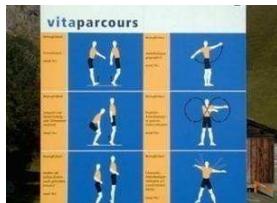
Projekat 7: Kilometar i po zdravlja



Ideja i opis projekta:

Razvoj "Kilometar i po planinskog zdravlja". Povezuje 10 mesta aktivnosti u službi fitnesa ili zdravlja na udaljenosti od oko jednog i po kilometra (milja = 1609 m). Na svakom mjestu aktivnosti u službi zdravlja nalazi se tabla sa opštim informacijama o aktivnosti, njenoj svrsi i uticaju na zdravlje.

Primjeri za mjesta fitness aktivnosti:



Primjeri za mjesta dodatnih aktivnosti u službi zdravlja mogla bi biti mjesta hidroterapije, staza na različitim uslovima zemljišta, mala bašta planinskog bilja sa atraktivnim mjestima za odmor, itd.



Ciljevi:

Stimulisati ljetnju sezonu na Jahorini i ohrabriti goste da posjeti Jahorinu na jedan dan. Osim toga, Kilometar i po zdravlja podržava opredjeljenje za "Planiski wellness" na Jahorini.

Neophodni koraci:

- Definisanje lokacije za Kilometar i po zdravlja i 10 mesta aktivnosti u službi fitnesa ili zdravlja
- Detaljan sadržaj svakog mesta od interesa
- Kontakt sa proizvođačima
- Označavanje

Investicija:

Približno 40.000 – 60.000 €

Projekat 8: Jedan hotel sa 5* za zahtjevne klijente visokih standarda (bivši Hotel Jahorina)

Pored postojećih hotela u privatnom i državnom vlasništvu (Bistrica, Košuta, Termag i ostali), predlažemo da sljedeći novi hoteli budu izgrađeni u Postojećem području Jahorine.

Podaci

Kategorija: 5*

Broj kreveta: 490

Uvod

Dugoročni cilj ovog novog Hotela sa pet zvjezdica sa smještajnim kapacitetima, restoranom, kafićem i zabavnim programom će biti stvaranje raznolikog iskustva koje se zasniva na pružanju usluga koje su prilagođene pojedinačnim klijentima, istorijskoj prirodi ovog područja sa jedinstvenom lokacijom i prilike da se uživa u tišini i relaksaciji koju pruža ovo mjesto. Objekti bi trebali biti prilagođeni klijentima koji zahtijevaju visoke standarde proizvoda i usluga. Naša namjera je da stvorimo okruženje krajnjeg luksusa koji prevazilazi standarde ostalih hotela sa pet zvjezdica u zemlji. Isticanje novog objekta putem interneta i predstavljanje Hotela sa pet zvjezdica ljudima koji još nisu otkrili ovaj rajske skijaški centar će nam obezbijediti održavanje stope popunjenošću kapaciteta koja je veća od prosjeka, kao i dobit veću od prosječne.

Od novembra do aprila hotel će stavljati težište na tržište koje je vezano za skijanje, a tokom ostatka godine na tržište kvalitetnijeg i skupljeg tipa odmora.

Ovaj hotel ima za cilj da postane jedan od vodećih hotela u području jugoistočne Evrope, a kao takav, trebao bi nositi tržišnu marku jednog od vodećih hotelskih lanaca.

Lokacija

Hotel sa pet zvjezdica nalazi se u području gdje je bio izgrađen nekadašnji Hotel Jahorina.

Usluge

Hotel sa pet zvjezdica nudi izbor različitih usluga i smještajnih kapaciteta. Ukupan broj soba će biti 245, uključujući 138 standardnih soba, 55 soba „superior“ kategorije, 40 soba „deluxe“ kategorije, 10 „junior“ apartmana i 2 predsjednička apartmana. Nabrojane sobe, također, uključuju i sobe za nepušače, povezane sobe i sobe za invalide. Hotel će imati ukupni kapacitet od 490 kreveta. Raspodijeljeno u četiri zgrade, plan nam je da se tu nađu 3 restorana, 4 kafića, salon ljepote i spa centar (*Spa & Beauty Center*), fitness klub, zatvoreni bazen, zatvoreni parking i konferencijski prostor za 250 učesnika. Ostale raspoložive usluge su: klima uređaj, grijanje, 24-satne usluge u sobama, usluge lakeja, usluge pranja i peglanja veša, sistem komunikacije u sobama, sefovci u sobama, WiFi u sobama i cijelom hotelu, rent-a-car usluge, prodavnice, satelitska TV.

Smještajni kapaciteti

• 108 standardnih dvokrevetnih soba

Standardne sobe čine većinu soba kojima hotel raspolaže. Njihova površina iznosi oko $28m^2$, a u njima se nalazi kupatilo sa kadom, tuš, umivaonik, WC, fen, grijač za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **30 standardih soba sa bračnim krevetom**

Veličina ovih soba iznosi oko $28m^2$, u njima se nalazi kupatilo sa kadom, tuš, umivaonik, WC, fen, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **40 dvokrevetnih soba „superior“**

Sobe „superior“ su veće od naših standardnih soba i nude veći ugođaj i kvalitet našim gostima. Njihova veličina iznosi oko $30m^2$, a one će imati kupatilo sa kadom, tuš, umivaonik, WC, fen, uvećavajuće ogledalo, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **15 soba „superior“ sa bračnim krevetom**

Sobe „superior“ su veće od naših standardnih soba i nude veći ugođaj i kvalitet našim gostima. Njihova veličina iznosi oko $30m^2$, a one će imati kupatilo sa kadom, tuš, umivaonik, WC, fen, uvećavajuće ogledalo, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **30 dvokrevetnih soba deluxe kategorije**

Veličina soba deluxe kategorije iznosi oko $32m^2$, a u njoj se nalazi kupatilo sa kadom, tuš, WC, dupli umivaonik, fen, uvećavajuće ogledalo, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **10 soba deluxe kategorije sa bračnim krevetom**

Veličina soba deluxe kategorije iznosi oko $32m^2$, a u njoj se nalazi kupatilo sa kadom, tuš, WC, dupli umivaonik, fen, uvećavajuće ogledalo, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom sa sekretaricom, mini barom, WiFi, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **5 dvokrevetnih apartmana „junior“**

Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $40m^2$ podijeljenih na tri dijela: kupatilo, spavaća soba i dnevna soba. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, WC-om, duplim umivaonikom, fenom, uvećavajućim ogledalom, grijачem za peškire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa dva „francuska“ kreveta, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, HIFI, DVD playerom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **5 apartmana „junior“ sa bračnim krevetom**

Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $40m^2$ podijeljenih na tri dijela: kupatilo, spavaća soba i dnevna soba. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, WC-om, duplim umivaonikom, fenom, uvećavajućim ogledalom, grijачem za peškire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa jednim bračnim krevetom, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, WiFi, HIFI, DVD playerom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- **2 predsjednička apartmana**

Predsjednički apartman će biti najviša kategorija sobe u ovom hotelu sa pet zvjezdica. Ona je uređena za ljude koji vole uživati u istinskom ugođaju u smislu prostora i usluge. Veličina predsjedničkog apartmana iznosi oko $70m^2$ i imat će glavnu dnevnu sobu, dvije spavaće sobe i dva kupatila.

Jedno od dva kupatila bit će opremljeno kadom, tušem, WC-om, duplim umivaonikom, fenom, uvećavajućim ogledalom, grijачem za peškire, toaletnim priborom i stolićem za šminkanje. Pored veće spavaće sobe i kupatila, nalazit će se sauna i Jacuzzi. Kupatilo za goste bit će opremljeno tuš-kabinom, WC-om, umivaonikom, ogledalom i toaletnim priborom.

Spavaća soba bit će opremljena sa bračnim krevetom i ormarom, noćnim ormarićima i sefom. Dodatne sobe je moguće pridružiti ovom apartmanu kroz pokretna vrata koja ih povezuju.

Dnevna soba će imati uređen prostor za sjedenje sa kaučima i foteljama, *Hi Tech* opremom, plazma TV sistemom, kanalom s filmovima, kaminom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, telefonom, mini barom, WiFi, HIFI, DVD playerom, radnim stolom i velikim balkonom.

Hrana i piće

Hotel sa pet zvjezdica će imati šest objekata ugostiteljske ponude.

- Restoran sa 350 mesta. U ovom objektu služiće se doručak, ručak i večera, sa ponudom nacionalne i internacionalne kuhinje.
- Fini italijanski restoran sa 60 mesta
- Restoran azijskih specijaliteta sa 50 mesta
- *Lobby bar*
- *Sushi bar*
- *Cigar bar*

Hotel će u ponudi, takođe, imati i objekte za konferencije i *banquete* sa kapacitetom do 250 ljudi.

Spa & Beauty centar

Spa & Beauty centar u hotelu sa pet zvjezdica će predstavljati koncept jednostavnosti, srdačne usluge prilagođene svakom klijentu pojedinačno, a odavat će opuštajuću atmosferu kroz stil i uređenost. Usluge u ponudi će biti jedne od najboljih u Bosni i Hercegovini, a za cilj će imati maksimalno zadovoljenje i uživanje klijenata. Među ponuđenim uslugama naći će se i najsavremenija gimnastička sala, tretmani za uljepšavanje, manikir i pedikir, spektar različitih masaža i tretmana vezanih za zdravlje kao što su refleksologija, aromaterapija, zatezanje lica tretmanom oksigenizacije, obloge od blata i morske trave, masaža toplim kamenjem, sauna, zatvoreni bazen i Jacuzzi. Koncept i upravljanje centrom moglo bi biti povjereno jednoj od vodećih kompanija na tržištu Spa & Beauty centara.

Projekat 9: Jedan MICE Hotel sa 4* (Hotel Rajska Dolina)

Podaci

Kategorija: 4*

Broj kreveta: 440

Uvod

Prestižni hotel sa četiri zvjezdice prve klase; skup (prema standardima srednje klase); posjeduje sve „standardne“ usluge, ali pored njih, i mnogo „luksuznih“ usluga (na primjer, banje zdravstvenog karaktera ili usluge masaže).

Hotel je pozicioniran tako da bude na usluzi tržištu kongresnog (MICE) turizma šire regije jugoistočne Evrope.

Ključne prednosti jednog hotela sa četiri zvjezdice uključuju srdačnu uslugu, povoljne cijene, ugođaj i kvalitet. Smještajni kapaciteti nalaze se u centralnom dijelu. Ciljna grupa zahtijeva kvalitetne sobe, odnosno usluge i objekte po povoljnim cijenama. Recepција koja stoji na usluzi 24 sata će osigurati da sve potrebe klijenata budu zadovoljene danju i noću.

Hotel je fizički povezan sa Kongresnim/MICE centrom na Jahorini koji će biti izgrađen na istom lokalitetu.

Lokacija

Hotel sa četiri zvjezdice će biti smješten u području gdje je izgrađen nekadašnji Hotel Rajska Dolina. Postojeća konstrukcija hotela može biti djelimično iskorišćena.

Usluge

Hotel sa četiri zvjezdice će nuditi izbor različitih usluga i objekata. Ukupan broj soba će biti 220, uključujući 145 standardnih soba, 67 soba „superior“ i 8 apartmana „junior“. Hotel će sadržavati i sobe za nepušače, povezane sobe i sobe za invalide. Hotel će imati ukupni kapacitet od 440 kreveta.

Tri zgrade hotela, svaka sa 4 sprata, nudit će 3 restorana, 3 kafića, fitness klub, zatvoreni bazen i zatvoreni parking. Ostale raspoložive usluge su: klima uređaj, grijanje, 24-satne usluge u sobama, usluge pranja i peglanja veša, sefovi u sobama, WiFi u sobama i cijelom hotelu, rent-a-car usluge, prodavnice, satelitska TV. Hotel je u potpunosti povezan sa Hotel Kongresnim/MICE centrom na Jahorini i sa stanovišta usluge stoji mu na raspolaganju.

Smještajni kapaciteti

- 110 standardnih dvokrevetnih soba
Veličina standardne sobe iznosi oko $25m^2$; soba sadrži kupatilo sa kadom i tušem, umivaonik, WC, fen, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.
- 35 standardnih soba sa bračnim krevetom
Veličina standardne sobe iznosi oko $25m^2$; soba sadrži kupatilo sa kadom i tušem, umivaonik, WC, fen, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.
- 45 dvokrevetnih „superior“ soba
Veličina sobe „superior“ iznosi oko $28m^2$; soba sadrži kupatilo sa kadom i tušem, umivaonik, WC, fen, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim

krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- 22 „superior“ sobe sa bračnim krevetom
Veličina sobe „superior“ iznosi oko $28m^2$; soba sadrži kupatilo sa kadom i tušem, umivaonik, WC, fen, grijач za peštire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.
- 4 dvokrevetna aparmana „junior“
Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $35m^2$ podijeljenih na tri dijela: kupatilo, spavaća soba i dnevna soba. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, umivaonikom, WC-om, fenom, uvećavajućim ogledalom, grijачem za peštire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa dva kreveta, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, HIFI, DVD playerom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.
- 4 aparmana „junior“ sa bračnim krevetom
Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $35m^2$ podijeljenih na tri dijela: kupatilo, spavaća soba i dnevna soba. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, umivaonikom, WC-om, fenom, uvećavajućim ogledalom, grijачem za peštire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa bračnim krevetom, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, kanalom s filmovima, telefonom, mini barom, HIFI, DVD playerom, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

Hrana i piće

Hotel sa četiri zvjezdice će imati šest objekata ugostiteljske ponude.

- Glavni restoran sa 300 mjesta. U ovom objektu služiće se doručak, ručak i večera.
- Restoran domaćih specijaliteta sa 60 mjesta
- Italijanski *trattoria* restoran
- *Lobby Bar*
- *Wine Bar*
- *Game Bar*

Hotel će u ponudi, takođe, nuditi usluge dostave pripremljene hrane i pića za max. 500 ljudi za prijeme organizovane u okviru Kongresnog centra na Jahorini.

Projekat 10: Jedan hotel sa 3* za porodične putnike (bivši Hotel Mladost)

Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 300

Uvod

Ovaj hotel sa tri zvjezdice će biti hotel srednje klase sa skromnim cijenama. Hotel će imati dnevnu uslugu soberica, usluge u sobama, kao i pristup Internetu i zatvorenim bazenima.

Smješten na dobroj lokaciji, ovaj hotel će nuditi veliku vrijednost za novac i prijatnu i privlačnu atmosferu. Usluga prilagođena gostima i prijateljsko osoblje će osigurati da se gosti prijatno osjećaju u ovom hotelu.

Ovaj hotel sa tri zvjezdice koji je, u potpunosti, vlasništvo privatnih investitora, za svoju ciljnu grupu, će imati putnike sa ograničenim sredstvima na raspolaganju koji zahtijevaju uravnotežen odnos između cijene i kvaliteta.

Kompleks će se sastojati od tri zgrade, svaka od njih će imati po četiri sprata, sa ukupno 150 soba. Hotel bi trebao raditi, najmanje, deset mjeseci u godini, sa maksimalnim prihodom od smještajnih kapaciteta tokom udarne sezone u zimskom periodu, dok će, tokom ljeta, težište biti na količini. Hotel bi trebao raditi kao hotel namijenjen skijašima u periodu od novembra do aprila. Tokom ostatka godine, od maja do oktobra, hotel bi trebao raditi kao odmaralište. Namijenjen je kao odmaralište za porodice i druge turiste sa ograničenim sredstvima na raspolaganju.

Lokacija

Ovaj hotel sa tri zvjezdice će biti smješten na Jahorini, tačnije, na istom mjestu gdje je bio izgrađen nekadašnji hotel Mladost.

Usluge

Ovaj hotel sa tri zvjezdice imaće 150 soba, uključujući 105 standardnih soba, 41 sobu „superior“ i 4 apartmana „junior“. Hotel će imati sobe za nepušače, povezane sobe i sobe za invalide. Kapacitet hotela će biti 300 kreveta. U tri zgrade nalaziće se dva restorana, tri kafića, fitness klub, zatvoreni bazen i zatvoreni parking prostor. Ostale raspoložive usluge su: klima uređaj, grijanje, usluge u sobama, usluge pranja i peglanja veša, sefovi u sobama, Internet prostor, prodavnice, satelitska TV.

Smještajni kapaciteti:

• 75 standardnih dvokrevetnih soba

Veličina standardne sobe iznosi oko $25m^2$; soba sadrži kupatilo sa tuš-kabinom, umivaonik, WC, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

• 30 standardnih soba sa bračnim krevetom

Veličina standardne sobe iznosi oko $25m^2$; soba sadrži kupatilo sa tuš-kabinom, umivaonik, WC, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

• 31 dvokrevetna „superior“ soba

Veličina sobe „superior“ iznosi oko $25m^2$; soba će imati kupatilo sa tuš-kabinom, umivaonik, WC, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa dva kreveta, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- 10 „superior“ soba sa bračnim krevetom

Veličina sobe „superior“ iznosi oko $25m^2$, soba će imati kupatilo sa tuš-kabinom, umivaonik, WC, grijач za peškire i toaletni pribor. Soba će biti opremljena sa jednim bračnim krevetom, pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- 2 dvokrevetna apartmana „junior“

Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $30m^2$ podijeljenih na dva dijela: kupatilo, te spavaća soba i dnevna soba zajedno. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, umivaonikom, WC-om, fenom, grijaćem za peškire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa dva kreveta, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, mini barom, HIFI, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

- 2 apartmana „junior“ sa bračnim krevetom

Veličina apartmana „junior“ iznosi oko $30m^2$ podijeljenih na dva dijela: kupatilo, te spavaća soba i dnevna soba zajedno. Kupatilo je opremljeno sa kadom, tušem, umivaonikom, WC-om, fenom, grijaćem za peškire i toaletnim priborom. Soba je opremljena sa jednim bračnim krevetom, dijelom za dnevni boravak sa pomoćnim krevetom, sistemom za zagrijavanje i hlađenje, satelitskom TV, telefonom, mini barom, HIFI, radnim stolom, balkonom, komodom, noćnim ormarićima i sefom.

Hrana i piće

Hotel sa tri zvjezdice (A) će imati pet ugostiteljskih objekata.

- Glavni restoran sa 230 mesta. U ovom objektu služiće se doručak, ručak i večera.
- Pizzeria sa 60 mesta
- Meksički restoran sa 50 mesta
- Irski bar
- Bar za relaksaciju

Projekat 11: Standardni hostel sa 2* za mlađe putnike (bivši Partizan)

Podaci

Kategorija: 2* Standard

Broj kreveta: 100

Uvod

Ovo su jeftina prenoćišta pod nadzorom za putnike, posebno one mlađe, a mogu biti i sklonište za planinare koji odluče provesti noć na tom mjestu. Cilj je pružiti privremeni kratkotrajni smještaj putnicima ili *backpackerima*, naročito podstičući aktivnosti na otvorenom ili kulturnu razmjenu za mlade. U ovim hostelima, gosti mogu iznajmiti krevet u zajedničkim sobama sa zajedničkim kupatilom, kuhinjom i dnevnim boravkom. U jednom od hostela, na raspolaganju će biti i odvojene sobe. Glavne prednosti hostela su prvenstveno niski troškovi smještaja u poređenju sa alternativama kao što su hoteli, kao i prilika za upoznavanje sa ostalim putnicima koji dolaze iz raznih krajeva svijeta. Hosteli su obično manje formalni i jeftiniji od hotela. Njih najčešće koriste mlađi. Postojaće i dopuštena starosna granica, kojom će biti isključeni svi oni koji ne spadaju u kategoriju od 18 do 26 godina starosti.

Lokacija

Hostel C će biti smješten na mjestu gdje je izgrađen nekadašnji hotel Partizan.

Smještajni kapaciteti

Hostel C će se sastojati od jedne dvospratnice sa ukupno 35 soba ukupnog kapaciteta 100 kreveta.

Projekat 12: Apartmani

Podaci

Kategorija: 4* ili 3* standardni

Broj kreveta: 1.200

Apartmani A (B&B Vučko)

Uvod

Apartmani A su u fazi izgradnje; izgradnja je započeta, a okončanje cijelokupnog projekta planira se za 2008. godinu. Cijelokupni apartmanski kompleks, nazvan B&B Vučko, sastoji se od 5 zgrada, a svaka zgrada ima 3 ili 4 sprata. Pored apartmana, u ponudi ovog kompleksa nalazi se sljedeće: 25-metarski zatvoreni bazen, *wellness* centar, *fitness* klub, područje za skijaške treninge, restorani, pizzeria, supermarket, te nekoliko drugih uslužnih objekata. Smješten je na početku jahorinskog centra, uz saobraćajnicu koja Jahorinu povezuje sa Sarajevom.

Smještajni kapaciteti

Kompleks nudi nekoliko vrsta apartmana visoke klase, od kojih većina ima terasu ili balkon. Radi ugodaja gostiju koji odsjedaju u kompleksu B&B Vučko, većina apartmana će, između ostalog, posjedovati, tuš-kabinu i *Jacuzzi*. Kablovska TV, telefon, pristup internetu, centralno grijanje i kamin samo su neke od ekskluzivnih usluga koje nude Apartmani B&B Vučko. Ukupni kapacitet ovog kompleksa iznosi 660 kreveta.

Apartmani B

Uvod

Apartmani B će biti smješteni u području gdje je bio hotel Šator. Apartmanski kompleks sastoji se od 3 zgrade, a svaka od njih ima 4 sprata. Tu će biti i veliki parking prostor, a kompleks će biti idealno mjesto za porodice s djecom.

Objekti će biti izgrađeni u skladu sa istim standardima kao i hoteli sa tri zvjezdice, sa uređajima i smještajnim kapacitetima koji odgovaraju ovoj hotelskoj kategoriji.

Smještajni kapaciteti

Kompleks nudi 3 tipa apartmana, od kojih neki imaju balkone:

- Trosobni apartmani koji sadrže 6 kreveta, 1 kupatilo, kuhinju i dnevnu sobu
- Dvosobni apartmani koji sadrže 4 kreveta, 1 kupatilo, kuhinju i dnevnu sobu.
- Jednosobni apartmani koji sadrže 2 kreveta; ovo je apartman-studio.

Ukupni kapacitet ovog kompleksa je 540 kreveta ili 180 soba.

1. POSTOJEĆE PODRUČJE	Kreveti
Novi kapaciteti	
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel sa 5* (bivši hotel Jahorina)	490
Jedan MICE hotel sa 4* (Rajska Dolina) (novih 220 kreveta)	220
Jedan porodični hotel sa 3* (bivši hotel Mladost)	300
Jedan standardni hostel sa 2* (bivši Partizan)	100
NEKRETNINE	
Apartmani Vučko	660
Apartmani B	540
Ukupno	2.310

Projekat 13: Jahorinska palata (glavna zgrada) – sa Centrom za posjetioce

Razvoj Kongresnog centra Jahorina, banjskog centra, shopping centra, kasina Jahorina i Centra za posjetioce (Palata)

Uvod

Pored onoga što područje Jahorine, u svojstvu skijaškog centra i destinacije za odmor, već sada može pružiti, ovaj lokalitet ima potencijal da postane međunarodni centar za konferencije, kongrese, druženje i druge događaje. Njena prirodna lokacija zadovoljava sve potrebe jednog uspješnog MICE/kongresnog mesta, kakve zahtijevaju profesionalne kompanije i kompanije visokih zahtjeva koje traže uspješno i efektno okruženje. Blizina grada Sarajeva se mora smatrati velikom prednošću za marketinške ciljeve Kongresnog centra, a to može igrati važnu ulogu u domaćoj i međunarodnoj promociji ove destinacije.

Koncepcija Kongresno-konferencijskog centra je takva da to danas više nisu samo mjesta sa konferencijskim i izložbenim dvoranama, nego su se razvila u ogromne poslovne i žive lokalitete koji stvaraju i ostvaruju značajne prihode za hotele, restorane, kafiće, komercijalne aktivnosti, organizovanje zabavnih programa, ugostiteljske jedinice, firme za posredovanje i sekretarske poslove, štamparije, stručnjake za marketing, te još nekoliko drugih povezanih djelatnosti. Palata (glavna zgrada) će, takođe, uključivati i spa centar, kazino, dvoranu za kuglanje, bioskop, centar za posjetioce i shopping centar sa nekoliko prodavnica, supermarketom, frizerom, vrtićem, restoranima, kafićima i noćnim klubom.

Lokacija

Predložena lokacija je ona koja se nalazi u krugu Jahorine, tačnije, na zemljištu gdje je izgrađena stara vojna kasarna, blizu područja koje se naziva Poljice. Nova zgrada bi trebala pokrивati čitavo područje gdje se trenutno nalaze druge zgrade. Sa izuzetkom zgrade Rajske Doline, ostale zgrade bi trebale biti srušene i zamijenjene novima. Ove zgrade bi trebale biti međusobno povezane sistemom tunela sa dnevnim svjetлом. Ovakva lokacija će pomoći izgradnju prostranih dijelova na način da će sve aktivnosti u Palati biti lako dostupne, sa adekvatnim parking prostorom za automobile, autobuse i kamione koji budu dolazili radi snabdijevanja za konferencije.

Kongresni centar

Preduzeće

Kongresnim centrom bi trebao upravljati jedan od vodećih hotela u ovom području (hotel sa četiri zvjezdice). On bi trebao činiti dio organizacije hotela i biti direktno povezan sa strukturom uprave kakva je u hotelu. Centar bi trebao biti u vlasništvu privatnih investitora i povezan sa poznatim organizatorima i graditeljima MICE centara. Tim uprave koji bi vodio svakodnevne aktivnosti Kongresnog centra trebao bi biti sastavni dio hotelskog sistema radnih mesta.

Usluge

Kongresni centar će u svojoj ponudi imati niz različitih konferencijskih sala, sala za izložbe, skladišnih prostora, kao i dvorane za velike manifestacije. Centar će posjedovati veliku višenamjensku salu koja može primiti 500 gostiju, a u njoj će se nalaziti i oprema i objekti za simultano prevođenje. Glavna konferencijska sala će moći biti podijeljena u četiri manja dijela, prema zahtjevima klijenata ili u skladu sa poslovnim potrebama. Svaka od sala će biti opremljena najmodernijom audio-vizuelnom opremom. Centar će nuditi usluge za:

- Planiranje sastanaka
- Konvencije, kongrese, konferencije, simpozijume, izložbe, seminare, prezentacije, nagradne programe, manifestacije, obrazovne studije, programe za obuku radnika u preduzećima, poslovne sastanke, konferencije za štampu, prijeme, zabave, *banquete*, poslovne ručkove, vjenčanja, kulturne i zabavne manifestacije, koncerte, festivali, spektakle, modne manifestacije, snimanje spotova, sportske događaje koji zahtijevaju objekte za manje turnire (badminton, stoni tenis, šah, itd.)

Kongresni centar će nuditi svu najsavremeniju opremu i objekte koji će uključivati:

- Najsavremenije sale za sastanke, prostore za odmor, potpuno opremljeni poslovni centar sa radnim prostorom namijenjenim gostima, prostor za sjedenje sa radnim stolovima, opremu za grafičko prikazivanje, ugrađeni zvučni sistem, automatski pokretne ekrane i ugrađene bijele table, projektore za prezentacije, LCD projektore, VCR projektore, DVD *playere*, bežične mikrofone, konferencijski HiFi zvučni sistem, podijum i pozornice, bežične internet veze, priključke za laptopе, *hardwaresku* i *softwaresku* opremu, automatski sistem osvjetljenja, telekonferencijski sistem, veze za satelitsku TV.

Pored objekata za sastanke i manifestacije, Kongresni centar Jahorina će nuditi i svu tehničku opremu, organizaciju, stručnjake, ugostiteljske objekte i usluge, kao i cjelokupnu kvalitetnu infrastrukturu koja će zadovoljavati potrebe i očekivanja svih klijenata. Ove usluge će nuditi MICE hotel Jahorina (bivša Rajska Dolina) koji će biti fizički povezan sa Kongresnim centrom Jahorina.

SPA centar

Projekat

SPA centrom i salonom ljepote bi trebalo upravljati veliko specijalizovano preduzeće sa međunarodnim znanjem i iskustvom kako bi se u potpunosti zadovolji domaći i međunarodni klijenti koji dolaze da posjete ovaj Centar. Centar bi trebao biti u vlasništvu privatnih investitora i činiti dio poznatih udruženja kao što su "Vodeće svjetske banje". Ovo će pomoći da centar bude reklamiran po visokim standardima što će olakšati uspješnu komercijalizaciju proizvoda u tržišnom sektoru banja. Zaposleni koji vode dnevne aktivnosti Banjskog centra trebali bi biti zaposleni u preduzeću koje upravlja ovim objektom.

Usluge

SPA i *wellness* centar će sadržavati zatvoreni bazen, Jacuzzi, saune, parna kupatila, medicinski centar ljepote, solarijume i prostor za *fitness*. Salon ljepote će nuditi širok spektar tretmana za uljepšavanje, počevši od masaže, zatezanja lica, manikira i pedikira do pojedinačnih terapija i dana za uljepšavanje. U njegovoј ponudi će se nalaziti veoma ekskluzivni tretmani za uljepšavanje sa proizvodima visokog kvaliteta. Pored ostalih tretmana, tu će biti i sljedeći tretmani:

- aromaterapija, refleksologija, tretmani za tijelo, kozmetičke aplikacije, zatezanje lica, manikir i pedikir, depilacija i epilacija, širok spektar masaža, uređivanje noktiju i drugi tretmani.
- Fitness* klub će u potpunosti biti opremljen najsavremenijim kardiovaskularnim i *fitness* opremom. Staze za trčanje, sprave za veslanje i step mašine će imati vlastite TV i radio kanale i prilagodljive programe za treniranje. Prostorija za *fitness* će biti opremljena sljedećim uređajima za treniranje:

- kružne trake za trčanje (*treadmill*), bicikli, tegovi, steperi, raznovrsna oprema za vježbe za noge, grudi, ramena, ruke itd. Klape za vježbanje, ručni tegovi i metalne šipke za vježbanje.

Kazino (Casino)

Preduzeće

Kazinom Jahorina bi trebalo upravljati veliko specijalizovano preduzeće sa međunarodnim znanjem i iskustvom kako bi se u potpunosti zadovolji domaći i međunarodni posjetiocu koji dolaze radi iskušavanja vlastite sreće. Ovo preduzeće bi trebalo koristiti *know-how* kako bi izradilo plan sa uspješnim konceptom koji bi omogućio privlačenje putnika iz ovog segmenta tržišta, te učinilo da Jahorina postane dio svjetskih kockarskih destinacija. Kazino bi trebao biti u vlasništvu hotela sa četiri zvjezdice, te bi trebao biti iznajmljivan putem dugoročnog ugovora.

Usluge

Kazino će nuditi sve kockarske atrakcije koje će uključivati:

- Slot mašine
- Stolove za rulet
- Stolove za poker
- Stolove za *Blackjack*
- Stolove za igre s kockicama

Tu će se takođe nalaziti i restoran, dva kafića i mjesto za zabavu uživo.

Shopping centar

Preduzeće

Shopping centrom bi trebalo upravljati veliko specijalizovano preduzeće sa međunarodnim znanjem i iskustvom kako bi se u potpunosti zadovolji domaći i međunarodni posjetiocu koji dolaze na ovo mjesto. Ovo preduzeće bi trebalo koristiti vlastiti *know-how* kako bi izradilo plan sa uspješnim konceptom koji bi omogućio kombinovanje prodavnica i zabave. Cilj bi bio stvoriti mjesto za turiste i posjetioce i omogućiti im da kupuju, zabavljaju se i sreću druge ljudi koji dolaze iz drugih krajeva i zemalja. *Shopping* centar bi trebao biti u vlasništvu privatnih investitora, te bi trebao biti iznajmljivan trgovcima putem dugoročnog ugovora.

Usluge

Shopping centar će nuditi niz različitih trgovačkih usluga koje će uključivati:

- prodavnici sportske opreme, prodavnici suvenira, knjižaru i kiosk s novinama, prodavnici garderobe, prodavnici cipela, supermarket, vrtić, frizer, prodavnici domaćih autentičnih proizvoda, apoteku i poštu.

Zgrada Palate bi trebala biti jedna od najvrjednijih zgrada na Jahorini, odnosno u sarajevskoj regiji, a trebala bi predstavljati zlatnu priliku za unapređenje privlačnosti cijelog ovog područja. To bi trebala biti nova atrakcija za posjetioce koja će privlačiti veliki broj ljudi i biti živo mjesto tokom cijele godine, dok se u isto vrijeme vodi računa o mirnoći ovog kraja. Pri izgradnji Palate, energija i znanje koje je raspoloživo u privatnom sektoru bi se trebalo potpuno iskoristiti.

Centar za posjetioce

Projekat :

Predlažemo da Centar za posjetioce Jahorina bude izgrađen u okviru lokaliteta Palate (glavne zgrade). Centar za posjetioce bi trebao biti prvi kontakt posjetilaca s Jahorinom. Nadalje, Centar za posjetioce Jahorine bi trebalo biti mjesto komunikacije Jahorine, gdje i dnevni posjetioc i gosti koji duže borave mogu zadovoljiti svoje potrebe i želje.

Zbog toga, važno je uspostaviti sljedeću infrastrukturu:

- Info centar za posjetioce, internet terminal, gastronomска ponuda (barovi, kafići, restorani) i usluge iznajmljivanja (skije, planinski bicikli...)

Dodatni prijedlozi za Projekat

Područje Skijaškog centra Jahorina bi trebalo biti isplanirano da funkcioniše kao selo u kojem su pojedini dijelovi i usluge organizovane u skladu sa potrebama područja. Klijenti bi se trebali s lakoćom kretati od hotela u kojem odsjedaju do objekata koji se nalaze u ovom području, te ih koristiti na jednostavan i dobro organizovan način.

Usluge hotela, hrane i pića, te dodatne usluge kao što su zabava, odmor, prevoz, iznajmljivanje opreme, prostori za sastanke, itd, trebali bi biti smješteni blizu jedni drugima. Koncept bi trebao biti osmišljen na takav način da klijentima obezbijedi lak pristup uslugama i objektima koji se nalaze na području Jahorine.

Trebao bi postojati sistem kartica-ključeva za hotelske sobe koji bi gostima omogućavao da koriste takve kartice u cijelom selu za plaćanje računa u restoranima, barovima, zatim usluge

vezane za slobodne aktivnosti i odmor, usluge iznajmljivanja, itd. Ovaj jednostavni sistem bi učinio da se klijenti osjećaju prijatnije, te bi obezbijedio da tačnost i postupak naplate budu bolji.

Važno je stvoriti mjesto na Jahorini gdje ljudi mogu doći i uživati tokom svog cijelokupnog boravka. Zabavne objekte i programe bi trebali voditi profesionalni stručnjaci tokom svih dvanaest mjeseci godišnje. „Selo“ bi trebalo imati:

- Prostor za slijetanje helikoptera – heliodrom
- Koordinacioni centar Jahorina
- Bioskop salu
- Salu za kuglanje
- Disko klub
- Teniske terene (za ljetnji period)
- Salu za karaoke
- Bolnicu, uključujući zubnu ambulantu, ljekare opšte prakse koji dolaze na poziv i pedijatra
- Usluge iznajmljivanja motornih snježnih sanki
- Zatvorenu karting stazu
- Salu za sportske aktivnosti
- Vrtić, baby klub
- *Fast food*

Ostale zajedničke usluge koje će hotelima obezbijediti bolju logističku podršku, te pomoći efikasnijem poslovanju i smanjenju troškova su:

- Centralizovane usluge pranja i peglanja veša
- Centralizovan skladišni prostor
- Centralizovana kuhinja za pružanje ugostiteljskih i *banquet* usluga
- Centralizovana radna snaga za pružanje usluga koje su vezane za segment hrane i pića
- Centralizovana radna snaga za pružanje usluga održavanja objekata
- Rekreacioni centar za uposlenike „Sela“
- Centralizovan sistem transporta u svrhu kretanja ovim područjem (usluge kružnog transporta putnika)

Jednostavan pristup:

Aerodrom Sarajevo treba biti opremljen posljednjom tehnologijom tako da bude sposoban da obavlja spuštanje aviona za vrijeme velike magle. Ovo će se pokazati kao važno pitanje, obzirom da su drugi aerodromi, poput onoga u Mostaru, Banja Luci, Splitu i Dubrovniku daleko.

Imajući u vidu specifičan položaj aerodroma Sarajevo (veliki broj maglovitih dana) predlažemo izgradnju aerodroma na području Opštine Sokolac.

8.4. Predloženi projekti za Područje porodičnog i wellness turizma (Zona proširivanja 1)

Projekat 1: Novi vertikalni transport i skijaške staze

Vidi sadržaj dijela 8.3.

Projekat 2: Snowboard park za početnike



Ideja i opis projekta:

Izgradnja *Snowboard* parka za početnike. Ovaj *Snowboard* park trebao bi biti osmišljen prvenstveno za počenike u *snowboardu* i trebao bi uključiti *Snowboard* mjesto za odmor, baby lift, različite figure, dio za vježbanje, itd.

Zahtjevi za *Snowboard* park za početnike:

- Dužina staze za vježbanje od 50 do 70 metara
- Širina od 30 do 50 metara
- Nagib od 15 do 25 %
- Veoma ravan izlaz od cca. 15 metara

Ciljevi:

- Povećati privlačnost za ciljne grupe djece i tinejdžera
- Povećati kompetentnost Jahorine u pogledu *snowboarda*

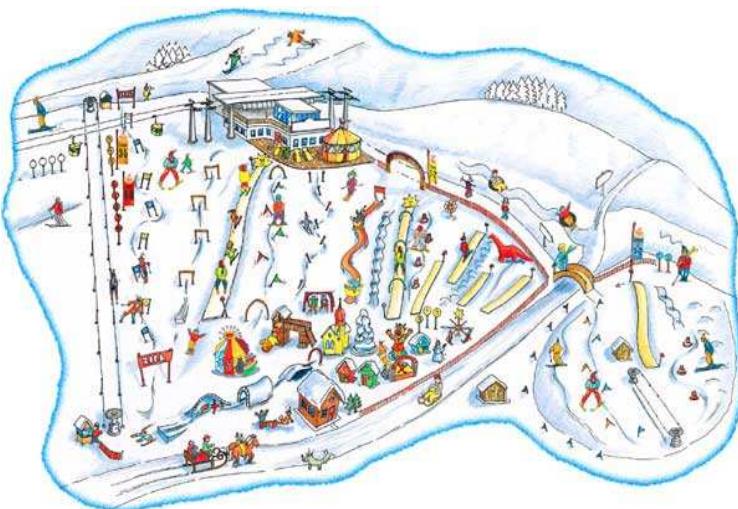
Neophodni koraci:

- Kontaktirati potencijalne izvođače
- Planiranje, izrada koncepta, primjena/izgradnja
- Organizovanje nadzora

Investicija:

Približno 40.000 € do 70.000 € (u zavisnosti od veličine i vrste) uključujući planiranje, izradu koncepta i primjenu/izgradnju.

Projekat 3: Ski park za početnike



Ideja i opis projekta:

Izgradnja Ski parka za djecu, naročito za početnike. Trebao bi uključivati gastronomiju prilagođenu djeci (sa lako dostupnim mjestima za relaksaciju, odmor i spavanje, hranu i piće za djecu, toalete prilagođene djeci, itd.), baby lift, zimske saonice, šator za zabavu sa podijumom, spuštanje gumenim čamcima na tobogalu od snijega (*snow tubing*), različite figure za djecu, itd.

Potrebna ukupna površina mora biti najmanje između 12.000 i 15.000 m².

Ciljevi:

Izrada porodičnog zimskog turističkog proizvoda. Drugi cilj je da djeca koja nauče da skijaju na Jahorini dođu ponovo i kada odrastu.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati potencijalne proizvođače
- Planiranje, izrada koncepta, primjena/izgradnja
- Organizovanje nadzora

Investicija:

Približno od 100.000 € do 150.000 € (u zavisnosti od veličine i vrste) uključujući planiranje, izradu koncepta i primjenu/izgradnju.

Projekat 4: Snježna staza za spuštanje gumenim čamcima (*Snow Tubing*)



Ideja i opis projekta:

Snježna staza za spuštanje gumenim čamcima sa 5 uređenih staza dužine između 30 i 150 metara treba biti izgrađena na Jahorini. Kompleks staza za spuštanje gumenim čamcima trebao bi biti napravljen u donjem dijelu zimskog skijaškog centra Jahorina.

Cilj:

Napraviti turistički proizvod "Zabava & akcija" koji izaziva pažnju.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati moguće proizvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa proizvođačem
- Definisanje finansiranja
- Izgradnja
- Organizovanje nadzora

Investicija:

Približno 15.000 € - 25.000 € za snježnu stazu za spuštanje gumenim čamcima i dodatnih 75.000 € - 100.000 € za žičaru/pokretnu traku (ovu žičaru/pokretnu traku bi bilo moguće koristiti i u ljetnjem periodu za ljetnu stazu za spuštanje gumenim čamcima)

Projekat 5: Ljetna staza za spuštanje gumenim čamcima (*Summer Tubing*)



Ideja i opis projekta:

Još jedan turistički proizvod koji ljetnju sezonu čini atraktivnijom. Staza za spuštanje gumenim čamcima trebala bi biti u dužini između 120 i 150 metara, širine od 1,20 metara. Neophodan i mogući stepen nagiba trabaobi biti između 10 % i 25 %.

Prednost ljetne staze za spuštanje gumenim čamcima jeste njena fleksibilna konstrukcija. To znači da se dužina staze za spuštanje i njena lokacija mogu jednostavno mijenjati.

Obzirom da se staze/kanali mogu koristiti i za zimsko spuštanje gumenim čamcima moguće je kombinovati.

Ciljevi:

Povećati atraktivnosti tokom ljeta i ponuditi nešto posebno za djecu.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati moguće proizvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa proizvođačem
- Definisanje finansiranja
- Izgradnja
- Organizovanje nadzora

Investicija:

Približno € 40.000 - € 50.000 za stazu za spuštanje gumenim čamcima i dodatnih 75.000 € - 100.000 € za žičaru/pokretnu traku (moguće koristiti ovu žičaru/pokretnu traku i u toku zimskog perioda za zimsko spuštanje gumenim čamcima)

Projekat 6: Prirodno i avanturističko igralište za djecu



Ideja i opis projekta:

Razvoj Prirodnog i avanturističkog igrališta za djecu sa različitim elementima, npr. kućica na drvetu, mjesto za penjanje namijenjeno djeci, balansiranje na drvetu, staze za hodanje bosih nogu (sa različitim površinama), zvučne stanice, itd. Potrebni prostor trebao bi biti između 1.500 i 2.500 m².

Ciljevi:

Učiniti Jahorinu atraktivnijom za porodice tokom ljetnjeg perioda – naročito za izletnike iz Sarajeva i okoline.

Neophodni koraci:

- Odrediti idealnu lokaciju
- Kontaktirati moguće izvođače
- Izvedba

Investicija:

15.000 € - 30.000 € (u zavisnosti od veličine i vrste)

Projekat 7: Razvoj područja za nordijske discipline s prioritetom za biatlon



Ideja i opis projekta:

Izgraditi područje za biatlon koje može ugostiti Zimske olimpijske igre. Ovo područje bi se trebalo sastojati od stadiona i samog igrališta.

U području stadiona, locirani su prostor za start i cilj, strelište, kazneni krug, zona za predaju štafete, testna zona, pripremni boksovi za timove, prostor za posmatrače, neophodni objekti i kancelarije za Organizacioni odbor i parking prostori.

Biatlon se sastoji od deset manifestacija u okviru Olimpijskog programa. Muškarci se takmiče u sprintu na 10 km, kombinaciji na 12,5 km, masovnom startu na 15 km, pojedinačno na 20 km i u štafetnim trkama 4 x 7,5 km. Žene se takmiče u disciplini kombinacije na 10 km, masovnom startu na 12,5 km, pojedinačno na 15 km, štafetnim trkama 4 x 6 km i sprintu na 7,5 km.

Propisi koji se odnose na takmičarske objekte:

Sljedeće poglavljje odnosi se na najvažnije propise vezane za takmičarske objekte. Ove propise objavila je Međunarodne biatlon federacija (IBU), a ona su potvrđena od strane kongresa IBU-a u junu 1998. godine.

- Startni prostor za pojedinačna, sprint i timska takmičenja mora biti oko 10 – 12 m dugačak i 4 – 6 m širok.
- Teren predstavlja mrežu skijaških staza koje se koriste za takmičenje. Sastoje se od ravnica, uzbrdica i nizbrdica koje se stalno izmjenjuju. Ekstremno dugačke i teške uzbrdice, opasni nagibi, ujednačene ravnice i brdašca koja se moraju preći penjanjem sa strane nisu dozvoljeni. Do promjene smijera staza ne smije dolaziti prečesto, kako ne bi došlo do ozbiljnog remećenja skijaškog ritma takmičara.
- Maksimalna nadmorska visina bilo kojeg dijela igrališta ne smije biti veća od 1.800 m iznad nivoa mora. Uređena sniježna površina staze mora biti široka najmanje 6 m. U slučaju da nije moguće izbjegći uska područja poput mostova ili planinskih prolaza, ta uska područja ne smiju biti uža od 4 m, niti duža od 50 m.
- Stvarna dužina staze ne smije više od 5% da se razlikuje od dužine staze određene za takmičenje.
- Staze u okviru takmičenja se mogu koristiti nekoliko puta u toku samog takmičenja ako su najmanje 6 m široke. U slučaju da je njihova širina manja od 6 m, ne treba ih koristiti više od dva puta u toku jednog takmičenja.

- Kazneni krug mora biti postavljen neposredno iza strelišta. Krug mora biti staza ovalnog oblika, 5 m široka i 150 m (plus ili minus 5 m) dugačka, mjereno po unutrašnjem perimetru kruga
- Strelište mora biti smješteno u središnjem dijelu stadiona. Uobičajeno je da smjer gađanja treba biti prema sjeveru, kako bi se dobili bolji svjetlosni uslovi tokom takmičenja. Razdaljina između prednjeg ruba rampe za gađanje i linije meta mora biti 50 m (plus ili minus 1 m).
- Rampa za gađanje podijeljena je na trake za gađanje iz koje gađa jedan takmičar u isto vrijeme. Svaka traka za gađanje mora biti najmanje 2,5 m a najviše 3 m široka.

Takmičari	Vrsta takmičenja	Strelište	Razdaljina između strelišta	Visinska razlika	Najveći uspon	Ukupni uspon
Muškarci	20 km pojedinačno	Između 4 km – 17 km	3,5 km	200 m	75 m	600 m – 750 m
	10 km sprint i 10 km timski	Između 2,5 km – 7,5 km	3 km	200 m	75 m	300 m – 450 m
	12,5 km kombinacija	Na 2,5 km, 5 km, 7,5 km i 10 km	2,5 km	200 m	75 m	350 m – 500 m
	4 x 7,5 km štafetna trka	Na 2,5 km i 5 km	2,5 km	100 m	75 m	210 m – 300 m
	15 km masovni start	Na 3 km, 6 km, 9 km i 12 km	3 km	150 m	75 m	400 m – 500 m

Takmičari	Vrsta takmičenja	Strelište	Razdaljina između strelišta	Visinska razlika	Najveći uspon	Ukupni uspon
Žene	15 km pojedinačno	Između 2,5 km i 12,5 km	3 km	150 m	75 m	400 m – 500 m
	7,5 km sprint i 7,5 km timski	Na 2,5 km i 5 km	2,5 km	100 m	75 m	210 m – 300 m
	10 km kombinacija	Na 2 km, 4 km, 6 km i 8 km	2 km	100 m	75 m	200 m – 350 m
	4 x 7,5 km štafetna trka	Na 2,5 km i 5 km	2,5 km	100 m	75 m	210 m – 300 m
	12,5 km masovni start	Na 2,5 km, 5 km, 7,5 km i 10 km	2,5 km	100 m	75 m	350 m – 500 m

Legenda:

Visinska razlika = maksimalna dozvoljena razlika u nadmorskoj visini između najviše i najniže tačke igrališta za takmičenje

Najveći uspon = maksimalna dozvoljena vertikalna visina uzlaznog nagiba bez ravnog dijela ili silaznog nagiba u dužini od najmanje 200 m

Ukupni uspon = ukupni uspon za takmičeće (zbir svih uzlaznih nagiba) za svakog takmičara

Cjelokupni propisi nalaze se na Internet stranici www.ibu.at/rules.

Neophodni koraci:

- Detaljno planiranje područja za biatlon u pogledu staza, strelišta, objekata, itd.
- Studija izvodljivosti
- Definisanje finansiranja
- Izvedba
- Prva takmičenja (npr. Svjetski kup, Državni šampionat Bosne i Hercegovine, itd.)

Investicije:

Oko 3,5 miliona EUR - 4,5 miliona EUR

Smještajni kapaciteti: Dodatnih 3000 kreveta**Projekat 8: Izgradnja hotela sa 4* namijenjenog porodicama****Podaci**

Kategorija: 4*

Broj kreveta: 300

Opremljenost:

- Visokokvalitetni porodični apartmani sa 2 spavaće sobe/4 kreveta (prosječne veličine 50 m²)
- Visokokvalitetan "Dječiji svijet" – na otvorenom i u zatvorenom prostoru – sa izraženom animacijom
- wellness dio za odrasle
- Otvoreni i zatvoreni bazeni
- Porodični park

U sljedećem dijelu dati su kriteriji za smještajne objekte namjenjene porodicama. Zasnovani su na najznačajnijim kriterijima za "Dječiji hotel / Kinderhotel", na marketinškoj saradnji za hotele namijenjene porodicama i djeci u Austriji. Oni su sami napravili svoju sertifikaciju u stilu opšte sertifikacije zvjezdica. "Dječiji hotel / Kinderhotel" može dobiti 3, 4 ili 5 smješaka (☺).

Kriteriji za 3 smješka (☺):**Lokacija**

- Igralište za djecu u potpunosti odvojeno od saobraćaja

Namještaj i uređaji u porodičnim sobama

- Odgovarajući dječiji kreveti
- Uređaji i utičnice zaštićeni od domaćaja djece
- Dječiji alarm, stoličica za kupatilo, sjedišta za WC šolje za djecu od 1 do 3 godine, kada za bebe, termometar, korpa za pelene, postolje za mijenjanje pelena, grijač bočica, inhalator i dječja tuta su na raspolaganju u bilo koje vrijeme na zahtjev.

Prostorije za ručavanje

- Veličina stolova prilagođena porodicama sa dosta dodatnog prostora
- Nepušačke zone
- Visoke stolice i sigurnosni jastuci u različitim veličinama, dječiji pribor za jelo, čaše i posuđe, igračke koje služe za zabavu prilikom čekanja (npr. setovi za crtanje i bojenje, slika-slagalica, knjige, itd.), dječiji meni ili dječije porcije, dječiji napitci

Mjesta za igru

- Odvojena soba za igranje sa igračkama namjenjenim djeci (svijetla i gostoljubiva, sa prozorima)
- Igralište na otvorenom sa pijeskom, ljudiškama, dječijim toboganom, itd.
- Automobili igračke

Usluge

- Prednost za porodice sa djecom
- Atmosfera namjenjena porodicama
- Usluge čuvanja djece tokom dana i večeri na rapolaganju u bilo koje vrijeme (posebno se naplaćuje)
- Usluge pranja veša
- Služba dječije medicine
- Biblioteka igračaka
- Dječja kolica, ruksaci i nosiljke/kaiševi za djecu za iznajmljivanje
- Poludnevni dječiji dnevni boravak – minimum 20 sati njege sedmično
- 1 vaspitač/ica na 20-oro djece tokom radnog vremena

Dodatni kriteriji za 4 smješka (☺):**Lokacija**

- Igralište za djecu u potpunosti odvojeno od saobraćaja – sa sigurnim direktnim pristupom hotelu
- Standard nadzora za zatvoreni bazen ili bazen za igru

Namještaj i aparati u porodičnim sobama

- Prostrane sobe i apartmani sa dosta prostora čak i ukoliko dvoje djece spava u apartmanu
- Dječiji alarm u svakoj sobi
- Mogućnost pranja i sušenja veša u kupatilu i/ili na balkonu
- Spavaće sobe mogu biti malo mračnije

Prostorije za ručavanje

- Jednom dnevno da bude na raspolaganju dječiji sto (5 dana u sedmici) sa osobom zaduženom da vodi računa o djeci
- Bar sa sokovima sa najmanje dvije vrste sokova (10.00 h do 20.00 h)

Mesta za igru

- Mesta za igranje koja odgovaraju veličini hotela

Usluge

- Dnevni boravak za bebe i malu djecu koje vodi kvalifikovano osoblje pet dana u sedmici, tokom cijelog dana (minimum 40 sati sedmično)
- Organizirani programi za cijelu porodicu najmanje jednom sedmično (npr. popodne za igru, dječija modna revija, šetnja i izlet za sve, itd.)
- Minimum 2 vaspitača/ice

Dodatni kriteriji za 5 smješaka (☺):

Lokacija

- hoteli sa 4* koji posjeduju hotelski foaje i dnevni bar
- Zatvoreni bazen ili bazen za relaksaciju sa solarijumom i saunom
- Zatvoreni plitki bazen za djecu
- Mjesta za odmor i igranje bezbjedno ograđena za djecu
- Hotelsko zemljiste ograđeno – bez automatskih vrata
- Zagarantovane godišnje provjere sigurnosti

Namještaj i aparati u porodičnim sobama

- Igračke i igre za sobe i apartmane na raspolaganju na recepciji po zahtjevu (odgovarajuće za uzrast djece)
- Zaštićene kukice i držaci za peškire koji su u ravni sa dječijom visinom, paketi za njegu beba (krema, baby maramice, puder, itd.)
- Kompjuterizovani baby monitori (upozoravajući "bipovi" ili bežični telefon) u svakoj sobi i apartmanu

Prostorije za ručavanje

- Nepušačka zona u resotranu ili prostoriji za ručavanje
- All-inclusive za odrasle i djecu, smještaj u sobama roditelja ili apartmanima
- Dječiji ručkovi, popodnevni čaj, korpa voća, večernji obrok ili popodnevni sladoled, bezalkoholna pića su na raspolaganju 24 časa dnevno besplatno na Fontani limunade
- Dječiji sto u vrijeme ručka i u toku večeri – obezbijeđena osoba koja vodi brigu o djeci

Igrališta

- Vrtić, grupe po starosnoj dobi, sa priborom i opremom za obdaništa za djecu stariju od 2 godine; za crtanje, slikanje, lutkarsko pozorište, Lego i Duplo kocke
- Odvojena kupatila za djecu sa opremom za pranje ruku
- Odvojena mjesta za bebe sa opremom za mjenjanje pelena, kuhinjom za pripremu dječje hrane, kadom za pranje, sredstvom za dezinfekciju
- Igralište na otvorenom sa dvorcem od gume na naduvavanje, dječijim atrakcijama, mjestom za igranje u pijesku, ljljaškom, dječijim toboganom, vrteškom, automobilima igračkama, triciklima, itd.
- Mekana oprema za igranje u zatvorenom prostoru ili odgovarajući ambijent za igranje u zatvorenom kao dodatak dijelu za dječiji boravak
- Bioskop i pozorište za predstave

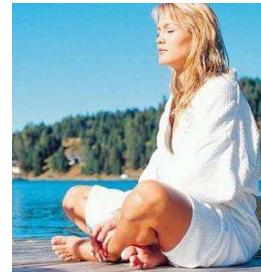
Usluge

- Odvojeni dnevni boravak za bebe i malu djecu najmanje 6 dana tokom sedmice, tokom cijelog dana, kojeg vodi kvalifikovano osoblje i zabavljači (minimum 60 sati sedmično)
- Najmanje jedna osoba zadužena da vodi brigu o djeci na svakih 20 kreveta za odrasle za 10-oro prisutne djece

- Avanturistički programi (npr. cirkus, magična predstava, pozorište, zabava indijanaca, dan vitezova, dan gusara, itd.) najmanje tri dana sedmično
- Dnevni boravak za bebe: minimum 1 objekat dnevnog boravka za bebe – šest dana u sedmici, minimum 40 časova, njega se pruža grupi djece
- Hotel koriste isključivo porodice sa djecom i bebama
- Djeci se uručuje sretna maskota po dolasku ili dobijaju oproštajni poklon
- Hotel ima svoju sopstvenu maskotu

Dodatne informacije o "Dječijim hotelim / Kinderhotels" mogu se naći na www.kinderhotels.com.

Projekat 9: Razvoj Hotela“Planinskog wellnessa” sa 3*



Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 400

Opremljenost:

- Veličina i oprema za sobe, kao i opšta infrastruktura za odmor ograničene su osnovnim zahtjevima klijenata
- Osnovni kvalitet primjenjiv na cijeli objekat (jeftino i šik)
- *wellness* područje (1.500 – 1.800 m²) uključujući
 - 3 do 4 različite saune
 - bazen
 - veliki dio za odmor (800 – 1.000 m²)

Projekat 10: Razvoj Hotela “Planinskog wellnessa” sa 4*



Podaci

Kategorija: 4*

Broj kreveta: 200

Opremljenost:

- Prosječna veličina obične dvokrevetne sobe trebala bi biti između 35 – 38 m²
- Dio za wellness (1.400 do 1.600 m²) uključujući dijelove za različite tretmane, bazene, saunu, itd.
- Dio namjenjen ljepoti i kozmetici

Kriterijumi za hotele “Planinskog wellness-a”

U ovom dijelu dati su kriteriji za hotele “Planinskog wellness-a”. Oni se zasnivaju na najvažnijim kriterijima za hotele “Alpskog wellness-a” i na marketinškoj saradnji za hotele “Planinskog wellness-a” u Austriji.

- Hotel ističe svoju nadmorsku visinu, te primjer koja se nadmorska visina može postići i na koji način, smješten na minimumu od 1.200 metara
- Najmanje jedna trećina soba moraju biti “Sobe planinskog wellness-a” sa pogledom na planinu/prirodu, bez imalo ili sa malim stepenom buke, te sa adekvatnim namještajem
- Najmanje 20 % soba mora biti proglašeno trajnim nepušačkim sobama
- Svi ugostiteljski dijelovi hotela imaju jasno izdvojene nepušačke zone
- Restoran nudi onoliko regionalnih proizvoda koliko je moguće – ti proizvodi trebaju biti deklarirani tako da ih gosti lako mogu prepoznati
- Svakog dana nude se jedan vegeterijanski meni, jedan meni kontrolisanog broja kalorija i jedan specijalni “Planinski wellness” meni
- Cijeli hotel i njegov dekor koristi tipične planinske materijale (npr. kamen, drvo, cvijeće, itd.)
- 2 blage planinske vježbe, pod nadzorom kvalifikovanog osoblja, nude se najmanje 5 dana u sedmici (npr. planinsko trčanje, lagana tura vožnjem biciklom, meditativno pješačenje, itd.)
- Hotel mora imati wellness kao osnovnu poslovnu djelatnost koja se obavlja u njegovim prostorijama

- Raspoloživost tretmana i programa mora biti garantovana na dnevnoj osnovi najmanje 6 dana sedmično i 5 sati dnevno
- Profesionalni kozmetički tretman mora biti na raspolaganju (u hotelu ili na udaljenosti od 15 minuta putovanja)
- Funkcionalan najsavremeniji dio za fitnes mora biti na raspolaganju sa najmanje 2 kardio i 2 komada opreme za sticanje snage (u hotelu ili na udaljenosti od 15 minuta putovanja)
- Najmanje jedan zatvoren bazen i/ili otvoreni bazen sa grijanjem i/ili bazen sa hidromasažom
- Najmanje jedna savremena sauna
- Čistoća *wellness* objekata provjerava se najmanje dva puta dnevno
- Najmanje 2 objekta namjenjena "Planinskom *wellness-u*" (npr. bazen sa biljnim isparavanjima, kupka sa kamenjem uz korišćenje lokalnog kamenja, drvena kada, prirodnji izvor za tretmane hidroterapije, vještačka pećina sa slanim vrelo, itd.)
- Najmanje 4 tretmana ili programa za "Planinski *wellness*" (npr. masaža za relaksaciju sa uljima iz regionala, piling maska na bazi bilja i soli, kupka sa mineralnim uljima u drvenoj kadi, vrhunska meditacija, meditativna šetnja, itd.)

Katalog kriterija, uključujući informacije o sadržaju "Planinski *wellness* doručak" i o različitim specijalnostima (kao što je "Alpski fitnes" ili "Alpsko zdravlje"), može se u cijelini naći na www.alpinewellness.com.

Projekat 11: Razvoj „Sela sa drvenim kolibama“ sa 3*



Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 360

Opremljenost koliba:

- Približno 60 koliba za 6 osoba
- Dobar standard sa 3* u dizajnu i opremi
- Svaka koliba ima svoju kuhinju, malu saunu, pećnicu i terasu
- Svaka koliba ima oko 90 m² - zajednički dnevni boravak na prizemlju i spavaće sobe na prvom spratu

Opremljenost sela:

Centralni trg sela sa:

- Gastronomijom (tokom cijelog dana) – npr. italijanski restoran i mali bar za društvene aktivnosti nakon skijanja – uglavnom za ljudе koji odsjedaju u selu, ali takođe i sa dozvoljenim pristupom široj javnosti
- Jezerom u kome se može plivati (sa površinom vode od 1.000 do 1.200 m² i velikom površinom za rekreaciju) – za plivanje, igranje i jedrenje – takođe otvoren i za javnost
- Malim zatvorenim bazenom (naročito dizajniran za djecu – bez *wellness* prostora)
- Avanturističkim dijelom za djecu (zatvoreni objekat za iganje za djecu u kombinaciji sa malim spoljnjim avanturističkim parkom za djecu) uključujući dječje animacije
- Malim zatvorenim prostorom za održavanje različitih događaja (povezan sa objektom za gastronomiju i avanturističkom kućom za djecu) – mogućnost višenamjenskog korišćenja, npr. za animaciju gostiju, programe u toku loših vremenskih uslova, itd.
- Prodavnicom

Projekat 12: Alpske kućice sa 4***Podaci**

Kategorija: 4*

Broj kreveta: 574

Prosječna veličina parcele: 500 metara kvadratnih

Broj jedinica: 18 - 20 po hektaru

Veličina jedinice: 120 - 200 kvadratnih metara

Broj kreveta po jedinici: 50% jedinica će imati 4-6 kreveta

50% jedinica će imati 6-8 kreveta

Lokacija:

Udaljeniji lokaliteti na planini i u dolinama koji su zadržali prirodne karakteristike. Parcele se nalaze sa strane staza koje su izvan jezgra sela. Lokaliteti mogu biti udaljeni od prilaznih žičara tako da skijaši do istih mogu doći pješke. Oblastima razvoja lako se prilazi korišćenjem primarne ili sekundarne mreže puteva sa jednostavnim pristupom objektima i uslugama ski odmarališta.

Karakteristike lokaliteta i objekta:

- Male zbijenosti, ova vrsta objekta ograničena je na zemljište čiji je stepen nagnutosti između 15 -40%.
- Izrađeni kao zasebni objekti na pojedinačnim građevinskim parcelama.
- Lokacije sa strane staza, mogućnost dolaska do / odlaska sa lokaliteta na skijama.
- Nalaze se u spoljnjim oblastima odmarališta, dalje od jezgra sela.

Regulacioni plan i program izgradnje:

Regulacioni plan za ove lokalitete predviđa mjesto stanovanja za jednu porodicu. Mnoga planinska odmarališta dozvoljavaju ovakvim objektima da sadrže jedan manji (< 40% kuće) apartman za iznajmljivanje za smještaj zaposlenih..

Zahtjevi parking prostora i prilaz:

Parking prostor na lokalitetu kao i pristup moraju ispunjavati lokalne zahtjeve vezane uz saobraćaj, te zadovoljavati zakonske propise, a nalaze se na raspolaganju vlasnika imovine.

Projekat 13: Stambene zgrade u etažnom vlasništvu**Podaci**

Broj objekata u etaž. vlas.: 4-5

Kategorija: 3-4*

Broj kreveta: 583

Stambena zgrada u etažnom vlasništvu – Ograničeno korišćenje od strane vlasnika

- Hotelske sobe i/ili apartmani, predvorje i recepcija, restoran, objekti maloprodaje i prostorije za rekreaciju u zatvorenom nalaze se u jednoj zgradi koja ima podzemni parking.
- Nalazi se u glavnom selu.
- Jedinice su u pojedinačnom vlasništvu.
- Jedinice moraju biti dio kapaciteta za iznajmljivanje koje će se nuditi javnosti za iznajmljivanje po noćenju.
- Ugovor klase 2 ograničava korišćenje stambene jedinice od strane vlasnika na 28 dana tokom zimske i 28 dana tokom ljetne sezone. Vlasnici takođe mogu koristiti svoju stambenu jedinicu ukoliko istu nije rezervisala firma za rukovođenje poslovima iznajmljivanja.

Projekat 14: Apartmani sa 4*



Podaci

Kategorija: 4*

Broj kreveta: 583

- Apartmani, kuće istog izgleda izgrađene u nizu ili stambene jedinice istog izgleda koje se nalaze izvan jezgra sela i namjenjene su iznajmljivanju po noćenju za šиру javnost.
- Pojedinačni vlasnici stambenih jedinica.
- Jedinice mogu biti dio kapaciteta za iznajmljivanje uz uslov da su na raspolaganju široj javnosti za iznajmljivanje po danu onda kada ih vlasnik ne koristi.
- Recepција i objekat za registraciju/čekiranje mogu se nalaziti van lokaliteta.
- Apartmani trebaju biti izgrađeni u najmanje 3 do 4 objekta.
- Struktura predloženih apartmana je sljedeća: 40% onih koji sadrže dnevnu sobu i jednu spavaču sobu, i 60% onih koji sadrže jednu dnevnu i dvije spavaće sobe, što znači 45 m^2 - 40 % i 60 m^2 - 60%.

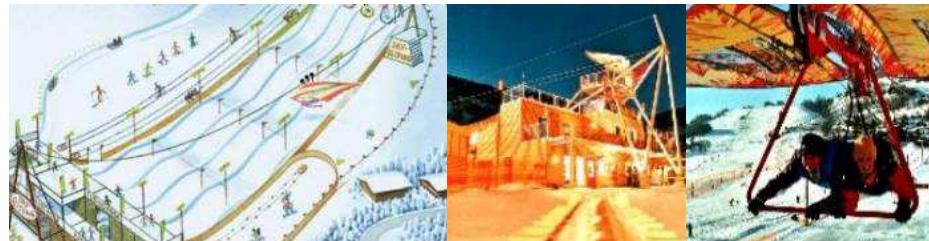
2. OBLAST ZA PORODICE i WELLNESS	Kreveti
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel namjenjen porodicama 4*	300
Jedan hotel za "Planinski wellness" 3*	400
Jedan hotel za "Planinski wellness" 4*	200
NEKRETNINE	
Selo sa drvenim kolibama 3*	360
Alpske kućice 4*	574
4-5 stambenih zgrada u etaž. vlasništvu 3-4*	583
Apartmani 4*	583
Ukupno	3.000

8.5. Predloženi projekti za Sportsko područje (Zona proširivanja 2)

Projekat 1: Nove žičare i staze za skijanje

Vidi sadržaj dijela 8.3.

Projekat 2: Jedriličarstvo



Ideja i opis projekta:

Napraviti kraći teren za jedriličarstvo na Jahorini u dužini od oko 300 metara. Jedriličarstvo znači letjeti sa paraglajderom povezan konopcem. Uzbuđenju doprinosi položaj tijela nagnutog unazad i velika brzina.

Cilj:

Napraviti turistički proizvod "Zabava & akcija" koji će privući pažnju.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati moguće izvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa izvođačem
- Studija izvodljivosti za jedriličarstvo
- Definisanje finansiranja
- Izvedba
- Organizovanje nadzora

Investicija:

Približno 150.000 € - 230.000 €

Projekat 3: Snowboard park zabave



Ideja i opis projekta:

Koristiti jedan dio skijališta posebno za snowboardere. Središte (osnova) tog područja trebao bi biti Snowboard park zabave u dužini 0,7 km i 1,2 km.

Mogući elementi bi mogli biti 5-metarska ograda, 3-metarska ograda, *roller combo*, ugao, 3-metarski skok, *funbox*, 3-metarska duga, 3-metarska ravna ograda, roler, 15-metarska ograda, 20 – 25 m ograda, itd.

Trebalо bi biti moguće savršeno koristiti Snowboard park zabave kao jednu stazu.

Ciljevi:

Razviti alternativni zimski proizvod, tako da se ostvari korišt od najnovijeg snowboard trenda i pozicionirati Jahorinu kao jednu od najatraktivnijih destinacija za snowboarder-e u jugoistočnoj Evropi.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati potencijalne izvođače
- Planiranje, izrada koncepta, izvodljivost
- Izvedba
- Organizovanje nadzora

Investicija:

40.000 € - 70.000 € svake godine – investicija zavisi od veličine i vrste parka zabave, kao i od prirodnih uslova.

Projekat 4: Staza za motore sa četiri točka



Ideja i opis projekta:

Kružna staza za motore sa četiri točka u dužini od 700 do 800 metara sa prosječnom širinom od 5-8 metara. Kružna staza trebala bi biti napravljena tako da primi do 7 trkača u isto vrijeme.

Kao dodatak kružnoj stazi trebalo bi omogućiti organizovana avanturistička putovanja u planinske dijelove.

Cilj:

Izraditi proizvod pun akcije koji privlači mlade ljude.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati moguće proizvođače
- Detaljno planiranje zajedno sa proizvođačem
- Studija izvodljivosti
- Definisanje finansiranja
- Izvedba
- Organizovanje nadzora

Investicija:

120.000 € - 200.000 € u zavisnosti od veličine i vrste kružne staze za motore sa četiri točka.

Smještaj: Dodatnih 1000 kreveta

Projekat 5: Jedan hotel sa 3* za putnike sa sportskom orijentacijom

Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 260

Uvod

Ovaj sportski hotel sa tri zvjezdice biće hotel srednje klase; umjerenih cijena; imaće dnevne usluge pomoćnice, *room service* i imaće pristup Internetu i zatvoreni bazen.

Smješten na zgodnom mjestu, ovaj hotel nudi veliku vrijednost za novac i prijatne je i primamljive atmosfere. Lična usluga i prijazno osoblje pobrinut će se da gostima učine prijatan boravak. Koncept će biti veoma sličan Hotelu A sa tri zvjezdice.

Ovaj objekat treba biti osnovan kao hotel sa tri zvjezdice koji je potpuno u vlasništvu privatnih investitora. Treba da ima za cilj putnike srednje klase koji traže dobar odnos cijena / kvalitet.

Ovaj kompleks sastoјаće se od tri objekta od kojih će svaki imati četiri sprata, a ukupno će imati 130 soba.

Treba raditi najmanje deset mjeseci godišnje, dostižući maksimum prihoda ostvarenih od soba tokom vrhunca sezone u zimskom periodu i koncentrišući se na brojnost tokom ljetnjeg perioda. Treba raditi kao hotel destinacija za skijanje u periodu od mjeseca novembra do aprila. Tokom ostalog dijela godine, od maja do oktobra, treba raditi kao odmaralište za tržište za svačiji džep.

Lokacija

Hotel B sa tri zvjezdice nalaziće se u drugoj zoni proširivanja na Jahorini blizu Kadinog Vrela. Ovaj projekat predstavljaće novu građevinu.

Usluge

Ova imovina sa tri zvjezdice imat će 130 soba, uključujući 91 standardnu sobu, 35 soba 'superior' i 4 apartmana 'junior'. Imaće sobe za nepušače, povezane sobe, sobe za goste sa invaliditetom. Hotel će imati kapacitet of 260 kreveta. Tri objekta će imati mjesta za dva restorana, tri bara, fitness klub, zatvoreni bazen, parking mjesta. Klima, grijanje, *room service*, usluge pranja odjeće, sefovi u sobama, Internet kutak, prodavnice i satelitsku TV.

Smještaj

- 66 standardnih soba sa bračnim krevetom

Veličina standardne sobe je oko 25 metara kvadratnih; ima kupatilo sa tuš kabinom, umivaonik, toalet, grijач za peškire i dodatke za kupatilo. Soba ima dva kreveta, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, ormara, noćne stoliće i sef.

- 25 standardnih soba sa king size krevetom

Veličina standardne sobe je oko 25 metara kvadratnih; ima kupatilo sa tuš kabinom, umivaonik, toalet, grijач za peškire i dodatke za kupatilo. Soba ima jedan *king size* krevet, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, ormara, noćne stoliće i sef.

- **25 soba 'superior' sa bračnim krevetom**
Veličina ove sobe je oko 25 metara kvadratnih; ima kupatilo sa tuš kabinom, umivaonik, toalet, grijач за пеšкire i dodatke за kupatilo. Soba ima dva kreveta, sofу koja сe razvlačи, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, ormar, ноћне stoliće i sef.
- **10 soba 'superior' sa king size krevetom**
Veličina ove sobe je oko 25 metara kvadratnih; ima kupatilo sa tuš kabinom, umivaonik, toalet, grijач за пеškire i artikle за kupatilo. Soba ima jedan king size krevet, sofу na razvlačenje, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, ormar, ноћне stoliće i sef.
- **2 apartmana 'junior' sa bračnim krevetom**
Veličina apartmana je oko 30 metara kvadratnih, podijeljen je na dva dijela, kupatilo, spavaća soba i dnevna soba zajedno. Ima kupatilo sa kadom, tuš kabinu, umivaonik, toalet, fen za kosu, grijач за пеškire, dodatke за kupatilo. Soba ima dva kreveta, prostор за sjedenje sa sofom koja сe razvlačи, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, mini bar, HiFi, radni sto, balkon, ormar, ноћне stoliće i sef.
- **2 apartmana 'junior' sa king size krevetom**
Veličina apartmana je oko 30 metara kvadratnih, podijeljen je na dva dijela, kupatilo, spavaća soba i dnevna soba zajedno. Ima kupatilo sa kadom, tuš kabinu, umivaonik, toalet, fen za kosu, grijач за пеškire, artikle за kupatilo. Soba ima jedan king size krevet, prostор за sjedenje sa sofom koja сe razvlačи, klimu/grijanje, satelitsku TV, telefon, mini bar, HiFi, radni sto, balkon, ormar, ноћне stoliće i sef.

Hrana i piće

Hotel sa tri zvjezdice (B) imaće pet mјesta gdje se služi hrana i piće

- Glavni restoran sa 210 mјesta za sjedenje, u kojem ће se posluživati doručак, ručак i večera.
- Indijski restoran sa 60 mјesta za sjedenje
- Azijski restoran sa 50 mјesta za sjedenje
- Pivnica
- Taverna

Projekat 6: Jedan standardan hostel sa 2* za mlađe putnike



Podaci

Kategorija: standard 2*

Broj kreveta: 150

Uvod

Ovakav hostel je pod nadzorom i predstavlja povoljno mjesto za smještaj putnika, naročito za mlađe putnike ili planinare. Cilj je da se obezbijedi kratkoročni smještaj za putnike i izletnike, a naročito da se ohrabre aktivnosti na otvorenom i kulturna razmjena za mlade. U ovim hostelima gost može iznajmiti krevet u spašaonici i koristiti zajedničko kupatilo, kuhinju i prostorije za odmor. U jednom od hostela takođe će na raspolaganju biti i privatne sobe. Osnovne dobrobiti hostela su prije svega niske cijene smještaja u poređenju sa alternativama kao što su hoteli, te prilike da se upoznaju drugi putnici iz cijelog svijeta. Hosteli su obično manje formalni i jeftiniji od hotela. Najčešće ih koriste mlađi putnici. Postojaće i starosna granica, šte će isključivati putnike koji se ne uklapaju u starosnu kategoriju od 18 do 26 godina.

Smještaj

Standardan hostel sa 2* sastojiće se od jedne zgrade na 3 sprata, imaće ukupno 60 soba sa ukupnim kapacitetom od 150 kreveta.

Projekat 7: Jedan hostel sa 2* ekonomska klasa za mlađe putnike



Podaci

Kategorija: 2* ekonomska klasa

Broj kreveta: 150

Uvod

Ovakav hostel je pod nadzorom i predstavlja povoljno mjesto za smještaj putnika, naročito za mlađe putnike ili planinare. Cilj je da se obezbijedi kratkoročni smještaj za putnike i izletnike, a naročito da se ohrabre aktivnosti na otvorenom i kulturna razmjena za mlade. U ovim hostelima gost može iznajmiti krevet u spavaonici i koristiti zajedničko kupatilo, kuhinju i prostorije za odmor. U jednom od hostela takođe će na raspolaganju biti i privatne sobe. Osnovne dobrobiti hostela su prije svega niske cijene smještaja u poređenju sa alternativama kao što su hoteli, te prilike da se upoznaju drugi putnici iz cijelog svijeta. Hosteli su obično manje formalni i jeftiniji od hotela. Najčešće ih koriste mlađi putnici. Postojaće i starosna granica, šte će isključivati putnike koji se ne uklapaju u starosnu kategoriju od 18 do 26 godina.

Smještaj

Hostel sa 2* ekonomske klase sastojće se od jedne zgrade na 3 sprata, imaće ukupno 60 soba sa ukupnim kapacitetom od 150 kreveta.

Projekat 8: Dva mala hotel-pansiona sa 3*



Podaci

Broj hotel-pansiona: 2

Broj kreveta: 110

Jedan porodični hotel imaće 25 soba sa ukupnim kapacitetom od 50 kreveta.

Jedan porodični hotel imaće 30 soba sa ukupnim kapacitetom od 60 kreveta.

Lokacija:

Područja na planini i u dolinama koji su zadržali prirodne karakteristike, i koji se nalaze sa strane staza i u dolini van centra sela. Lokaliteti mogu biti udaljeni od staza i prilaznih žičara, ali tako da skijaši do istih mogu doći pješke.

Predmetnim objektima bi se trebalo lako prilaziti putem primarne ili sekundarne mreže puteva sa jednostavnim pristupom objektima i uslugama ski odmarališta.

Karakteristike lokaliteta i objekta:

- Srednja gustoća naseljenosti, gdje je položaj ovog objekta obično ograničen na zemljiste čiji je stepen nagnutosti između 0 -25%.
- Izgrađen kao veliki smještajni objekat koji nudi usluge noćenja sa doručkom ili kao "krčma".
- Lokacije sa strane staza, mogućnost dolaska do / odlaska sa lokaliteta na skijama.
- Objekat je stambeni po karakteru i arhitekturi, integriran sa drugim susjednim porodičnim objektima.

Regulacioni plan i program izgradnje:

Regulacionim planom treba biti obezbijeđeno da ovaj lokalitet bude zamišljen kao pansion za turiste ili kao taverna za putnike. Lokalitet je dovoljno velik da se na njega smjesti glavna zgrada sa 25 do 30 soba za goste i apartmanom za vlasnika/upravnika. Sobe za goste su manje i intimnije, mogu sadržati sopstveno kupatilo ili dijeliti prostorije. Očekivani bruto prostor je 45 do 50 metara kvadratnih po sobi.

Zahtjevi parking prostora i prilaz:

Parking prostor na lokalitetu mora biti obezbijeđen tako da zadovolji zahtjeve za parking mjestima relevantnog smještajnog objekta i adekvatno reguliše prostor za utovar/istovar.

Projekat 9: Stambene zgrade u etažnom vlasništvu 3*



Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 80

Stambena zgrada u etažnom vlasništvu – Ograničeno korišćenje od strane vlasnika

- Hotelske sobe i/ili apartmani, predvorje i recepcija, restoran, objekti maloprodaje i prostorije za rekreaciju nalaze se u jednoj zgradi koja ima podzemni parking.
- Nalazi se u centralnom selu.
- Jedinice su u pojedinačnom vlasništvu.
- Jedinice moraju biti dio ponude za iznajmljivanje koji će se nuditi javnosti za iznajmljivanje po noćenju.
- Ugovor klase 2 ograničava korišćenje stambene jedinice od strane vlasnika na 28 dana tokom zimske i 28 dana tokom ljetne sezone. Vlasnici takođe mogu koristiti svoju stambenu jedinicu ukoliko istu nije rezervisala firma za rukovođenje poslovima iznajmljivanja.

Projekat 10: Apartmani 3*



Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 100

- Apartmani, kuće istog izgleda izgrađene u nizu ili stambene jedinice istog izgleda koje se nalaze izvan jezgra sela i namjenjene su za iznajmljivanje po noćenju široj javnosti.
- Pojedinačni vlasnici stambenih jedinica.
- Jedinice mogu biti dio ponude za iznajmljivanje uz uslov da su na raspolaganju široj javnosti za iznajmljivanje po noćenju onda kada ih vlasnik ne koristi.
- Recepција i objekat za registraciju/čekiranje mogu se nalaziti van lokaliteta.

Projekat 11: Alpske kućice 3*



Podaci

Kategorija: 3*

Broj kreveta: 150

Prosječna veličina parcele: 400 metara kvadratnih

Broj jedinica: 20 - 22 po hektaru

Veličina jedinice: 120 - 160 kvadratnih metara

Broj kreveta po jedinici: 50% jedinica imaće 4-6 kreveta

50% jedinica imaće 6-8 kreveta

Lokacija:

Područja na planini i u dolinama koji su zadržali prirodne karakteristike. Parcele se nalaze sa strane staza koje su izvan jezgra sela. Lokaliteti mogu biti udaljeni od prilaznih žičara, ali tako da skijaši do istih mogu doći pješke. Oblastima razvoja lako se prilazi primarne ili sekundarne mreže puteva sa jednostavnim pristupom seoskim stazama i ugodnostima odmarališta.

Karakteristike lokaliteta i objekta:

- Male zbijenosti, ova vrsta objekta ograničena je na zemljište čiji je stepen nagnutosti između 15 -40%.
- Izrađeni kao zasebni objekti na pojedinačnim građevinskim parcelama.
- Lokacije sa strane staza, mogućnost dolaska do / odlaska sa lokaliteta na skijama.
- Nalaze se u spoljnjim oblastima odmarališta, dalje od jezgra sela.

Regulacioni plan i program izgradnje:

Regulacioni plan za ove lokalitete dozvoljava mjesto stanovanja za jednu porodicu. Mnoga planinska odmarališta dozvoljavaju mjestima stanovanja namjenjenim jednoj porodici da sadrže jedan manji (< 40% kuće) apartman za iznajmljivanje za smještaj uposlenih.

Zahtjevi parking prostora i prilaz:

Parking prostor na lokalitetu kao i pristup moraju ispunjavati lokalne zahtjeve vezane uz saobraćaj, te zadovoljavati zakonske propise, a nalaze se na raspolaganju vlasnika imovine.

3. SPORTSKA OBLAST	Kreveti
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel 3* za putnike sa sportskom orijentacijom	260
Jedan standardni hostel 2*	150
Jedan hostel ekonomski klase 2*	150
Jedan mali hotel-pansion 3*	50
Jedan mali hotel-pansion 3*	60
NEKRETNINE	
Jedna stambena zgrada u etažnom vlasništvu 3*	80
Apartmani 3*	100
Alpske kućice 3*	150
Ukupno	1.000

Ukupan smještajni i kapacitet nekretnina

Hoteli i nekretnine	Kreveti
1. POSTOJEĆE PODRUČJE	
Postojeći kapaciteti	
6 hotela	1.022
17 apartmana	568
18 domova za smještaj	400
Vikend koliba	1.280
Ukupno	3.270
Novi kapaciteti	
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel 5* (bivša Jahorina)	490
Jedan MICE hotel 4*(Rajska Dolina)(novih 220 kreveta)	220
Jedan hotel 3* namijenjen porodicama (bivši Mladost)	300
Jedan standardni hostel 2* (bivši Partizan)	100
NEKRETNINE	
Apartmani A (B&BVučko)	660
Apartmani B	540
Total	2.310
2. PODRUČJE PORODIČNOG I WELLNESS TURIZMA	
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel 4* za porodice	300
Jedan hotel 3* namijenjen "Planinskom wellness-u"	400
Jedan hotel 4* namijenjen "Planinskom wellness-u"	200
NEKRETNINE	
Selo sa drvenim kolibama 3*	360
Alpske kućice 4*	574
Apartmani 4*	583
Četiti do pet stambenih objekata 3-4* etažno vlasništvo	583
Ukupno	3.000
3. SPORTSKO PODRUČJE	
HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI	
Jedan hotel 3* za putnike sa sportskom orijentacijom	260
Jedan standardni hostel 2*	150
Jedan hostel 2* ekonomske klase	150
Jedan mali hotel-pansion 3*	50
Jedan mali hotel-pansion 3*	60
NEKRETNINE	
Jedan stambeni objekat 3* u etažnom vlasništvu	80
Apartmani 3*	100
Alpske kućice 3*	150
Total	1.000
UKUPAN BROJ KREVETA	9.580

Gornja tabela prikazuje broj kreveta u sva tri područja. Ukupan broj kreveta je 9.580.

8.6. Projekti koji se preklapaju

Projekat 1: Koncept planinarske ture



Ideja i opis projekta:

Izrada atraktivnog koncepta rekreativnog planinarenja za Jahorinu sa sljedećim glavnim sadržajima:

- Poboljšanje postojećih planinarskih staza i pravljenje novih staza uključujući i povezivanje staza jedne sa drugom
- Integracija turističke suprastrukture na Jahorini (smještaj i gastronomija) - npr. razvoj hotela prilagođenih planinarima sa objektima za iznajmljivanje opreme za planinarenje, vodiči za planinarenje, karte sa ucrtanim stazama, kolibe sa gastronomskom ponudom duž staza.

Ciljevi:

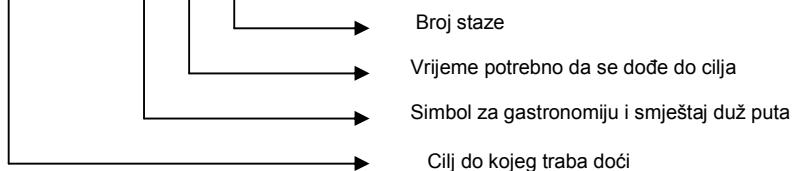
Napraviti proizvod koji stimuliše ljetnji turizam na Jahorini. Koncept planinarske ture također doprinosi jednom ključnom stubu pozicioniranja Jahorine – preciznije ponudi aktivnosti planinskog wellness-a.

Neophodni koraci:

- Definisanje pitanja obaveza koje se tiču odnosa vlasnika zemljišta i korisnika
- Detaljna izrada terena (uključujući različite staze sa različitim stepenom težine za različite ciljne grupe)
- Utvrđiti konačno trasiranje s obzirom na integraciju takozvanih "Mjesta od interesa" (npr. jedinstvena formacija stijena, lijep pogled, izvori, itd.)
- Označavanje i opisi informacija sa kartama staza
- Izrada kriterijuma za smještajne i objekte infrastrukture namjenjene planinarima
- Organizacija posebnih događaja

Investicija:

Približno 200.000 – 300.000 € (u zavisnosti od broja staza, označavanja, informativnih materijala)

Primjer označavanja staza za planinarenje

Projekat 2: Park planinskog biciklizma



Ideja i opis projekta:

Izrada različitih staza za planinski biciklizam sa putokazima, dvije spust staze, "Biciklistički park" i "Jahorina centar za biciklističke usluge" (iznajmljivanje bicikala, prodavnica, garaža, mjesto za čišćenje bicikala, mogući tuševi za bicikliste, itd.).

Neke od staza trebaju biti pripremljene tako da omogućavaju da se dvojica ili trojica biciklista utrkuju u isto vrijeme.

Ciljevi:

Napraviti turistički proizvod "Zabava & akcija" na Jahorini koji podržava planirani razvoj u ljetnjem periodu.

Neophodni koraci:

- Definisanje pitanja obaveza koje se tiču odnosa vlasnika zemljišta i korisnika
- Detaljna izrada terena (uključujući različite staze, spust staze, itd.)
- Utvrditi konačno trasiranje s obzirom na integraciju takozvanih "Mjesta od interesa" (npr. jedinstvena formacija stijena, lijep pogled, izvori, itd.)
- Opis znakova i informacija
- Izrada kriterijuma za smještajne i objekte infrastrukture namjenjene bicikлизmu
- Organizacija posebnih događaja (npr. Svjetski kup u spustu, itd.)

Investicija:

Približno 200.000 € - 300.000 € (u zavisnosti od vrste)

Projekat 3: Staze za nordijsko skijanje



Ideja i opis projekta:

Napraviti atraktivne staze za nordijsko skijanje na Jahorini u ukupnoj dužini od približno 30 - 40 kilometara.

Ciljevi:

Izrada savremenog, univerzalnog turističkog proizvoda za zimsku sezonu.

Neophodni koraci:

Izrada koncepta za turistički proizvod nordijskog skijanja sa sljedećim sadržajem:

- Napraviti staze za nordijsko skijanje u ukupnoj dužini od 30 - 40 kilometara
- Napraviti jednu stazu od oko 5 kilometara na kojoj će snijeg biti zagarantovan (vještački snijeg ukoliko je to potrebno) i koja će imati osvjetljenje.
- Napraviti staze za nordijsko skijanje na najvišem platou na vrhu planine
- Konfiguracija pozicija starta i cilja sa odgovarajućim oznakama i infomacijama (npr. karta svih staza na velikoj tabli na startnoj poziciji)
- Organizacija takmičenja u nordijskom skijanju na Jahorini
- Izrada i prodaja paket aranžmana za nordijsko skijanje (smještaj + oprema za nordijsko skijanje)

Investicija:

Približno 50.000 € - 70.000 €

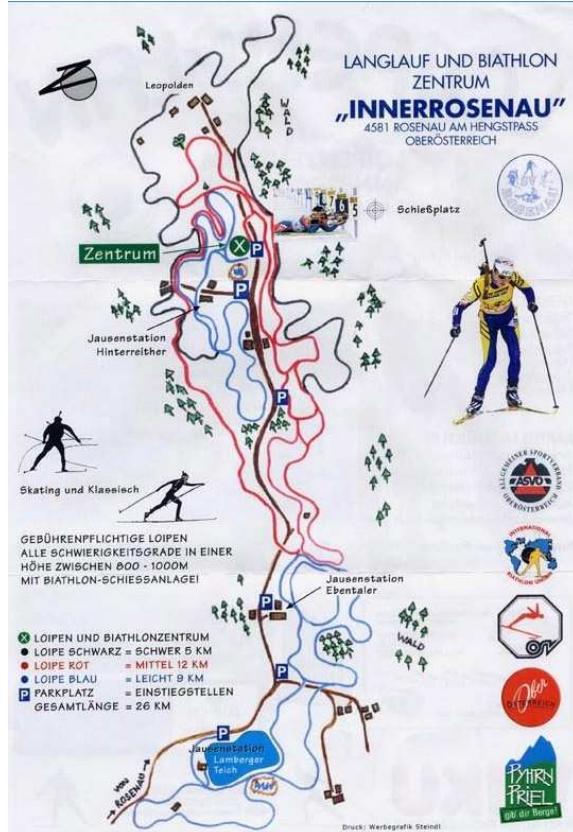
Primjer označavanja:

Crne staze za nordijsko skijanje - teške

Crvene staze za nordijsko skijanje - umjerene

Plave staze za nordijsko skijanje - luke

Drugi sadržaji: npr. gastronomija, parking prostori, nordijski centar i druge stvari od interesa



Projekat 4: Koncept mobilnosti

Ideja i opis projekta:

Trenutno na Jahorini postoji ozbiljan problem sa saobraćajem i prostorom za parkiranje, naročito u zimskom periodu.

Neophodno je izraditi koncept mobilnosti da bi se izbjeglo zakrčenje saobraćaja, i da bi se na najmanju mjeru doveli negativni uticaji na prirodnu sredinu koje prouzrokuje saobraćaj i kako bi se poboljšala situacija u pogledu mjesta za parkiranje.

U isto vrijeme, koncept mobilnosti mora poštovati činjenicu da gosti žele biti mobilni i fleksibilni na destinaciji za odmor.

Prva neophodna aktivnost bila bi eliminisanje saobraćaja u gornjem dijelu što je više moguće. Tako bi prilaz automobilima trebao biti zabranjen sa izuzetkom gostiju hotela. Granična rampa sa čuvarom trebala bi biti negdje između hotela Rajska Dolina i hotela Termag. Alternativno moglo bi se orijentisati na područje Gnjilih bara u kome je takođe moguće organizovati saobraćaj u mirovanju za dnevne goste – cca 2000 vozila. U ovom slučaju, obuhvat plave zone – zone proširenja bi se pripojio obuhvatu Gnjilih bara preko Zelene glav. i isti se povezao kosim transportom sa centralnom zonom skijališta.

Neophodno bi bilo da se javni parking prostori grade u donjem dijelu prije granične rampe. U zimskom periodu svi gosti koji dolaze na jedan dan trebali bi koristiti ove parking prostore. Ukupan kapacitet parking mesta, uključujući i hotelski parking prostor, trebao bi dostići 4.000 - 4.800 do 2016. godine. Kapacitet parking mesta za dnevne goste trebao bi biti između 2.000 i 2.400 mesta.

Individualni saobraćaj za jednodnevne goste ne bi trebao biti dozvoljen u zimskom periodu – samo gosti koji ostvaruju noćenja imaju dozvolu da se dovezu do mesta svog prenocišta.

Štaviše, zakon o gradnji relevantne opštine trebao bi se dopuniti tako da propisuje da svi novi smještajni objekti moraju imati sopstvene odgovarajuće parking prostore.

Koncept mobilnosti uključuje:

- Šatl autobuse

Šatl autobusi prevoze goste od Pala i Sarajeva na Jahorinu i nazad.



- **Jahorina šatl**

Jahorina šatl je minibuz koji prevozi goste na Jahorini (npr. od parking mjesta do Visokog platoa ili do ski staza za nordijsko skijanje). Šatlovi imaju određene maršute, voze u redovnim intervalima i trebali bi biti besplatni.



- **Privatna taksi služba**

Vozila privatne taksi službe prevoze putnike do pojedinačnih mesta od interesa na Jahorini. Trebate samo pozvati taksi liniju i privatno organizovana taksi služba osiguraće Vam adekvatanu vožnju.



- **Alternativna vozila za zabavu u ljetnjem periodu**

U ljetnjem periodu alternativna vozila za zabavu su na raspolaganju i gosti ih mogu iznajmiti



Takođe bi bila dobra ideja da smještajni objekti nude paket aranžmane koji uključuju smještaj i takozvanu mobilnu karticu koja uključuje gore navedene mogućnosti prevoza na Jahorini.

Ciljevi:

Cilj koncepta mobilnosti na Jahorini jeste da se za prevoz do Jahorine i po Jahorini napravi praktična strategija prevoza koja je istovremeno i u skladu sa zaštitom okoline. Takođe, koncept treba imati za cilj da se na najmanju moguću mjeru smanji broj automobila u osjetljivoj gornjoj oblasti planine.

Neophodni koraci:

- Kontaktirati okolne zajednice i Sarajevo u pogledu javnog prevoza do Jahorine i finansiranja ovog javnog prevoza
- Izgradnja odgovarajućih parking prostora na ulazu u Jahorinu
- Napraviti graničnu rampu sa čuvarom između hotela Rajska Dolina i hotela Termag (ili prema obuhvatu Gnjilih bara u skladu sa navedenim prijedlogom)
- Zakon o gradnji relevantne opštine dopuniti tako da propisuje da svaki novi smještajni objekat mora imati odgovarajuće sopstvene parking kapacitete
- Unaprijediti infrastrukturu za mobilnost na Jahorini i tražiti ponude za prevozna sredstva

Investicija:

Upravna jedinica i opštine trebale bi obezbijediti javni prevoz (npr. između Sarajeva i Jahorine) i istim upravljati.

Investicija za Koncept mobilnosti uključuje šatl autobuse, automobile prilagođene zaštiti okoline i alternativna vozila za zabavu: 500.000 - 600.000 €.

Investicija za parking prostore: 500.000 € - 700.000 € (samo otvoreni parking prostori).

U slučaju izgradnje zatvorenih parkinga (parking objekata) neophodno je računati na oko 8.000 € - 10.000 € po jednom parkingu.

Projekat 4a: Gondola**Prijedlog - djelimično rješenje saobraćajne komunikacije – uvođenje (pokretanje) Gondole**

Kako je već napomenuto, Jahorina ima ozbiljan problem sa saobraćajem i prostorom za parkiranje.

Pokretanjem / uvođenjem gondole (sa 4 ili 6 sjedišta) kao prevoznog sredstva bi, pored navedenih aktivnosti za izradu koncepta mobilnosti, bilo idealno rješenje sprovedivo u budućnosti kada se steknu uslovi finansijske prirode za ovakav projekat.

Ovim bi se takođe smanjio broj parking mjesta, olakšalo korištenje drumskog puta za one koji ga moraju koristiti i u duhu razvoja eko turizma, na jedan praktičan način omogućio lakši prilaz Jahorini sa istočne strane, što do sada nije bio slučaj.

Preduslov za uvođenje gondole je revitalizacija turističke pruge na relaciji Sarajevo – Pale i to tako da je početna stanica (sa svim atraktivnim sadržajima) smještena kod gradske Vjećnice, Sarajevo.

Oživljavanjem ove pruge pružaju se tri opcije da se od Pala aktivira gondola i to:

1. od Pala preko Dvorišta gondolom na Jahorinu (najoptimalniji prijedlog);
2. od Pala do Podgraba, drumskim putem (turističkom prugom) do Vrhprache te gondolom na Jahorinu;
3. od Pala, gondolom preko Ćirinih luka do lokacije Gnjile bare.

Poželjno bi bilo da se sa posljednje stанице ima što direktniji prilaz skijalištu.

Kad su investicije za projekat pokretanja gondole u pitanju, Upravna zajednica i opština bi trebale da primarno podrže ovakvo rješenje koncepta mobilnosti, te u u skorijoj budućnosti a u toku implementacije ovog Master plana za područje Jahorine, naprave sve potrebne „korake“ za konkretizaciju projekta – Gondola.

Projekat 5: Program unaprijeđenja kvaliteta Jahorine

Ideja i opis projekta:

Određivanje zagarantovanih i mjerljivih standarda kvaliteta koji se odnose na turističku ponudu na nivoj smještaja, turističke infrastrukture i destinacije. Ovo se tiče ne samo opremljenosti (fizičke opreme) već i nematerijalnih sredstava (kvalitet usluge).

Ciljevi:

Osim visokog kvaliteta objekata (punuda u hotelima, gastronomija, turistička infrastruktura), na Jahorini se takođe treba osigurati i visok kvalitet usluge (nematerijalni faktori kao što su prijaznost, pouzdanost, atmosfera, itd.).

Jahorina treba stalno pokušavati da se približi standardima zapadne Evrope, te da postane prva u pogledu kvaliteta opremljenosti i nematerijalnog kvaliteta u sektoru turizma u Jugoistočnoj Evropi.

Sa Programom unaprijeđenja kvaliteta gdje se ekonomski sektori prepliću, treba biti razvijena svijesti da svi sektori rade za zajednički cilj.

Neophodni koraci:

- Izrada standarda kvaliteta za različite oblasti (npr. za hotele, gastronomiju, itd.) za opremljenost i nematerijalne faktore u sektoru turizma
- Izrada programa obuke na osnovu standarda kvaliteta koji su određeni
- Redovne koterije koje se odnose na kvalitet kako bi se garantovalo stalno unaprijeđenje kvaliteta
- Kontrola pridržavanja standarda kvaliteta
- Studijska putovanja na destinacije sa kojima se može vršiti poređenje u toku zimske i ljetne sezone

Investicija:

Približno 100.000 €

Projekat 6: Atraktivne planinske kuće/kolibe za društvene aktivnosti poslije skijanja (Apres-Ski)



Podaci

Broj: 5 – 8 planinskih kuća/koliba

Mesta za sjedenje po planinskoj kući: 200 - 500

Procjenjena investicija: 3 – 5 miliona €

Ključni podaci

- Između 45 i 55 % od ukupnog kapaciteta mesta za sjedenje treba biti locirano na otvorenom
- Samousluga kao jedina opcija ili kombinacija opcije samousluge i dijela u kome se vrši posluživanje
- Planinske kuće/kolibe trebaju biti smještene u blizini visoko prometnih područja
- Idealne lokacije su one sa savršenim pogledom
- Bar sa adekvatnom muzikom za društvene aktivnosti poslije skijanja
- Planinske kuće/kolibe u blizini hotela u večernjim časovima takođe mogu imati u ponudi večeru po izboru sa menija

Pored stalnih mesta za gastronomiju u hotelima, ove planinske kuće/kolibe za programe nakon skijanja povećat će broj mesta za gastronomiju i približiti se definisanom Međunarodnom standardu planiranja od 4.500 do 5.500 mesta.

Projekat 7: Uspostavljanje profesionalne organizacije za upravljanje destinacijom (DMO)

Organizacije za upravljanje destinacijom (DMO-i) su organizacije odgovorne za rukovođenje i/ili marketing destinacija. Organizacija za upravljanje destinacijom ima ključnu ulogu (preko svojih funkcija) u ostvarivanju konkurentnosti destinacije. Stvarajući različite proizvode i ciljano se usredsređujući na najmanje tržišne niše, destinacije se danas takmiče više nego ikad od kada je turizam postao sve više konkurentan na svjetskom tržištu.

Za očekivati je da će u budućnosti Jahorina postati ključni igrač u oblasti skijaškog turizma u regionu jugoistočne Evrope. Kako bi se zauzela i, što je još važnije, održala ova pozicija, neophodno je stvoriti jednu profesionalnu DMO. Sve više se shvata da jedna jaka i profesionalno organizovana DMO kao mjesto saradnje i optimiziranja interesa svih zainteresovanih strana predstavlja ključni faktor uspjeha svake turističke destinacije. Ovo shvatanje formiralo se na osnovu analize ocjene istorijskih iskustava u razvoju destinacije (danас, ko je uspješan i zašto?). Također, ova spoznaja stvorila je potrebu da se nove destinacije u ranoj fazi pozicioniranja počnu organizovati na ovaj način. Manje je bitno u čijem je vlasništvu organizacija (privatno, javno, privatno/javno), to zavisi od veličine prostora i njihove strukture interesa. U slučaju jedne nove i "prazne" destinacije koja se može razviti (kao što je slučaj sa nekim američkim, kanadskim i australijskim destinacijama), privatni sektor sam uspostavlja strukturu kupovinom ili koncesijom i na taj način djeluje putem DMO-a. Međutim, u slučaju destinacija koje su naseljene i već imaju uspostavljenju strukturu interesa, postojeće zainteresovane strane uspostavljaju DMO.

Organizacija za upravljanje poslovima destinacije ima pet primarnih funkcija:

1. Ekonomski pokretač destinacije
2. Marketinško tijelo zajednice
3. Koordinator industrijske grane
4. Kvazi-javni predstavnik
5. Graditelj ponosa zajednice

Na operativnom polju DMO kombinuje svoje prethodne funkcije i aktivnosti usredsređujući se na vanjski marketing zajedno sa najnovijim potrebama koje se prije svega usredsređuju na razvoj destinacije i izgradnju konkurentnosti. U ovom smislu, odgovornost DMO-a danas je višefunkcionalna, ali je krajnji cilj da se obezbijedi održiv razvoj destinacije i njena sposobnost da brzo reaguje na promjene na vanjskom tržištu.

S obzirom da ima ovu novu i integrisanu odgovornost za vođenje i marketing destinacije, DMO treba biti tako strukturirana da profesionalno odgovara na svoju poslovnu misiju.

U okviru vanjskog polja djelovanja, DMO je odgovorna za organizaciju svih aktivnosti kako bi se destinacija predstavila svijetu i kako bi se privukli posjetiocu na tu destinaciju. Nakon završetka strateških marketinških aktivnosti u pogledu definisanja imidža, brendiranja i pozicioniranja, treba uspostaviti operativne marketinške aktivnosti. Glavne operativne marketinške aktivnosti DMO-a navedene su dolje niže:

- Internet marketing
- Manifestacije i festivali
- Programi saradnje
- Direktna pošta
- Direktna prodaja
- Blic prodaje
- Sajmovi
- Reklamiranje
- Putovanja radi upoznavanja
- Publikacije i brošure

Internet marketing stavljen je na prvo mjesto zbog njegove sve veće važnosti u pogledu pružanja usluga i proizvoda online. Sve više i više klijenti dobijaju informacije o nekoj destinaciji i vrše rezervacije smještaja putem interneta.

Donja tabela daje osam glavnih funkcija internet stranice Organizacije za upravljanje destinacijom (preuzeto od "Lu & Lu", 2002:8):

Opšti publicitet: Obezbeđuje osnovno prisustvo na internetu, komunikaciju i prateće informacije.	Reklamiranje proizvoda/usluga: Prezentacija domaćih turističkih proizvoda ili usluga bez cijena.	Reklamiranje proizvoda/usluga sa podacima o cijenama: Pruža informacije o cijenama domaćih turističkih proizvoda i usluga.	Upit putem e-maila: Omogućava putem e-mail adrese klijentima da vrše upite o internet stranici, proizvodima, uslugama i tako dalje.
E-mail rezervacije: Omogućava klijentima da vrše online rezervacije, ali se plaćanja i dalje vrše na konvencionalan način.	Online plaćanje: Omogućava online kupovinu (prodaju) uz plaćanje putem kreditne kartice.	Registracija sa identifikacijom: Omogućava svojim klijentima putem identifikacijskog računa direktnu kupovinu.	Drugo: (pozivi radi dobijanja informacija, usluge turističkog vodiča, itd.).

U okviru unutrašnjeg polja djelovanja, DMO je odgovorna za sve konkurenčke aktivnosti unutar destinacije. Drugim riječima, usredstjuje se na razvoj: infrastrukture, proizvoda, usluga i sistema iskustava, odnosno na razvoj poželjnog turističkog profila destinacije. Ove aktivnosti usmjerene su ka osobama i organizacijama unutar destinacije, tako da se učinkovitost DMO-a mjeri sposobnošću da se vrši koordinacija interesa zainteresovanih strana.

Unutrašnje aktivnosti na razvoju destinacije:

- Upravljanje/usmjeravanje posjetioca/turistima
- Informacije/istraživanje
- Koordinacija zainteresovanih strana u turizmu
- Upravljanje potencijalnim kriznim situacijama
- Razvoj ljudskih resursa
- Finansije i kapital za poslovni pothvat
- Upravljanje resursima
- Kvalitet iskustva/doživljaja posjetilaca

Ove unutrašnje aktivnosti na razvoju destinacije zajedno sa gore navedenim vanjskim aktivnostima na polju marketinga destinacije čine sadržaj odgovornosti jedne profesionalne DMO.

Imajući sve ovo na umu, očigledno je da je Jahorini potrebna jedna nova i profesionalna Organizacija za upravljanje destinacijom kako bi se izgradila njena pozicija na međunarodnom tržištu turizma. Postavlja se pitanje kako doći do ovog nivoa jedne konkurentne organizacije.

Sadašnja situacija

a) Status quo Turističke organizacije u Republici Srpskoj

Na osnovu Zakona o turizmu (Službeni glasnik RS, br. 55.) gradovi ili opštine mogu formirati Turističku organizaciju koja je uređena prema propisima javnih institucija. Obim posla i odgovornosti Turističke organizacije uglavnom su usredsređeni na promociju turizma, informacije i statistiku, kao i na promociju manifestacija, zaštitu kulturne baštine i zaštitu okoliša neke destinacije. Osim toga, TO je također odgovorna za koordinaciju zainteresovanih strana koje su uključene u poslovne aktivnosti u sektoru turizma unutar destinacije.

Sistem TO u Republici Srpskoj finansira se od boravišne takse, budžeta opština/gradova, kao i od članarine i sponzorstva.

Postojeći zakon omogućava TO da bude aktivnija i da ima više uticaja na izgradnju konkurentnosti destinacije, te da podržava njen razvoj. Međutim, s obzirom da su one osnovane kao državne, odnosno entitetske i uređene institucije, njihov efektivan uticaj na razvoj destinacije i konkurentnosti veoma je ograničen. Njihova uloga koordinatora vrši se putem koordinacionih sastanaka i akcionih planova za pripremu turističke sezone na relevantnim destinacijama.

Vlada Republike Srpske, na osnovu istog zakona, može znatno uticati na programe konkurentnosti putem finansiranja različitih razvojnih projekata, projekata u oblasti urbanizma i infrastrukture, a na osnovu prijedloga odgovornog ministarstva.

Očigledno je da je postojeći pravni temelj koji se tiče turističkih organizacija u Republici Srpskoj dovoljno velik da uključi bilo koji potreban novi oblik organizacije u okviru državnog (javnog) vlasništva i pravila igre javnih institucija. Međutim, on ne daje mogućnost uspostavljanja Organizacije za upravljanje destinacijom koja je zasnovana na javnom-privatnom partnerstvu. Još uvijek se prati tradicionalni model u kojem administrativna tijela iniciraju, osnivaju i vode organizacije koje su uglavnom usredsređene na vanjske aktivnosti (marketing) i koje kod Vlade zagovaraju da ona poduzme određene projekte koji su orientisani na razvoj destinacije i izgradnju konkurentnosti (potencijalne investicije u infrastrukturu, manifestacije i slično). Međutim, nema značajnih igrača unutar privatnog sektora koji bi se smatrali snažnim i konstruktivnim partnerima javnom sektoru u razvijanju turističkih destinacija u Republici Srpskoj, a Jahorina može postati prvi primjer izgradnje jedne nove i moderne Organizacije za upravljanje destinacijom (DMO).

b) Prijedlog uspostavljanja Organizacije za upravljanje destinacijom Jahorina

Teritorija Jahorine dio je Turističke organizacije Istočno Sarajevo koja uključuje 6 opština: Pale, Trnovo, Sokolac, Istočni Stari Grad, Istočno Novo Sarajevo i Istočna Ilidža. Sjedište TO-a je na Palama. Sa budžetom od približno 50.000 EUR u 2005. godini, glavni zadaci TO su: promocija i reklamiranje (učešće na sajmovima, izdavanje brošura, turistički vodiči i razglednice), organizacija manifestacija (npr. "Zima na Jahorini"), te širenje informacija. TO Istočno Sarajevo je u fazi organizacije novog turističkog-informativnog biroa na Jahorini.

Osim nekih promotivnih i aktivnosti koordinacije, TO Istočnog Sarajeva nema finansijski niti operativni kapacitet da utiče na brzo i radikalno restrukturiranje Jahorine kao destinacije. S druge strane, misija TO Istočno Sarajevo je promocija turizma na čitavom Sarajevsko-Romanjiskom turističkom regionu i kao takva, i u budućnosti treba ostati kao regionalna organizacija za upravljanje turizmom koja inicira i ide u pravcu oživljavanja sektora turizma na cijeloj oblasti.

Stoga treba biti formirana nova Organizacija za upravljanje destinacijom koja je fokusirana na Jahorinu.

Postoje dvije osnovne opcije za uspostavljanje DMO-a Jahorina.

Model 1.

Prvi model je da se slijede postojeći javni propisi, ali da se prilagodi postojeći model finansiranja za ovu vrstu organizacije. Ovo znači da odgovorno tijelo (Grad Pale) formira ovu DMO gdje će privatne zainteresovane strane biti samo djelimično uključene, uglavnom preko njenog Savjetodavnog odbora ili Povjerenstva. Ova organizacija bi trebala imati nezavisnog generalnog direktora i Savjetodavni odbor za marketing i razvoj koji će stvarati, voditi i nadzirati sve aktivnosti DMO-a.

U ovom slučaju DMO treba biti imenovana kao Preduzeće za upravljane destinacijom Jahorina, a njen model finansiranja trebao bi biti sljedeći:

a) Boravišna taksa

- 60% ukupnih prihoda od boravišne takse u iznosu od najmanje 1 evro po krevetu po noćenju; treba biti smatrano kao prihod DMO-a;
- 10% ukupnih prihoda od boravišne takse u iznosu od najmanje 1 evro po krevetu po noćenju; treba ići Gradu Pale za troškove vođenja i druge pograne vezane za gradski turizam;
- 15% ukupnih prihoda od boravišne takse u iznosu od najmanje 1 evro po krevetu po noćenju; treba biti prebačeno regionalnoj DMO Istočno Sarajevo;
- 15% ukupnih prihoda od boravišne takse u iznosu od najmanje 1 evro po krevetu po noćenju; treba biti prebačeno nacionalnoj DMO u Banjoj Luci.

S obzirom da Grad Pale organizuje DMO Jahorina, ona u svoje marketinške aktivnosti treba integrisati Pale kao ulaznu kapiju na planinsku destinaciju Jahorina.

b) Doprinos preduzeća turizmu

Osim smještajnih objekata, sva druga preduzeća koja se bave turizmom (npr. restorani, kafići, preduzeća koja upravljaju žičarama, kolibe za odmor poslije skijanja, itd.), kao i sva druga preduzeća na teritoriji opštine Pale također trebaju dati svoj doprinos budžetu Preduzeća za upravljanje poslovima destinacije.

U Austriji, na primjer, sva preduzeća podjeljena su na sedam različitih doprinosnih grupa (npr. doprinosna grupa 1 zarada najviše od turizma – na primjer, preduzeća koja se bave prodajom sportske opreme). U zavisnosti od doprinosne grupe i ukupnog godišnjeg prometa preduzeća izračunava se "Opšti doprinos preduzeća sektoru turizma", potom isti ubire opština i nakon toga on se prenosi na Preduzeće za upravljanje poslovima destinacije Jahorina/Pale.

Dva primjera iz Austrije ilustruju ovaj doprinos. Optičar (doprinosna grupa 5) sa godišnjim prometom u iznosu od 500.000 € mora da plati "Opšti doprinos preduzeća sektoru turizma" u iznosu od 548 € godišnje. Preduzeće koje prodaje sportsku opremu (doprinosna grupa 1) sa godišnjim prometom od 1,1 milion € dat će doprinos u iznosu od 4.940 €, a prodavnica (doprinosna grupa 4) sa godišnjim prometom od 320.000 € mora platiti 270 € godišnje.

Ovaj novi sistem doprinosa, u slučaju da je DMO Jahorina organizovana kao javno tijelo, treba biti definisan kao dio zakona o turističkoj taksi.

c) Finansijska podrška administrativnih tijela

S obzirom na činjenicu da je Jahorina/Pale jedna od turističkih destinacija u Bosni i Hercegovini koja najviše obećava, trebalo bi biti moguće dobiti finansijsku podršku, barem tokom nekoliko prvih godina, i od javnih administrativnih tijela (kao što je to sama opština Pale, regija Istočno Sarajevo ili Republika Srpska.) Na osnovu postojećeg Zakona o turizmu u dijelu o turističkim organizacijama, predviđa se da Vlada Republike Srpske može finansirati projekte koji se odnose na turističku infrastrukturu i planiranje, ukoliko je iste procjenilo i odabralo odgovorno ministarstvo.

U slučaju primjene ovog modela, ubiranje boravišne takse (500 do 700 hiljada noćenja), doprinos i eventualne finansijske podrške Vlade, DMO Jahorina će imati na raspolaganju budžet u visini od 700 do 800 hiljada eura. Sa ovim budžetom, ova DMO imala bi dovoljno prostora da funkcioniše kao profesionalna organizacija.

Model 2.

U slučaju da nije moguće izmjeniti zakon i izvršiti preraspodjelu prihoda od boravišne takse, te uvesti "Opšti doprinos preduzeća sektoru turizma", alternativa je da se značajno ojača buduća uloga Turističke organizacije. U tom slučaju Turistička organizacija bi trebala biti ključna kada je u pitanju konkurentnost destinacije.

Povećanjem budžeta koji bi trebao da iznosi od 250.000 € do 300.000 €, Turistička organizacija ojačala bi i kadrovski i bila u mogućnosti da u potpunosti izvrši sve svoje obaveze koje joj zakon propisuje.

Turistička organizacija u tom slučaju zapošljavala bi:

- 1 generalnog direktora (menadžera destinacije)
- 2 stručna saradnika (razvoj proizvoda i marketing)
- 1 sekretaricu
- 2 do 3 zaposlenika u info birou.

Na osnovu profesionalnog planiranja Turistička organizacija bi organizovala i realizovala sve projekte koji su od značaja za Jahorinu ali i grad Istočno Sarajevo.

Zaključak:

Uspostavljanje moderne i profesionalne Organizacije za upravljanje destinacijom je preduslov za buduće uspješno rukovođenje destinacijom.

Naša je pretpostavka da bi za početnu fazu, prvi model trebao biti prikladniji za Republiku Srpsku s obzirom da on odražava sve potencijalne funkcije DMO-a osim investiranja i razvoja koje obezbeđuje privatni sektor.

Nakon najmanje 5 godina procesa ponovnog razvoja, kada nova struktura tržišta bude uspostavljena i kada novi vlasnici budu određeni, treba se formirati potencijalno privatno-javno partnerstvo.

S tim u vezi mi predlažemo sljedeće neophodne početne korake:

- Verifikacija i uvođenje novog sistema boravišne takse u Republici Srpskoj i nova kategorizacija turističkih mesta;
- Na osnovu nove kategorizacije turističkih mesta u Republici Srpskoj, uvesti "Opšti doprinos preduzeća sektoru turizma" za "prvu kategoriju" turističkih destinacija (mesta) čiji dio očigledno trebaju biti opština Pale i Jahorina;
- Izrada konkretnog poslovnog plana za buduću Organizaciju za upravljanje destinacijom (uključujući model organizacije, finansiranje, udio u poslovnim zadacima, specifikaciju radnih mesta);
- Ulaganja u ovaj projekat trebala bi se desiti nakon što bude postojao opšti poslovni i razvojni model i nakon što dođe do privatizacije na Jahorini. Približna investicija u profesionalni razvoj ove nove strukture iznositi će otprilike 30.000 € uključujući usluge jednog profesionalnog procesa popunjavanja radnih mesta za ovu novu organizaciju.

PRIMJEDBA: Ovaj model Organizacije za upravljanje destinacijom (DMO) nije osmišljen tako da bude odgovoran za privatna ulaganja u buduće projekte na Jahorini.

Projekat 8: Kandidatura za Zimske olimpijske igre 2018.



Ideja projekta:

Cijeli planinski potencijal bivše Jugoslavije koji je uglavnom koncentrisan u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji pruža jednu ozbiljnu razvojnu priliku za planinski turizam kao dio uslužne industrije.

S obzirom da je ovaj region još uvijek u fazi tranzicije i u procesu snažnih ekonomskih reformi, razvoj planinskog turizma postaje jedan od najvažnijih pokretača ukupnog ekonomskog razvoja s obzirom da potencijalno tržište za ovaj poslovni segment ubrzano raste.

S druge strane, ekonomska i socijalna integracija u EU u okviru koje treba provesti međunarodne političke i ekonomske standarde, stavljuju ovaj region u poziciju da reintegriše svoje ekonomske resurse i sarađuje kako bi brže ostvario ekonomsko blagostanje.

S tim u vezi, a imajući u vidu da su se veoma uspješne Zimske olimpijske igre održane u Sarajevu 1984. godine, postoji velika mogućnost za ovaj region da se zajedničkim snagama ponovo kandiduje za Olimpijske igre 2018. godine.

Očekuje se da će ova kandidatura biti pozitivno primljena u međunarodnoj zajednici kao simbol konačne političke i ekonomske stabilizacije regiona Balkana koji je sposoban da prevaziđe političku krizu do koje je došlo krajem 20. vijeka.

Jezgro nove kandidature za Olimpijadu trebao bi biti širi region Sarajeva sa Jahorinom i Bjelašnicom kao ključnim oblastima za organizaciju disciplina na planinama. Međutim, preporučljivo je da se projekt proširi, te predstavlja jedan međugrađani sporazum gdje Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija i možda Hrvatska zajednički podnose kandidaturu, na taj način pokazujući i dijeleći dobru volju za saradnju na globalnim projektima koji zaista ozbiljno mogu pozitivno izmjeniti cijeli regionalni turistički potencijal. Cijela kandidatura treba biti zasnovana na ideji "Olimpijske igre bez granica".

U 2018. godini, više od 20 godina nakon oružanih sukoba u ovom regionu, realizacija zajedničkih Olimpijskih igara, čiji su domaćini zemlje koje su bile bivše strane u sukobima, bila bi veoma snažan i pozitivan signal za cijeli region, kao i za svjetsku zajednicu.

Moguće lokacije:

Osim Jahorine, tu bi se našlo još nekoliko drugih planinskih odredišta u okviru razumne udaljenosti kao što su Bjelašnica-Igman, Tara, Zlatibor, Durmitor ili Kopaonik. Odabir najpodesnije lokacije za svako Olimpijsko takmičenje trebao bi biti predmetom detaljnih pregovora između država koje bi bile uključene u ovaj projekt.

Zbog iskustva koje ima kao domaćin Olimpijskih igara iz 1984. godine, Jahorina bi mogla biti lokacija za takmičenja u alpskom skijanju za žene i za takmičenja u biatlonu.

Neophodni koraci:

- Pregovori između potencijalnih olimpijskih destinacija
- Zajednički sporazum između destinacija u pogledu raspodjele olimpijskih takmičenja
- Priprema zajedničke kandidature i podnošenje potrebne dokumentacije kandidature MOK-u – Međunarodnom olimpijskom komitetu – do određenog roka (najvjerojatnije nekad u 2010.)

Investicija:

Približno 450.000 € - 500.000 € za proces kandidature – velika je vjerovatnoća da će se ovaj novac prikupljati na nivou država (npr. Vlade, Olimpijski komiteti, itd.)

9. Marketinške Strategije

Svrha marketinških strategija je da se prenese vizija planine Jahorine, kao i da se definišu ključni prioriteti marketinškog sistema u narednih pet godina. Strateški prioriteti predstavljaju smjernice za buduće planiranje, kao i za budući razvoj marketinških aktivnosti i djelovanja. Strateški priorititeti marketinškog sistema za Jahorinu su sljedeći:

- 1. Branding / identifikacija proizvoda**
- 2. Marketinška komunikacija**
- 3. Internet**
- 4. Istraživanje tržišta**

1. Brending / identifikacija proizvoda

Brend predstavlja jedinstvenu kolekciju iskustava koje pruža mješavina racionalnih, emocionalnih, sociooloških i kulturnih prednosti i koristi koje su na raspolaganju gostima. Gosti biraju brend / destinaciju shodno emocionalnim vrijednostima koje svaki brend / destinacija pokaže.

Razvojem brenda kreira se turistički identitet Jahorine putem kojeg se Jahorina pozicionira na mjesto konkurentne turističke destinacije na veoma raznolikom turističkom tržištu. Brending pruža potencijalnom posjetiocu / gostu dodatnu garanciju / uvjerenje prilikom donošenja odluke o željenoj destinaciji za odmor.

2. Marketinška komunikacija

Jahorina je na početku profesionalnog stvaranja i razvijanja turističkih proizvoda gdje su promotivne aktivnosti u protekljoj dekadi bile usmjerene primarno na postojeće proizvode i koje su provođene od strane pojedinačnih ponuđača usluga i smještaja. Ova djelovanja su odgovarajuća ako uzmemu u obzir raspoložive mogućnosti i resurse, mada nedostaje koordinirani i integrisani pristup promociji Jahorine i njenog okruženja.

3. Internet

Web stranice i e-mail marketing preuzeli su konstantnu i neizbjegnu ulogu u jačanju strateškog marketinškog planiranja i razvijaju se na način da dobijaju sve veći značaj u sveukupnom turističkom marketingu. Internet marketing, kao i druga medijska i komunikaciona sredstva, mora biti integrisan u sveukupnu marketinšku strategiju turizma Jahorine, čime se koristi najveći stepen mogućnosti i potencijala turističkog tržišta.

4. Istraživanje tržišta

Potreba za istraživanjem tržišta je jedan od glavnih prioriteta razvoja marketinške strategije. Na primjer, istraživanje tržišta može biti sljedeće: trendovi tržišta, socijalno-demografski trend, trendovi putovanja, uticaj trendova na turizam Jahorine, itd. Istraživanje tržišta pruža neophodne i pravovremene informacije o ponašanju klijentele, procesu donošenja odluka, te informisanosti i poimanja Jahorine kao destinacije. Ove informacije, zajedno sa detaljnim profilima gostiju predstavljaju preduslov za efikasno marketinško odlučivanje sa najboljim povratom na marketinške investicije.

9.1. Vizija i pozicioniranje

Vizija je urađena za 2016. godinu:

Za 10 godina Jahorina će postati planinska destinacija broj jedan u jugoistočnoj Evropi u zimskoj i ljetnoj sezoni. Imaće najatraktivniju ponudu izrađenu na višenamjenski i profitabilan način prosvijetljen duhom Olimpijskih igara.

Ova vizija će pomoći ekonomskom razvoju regije i doprinijeti boljem kvalitetu života lokalne populacije. Jahorina će stvoriti iskustva vrijedna spomena, dotaći će sva čula i emocionalnu stranu intelekta i tako doprinositi razumijevanju prirode i kulture.

Uspjeh će biti postignut kroz održiv razvoj poštujući ekološke standarde za naredne generacije s preduzetničkom inovacijom, čime će Jahorina postati najbolji primjer planinske destinacije koja nudi finansijske prednosti svim uključenim učesnicima.

Turističko pozicioniranje Jahorine je sljedeće:

Jahorina je ekološka planinska destinacija koja nudi iskustvo Olimpijskih igara u prirodnom okruženju za sve tipove gostiju, kako aktivnim tako i pasivnim. Jahorina je destinacija za rekreaciju i odmor koja ponosno nudi inovativne i turističke proizvode tokom cijele godine. Jahorina će biti specijalizovana u oblastima sljedećih ponuda (5 stupova pozicioniranja):

- *Moderni, višenamjenski i olimpijski turistički proizvodi za zimu,*
- *Turistički proizvodi namijenjeni porodici (ljeti i zimi),*
- *Seminari i konferencije,*
- *Planinski wellness,*
- *Zabava i akcija (ljeti i zimi).*

Ispunjavajući i predupređujući očekivanja budućih gostiju, uz jedinstvene vrijednosti Jahorina nudi aktivnosti i iskustva koja su vrijedna spomena.

9.2. Marketinški plan za proizvode

Markelinški plan za proizvode razvija strategiju za svaki proizvod u skladu s njegovim specifičnim uslovima i izazovima. Istoču se mogućnosti svakog pojedinačnog proizvoda kao i njihove podkategorije. Nadalje, tu je i odluka o tome koji proizvod je namijenjen kojem tipu gosta kao i s kojeg tržišta gost dolazi. Na kraju strategije za svaki proizvod navode se načini reklamiranja i distribucije. Sve elemente marketinškog plana treba provoditi onako kako se provode na međunarodnom nivou.

9.2.1. Poslovni turizam – MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Events)

Poslovni turizam uključuje pojedinačne goste koji putuju do određenih destinacija iz profesionalnih razloga. S druge strane, MICE proizvod predstavlja organizovani tip putovanja takođe povezan sa poslovnim motivima. Ovaj proizvod, u konačnom ishodu, uključuje sve ljude koji putuju iz poslovnih razloga, isključujući radnike na privremenom radu (koji bi trebali ili jesu dio radne klase jedne nacije). Podsegmenti ovog proizvoda su: pojedinačno poslovno putovanje i sastanci, seminari, edukacioni programi i obuka, konvencije i poslovni sastanci pravnih lica, poslovni sajmovi i izložbe. Ključne marketinške strategije za poslovni turizam Jahorine i MICE proizvod su:

Poslovni turizam - MICE	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
Svaki EUR koji poslovni gost potroši generiše novih 8 - 12 EUR Visok nivo lojalnosti Jak uticaj na trgovinu Proširen lanac vrijednosti ka drugim turističkim prizvodima u portfoliju	Poslovni sastanci Posticaji / Stimulacije Konferencije, izložbe, događaji Radionice, seminari Slobodno vrijeme nakon sl. puta
Tip gostiju	Tržišta
Poslovni gosti pravnih lica Individualni poslovni gosti Državni i javni organi vlasti Regionalne agencije i udruženja Udruženja i ortakluci	Zapadna Evropa Centralna Evropa S.A.D Ruska Federacija Srednji Istok
Komunikacija	Distribucija
Web stranica Publikacije Katalog proizvoda Reklamiranje Putovanja u cilju upoznavanja destinacije za novinare i tour operatore	Marketing za pravna lica Udruženja za organizaciju sastanaka Specijalizovane agencije Direktna prodaja Agencije

9.2.2. Kratki odmor

Kratki odmor obično traje od jednog do četiri dana, ponekad i duže i predstavlja drugi, treći ili četvrti odmor u godini. Glavni motivi kratkih odmora su bježanje od životne svakodnevnice u opuštajuću atmosferu odmarališta (parovi), poslovno (male grupe ili pojedinci), događaji (grupe i porodice), kultura, kupovina i drugi (organizirane grupe). Ovaj proizvod nije vezan za određenu sezonu zbog činjenice što je povezan sa gore navedenim motivima dolaska u destinaciju, ali je veoma fleksibilan u pogledu cijene. Kratki odmori imaju sljedeće strategije:

Kratki odmori	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
Svjetski trend korišćenja više kraćih odmora (2 - 4 dana) Proizvod koji se najbrže razvija Visok prihod po gostu Jednostavan ulazak na tržište	Vikend posjete Aktivnosti u prirodi Posjete znamenitostima i odlazak u prirodu Radionice u prirodi i istraživanje Specijalne prilike (medeni mjesec, Nova Godina, godišnja okupljanja)
Tip gostiju	Tržišta
Bračni parovi bez djece Mladi parovi Manje grupe prijatelja Pojedinačni gosti	Zapadna Evropa Centralna Evropa Zapadna Evropa Srednji Istok
Komunikacija	Distribucija
Web stranica Publikacije Reklamiranje Katalog proizvoda Putovanja u cilju upoznavanja dest.	Turistički operateri Putničke agencije Direktan marketing Globalni distributivni sistemi Web stranica Jahorine

9.2.3. Ljetni i zimski odmor na planini

Turistička odmarališta na planinama su se posljednjih 15 godina razvijala kako bi ponudila svoje kapacitete i programe tokom cijele godine. Programi su nudili različite odmore i rekreacione aktivnosti zavisno od dijela godine.

Ovaj proizvod ima glavne sezone: ljetnu od juna do septembra i zimsku od oktobra do aprila. Odmori u zimskoj i ljetnoj sezoni traju 7 do 14 dana.

Ljetni odmor uključuje sljedeće aktivnosti: sunčanje, planinski wellness, hodanje, šetnja, planinarenje, vožnja bicikla, paragliding, aktivnosti u prirodi, aktivnosti na vodi, razni vidovi sporta, itd. Zimski odmor obuhvata sljedeće aktivnosti: alpsko skijanje, snowboarding, klizanje na ledu, nordijsko skijanje, carling, itd.

Marketinške strategije za ovaj proizvod su sljedeće:

Ljetni i zimski godišnji odmor na planini	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
<p>Povoljna klima tokom cijele godine Ljetni godišnji odmor predstavlja primarnu zamjenu za sunce i more Zimski god. odmor je fokusiran na kvalitet usluga i aktivnosti Širok spektar usluga</p>	<p>Porodični godišnji odmor Praznici (državni praznici) Školski raspust/ zimski odmor Aktivnosti na planini Pripreme sportista Ljetni / zimski godišnji odmor</p>
Tip gostiju	Tržišta
<p>Porodice sa djecom Grupe djece Aktivni pojedinci (do 45 godina starosti) Mlađi ljudi (od 18 do 25 god. starosti) Grupe</p>	<p>Centralna Evropa Zapadna Evropa Istočna Evropa Ruska Federacija Srednji Istok</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Publikacije Reklamiranje Promotivni paketi Sajmovi turizma Putovanja u cilju upoznavanja destinacije za novinare i tour operatore</p>	<p>Turistički operateri Specijalizovane agencije Globalni sistem rezervacija Direktni marketing Web stranica Jahorine</p>

9.2.4. Wellness

Proizvod „Wellness“ je za klijente koji su dobrog / solidnog zdravlja, i koji traže tretmane koji će im omogućiti da održe takvo zdravstveno stanje. Oni teže boljem zdravlju, da smanje težinu, uspore efekte starenja, smanje bol i uzinemirenost, umanje stres; ovo su neki od glavnih motiva za odabir ovog proizvoda. Wellness ima sljedeće marketinške strategije:

Wellness	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
Wellness/zdravlje postaje trend Prenosi se sa tipičko ženskog progr. na muškarce i porodice Permanentna potražnja tokom godine Više cijene u odnosu na druge proizvode	Wellness na planini Oporavak na planini Sauna, masaža, fitness Meditiranje i orientalne tehnikе Bazeni, jacuzzi Kneipp terapija
Tip gostiju	Tržišta
Pojedini gosti koji žele bolje zdravlje i wellness tretmane Parovi sa djecom Male grupe	Zapadna Evropa Centralna Evropa Zemlje Balkana Istočna Evropa
Komunikacija	Distribucija
Web strana Publikacije Reklamiranje Specijalizovani sajmovi Štampa i upoznavanje sa putovanjima	Turistički operateri Specializovane agencije Poslovna partnerstva Direktni marketing E-mail

9.2.5. Poseban interes / zanimanje

Ovaj proizvod ima svoje mjesto na tržištu i to je odmor koji se provodi u egzotičnoj, udaljenoj ili divljoj sredini. Tjesno je povezan sa visokim stepenom uključenosti gosta u aktivnosti. Gosti očekuju određen stepen (kontrolisanog) rizika i/ili uzbudjenja, ili s druge strane, mir kako bi testirali sopstvenu sposobnost u odabranoj aktivnosti.

Većina aktivnosti se dijeli na lake (kampovanje, hodanje, vožnja biciklom, 4x4 drive, istraživanje prirode, jahanje, promatranje ptica, ribolov, lov) i teže (vožnja čamca, kajaka, obilazak pećina, vožnja bicikla kroz šumu, cross country skijanje, planinarenje, paragliding, rafting, penjanje uz stijene). Zbog raspolažanja brojnim interesantnim aktivnostima ovaj proizvod je atraktivan tokom cijele godine. Ključne marketinške strategije ovog proizvoda su sljedeće:

Poseban interes / zanimanje	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
<p>Već postojeći osnov proizvoda Tjesno povezan sa drugim proizvodima portfolija Jednostavan ulazak na tržište</p>	<p>Ljetne lake aktivnosti Ljetne teške aktivnosti Zimske lake aktivnosti Zimske teške aktivnosti</p>
Tip gostiju	Tržišta
<p>Porodice sa / bez djece Aktivni individualni gosti Grupa prijatelja Stariji ljudi (penzioneri)</p>	<p>Zapadna Evropa Zemlje Balkana Centralna Evropa Istočna Evropa</p>
Komunikacija	Distribucija
<p>Reklamiranje Publikacije Specijalizovani sajmovi Web stranice Katalozi proizvoda</p>	<p>Specijalizovani turistički operateri Specijalizovane agencije Interesne asocijacije i klubovi Katalozi turističkih operatera E-mail</p>

9.2.6. Ruralni turizam

Ruralni turizam uključuje širok spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja organizovanih od strane ruralne populacije na farmama i ruralnim kućama. Glavni cilj je povećanje prihoda ruralnih domaćinstava, kao i broja turističkih dolazaka. Ovaj proizvod je većinom fokusiran na otvaranje ruralnih područja, termalnih i mineralnih izvora, rijeka i jezera i predstavljanje tradicionalnog gostoprimstva i vrijednosti života na selu. Sa ovim prozvodom, ruralni turizam postaje sredstvo za ekonomski razvoj i pomaže da se poveća životni standard, a prema principima održivog razvoja i očuvanja prirodnih resursa.

Ruralni turizam uključuje različite forme turističkih aktivnosti: agro turizam, ruralna domaćinstva, farme, eko turizam, kulturni turizam i druge oblike aktivnosti u ruralnim sredinama. Ključne marketinške strategije ruralnog turizma su:

Ruralni turizam	
	
	
Mogućnosti	Segmenti
Obnova napuštenih ruralnih domaćinstava Obnova tradicionalnog načina života na selu	Ruralna iskustva Eko-turizam u ruralnim predjelima Agro turizam, ruralna domaćinstva, farme Etno turizam
Tip gostiju	Tržišta
Familije sa djecom Bračni parovi sa djecom Pojedinci / manje grupe zainteresovane za aktivnosti i posebne interese.	Zemlje Balkana Istočna Evropa Centralna Evropa Zapadna Evropa
Komunikacija	Distribucija
Publikacije Web strana ruralnog turizma Katalog o proizvodu Reklamiranje Putovanja u cilju upoznavanja destinacije za novinare i tour operatore	Specijalizovane agencije Pojedinačne web stranice Ruralne asocijacije Direktni marketing Različiti web portali

Svaki proizvod ima svoju podjelu u smislu infrastrukture i suprastrukture kako bi postao uspješan u međunarodnoj komercijalizaciji, kao i u promociji i distribuciji. Sljedeća tabela pokazuje pregled podjele proizvoda.

Portofolio proizvoda u pogledu segmenata, suprastrukture / infrastructure i distribucije i promocije			
Proizvod	Segmenti proizvoda	Turistička suprastruktura / infrastruktura	Promocija i distribucija
Poslovni turizam / MICE	<ul style="list-style-type: none"> • Poslovni sastanci • Stimulacije • Konferencije, izložbe, događaji • Radionice, seminari • Slobodno vrijeme nakon službenog puta 	<ul style="list-style-type: none"> • Aerodrom • Hoteli sa 4* i 5* • Konferencijski centar • Sajmovi • Moderna A/V oprema 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizatori sastanka • Web stranica • Asocijacije za organizaciju sastanaka • Publikacije • Reklamiranje
Kratki odmori	<ul style="list-style-type: none"> • Vikend posjete • Aktivnosti u prirodi • Posjeta znamenitostima i odlazak u prirodu • Radionice u prirodi i istraživanje • Specijalne prilike (medeni mjesec, Nova Godina, godišnja okupljanja) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aerodrom, auto putevi • Hoteli sa 4* i 5* • Kupovina • Muzeji, pozorišta, bioskopi • Restorani, barovi, diskoteke 	<ul style="list-style-type: none"> • Brošure za turooperatorе • Putničke agencije • Web stranica • Publikacije • Reklamiranje • Globalni distributivni sistemi
Ljetnji i zimski odmor na planini	<ul style="list-style-type: none"> • Porodični godišnji odmor • Praznici (državni praznici) • Školski raspusti / zimski odmor • Aktivnosti na planini • Pripreme sportista • Aktivan ljetnji odmor • Aktivan zimski odmor 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteli, privatni smještaj • Centar aktivnosti sa svim potrebnim uslugama • Oprema za aktivnosti • Restorani i barovi 	<ul style="list-style-type: none"> • Turističke agencije • Turooperatori • Sistem rezervacija • Direktan marketing • Publikacije • Reklamiranje • Posjete predstavnika štampe
Wellness turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Wellness na planini • Oporavak na planini • Sauna, masaža, fitness • Meditiranje i orijentalne tehnike • Bazeni, jacuzzi • Kneipp terapija 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteli • Privatni smještaj • Kupovina • Restorani, barovi • Wellness centri 	<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizovane agencije • Turooperatori • Web stanica • Publikacije • Reklamiranje • Posjete predstavnika štampe
Posebni interesi	<ul style="list-style-type: none"> • Ljetne lake aktivnosti • Ljetne teške aktivnosti • Zimske lake aktivnosti • Zimske teške aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteli, privatni smještaj • Sportski rekreativni centar sa svim uslugama • Kompletna sportska oprema • Restorani, barovi 	<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizovani turooperatori • Specijalizovane agencije • Interesne asocijacije i klubovi • Reklamiranje • Specijalizovani sajmovi
Ruralni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Ruralna iskustva • Eko turizam • Agro turizam, ruralna domaćinstva, farme • Etno turizam 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambijentalno okruženje • Ruralna domaćinstva za smještaj • Prirodne i kulturne atrakcije • Tradicionalna gastronomija 	<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizovane agencije • Pojedinačne web stranice • Ruralne asocijacije • Publikacije i reklamiranje

9.3. Jedinstvena marketinška komunikacija

Trendovi modernih marketinških aktivnosti sve više uzimaju u obzir integrисани pristup marketinške komunikacije koji obuhvata sistematsku promociju (reklamiranje, trgovinu, publicitet, marketing putem Interneta). Takođe je potrebno integrисati napore u pravcu jedinstvenog vizuelnog identiteta standardizacijom ključnih komunikacionih elemenata kroz kreiranje imidža i brenda Jahorine.

Svrha jedinstvene implementacije je da se ostvari prepoznatljivost turističkih proizvoda Jahorine na osnovu odgovarajućeg standarda kvaliteta, identiteta i specifičnosti.

Predlažemo sljedeći jedinstveni sistem marketinške komunikacije za turizam Jahorine:

Jedinstveni marketinški komunikacioni sistem za Jahorinu			
Branding	Promotivni oblici i materijali	Aktivnosti komunikacije	Monitoring
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Isotype – simbol ✓ Logo ✓ Osnovna linija ✓ Boje, font, zvuk, muzika 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brošure <ul style="list-style-type: none"> Sveobuhvatne turističke brošure Brošure o proizvodima Brošure o smještaju Brošure o atrakcijama Brošure o dogadjajima i aktivnostima ✓ Promotivni materijali <ul style="list-style-type: none"> Posteri i pamfleti Turistička mapa Jahorine Brošura koja sadrži mape maršuta za proizvode i aktivnosti Turistički vodič ✓ Web stranica ✓ Suvremeni i lokalni proizvodi 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reklamna promocija prodaje Učešće na sajmovima Specijalne reklamne akcije Direktni marketing ✓ Odnosi sa javnošću <ul style="list-style-type: none"> Posjeti predstavnika štampe Putovanja radi upoznavanja Konferencije za štampu Bilteni, izvještaji ✓ Reklamiranje <ul style="list-style-type: none"> Štampa (novine, magazini) Internet baneri ✓ Organizacija seminara i radionica 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Štampanje kvalitetnih brošura i drugih promotivnih materijala ✓ Kvalitetan sadržaj Web stranice (tačnost, ažurnost) ✓ Kvalitetan nastup na sajmovima

9.3.1. Kreiranje brenda Jahorine

Brend predstavlja jedinstvenu kolekciju iskustava koje pruža mješavina racionalnih, emocionalnih, sociooloških i kulturnih prednosti i koristi koje su na raspolaganju gostima. Gosti biraju brend / destinaciju shodno emocionalnim vrijednostima koje svaki brend /destinacija pokaže.

Razvojem brenda kreira se turistički identitet Jahorine koji je pozicioniran na mjesto konkurentne turističke destinacije na veoma raznolikom turističkom tržištu. Breeding pruža potencijalnom posjetiocu / gostu dodatnu garanciju / uvjerenje prilikom donošenja odluke o željenoj destinaciji za odmor.

Brend se sastoji od četiri ključna elementa:

1. *Osnovne vrijednosti* – su vrijednosti koje Jahorina upućuje tržištu i potencijalnim gostima
 - a. Olimpijski duh
 - b. Okolina koja nudi izazove
 - c. Veličanstveni prizori
 - d. Raznovrsne aktivnosti
 - e. Dobrodošlica svakom gostu

2. *Osnovna poruka* – poruka koju Jahorina upućuje javnosti, poznata kao jedinstvena prodajna ponuda/JPP (Unique Selling Proposition/USP). U ovom smislu, mi nudimo sljedeću osnovnu poruku ali za profesionalni bredning potrebno je angažovati profesionalnu marketinšku agenciju koja će izraditi konačan prijedlog poruke.



3. *Osnovna osobina* – komponenta emocionalnog brenda. To su emocije i osjećanja koje Jahorina pobuđuje kod gostiju.
4. *Osnovne odrednice* – osmišljena rješenja po pitanju boja, fontova, loga, dizajna brošura, glasova na reklamama, muzike, itd. Rješenja moraju biti jednostavna, jaka i da konzistentno prate sveobuhvatnu priču olimpijske planine. Ključni elementi su isotype-simboli, logo i osnovna linija.

9.3.2. Promotivni brošure i materijali

Zbog činjenice da je razvoj turizma Jahorine na početku, najvažniju ulogu imaju štampane brošure koje će stvoriti svijest i informisati tržište o „novom“ brendu turizma Jahorine. Na početku procesa promocije turizma Jahorine potrebno je fokusirati se na elemente koji će privući (strategija privlačnosti) i podstaknuti potencijalne goste da probaju proizvode koje nudi turizam Jahorine. Promotivni brošure i materijali su:

Brošure

1. *Sveobuhvatna turistička brošura* – sadrži opis raspoložive ponude i sažetak svih znamenitosti na planini Jahorini (znamenitosti, smještaj, aktivnosti, itd.).
2. *Brošure o proizvodima* - predstavljaju svaki proizvod pojedinačno sa aspekta specijaliziranosti i različitosti (poslovni turizam i MICE, kratki odmori, ljetni i zimski godišnji odmori na planini, wellness, poseban interes/zanimanje, ruralni turizam) na planini Jahorini.
3. *Brošure o smještajnim kapacitetima* – pojedinačne brošure o smještajnim kapacitetima u skladu sa vizuelnim identitetom brenda Jahorine, sa detaljnim opisom kapaciteta i aktivnosti u ponudi.
4. *Brošura o posebnim znamenitostima* – lokacije sa pogledom, pojedini prirodni ili vještački sačinjeni prizori, stare rukotvorine, muzeji, spomenici, itd.
5. *Brošura o događajima i aktivnostima* – lista svih događaja i festivala u godini na Jahorini i njenom okruženju, po mjesecima i vrstama (kulturni, sportski, umjetnički, itd.).

Promotivni materijali

1. *Posteri i pamfleti* – imaju visokokvalitetne fotografije za distribuciju operaterima turističkih putovanja, putničkim agencijama, itd.

2. *Turistička mapa Jahorine* – sa naglašenim glavnim znamenitostima i resursima, udaljenosti u metrima i minutama.
3. *Mape maršuta* – različite mape za različite proizvode i aktivnosti (hodanje, vožnja biciklom, cross country skijanje, itd.) sa naglašenim glavnim znamenitostima i oznakama, udaljenost izražena u metrima i minutama.
4. *Turistički vodič Jahorine*- Posebna knjižica sa upečatljivim fotografijama i opisima koji pobuđuju interes za Jahorinom.

Web stranica

Internet, je kao noviji oblik komunikacije ima ogroman potencijal u smislu promocije turizma Jahorine i njenog okruženja. Putem kvalitetnih informacija na Web stranici Jahorine, kao i informacijama o proizvodima i uslugama, moguće je razviti centralni sistem rezervisanja tako da potencijalni gosti iz bilo kog mesta mogu izabrati i rezervisati smještaj na Jahorini. Web stranica će biti fokusirani na sljedeći sadržaj:

1. Baza podataka sa svim smještajnim kapacitetima i njihovim opisima, fotografijama kako unutrašnjosti tako i izvana, uključujući i cijene
2. Interaktivna mapa Jahorine sa mogućnošću odabira specifičnog smještajnog kapaciteta
3. Lista proizvoda i aktivnosti sa detaljnim opisom i fotografijama
4. Interaktivna mapa sa svim znamenitostima i resursima uz detaljan opis istih
5. Lista svih vrsta događaja, datumi, kao i opis tradicije ili istorije pojedinačnih događaja
6. Novosti, biltenci
7. Kao opcija, razvoj sistema rezervacija za sve smještajne kapacitete na Jahorini.

Suveniri i lokalni proizvodi

Ovo je dodatni oblik turističke prezentacije Jahorine sa standardnim suvenirima za prodaju, ali i raznim tipovima poklona i proizvoda koji su namijenjeni za prodaju kao pokloni (olovke, kalendari, naljepnice, magneti, itd). U cilju jačanja imidža Jahorine postoje takođe određeni lokalni proizvodi proizvedeni u malim količinama u domaćinstvima ili rukotvorine (piće, med, biljni proizvodi, proizvodi od vune, rukavice, itd.)

9.3.3. Komunikacijske aktivnosti

Prema sveobuhvatnom planu komunikacije predlažemo sljedeće aktivnosti:

Unaprijeđenje prodaje

Jedan od najčešćih oblika unaprijeđenja prodaje je učešće na turističkim ili sličnim sajmovima gdje je Jahorina promovisana samostalno ili u saradnji sa turističkom organizacijom.

Samostalno učešće je prikladno za lokalne ili regionalne sajmove, ali za međunarodne sajmove potrebna je saradnja sa glavnom turističkim organizacijom.

Poseban dio unaprijeđenja prodaje je direktni marketing koji koristi postojeću bazu podataka o gostima bilo iz upitnika za smještaj ili Web stranice. Specijalne ponude i materijale koji pobuđuju interesovanje, se šalju osobama iz baze podataka e-mejlom ili poštom.

Odnosi s javnošću

Zbog činjenice da je proizvod turizma Jahorine na početku razvoja veoma je važno da javnost bude informisana o „novoj“ Jahorini. Posjete predstavnika štampe su jedan od oblika uvođenja novog proizvoda na način organizovanja informativnih posjeta novinara. Na taj način novinari dobijaju informaciju na izvoru i prenose svoja iskustva opisujući u svojim magazinima ili novinama sve što su vidjeli ili iskusili.

Na sličan način se organizuju posjete agencija i turističkih operatera kako bi se potpomogla ponuda Jahorine kroz njihove kataloge i liste. Ovim grupama se detaljno prezentuju proizvodi i maršute.

Kreiranje i publikacija žurnala sa novostima i novim podacima dodatno informiše javnost o turizmu Jahorine te o tome što je učinjeno na unapređenju proizvoda i usluga. Žurnal se štampa i tako distribuira javnosti (novinari, javne i državne institucije), a takođe dostavlja u elektronskoj formi putem e-mejla osobama iz baze podataka.

Reklamiranje

Sastoje se od objavlјivanja oglasa u novinama, na radiju ili TV-u. Potrebno je posvetiti posebnu pažnju specijalizovanim magazinima za posebne interesne grupe, kao što su djeca školskog uzrasta, planinari, ribolovci, itd. Poseban oblik reklamiranja su takozvani „baneri“ na Web stranicama koje koriste identifikovana ciljna tržišta.

Organizacija seminara i radionica

Oni su za sve ljude koji su uključeni u turizam Jahorine (na pr. smještaj, aktivnosti, usluge, itd.). Svrha ovih seminarja je da se ljudima predstave ciljevi i predmet turizma na Jahorini, različite radionice u kojima se identifikuju najbolja iskustva iz okruženja, informativna edukacija u oblasti marketinga i operativnih procedura, odnosi sa gostima, kao i uvođenje mogućnosti upisa u turistički sistem Jahorine, uz elementarno objašnjenje ekonomskih aktivnosti u turizmu.

9.3.4. Praćenje izvršenih aktivnosti

Potrebno je pratiti i analizirati sve vidove medija u kojima se predstavlja turizam Jahorine kako bi se odlučilo koji mediji su najbolje za predstavljanje Jahorine, ili identifikovati novinare koji pišu povoljno o Jahorini.

Web stranica mora imati tačan i precizan sadržaj, kao i mogućnost da gosti daju komentare i kritike na Web stranci.

Takođe, veoma je važno pratiti učešće na turističkim i sličnim sajmovima u smislu postavljenih pitanja na štandu, kako bi se izradila dodatna baza pitanja te spremno dočekali nastupi na budućim sajmovima.

10. Investicija i Plan izvođenja

10.1. Kratak pregled plana investicija

Sljedeće tabele sadrže pregled prioriteta (Prioritet 1. za period 2007. g. – 2010. g. i Prioritet 2. za period 2011. g. – 2016. g.), izjavu koja se odnosi na činjenicu "Ko je uobičajeni investitor" i grubu procjenu neophodne investicije za svaki predloženi projekat.

KRATAK PREGLED PLANA INVESTICIJE

INVESTICIJA	Vrsta investicije	Kapacitet (rješenja)	Investicija po jedinici (EUR)	Ukupna investicija (EUR)	Izvor investiranja				Prioritet investiranja		
					Privatni	Javni	Privatni/Javni	3 - 4 god.	5 - 7 god..	8 - 10 god.	
1. HOTELI I DRUGI SMJEŠTAJNI KAPACITETI											
Postojeće područje											
5* Hotel (bivši hotel JAHORINA)	novo	245	120.000,00	29.400.000,00							
4* Hotel (hotel RAJSKA DOLINA)	rekonstrukcija	220	70.000,00	15.400.000,00							
3* Hotel (bivši hotel MLADOST)	novo	150	60.000,00	9.000.000,00							
2* Standard Hostel (bivši hotel PARTIZAN)	novo	35	40.000,00	1.400.000,00							
Hotel BISTRICA 4*	rekonstrukcija	160	60.000,00	9.600.000,00							
Hotel KOŠUTA 4*	rekonstrukcija	70	60.000,00	4.200.000,00							
Apartmani B	novo	180	60.000,00	10.800.000,00							
Apartmani B&B Vučko	novo	220	60.000,00	13.200.000,00							
Ukupno postojeće područje		1.280		93.000.000,00	93.000.000,00			93.000.000,00			
Područje za porodice i wellness											
4* Hotel za porodice	novo	75	90.000,00	6.750.000							
3* Hotel „Planinskog wellness-a“	novo	200	70.000,00	14.000.000							
4* Hotel „Planinskog wellness-a“	novo	100	95.000,00	9.500.000							

Staze na vrhu platoa	novo			35.000,00						
Tobogan staza	novo			637.000,00						
Teren za visoke konopce	novo			80.000,00						
Tematska pješačka maršuta "Smisao planine"	novo			150.000,00						
Kilometar i po zdravlja	novo			50.000,00						
Ukupno postojeće područje				952.000,00	717.000,00	235.000,00		722.000,00	115.000,00	115.000,00
Područje za porodice i wellness										
Snowboard park za početnike	novo			55.000,00						
Ski park za početnike	novo			125.000,00						
Snježna staza za spuštanje gumenim čamcima	novo			107.500,00						
Ljetna staza za spuštanje gumenim čamcima	novo			45.000,00						
Prirodno-avanturiščko igralište za djecu	novo			22.500,00						
Razvoj područja za biatlon	novo			3.500.000,00						
Ukupno područje za porodice i wellness				3.855.000,00	343.750,00	3.511.250,00		2.055.000,00	1.800.000,00	
Sportsko područje										
Jedriličarstvo	novo			190.000,00						
Snowboard park zabave	novo			55.000,00						
Staza za motore sa četiri točka	novo			160.000,00						
Ukupno sportsko područje				405.000,00	405.000,00				405.000,00	
Projekti koji se preklapaju										
Koncept planinarske ture	novo			250.000,00						
Park planinskog biciklizma	novo			250.000,00						
Staze za nordijsko skijanje	novo			60.000,00						
Atraktivne planinske kuće/kolibe za društvene aktivnosti poslije skijanja (Apres Ski)(5 – 8 planinskih kuća/koliba od kojih svaka ima 200 - 500 mesta za sjedenje)	novo			3.500.000,00						
Ukupno projekti koji se preklapaju				4.060.000,00	3.500.000,00	310.000,00	250.000,00	2.030.000,00	2.030.000	

UKUPNO				9.272.000,00	4.965.750,00	4.056.250,00	250.000,00	2.752.000,00	4.200.000,00	2.320.000,00
5. OPŠTI PLAN INFRASTRUKTURE										
Putevi – parking prostori								2.700.000,00	2.700.000,00	1.000.000,00
Voda za piće								1.000.000,00	1.000.000,00	300.000,00
Voda za pravljenje vještačkog snijega								4.800.000,00	5.400.000,00	1.200.000,00
Kanalizacija								1.000.000,00	1.000.000,00	200.000,00
Električna energija								2.500.000,00	2.500.000,00	1.000.000,00
TT								1.200.000,00	1.200.000,00	250.000,00
Koncept mobilnosti uključujući parking prostor								1.200.000,00	1.200.000,00	300.000,00
Drugo								1.000.000,00	1.200.000,00	150.000,00
UKUPNO (približno)				36.000.000,00		36.000.000,00		15.400.000,00	16.200.000,00	4.400.000,00
6. Pred-operativni troškovi (marketing + menadžment)										
Program poboljšanja kvaliteta Jahorine				100.000,00						
Plan razvoja za ljudske resurse				200.000,00						
Izrada brenda				200.000,00						
Web stranica				100.000,00						
Kolateral				200.000,00						
Nominacija za Zimsku olimpijadu 2018.				475.000,00						
UKUPNO				1.275.000,00		475.000,00	800.000,00	1.037.500,00	237.500,00	
UKUPNA INVESTICIJA				368.882.743,00	211.255.750,00	40.931.250,00	116.695.743,00	148.342.030,00	162.133.813,00	54.006.900,00

10.2. Akcioni plan izvođenja

Master plan za Jahorinu koji je ovdje predstavljen, prikazuje složene projekte sa prioritetima i procesom upravljanja korak po korak. Ovaj plan treba biti slijeden jasnim i profesionalnim akcionim planom koji vodi ka provedbi ovih ključnih projekata na jedan održiv način.

Poštujući analizu zainteresovanih strana i preporučeni poslovni model, mi ovdje predlažemo da se preduzmu ovi ključni koraci koji će se organizovati u periodu od 12 do 14 mjeseci, kako bi se započelo sa profesionalnim procesom ponovnog razvoja, kao i da bi se za srednjoročni rok otvorila nova zona za razvoj.

U ovim vrstama projekata obično postoji 9 koraka koje treba preduzeti kako bi se projekat konačno i pokrenuo. Oni su sljedeći:

1. Osnivanje Preduzeća za upravljanje destinacijom kao što je predloženo, a u kojem političko uspostavljanje vlasništva treba biti dogovoren između Republike Srpske i opštine Pale. Predlaže se da se ovaj proces završi u roku od tri mjeseca nakon konačnog odobrenja plana;
2. Finalizacija Regulacionog plana za postojeće područje Jahorine (cca. 600 hektara) i zaključivanje dva nova regulaciona plana za dvije zone proširivanja koje su predložene ovim planom;
3. Uspostavljanje rukovodstva Preduzeća za razvoj i izgradnju Jahorine;
4. Upis vlasništva nad određenim parcela na ime Preduzeća za razvoj i izgradnju Jahorine i uspostavljanje početnog finansiranja;
5. Razrada prvog poslovnog plana Preduzeća za razvoj i izgradnju Jahorine i procjena preduzeća;
6. Budući plan investiranja u Projekat Jahorina;
7. Međunarodni tender za ulaganja za Projekat Jahorina i organizacija serije sastanka sa potencijalnim investitorima;
8. Proces pregovora sa investitorom i/ili strateškim partnerom Projekta Jahorina.;
9. Odabir/odлуka međunarodnih/domaćih partnera Projekta Jahorina.

10.3. Pitanje zaštite životne sredine

Planina Jahorina, oko 30 km duga i 15 km široka, je smještena između, Bistrice (pritoka Miljacke), Paljanske Miljacke i Rakitnica na sjeveru, Prače, Lisovačkog Potoka i Korijena na istoku, gornjeg toka Kolune i Crne Rijeke na jugu i Kasindolskog Potoka (rijeke) na zapadu. Najviši je dio Jahorine Gola Jahorina, koja s Ravnom Planinom (između Miljacke, Prače i Bistrice) čini centralni masiv Jahorine. Najviši su vrhovi na Goloj Jahorini, Paloševina (1892 m), Bič (1849 m), **Ogorjelica (1916 m)**, Debelo Brdo (1849 m), Košuta (1909 m), Lokvanjsko Brdo (1913 m) i Trijeska (1806 m), a na Ravnoj Planini: Grahov Dol (1607 m), Paljevine (1599 m) i Kladilo (1539 m). Najviši dijelovi Jahorine građeni su od trijaskih krečnjaka, koji joj daju kraško obilježje, a niži od verfenskih škriljaca; na istoku se pružaju permski slojevi. Jahorina je razvođe između Drine i Bosne. Ispod Jahorine izviru Prača i Koluna, pritoke Drine; Grabovica, pritoka Prače; Paljanska Miljacka sa svojom pritokom Bistricom, pritoka Bosne; Kasindolski Potok i Crna Rijeka, pritoke Željeznice. Okolni predio sa šumama i planinskim pašnjacima veoma je atraktivan. Sama planina Jahorina predstavlja jedan plato sa prostranim krotkim pašnjacima i sa velikim potencijalom za lako korišćenje u turističke svrhe kako u zimskom tako i u ljetnjem periodu.



Slika: Plato planine Jahorina

Sjeverni i sjeveroistočni dio Jahorine obrastao je do 1700 m visine bukovom i crnogoričnom šumom. Staze za skijanje na oko 1700m iznad površine mora predstavljaju „prirodne” staze na pašnjacima. Stubovi i stanice žičara vidljivi su u pejzažu. Tri žičare koje su izgrađene u periodu između 1965. i 1972. su van funkcije. One se nalaze do dvosjeda Skočine i Poljice i vučne žičare Olimpik. Ove žičare kvare okolinu i trebale bi se hitno ukloniti iz prirodno-estetskih razloga.



Slika: Stara žičara jednosjed koja više ne radi i treba biti uklonjen

Jahorina je pitoma planina, poznata po svojim pejzažima i prepoznatljiva po tome što je od podnožja do najviših vrhova pokrivena šumom i travnim zajednicama sa svoje sjeverne i sjeveroistočne strane, gdje se planira većina turističkih sadržaja.

Jahorina nema izražene erozije, osim uz makadamski put do Gole Jahorine i na strmim liticama.

Faktor rizika za klimu prirodnog dobra Jahorina na lokalnom nivou ne postoje jer ne postoje industrijski kapaciteti i zagađivači u bližem i daljem okruženju koji bi odlaganjem otpada, ispuštanjem neprečišćeni otpadnih voda i otrovnih gasova i dima ugrozili osjetljive visokoplaninske ekosisteme.¹⁰

Na globalnom nivou postoje rizici po klimu Jahorine zbog poremećaja osjetljive ekološke ravnoteže, koji proističe iz odnosa hlađenja i zagrijavanja Zemlje. Izazivaju je nekontrolisane emisije gasova sa efektom staklene baštice: ugljen dioksid, metan, freon i dr. Ova pojava povećanja temperature na Zemlji je karakteristična za posljednju deceniju 20. i prvu deceniju 21. vijeka i u prilog joj ide nepoštivanje sporazuma o smanjenju emisije ovih gasova iz Kjota 1997. godine. Ukoliko se nastavi ovim tempom globalno zagrijavanje atmosfere, otopljavanje leda na polovima i glečerima posljedice se mogu odraziti i na ovo područje.¹¹

10.3.1. Integracija pitanja zaštite životne sredine u procesu planiranja

Veoma je važno voditi računa o progredaciji ekosistema koja će se odvijati dugi niz godina. Pitanja zaštite životne sredine trebaju se od samog početka integrisati u proces planiranja i donošenja odluka. Na osnovu Master plana za Jahorinu treba se provesti inicijalna procjena potencijalnih problema vezanih za zaštitu okoline (BERCHTOLD A.: Planiranje zaštite životne sredine za skijaške oblasti. Međunarodni pregled žičara 9/2003, Beč. Vidi dodatak)

Procjena uticaja na životnu sredinu (EIA) za namjeravane projekte treba se provesti u skladu sa Direktivom 97/11/EC Vijeća Evropske zajednice od 3. marta 1997. kojom se mijenja i dopunjuje Direktiva 85/337/EEC o procjeni uticaja određenih javnih i privatnih projekata na životnu sredinu.

Dodatak: članak iz ISR-a (International Ropeway Revue)

Napomena:

- ❖ *Rješenja koja se odnose na ekološku održivost i zaštitu životne sredine, uskladiti sa zakonskim zahtjevima Ministarstva nadležnog za zaštitu prirodnog i kulturnog naslijeđa i elaboratom Zavoda za zaštitu kulturno-istorijskog naslijeđa Republike Srpske – Jahorina park prirode.*
- ❖ *Zavod za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa Republike Srpske posjeduje granice zaštićenog područja sa izdvojenim rezervatima, mjerama zaštite. U budućem radu za svaku intervenciju u zaštićenom području potrebno je tražiti saglasnost Zavoda, koji raspolaže svim podacima i može precizno propisati određene mјere pod kojima se može vršiti bilo kakva intervencija.*

¹⁰ Izvor: Kujundžić S., Govedar Z., Stručni rad, „Klima kao turistička vrijednost prirodnog dobra Jahorine“, Banja Luka, 2006. godina

¹¹ Izvor: Kujundžić S., Govedar Z., Stručni rad, „Klima kao turistička vrijednost prirodnog dobra Jahorine“, Banja Luka, 2006. godina

10.4. Model poslovanja i upravljanja i privatizacija

10.4.1. Cilj

Realizacija Master plana povezana je sa razvojem odgovarajućih programa koji će biti predstavljeni na investicionim i tržištima menadžmenta. Drugim riječima, treba dati odgovor na pitanje ko i na koji način će rezervisati sredstva za razvoj i ulaganja koja su više ili manje u saglasnosti sa ovim Master planom.

S obzirom da je predviđeno da se odmaralište Jahorina treba u potpunosti nanovo izgraditi i obnoviti, od najveće je važnosti da se u početnoj fazi razvojnog procesa na adekvatan način dodjele odgovornosti, te da se planiraju budući koraci.

Trebaju se identifikovati zainteresovane strane kako bi preuzele odgovornosti koje se tiču i vlasništva i upravljanja u pogledu sljedećih ulaganja:

- a) Obnova i proširivanje skijaških objekata i infrastrukture (staze i žičare);
- b) Obnova postojećih i izgradnja novih hotela i drugih smještajnih objekata;
- c) Obnova i izgradnja dodatnih ugostiteljskih, trgovinskih i kongresnih sala i drugih sličnih vrsta objekata gdje će se pružati usluge u ovom odmaralištu;
- d) Obnova i izgradnja dodatne javne infrastrukture;
- e) Izgradnja novih objekata za zimske i ljetne sportove i rekreaciju;
- f) Izgradnja kapaciteta, profesionalan marketing i upravljanje odmaralištem.

Međunarodni standardi daju prilično jasne kriterijume koji se odnose na ono što treba uraditi javni i ono što treba uraditi privatni sektor. Naša analiza postojeće vlasničke strukture i nadležnosti u odmaralištu Jahorina pokazuje da početni korak treba biti uspostavljanje mehanizma upravljanja imajući za cilj buduću realizaciju prioritetsnih ulaganja. Vrata moraju širom biti otvorena za privatna i javna ulaganja i njihova realizacija treba biti jasno definisana kako bi se postepeno uspostavila jedna trajna tržišna struktura. Pitanje privatizacije ne smije se nikako shvatiti kao trivijalno, već kao jedan sadržajan proces upravljanja okrenut ka razvoju koji za cilj ima osiguranje pristupa jakim tržištima i poznatim privatnim investitorima. Danas je nemoguće imati jedan oportunistički pristup prodaji bilo pojedinačnih vlasničkih jedinica bilo projekta u cijelini bez prethodno utrađenog nacrta budućih planova za određene destinacije i strukture budućih zainteresovanih strana koji moraju na odgovarajući način zadovoljavati razvojne planove i model razvoja pod okriljem ovog Mater plana.

Stoga trebamo ispitati uloge i nadležnosti sadašnjih zainteresovanih strana na Jahorini, kako bismo mogli dodijeliti odgovornosti za budući razvoj i imati jednu jasnu sliku vlasništva nad imovinom i zemljишtem.

10.4.2. Sadašnji kapaciteti javnih i privatnih zainteresovanih strana u odmaralištu Jahorina

Ako isključimo vlasnike pojedinačnih malih kuća i koliba, uglavnom nezakonito izgrađenih, mali preduzetnici na Jahorini (pansioni, hoteli, restorani, kafići, prodavnice, itd.) nisu u mogućnosti da preuzmu veliku odgovornost ili rizik. Oni uglavnom čekaju neku bolju budućnost i obnovu Jahorine na tržišnoj osnovi.

Domaći srednje veliki preduzetnici, kao što su to vlasnici "Termaga", "Vučka" i drugih hotela, odlučili su se na rizik u očekivanju bržeg restrukturiranja i privatizacije Jahorine. Oni se ipak i dalje moraju nositi sa dodatnim rizicima koji su povezani sa završetkom i/ili proširenjem njihovih objekata, te je stoga u njihovom najboljem interesu da vide jake i uticajne zainteresovane strane da ulaze na Jahorinu, tako da bi odmaralište bilo u mogućnosti da povrati svoje mjesto na tržištu što je to prije moguće.

Olimpijski centar Jahorina, koji trenutno rukovodi ski odmaralištem, zajedno sa hotelima "Bistrica" i "Jahorina" i drugom imovinom, očekuje registraciju imovine u svoje poslovne knjige i nova ulaganja kroz predstojeću privatizaciju. Iako Centar igra ključnu ulogu u poslovnim aktivnostima na Jahorini, on će takođe biti preoblikovan s obzirom da se radi o javnom (državnom) preduzeću.

Hotel "Košuta" u vlasništvu je "Energoinvesta" i vjerovatno će biti privatizovan u procesu detaljnog definisanja portofolia i privatizacije cijelog preduzeća.

Vlasništvo nad odmaralištem "Rajska Dolina", bivši objekat koji je pripadao vojsci, prenešen je na entitet (vladu) na taj način jasno ga čineći prikladnim za privatizaciju.

Vlasništvo nad bivšim hotelima i hostelima ("Mladost", "" i "Partizan") nije baš najjasnije, ali pretpostavljamo da su oni u državnom vlasništvu, s obzirom da su njihovi mogući pravni nasljednici u bilo kom slučaju državne/javne organizacije.

Opština Pale razumljivo je jedna važna zainteresovana strana, prije svega zbog uticaja na opštinsku infrastrukturu i s obzirom na standard komunalne službe koji treba dostići. Regulacioni plan za područje Jahorine trenutno je u fazi pripremanja nacrta kako bi se identifikovao obim građevinskih radova, da bi se uspostavio zakonski okvir i potrebni projekti infrastrukture. Konačno, opština Pale predstavlja jedan administrativni centar koji je zakonski odgovoran za razvoj i uređenje područja Jahorine.

Od Republike Srpske, s obzirom da je ona druga zainteresovana strana, koja se suočava sa izazovom vlasništva i pitanjima koja se tiču privatizacije, očekuje se da pruži više prilika za zapošljavanje, te da osigura ekonomski razvoj u širem regionu Jahorine. Osim toga, Republika Srpska u isto vrijeme polaze test uspostavljanja jednog zdravog i transparentnog modela razvoja koji će stvoriti imidž Jahorine kao jedne konkurentne planinske destinacije u srednjoj i istočnoj Evropi.

Stoga se može zaključiti da se zadržava *status quo* u pogledu sadašnjeg statusa i pozicije zainteresovanih strana, a svaki pojedinačni potez koji se napravi bez jasnog pregleda predodređen je na propast. U slučaju da Republika Srpska odluči da proda ili privatizuje imovinu Olimpijskog centra, postavilo bi se pitanje svrhe jedne takve prodaje. Da li bi do prodaje došlo radi obezbjeđivanja sredstva za budžet ili radi uvjerenja da bi se na taj način ova destinacija razvila i repozicionirala na tržištu. U slučaju da klijent kupi Centar, isti će tada preuzeti odgovornost za rješavanje i uklanjanje postojećih uskih grla, s obzirom da destinacija bez novih skijaških kapaciteta ne može ništa uraditi da ponovo zadobije svoju poziciju na tržištu. Jedini način da se izbjegne začarani krug bio bi da se provede veći dio ili cijeli Master plan, u suprotnom, poslovni rezultati se teško mogu poboljšati.

Ovo bi jasno trebao biti razvojni projekat i projekat bi trebao biti izrađen tako da stimuliše konkurentnost destinacije. Model upravljanja trebao bi biti izrađen da zadovolji takve potrebe i podrži model privatizacije u kojem bi investitori preuzeli rizik i odgovornost.

10.4.3. Vlasnička struktura

Pravo vlasništva nad većinom objekata i/ili lokacija bivših objekata odnosi se samo na zemljište ispod objekta, dok se hoteli i kompleksi "Termag", "Vučko", "Rajska Dolina", "Partizan" i "Mladost" nalaze na zaokruženim lokacijama od max. 15 hiljada metara kvadratnih i u vlasništvu su i javnih/državnih i privatnih subjekata.

Nismo se detaljnije bavili vlasništvom nad privatnim kućama i kolibama, što bi se trebalo naknadno uraditi u okviru završetka regulacionog plana i mogućih odluka o rušenju jedinica (nekretnina) nezakonito izgrađenih na području skijališta ili na nekom drugom mjestu koje se nalazi unutar javnog dobra.

Jedinice koje se nalaze u privatnom vlasništvu trenutno se sastoje isključivo od objekata malih i srednjih preduzeća, vikendica i koliba koje, s obzirom na njihov finansijski i tehnološki potencijal, ne mogu značajnije doprinijeti bržem razvoju i ponovnom pozicioniranju ove destinacije na tržištu. Sadašnja privatna preduzeća na Jahorini, iako su ista bitna, ne mogu biti odlučujući element i od njih se ne može očekivati da preuzmu dugoročnu odgovornost za održiv razvoj ove destinacije.

S druge strane, državna i djelimično državna imovina predstavljaju dominantnu vrstu vlasništva na Jahorini.

Naša istraživanja vlasničke strukture pokazuju da se oko 650 ari zemljišta u okviru regulacionog plana i moguće zone proširivanja (u pravcu prema Vrhpraci i prema zapadnoj strani) uglavnom nalazi u državnom vlasništvu.

Sve ski staze i žičare takođe su u državnom vlasništvu, bez obzira što istim upravlja Olimpijski centar Jahorina.

Prema našim informacijama, u toku je prenos vlasništva na Jahorini u korist opštine Pale.

Naša je procjena da državna imovina na Jahorini (koja je u vlasništvu opštine Pale, šumsko-privrednog društva u državnom vlasništvu i/ili direktno Republike Srpske) trenutno iznosi 95% zemljišta i oko polovine postojećih nekretnina i lokacija koje treba oporaviti i sagraditi. Slobodno područje koje dozvoljava buduće proširivanje takođe je u državnom vlasništvu (državne šume).

Iz gore navedenog slijedi da je entitet, ili da su Republika Srpska i opština Pale (bilo direktno ili preko relevantnih državnih preduzeća) jedine ozbiljne zainteresovane strane koje treba uzeti u obzir prilikom pokretanja projekta.

10.4.4. Model poslovanja i upravljanja i privatizacija

Jedan zdrav model poslovanja i upravljanja i privatizacije koji za cilj ima privlačenje ulaganja može se izraditi samo ukoliko pozicija i svrha državne imovine bude jasno definisana na dva nivoa:

- a) definisani interesi Republike Srpske i opštine Pale, kao i interesi državnih institucija (držanih šuma, Olimpijskog centra Jahorina i drugih državnih i polu-državnih institucija) i njihov odnos sa privatnim investitorima;
- b) izrađen jasan koncept koji se odnosi na korišćenje državne imovine u skladu sa specifičnim poslovnim modelima i vrstama ulaganja.

ad a)

Kada se radi o interesima, nadležnostima i predviđenim uticajima na razvoj projekta, Republika Srpska, u odnosu na opština Pale, neuporedivo je jača zbog sljedećih razloga:

- ona je nadležna i ima pravo da zakonski sankcioniše moguća rješenja;
- ona je nadležna i ima pravo da koristi sredstva iz budžeta za turističku infrastrukturu;
- ona je nadležna da pruži odgovarajuće garancije i da stimuliše potencijalne investitore;
- ona je nadležna da provede odluke u državnim preduzećima;
- ona je nadležna da promoviše projekte na međunarodnim i domaćim tržištima kapitala;
- razvoj i poboljšanje dobrobiti stanovništva na cijeloj teritoriji u interesu je Vlade, a to je i njena odgovornost.

S druge strane, opština Pale takođe nosi značajan teret u pogledu razvoja ovog projekta, a naročito iz sljedećih razloga:

- odgovornost za komunalne objekte na Jahorini kao destinaciju;
- odgovornost za održiv razvoj, zaštitu prostora i planiranje na teritoriji opštine;
- odgovornost da poveća broj radnih mesta i poboljša dobrobit lokalnog stanovništva.

Obje institucije stoga imaju objektivne interese, odgovornosti, a takođe i različite nadležnosti da se počne sa ovim projektom, a u smislu istoga, podjela odgovornosti je logična. Iako tokom posljednjih godina Pale, kao opština, nije uspjela da kontroliše ovu destinaciju u pogledu nezakonite gradnje i poboljšanja infrastrukture, i iako Republika Srpska do sada nije bila u poziciji da da prioritet ovom projektu u smislu razvoja i privatizacije, došlo je vrijeme za racionalnu podjelu odgovornosti u svrhu novog uspona ove destinacije.

S druge strane, postoji tržište velikih i malih privatnih investitora koji bi trebali tokom perioda od deset ili više godina, a na osnovu procjene Master plana, realizovati potencijal za ulaganja u iznosu od oko 300 - 400 miliona eura pod uslovom da je obezbijeđen jedan zdrav poslovni okvir, kao i neophodna ulaganja u opštu infrastrukturu. Ovo treba biti obezbijeđeno od strane državnog sektora, odnosno entiteta (opština Pale i/ili Republika Srpska). U tom kontekstu, sada je na državnom sektoru da napravi korak kako bi obezbijedio početnu poziciju za razvoj i, preuzimajući pažljive korake na tržištu kapitala, otvorio proces ulaganja i razvoja.

ad b)

Pitanje koncepcata korišćenja državne imovine (zemljišta i objekata) u pogledu nekih modela i vrsta ulaganja, kao po pravilu, povezano je sa ozbiljnošću ostvarenog i očekivanog razvoja društva ili zemlje, ali takođe i sa delikatnošću destinacije i resursa koji se koriste. U slučaju Jahorine kao destinacije ovo je prije svega vezano za i kao posljedicu ima donošenje odluka koje se tiču tri ključna pitanja:

- da li imovinu, posebno zemljište, direktno i brzo prodati potencijalnim investitorima, i ukoliko je odgovor da, u kojim slučajevima;
- da li se osloniti na koncesiju kao poslovni model, i ukoliko je odgovor da, u kojim slučajevima;
- da li ući u projekat sa strateškim partnerom ili osnovati preduzeće za razvoj i izgradnju koje bi potom na tržištu kapitala prodalo neke male i veće projekte.

Što se tiče brze i direktne prodaje imovine, tu postoje dva problema ili ograničenja. Prvi je vezan za tržište ozbiljnih investitora koji, po pravilu, nisu skloni ulasku u projekte za koje nije obezbjeđena nikakva sveobuhvatna vizija i organski razvoj destinacije. Drugi problem se odnosi na pitanje ko prodaje i šta se prodaje. U slučaju Jahorine, očekuje se da zemljište – registar i druga pravna i organizaciona pitanja budu unaprijed rješena kako bi se osigrala buduća ulaganja i/ili transakcije koje se tiču privatizacije. Ako bi se danas rješilo da se prodaje Olimpijski centar, pitanje koje bi se pojavilo jeste ko šta prodaje. Čak i ukoliko bi odgovor bio da je Republika Srpska prodavac, pitanje bi bilo da li je imovina koja se prodaje registrovana na ime ovog subjekta. Na osnovu informacija koje mi imamo, to nije slučaj. Stoga, po pitanju bilo koje prodaje, pitanja vlasništva trebaju biti rješena i to treba uraditi na samom početku, prije bilo kakvih potencijalnih transakcija.

Što se tiče koncesije, iskustva širom svijeta pokazuju da ukoliko se koncesija da na dovoljno dug period (preko 70 godina), radi sigurnosti i pokrića rizika investitora, to je svakako atraktivna i prihvatljiva mogućnost. Koncesija se sve više koristi kao poslovni model kada se radi o delikatnim i prirodno atraktivnim destinacijama. To znači da ukoliko se poslovanje skijališta proda, entitet (ili državne šume) i dalje može zadržati vlasništvo nad ski stazama s obzirom da bi koncesija bila prihvatljiva za bilo kog potencijalnog investitora. Koncesijski odnos mogao bi na sličan način biti uređen u slučaju izdavanja lokacija za izgradnju novih hotela ili drugih vrsta nekretnina, iako je ovo manje privlačno za potencijalne investitore.

Na kraju, što se tiče dileme između strateškog partnera i osnivanja vlastitog preduzeća za razvoj i izgradnju i potom prodaje određenih projekata na tržištu kapitala, treba se istaći da se oba modela mogu uskladiti sa ovom vrstom projekta koji, kako vrijeme odmiče, može biti prilagođen u skladu sa ranije dogovorenim izlaznim strategijama potencijalnih partnera.

Uzveši u obzir gore navedeno, predlažemo početni model poslovanja i upravljanja koji uključuje model privatizacije kako slijedi:

1. Osnovati novo preduzeće (preduzeće za razvoj i izgradnju), "Olimpijska Jahorina", na koje bi se prenijela sva imovina sadašnjeg Olimpijskog centra i druge nekretnine u državnom vlasništu zajedno sa zemljištem ispod objekata i zemljištem koje će se korisiti za oblikovanje lokacija za izgradnju hotela, te druge nekretnine i imovinu u skladu sa međunarodnim standardima (alternativa je da se sva imovina koja je ostala u državnom vlasništvu na području Jahorine prenese na postojeće preduzeće Olimpijski centar na isti način kako je to opisano u gornjem paragrafu)
2. Početno vlasništvo nad ovim preduzećem definisano je u odnosu 60% kao vlasništvo Republike Srpske i 40% opštine Pale.
3. Vlasništvo nad zemljištem koje se nalazi izvan sadašnjih uspostavljenih lokacija hotela i nekretnina, kao kapital novog preduzeća, treba ostati u rukama entiteta, a istovremeno može biti korišćeno od strane javnosti. Ukoliko se koristi u svrhe poslovanja, bilo bi izdato investitorima i to putem koncesije. Razumije se da ski staze ostaju u državnom vlasništvu i ne predstavljaju kapital novog preduzeća.
4. Uspostaviti početno i profesionalno rukovodstvo ovog holding preduzeća koje već ima određena operativna poslovanja koja su u toku (ski staze i hoteli), kao i imovinu koja se priprema za ulaganja.
5. Izvršiti poslovnu procjenu na osnovu novih ulaganja i u skladu sa diskontiranim novčanim tokom kako bi preduzeće našlo strateškog partnera na međunarodnom tržištu, a putem međunarodnog tendera ili uz pomoć jednog poznatog savjetnika za privatizaciju. Ovo bi se postiglo prodajom udjela ili povećanjem akcijskog kapitala. Kriteriji za strateškog partnera bili bi pažljivo propisani, naročito vodeći računa o finansijskoj moći, međunarodnom ugledu u oblasti planinskog turizma i drugim elementima koji garantuju realizaciju projekta u skladu sa Master planom. (Alternativa bi bila da se, po istim kriterijumima, identifikuju dva ili više strateških partnera za ski staze, hotele i druga ulaganja u kom slučaju bi preduzeće (holding) za razvoj i izgradnju zajedno sa odabranim strateškim partnerom osnovalo nova pravna lica sa izdvojenom imovinom sljedeći isti model kao u prethodnom paragrafu).

6. S obzirom da je prioritet vlasnika (Republike Srpske i opštine Pale) da dođe do realizacije projekta, da se izvrše ulaganja i da dođe do razvoja u skladu sa međunarodnim standardima, važno je da inicijalni vlasnici ostanu u vlasničkoj strukturi nakon privatizacije (prodaja udjela ili povećanje akcijskog kapitala), a zbog strateške kontrole razvoja. Bilo bi razumno da oni ostanu u vlasništvu preko jednog paketa manje kontrole u skladu sa Zakonom o preduzećima Republike Srpske. Ovo bi se primjenjivalo u slučaju jednog ili više strateških partnera.
7. U potencijalnim ugovorima sa jednim ili više strateških partnera, inicijalni vlasnici (Republika Srpska i opština Pale) imali bi mogućnost izlazne strategije u periodu od pet do deset godina, u skladu sa opštim međunarodnim modelima. Jedan od modela je isplata početne vrijednosti u izlaznoj godini uvećana za visinu kamate, a drugi je isplata udjela na osnovu tržišne vrijednosti u trenutku izlaza. Imajući u vidu da je obično strateški partner odgovoran za razvoj, ulaganje i upravljanje, pitanje isplate tržišne cijene, po pravilu, postaje komplikovano. Skladno tome, preporučuje se prvi model, a naročito na polju javnog/državnog sektora.
8. Kako bi se ušlo na međunarodno tržište kapitala, treba se napraviti plan poslovanja i ulaganja uključujući i idejno rješenje za prvu fazu projekta, a to je vremenski period koji je prema Master planu period od 6 do 7 godina. To je obim prilično razumno jasnog i predvidivog poslovnog kapaciteta projekta do faze njegove rehabilitacije na tržištu. U svakom slučaju, mora uključivati ono što je najvažnije, odnosno najmanje 70% svih ulaganja Master plana.
9. Prije ulaska na međunarodno tržište kapitala (privatizacija), preduzeće za razvoj i izgradnju mora obezbijediti rješenja za prostorno uređenje i ključnu infrastrukturu za projekte rekonstrukcije i projekte nove gradnje u skladu sa prioritetima datim u Master planu.
10. Prije ulaska na međunarodno tržište kapitala, preduzeće za razvoj mora da riješi sva potrebna pravna i finansijska pitanja kako bi se osigurao međunarodno transparentan pristup poslovnim i pravnim dokumentima preduzeća (jednostavna i brza *due diligence*).

Zaključak

Projekat Jahorina, koji bi u velikoj mjeri trebao slijediti odredbe ovog Master plana, ne može se provesti jednostavnom i direktnom privatizacijom, jer relevantni i ugledni investitori nemaju nikakvih garancija da će realizacija projekta teći u skladu sa iznesenom vizijom i modelom razvoja. Zbog toga ovaj projekat mora biti pripremljen za ozbiljno domaće i međunarodno tržište kapitala.

Na području gdje bi ovaj projekat trebao biti realizovan, i šire na području Republike Srpske i Bosne i Hercegovine, nema jakih i renomiranih zainteresovanih strana koje bi mogle preuzeti punu odgovornost za razvoj projekta.

Štaviše, zbog nejasne i nekonsolidovane situacije po pitanju vlasništva, za ovaj projekat nije moguće oportuno provesti liberalnu privatizaciju prodajom nekretnina ili turističke infrastrukture (ski staze, žičare i slično).

Radi toga, jedini podesan model koji se pojavljuje jeste da se osnuje jedno inicijalno preduzeće za razvoj i izgradnju radi konsolidacije vlasništva i rukovođenja na osnovu sadašnjeg poslovanja i, prirodno, kako bi preuzele odgovornost za realizaciju ovog Master plana, a putem pronalaska jednog ili više strateških partnera.

U ovom kontekstu, Vlada Republike Srpske i opština Pale, nakon prihvatanja ovog ili doradjenog Master plana, trebale bi početi sa osnivanjem preduzeća i imenovanjem profesionalnog rukovodstva koji bi preuzeli odgovornost za realizaciju ovog plana.

11. Preliminarne kalkulacije za glavne investicije

11.1. Pretpostavke

Predloženi investicioni projekti i njihova poslovna evaluacija sačinjeni su na nivou pred-izvodljivosti, a vezano za sljedeće pretpostavke:

- ✓ atraktivnost svake investicije u odnosu na konkureniju i referentno poređenje (benchmark analiza);
- ✓ potreba za novim proizvodima i aktivnostima u cilju stvaranja novog niza vrijednosti na destinaciji;
- ✓ profesionalno planiranje i razvoj projekta u cilju osiguranja dugoročne održivosti projekta;
- ✓ model profesionalnog menadžmenta koji će osigurati kvalitetan odnos između postojećih i budućih interesnih subjekata.

Imajući u vidu gore navedeno, dinamika odvijanja investicionog projekta je zamišljena tako da se značajno unaprijedi tržišna pozicija destinacije.

Investicioni prioriteti su raspoređeni na period od 3 do 10 godina i to tako da su prioriteti određeni na način da odražavaju tržišnu poziciju i sinergiju u sklopu cijelokupnog procesa rehabilitacije ove destinacije.

Ključne investicije i poslovne pretpostavke mogu se rezimirati na sljedeći način:

A. INVESTICIJE

- Fokus je stavljen na hotele koji unapređuju i repozicioniraju imidž destinacije;
- Iznos investicije je predložen na osnovu usporedne (*benchmark*) analize u odnosu na slične hotele u regionu uz prilagođavanje ovdašnjim standardima i troškovima gradnje;
- Uz ulaganja u smještajne kapacitete, pretpostavljaju se i projekti koji imaju dodatnu vrijednosti kao i projekti vezani za poboljšanje kvaliteta i standarda upravljanja.
- Kako bi privukli investitore, predlažemo i segment nekretnina kao faktor smanjenja rizika;
- Ulaganje u javnu infrastrukturu, za koju nije sačinjena zasebna procjena, smatra se jednim preduslovom koji treba da realizuje javni sektor.

B. PRIHODI

- prosječna cijena sobe (ADR) u smještajnim kapacitetima sačinjena je na osnovu usporedne (*benchmark*) analize za jugoistočnu i srednju Evropu;
- projekcija popunjenoosti zasnovana je na usporednoj (*benchmark*) analizi za jugoistočnu Evropu;
- koeficijent odnosa prihoda od soba u odnosu na ostale prihode izrađena je za svaki objekat zasebno i zasniva se na standardnoj međunarodnoj praksi za predložene tipove i kategorije objekata.

C. TROŠKOVI

- primjena međunarodnih standarda troškova u hotelskoj industriji;

- specifičnosti zemlje su uzeti u obzir u vezi s određenim hotelskim troškovima;
- primjena metodologije USALI;
- primjena međunarodnih standarda u vezi s brojem zaposlenih po sobi uvećano za 10% za Bosnu i Hercegovinu.

Razdoblje od 3-4 godine nakon ulaganja uzeto je kao period stabilizacije za predstavljene projekte. Sve finansijske projekcije zasnivaju se na trenutnim makroekonomskim uslovima u Bosni i Hercegovini, a uključuju trenutne porezne stope i druge ekonomske uslove. Finansijske projekcije bazirane su i na tržišnim pretpostavkama, uključujući trenutni tržišni status i predvidive tržišne trendove, bez nekih značajnijih tržišnih turbulencija.

Prihodi i troškovi u projekciji Računa dobitaka i gubitaka izraženi su u neto iznosima i ne uključuju porez na dodatu vrijednost.

Finansije su izražene u evrima. Projekcije su sačinjene u stalnim cijenama (bez inflacije).

11.2. Ključni projekti – smještaj

11.2.1. Postojeće područje

Hotel 5* (bivša JAHORINA)		
Pozicioniranje	Poseban doživljaj kroz uslugu prilagođenu svakom gostu, historijsko okruženje područja Jahorine koja svojom jedinstvenom lokacijom pruža mogućnost uživanja i relaksacije u okruženju bez buke	
Kategorija	5*	
Lokacija	Jahorina	
Smještajni kapaciteti		
Ukupni broj soba: 245 (138 standardnih soba od kojih je 108 dvokrevetnih i 30 sa bračnim krevetom; 55 soba superior od kojih je 40 dvokrevetnih, 15 sa bračnim krevetom; 40 soba /deluxe/ kategorije od koji je 30 dvokrevetnih i 10 sa bračnim krevetom; 10 apartmana 'junior' od kojih su 5 dvokrevetnih i 5 sa bračnim krevetom, te 2 predsjednička apartmana). Ukupno 490 kreveta.		
Ugostiteljska ponuda		Sale za sastanke i konferencijski prostor
3 restorana i 4 bara. Cafe sa 350 mesta. Elegancki talijanski restoran sa 60 mesta, restoran azijskih specijaliteta sa 50 mesta, 'Lobby Bar', 'Sushi Bar', 'Cigar Bar'.		Sale za sastanke za do 250 učesnika.
Ostali sadržaji		
Spa&Beauty Centra s velikom ponudom wellbeing tretmana (refleksologija, aromoterapija, zatezanje lica tretmanom oksigenizacije, masaža toplim kamenjem, obloge od morske trave, sauna, jacuzzi), fitness klub, zatvoren bazen, zatvoren parking. Sljedeći sadržaji: klima, grijanje, 24-satni room-service, usluge lakeja, pranje veša, sistem za informisanje u sobama, sefov u sobama, Wi-Fi u sobama i cijelom hotelu, rent-a-car, prodavnice, satelitska TV.		
Opis lokacije		
Na istoj lokaciji gdje se nalazio nekadašnji hotel Jahorina.		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	22.400 m ² .	
Procjena ulaganja (EUR)	29.400.000 €	
Prioritet	Prvi (3 - 4 godine)	

Hotel Jahorina: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	245	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)	Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%):		
Br. dana poslovanja u god.	365	pojedinci	40%	Bosna i Hercegovina	10%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	40%	Jugoistočna Evropa	80%
Popunjenošt	65%	alotman	20%	Druge zemje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	110 €	Ukupni neto prihod (EUR)		9.836.750	
Neto prihod po sobi (EUR)	6.393.888	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		72	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	65 : 35	Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi (EUR)		40.150	

POSLOVNA EVALUACIJA

HOTEL JAHORINA

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		245	245	245
Broj kreveta		490	490	490
Broj dana poslovanja		365	365	365
Popunjenošt soba (%), 365 dana)		60,0%	62,0%	65,0%
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)		54,0%	55,8%	58,5%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)		100,00	105,00	110,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		55,56	58,33	61,11
Prodatih soba		53.655	55.444	58.126
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF) noćenja		1,80 96.579	1,80 99.798	1,80 104.627
PRIHOD OD SOBA (EUR)	5.365.500	5.821.568	6.393.888	
OSTALI PRIHODI IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	2.889.115	3.134.690	3.442.863	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	8.254.615	8.956.258	9.836.750	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	60,00	65,10	71,50	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	33.692	36.556	40.150	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	4.952.769	5.373.755	5.902.050	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	1.733.469	1.880.814	2.065.718	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	21,0%	21,0%	21,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,81	0,81	0,81	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	198	198	198	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BD iz RA u EUR)	3.301.846	3.582.503	3.934.700	
BD iz RA udio u ukupnom prihodu (%)	40%	40%	40%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija, u EUR)	247.638	268.688	295.103	
ZARADA PRIJE KAMATE, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	3.054.208	3.313.815	3.639.598	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	37,0%	37,0%	37,0%	
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	29.400.000			
Ulaganje po sobi (EUR)	120.000			
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	9 godina nakon ulaganja			

4* MICE Hotel("Rajska Dolina")	
Pozicioniranje	Hotel sa četiri zvjezdice kao prvaklasni hotel; na raspolaganju sve 'standardne' usluge plus dodatne , 'luksuzne' usluge. Prijatno osoblje, priuštiv i ugodan smještaj na centralnoj lokaciji. Hotel podržava MICE centar.
Kategorija	4*
Lokacija	Jahorina
Smještajni kapaciteti	Ukupni broj soba: 220 (145 standardnih soba od kojih je 110 dvokrevetnih i 35 sa bračnim krevetom; 67 soba 'superior' od kojih je 45 dvokrevetnih i 22 sa bračnim krevetom; 8 apartmana 'junior' od kojih je 4 dvokrevetnih i 4 sa bračnim krevetom). Ukupno 440 kreveta.
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor
3 restorana i 3 bara. Glavni restoran ima 300 mesta. Restoran sa specijalitetima nacionalne kuhinje sa 60 mesta, kineski restoran sa 50 mesta, 'Lobby Bar', 'Wine Bar', 'Game Bar'.	Hotel može opsluživati banquetne sadržaje u Jahorina kongresnom centru do 500 osoba.
Ostali sadržaji	Fitnes klub, zatvoreni bazen, zatvoreni parking. Drugi sadržaji: klima, grijanje, 24-satna room service, pranje veša, sefovi u sobama, WiFi u hotelu i sobama, rent-a-car, prodavnice, satelitska TV.
Opis lokacije	Na istom mjestu gdje se nalazio stari hotel Rajska Dolina. Iskoristiće se dio sadašnje konstrukcije.
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	15.120 m ² .
Procjena ulaganja (EUR)	15.400.000 €
Prioritet	Prvi (3 - 4 godine)

Rajska dolina: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	220	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)	Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%):		
Br. dana poslovanja u god.	365	pojedinci	15%	Bosna i Hercegovina	15%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	50%	Jugoistočna Evropa	70%
Popunjenošt	61%	alotman	35%	Druge zemlje	15%
Prosječna cijena sobe (EUR)	88€		Ukupni neto prihod (EUR)	7.184.173	
Neto prihod po sobi (EUR)	4.310.504		Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	54	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	60 : 40		Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi (EUR)	32.655	

BUSINESS EVALUATION

HOTEL RAJSKA DOLINA

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		220	220	220
Broj kreveta		440	440	440
Broj dana poslovanja		365	365	365
Popunjeno soba (%), 365 dana)		58,0%	59,0%	61,0%
Popunjeno kreveta (%), 365 dana)		56,6%	57,5%	59,5%
Prosječna cijena sobe (ADR in EUR)		82,00	85,00	88,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		42,05	43,59	45,13
Prodatih soba		46.574	47.377	48.983
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		1,95	1,95	1,95
Noćenja		90.819	92.385	95.517
PRIHOD OD SOBA (EUR)		3.819.068	4.027.045	4.310.504
OSTALI PRIHODI IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)		2.546.045	2.684.697	2.873.669
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)		6.365.113	6.711.742	7.184.173
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)		47,56	50,15	53,68
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		28.932	30.508	32.655
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)		60%	60%	60%
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)		3.819.068	4.027.045	4.310.504
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)		1.158.451	1.221.537	1.307.520
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)		18,2%	18,2%	18,2%
Broj zaposlenih po sobi		0,70	0,70	0,70
Ukupni broj zaposlenih na bazi sati rada		154	154	154
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BD iz RA u EUR)		2.546.045	2.684.697	2.873.669
Udio BD iz RA u ukupnom prihodu (%)		40%	40%	40%
Stalne naknade (oizuzev kamata i amortizacija, u EUR)		190.953	201.352	215.525
ZARADA PRIJE KAMATE, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)		2.355.092	2.483.344	2.658.144
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)		37,0%	37,0%	37,0%
UKUPNA ULAGANJA (EUR)		15.400.000		
		Investment per room (EUR)		
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)		7 godina nakon ulaganja		

3* Hotel (bivša Mladost)		
Pozicioniranje	Dobra lokacija, odličan omjer cijena i usluge, topla i ugodna atmosfera.	
Kategorija	3*	
Lokacija	Jahorina	
Smještajni kapaciteti		
Ukupni broj soba: 150 (105 standardnih soba od kojih je 75 dvokrevetnih i 30 sa bračnim krevetom; 41 soba 'superior' od kojih je 31 dvokrevetna i 10 sa bračnim krevetom; 4 apartmana 'junior' od kojih su 2 dvokrevetna i 2 sa bračnim krevetom). Ukupno 300 kreveta.		
Ugostiteljska ponuda		Sale za sastanke i konferencijski prostor
Glavni restoran sa 230 mesta. Picerija sa 60 mesta. Meksički restoran sa 50 mesta 'Irish Pub', 'Refuge Bar'.		-
Ostali sadržaji		
Fitness klub, zatvoreni bazen, parking. Drugi sadržaji: klima, grijanje, room service, pranje veša, sefovi u sobama, internet corner, prodavnice, satelitska TV.		
Opis lokacije		
Na istoj lokaciji gdje se nalazio stari hotel Mladost.		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	9.360 m ² .	
Procjena ulaganja (EUR)	9.000.000 €	
Prioritet	Prvi (3 - 4 godine)	

Hotel Mladost: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	150	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze(%):	
Br. dana poslovanja u god.	305	pojedinci	30%	Bosna i Hercegovina	30%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	30%	Jugoistočna Evropa	60%
Popunjenošt	60%	alotman	40%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	70 €		Ukupni neto prihod (EUR)	3.537.692	
Neto prihod po sobi (EUR)	2.299.500		Prihod po raspoloživoj sobi EUR)	42	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	65 : 35		Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)	23.585	

POSLOVNA EVALUACIJA

3* HOTEL (bivša MLADOST)

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		150	150	150
Broj kreveta		300	300	300
Broj dana poslovanja		305	305	305
Popunjeno soba (%), 365 dana)		56,0%	58,0%	60,0%
Popunjeno kreveta (%), 365 dana)		53,2%	55,1%	57,0%
Prosječna cijena sobe (ADR in EUR)		65,00	67,50	70,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		34,21	35,53	36,84
Prodatih soba		30.660	31.755	32.850
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		1,90	1,90	1,90
Noćenja		58.254	60.335	62.415
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.992.900	2.143.463	2.299.500	
OSTALI PRIHODI IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	1.073.100	1.154.172	1.238.192	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	3.066.000	3.297.635	3.537.692	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	36,40	39,15	42,00	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	20.440	21.984	23.585	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	1.808.940	1.945.604	2.087.238	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	582.540	626.551	672.162	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	19,0%	19,0%	19,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,60	0,60	0,60	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sati rada	90	90	90	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BD iz RA u EUR)	1.257.060	1.352.030	1.450.454	
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	41%	41%	41%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija, u EUR)	91.980	98.929	106.131	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	1.165.080	1.253.101	1.344.323	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	38,0%	38,0%	38,0%	

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	9.000.000
Ulaganje po sobi (EUR)	60.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	8 godina nakon ulaganja

2* Standard Hostel (bivši Partizan)	
Pozicioniranje	Kratkotrajni smještaj za putnike ili izletnike. Postoji dobitna granica (samo za goste od 18-26 godina)
Kategorija	
Lokacija	Jahorina
Smještajni kapaciteti	
35 soba sa ukupno 100 kreveta. Kreveti u zajedničkim sobama sa zajedničkim kupatilom, kuhinjom i dnevnim boravkom. Postoje i privatne sobe.	
Ugostiteljska ponuda	
1 prodajno mjesto	/
Ostali sadržaji	
/	
Opis lokacije	
Na lokaciji nekadašnjeg hotela Partizan.	
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	3.300 m ² .
Procjena ulaganja (EUR)	1.400.000 €
Prioritet	Prvi (3 – 4 godine)



2* Standard Hostel : Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	35	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (5)		Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze(%):	
Br. dana poslovanja u god.	305	pojedinci	85%	Bosna i Hercegovina	20%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	10%	Jugoistočna Evropa	70%
Popunjenošt	65%	alotman	5%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	50 €		Ukupni neto prihod (EUR)	461.319	
Neto prihod po sobi (EUR)	415.188		Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	33	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	90 : 10		Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi	13.181	

POSLOVNA EVALUACIJA

2* STANDARD HOSTEL (bivši Partizan)

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba	35	35	35	35
Broj kreveta	100	100	100	100
Broj dana poslovanja	305	305	305	305
Popunjenošt soba (%), 365 dana)	61,0%	63,0%	65,0%	
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)	49,1%	50,7%	52,3%	
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)	45,00	48,00	50,00	
Prosječna cijena kreveta (EUR)	19,57	20,87	21,74	
Prodatih soba	7.793	8.048	8.304	
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	2,30	2,30	2,30	
Noćenja	17.923	18.511	19.099	
PRIHOD OD SOBA (EUR)	350.674	386.316	415.188	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	38.964	42.924	46.132	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	389.638	429.240	461.319	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	27,45	30,24	32,50	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	11.133	12.264	13.181	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	90%	90%	90%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	233.783	257.544	276.792	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	116.891	128.772	138.396	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	30,0%	30,0%	30,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,45	0,45	0,45	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	16	16	16	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	155.855	171.696	184.528	
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	40%	40%	40%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija, u EUR)	11.689	12.877	13.840	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	144.166	158.819	170.688	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	37,0%	37,0%	37,0%	
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	1.400.000			
Ulaganje po sobi (EUR)	40.000			
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	9 godina nakon ulaganja			

Hotel Bistrice 4*		
Pozicioniranje	Hotel za sport i relaksaciju	
Kategorija	4*	
Lokacija	Jahorina	
Smještajni kapaciteti		
160 soba sa 320 kreveta		
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor	
Hotelski restoran sa 350 mesta, 'Aperitif bar' sa 100 mesta.		Sale za sastanke
Ostali sadržaji		
Iznajmljivanje skija, usluge vezane za skijanje, iznajmljivanje ski-opreme, zatvoreni bazen, sauna, teretana, sportski tereni (za fudbal i košarku), prodavnice, prostorije sa zabavnim sadržajima.		
Opis lokacije		
Na Jahorini, na 1620 m nadmorske visine		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	cca. 10.000 m ² .	
Procjena ulaganja (EUR)	9.600.000 €	
Prioritet	Prvi (3 - 4 godine)	

Hotel Bistrice: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	160	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze(%):	
Br. dana poslovanja u god.	365	pojedinci	30%	Bosna i Hercegovina	15%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	40%	Jugoistočna Evropa	75%
Popunjenošt	60%	alotman	30%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	80€		Ukupni neto prihod (EUR)	4.672.000	
Neto prihod po sobi (EUR)	2.803.200		Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	48	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	60 : 40		Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi (EUR)	29.200	

POSLOVNA EVALUACIJA

HOTEL BISTRICA

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba	160	160	160	160
Broj kreveta	320	320	320	320
Broj dana poslovanja	365	365	365	365
Popunjenošt soba (%), 365 dana)	56,0%	58,0%	60,0%	
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)	50,4%	52,2%	54,0%	
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)	76,00	78,00	80,00	
Prosječna cijena kreveta (EUR)	42,22	43,33	44,44	
Prodatih soba	32.704	33.872	35.040	
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	1,80	1,80	1,80	
Noćenja	58.867	60.970	63.072	
PRIHOD OD SOBA (EUR)	2.485.504	2.642.016	2.803.200	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	1.657.003	1.761.344	1.868.800	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	4.142.507	4.403.360	4.672.000	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	42,56	45,24	48,00	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	25.891	27.521	29.200	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	60%	60%	60%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	2.485.504	2.642.016	2.803.200	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	828.501	880.672	934.400	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	20,0%	20,0%	20,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,75	0,75	0,75	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	120	120	120	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	1.657.003	1.761.344	1.868.800	
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	40%	40%	40%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija, u EUR)	124.275	132.101	140.160	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	1.532.727	1.629.243	1.728.640	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	37,0%	37,0%	37,0%	

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	9.600.000
Ulaganje po sobi (EUR)	60.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	7 godina nakon ulaganja

Hotel Košuta 4*		
Pozicioniranje	Hotel za porodice i parove	
Kategorija	4*	
Lokacija	Jahorina	
Smještajni kapaciteti		
70 soba sa 140 kreveta		
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor	
Hotelski restoran sa 150 mesta. A la carte restoran sa 30 mesta. 'Aperitif bar' sa 50 mesta. 'Snack bar' sa 15 mesta.		-
Ostali sadržaji		
Iznajmljivanje skija, 'kolibe', prodavnice, prostorije za zabavne sadržaje		
Opis lokacije		
Jahorina		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	5.000 m ² .	
Procjena ulaganja (EUR)	4.200.000 €	
Prioritet	Prvi (3 - 4 godine)	

Hotel Košuta: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	70	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze(%):	
Br. dana poslovanja u god	365	pojedinci	55%	Bosna i Herzegovina	20%
Aranžman	noćenje s doručkom + polupansion	grupe	25%	Jugostiočna Evropa	70%
Popunjenošt	60%	alotman	20%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	85€		Ukupni neto prihod (EUR)	2.004.692	
Neto prihod po sobi (EUR)	1.303.050		Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	51	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	65 : 35		Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi /EUR)	28.638	

POSLOVNA EVALUACIJA

HOTEL KOŠUTA

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba	70	70	70	70
Broj kreveta	140	140	140	140
Broj dana poslovanja	365	365	365	365
Popunjenošt soba (%), 365 dana)	56,0%	58,0%	60,0%	
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)	50,4%	52,2%	54,0%	
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)	81,00	83,00	85,00	
Prosječna cijena kreveta (EUR)	45,00	46,11	47,22	
Prodatih soba	14.308	14.819	15.330	
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	1,80	1,80	1,80	
Noćenja	25.754	26.674	27.594	
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.158.948	1.229.977	1.303.050	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	624.049	662.295	701.642	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	1.782.997	1.892.272	2.004.692	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	45,36	48,14	51,00	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	25.471	27.032	28.638	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	1.105.458	1.173.209	1.242.909	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	338.769	359.532	380.892	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	19,0%	19,0%	19,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,69	0,69	0,69	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	48	48	48	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BdizRA u EUR)	677.539	719.063	761.783	
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	38%	38%	38%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija, u EUR)	53.490	56.768	60.141	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	624.049	662.295	701.642	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	35,0%	35,0%	35,0%	

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	4.200.000
Ulaganje po sobi (EUR)	60.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	7 godina nakon ulaganja

11.2.2. Područje namjenjeno porodicama i wellness-u

4* Family Hotel	
Pozicioniranje	Porodični hotel
Kategorija	4*
Lokacija	U zoni proširivanja (Područje za porodice i wellness)
Smještajni kapaciteti	<p>Ukuopan broj kreveta: 300, Ukupan broj soba: 75 (vhunski porodični studio sa 2 spavaće sobe (prosječna veličina od 50 m²), Prostire se u svakoj sobi mašina za pranje i sušenje veša smještena u kupatilu i/lili na balkonu, opremljena s utičnicama domaćih djece, klupica za noge u kupatilu, kada za kupanje beba, podloga za presvlačenje, grijajuća..)</p> 
F&B Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor
Restoran i bar	-
Ostali sadržaji	Visokokvalitetan "Dječiji svijet" – u zatvorenom i na otvorenom – sa snažnom animacijom, wellness dijelom za odrasle, zatvoreni i otvoreni bazen, porodični park, odvojena igraonica sa igračkama namjenjena djeци, medicinske usluge za djecu, igraonica, briga o bebamama i dječji pruža kvalifikovano osoblje pet dana u sedmici.
Opis lokacije	U zoni proširivanja 1 (Područje za porodice i wellness)
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	6.000 m ² .
Procjena ulaganja (EUR)	6.750.000 €
Prioritet	Prioritet druge klase (5-7 godina)

4* Family Hotel: Tržišni I finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	75	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%):	
Br. dana poslovanja u god.	365	Pojedinci	70%	Bosnia i Herzegovina	15%
Aranžman	Puni pansion + polupansion	Grupe	5%	Jugoistočna Evropa	75%
Popunjenošt	65%	Alotman	25%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	80 €	Ukupni neto prihod (EUR)		2.190.000	
Neto prihod po sobi (EUR)	1.423.500	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		52	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostaleve prihode	65 : 35	Ukupni neto prihodi po slobodnoj sobi (EUR)		29.200	

POSLOVNA EVALUACIJA

4*Family Hotel

	God.nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		75	75	75
Broj kreveta		300	300	300
Broj dana poslovanja		365	365	365
Popunjenošt soba (%), 365 dana)		61,0%	63,0%	65,0%
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)		38,1%	39,4%	40,6%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)		76,00	78,00	80,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		30,40	31,20	32,00
Prodatih soba		16.699	17.246	17.794
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		2,50	2,50	2,50
Noćenja		41.747	43.116	44.484
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.269.105	1.345.208	1.423.500	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	683.364	724.343	766.500	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	1.952.469	2.069.550	2.190.000	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	46,36	49,14	52,00	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	26.033	27.594	29.200	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	1.249.580	1.324.512	1.401.600	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	370.969	393.215	416.100	
Udio BdizRA u ukupnom prihodu (%)	19,0%	19,0%	19,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,73	0,73	0,73	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	55	55	55	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BdizRA u EUR)	702.889	745.038	788.400	
Udio BdizRA u ukupnom prihodu (%)	36%	36%	36%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije, u EUR)	58.574	62.087	65.700	
ZARADA BEZ KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJU (ZBKPDa in EUR)	644.315	682.952	722.700	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	33,0%	33,0%	33,0%	
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	6.750.000			
Ulaganje po sobi (EUR)	90.000			
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)		10 godina nakon ulaganja		

"Planinski Wellness" hotel 3*	
Pozicioniranje	Wellness hotel, osnovni kvalitet (jeftino&šik)
Kategorija	3*
Lokacija	U zoni proširivanja 1 (Područje uza porodice i wellness)
Smještajni kapaciteti	Ukupan broj kreveta: 400 I ukupan broj soba:200. barem jedna trećina soba moraju biti „Sobe za planinski wellness“ Sa pogledom na planinu/prirodu, bez ili sa niskim nivoom buke i adekvatno namještene. Najmanje 20% soba moraju biti trajno proglašene kao sobe za nepušače..
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor
Restoran, bar	-
Ostali sadržaji	Dio za wellness (1.500 - 1.800 m ²) uključujući: 3 do 4 različite saune, bazen, veliki dio za relaksaciju (800 - 1.000 m ²) vrhunski ureden dio za fitnes (u hotelu ili od njega udaljen ne više od 15 minuta vožnje).
Opis lokacije	U zoni proširivanja 1 (Područje za porodice i wellness)
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	12.000 m ² .
Procjena ulaganja (EUR)	14.000.000 €
Prioritet	Prioritet druge klase (5 - 7 godina)

Planinski wellness hotel 3*: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	200	Struktura noćenja prema distribucioni kanalu(%)	Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%)		
Br. dana poslovanja u god	365	Pojedinci	50%	Bosna i Herzegovina	25%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	35%	Jugoistočna Europe	65%
Popunjenošt	70%	Alotman	15%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	70 €	Ukupni neto prihod (EUR)	5.503.077		
Neto prihod po sobi (EUR)	3.577.000	Prihod po raspoloživoj Sobi (EUR)	49		
Omjer prihoda od soba naspram drugih prihoda	65 : 35	Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)	27.515		

POSLOVNA EVALUACIJA

PLANINSKI WELLNESS HOTEL 3*

God.nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba	200	200	200
Broj kreveta	400	400	400
Broj dana poslovanja	365	365	365
Popunjenošt soba (%), 365 dana)	66,0%	68,0%	70,0%
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)	59,4%	61,2%	63,0%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)	65,00	67,50	70,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)	36,11	37,50	38,89
Prodatih soba	48.180	49.640	51.100
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	1,80	1,80	1,80
Noćenja	86.724	89.352	91.980
PRIHOD OD SOBA (EUR)	3.131.700	3.350.700	3.577.000
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	1.686.300	1.804.223	1.926.077
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	4.818.000	5.154.923	5.503.077
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	42,90	45,90	49,00
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	24.090	25.775	27.515
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	2.938.980	3.144.503	3.356.877
Od čega na plate i vezane troškove u ukupnom prihodu (EUR)	867.240	927.886	990.554
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	18,0%	18,0%	18,0%
Broj zaposlenih po sobi	0,65	0,65	0,65
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	130	130	130
BRUTO DOBIT IT REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	1.879.020	2.010.420	2.146.200
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	39%	39%	39%
Fixne naknade(izuzev kamata i amortizacije u EUR)	144.540	154.648	165.092
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	1.734.480	1.855.772	1.981.108
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	36,0%	36,0%	36,0%

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	14.000.000
Ulaganje po sobi (EUR)	70.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	8 godina nakon ulaganja

"Planinski wellness" hotel 4*	
Pozicioniranje	Wellness hotel
Kategorija	4*
Lokacija	U zoni proširivanja 1 (Područje za porodice i wellness)
Smještajni kapacitet	Ukupan broj kreveta:200, broj soba: 100. Prosječna veličina osnovne dvokrevetne sobe treba biti 38 m2. Najmanje Trećina soba moraju biti "Soba za planinski wellness" sa pogledom na planinu/prirodu, bez ili sa niskim nivoom buke I adekvatno namještene. Najmanje 20% soba moraju biti trajno proglašene kao sobe za nepušače.
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor
Restoran, bar (jedan vegetarijanski, jedan meni sa kontrolisanim brojem kalorija I jedan specijalni meni "Planinskog wellness -a" na ponudi su svakog dana)).	-
Ostali sadržaji	Dio za wellness (1.400 do 1.600 ² m2) uključujući dijelove za posebne tretmane, bazene, sauna, itd. Kozmetički i salon ljepote, najmanje jedan zatvoren bazen/ili bazen) na otvorenom sa grijanjem /ili bazen sa hidromasažom, najmanje jedna moderna sauna, vrhunski ureden dio za fitness (u hotelu ili od njega udaljen ne više od 15 min vožnje)
Opis lokacije	U zoni proširivanja 1 (Područje za porodice i wellness)
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	7.000 sq m.
Procjena ulaganja (EUR)	9.500.000 €
Prioritet	Prioritet druge klase (5 - 7 godina)

Planinski wellness hotel 4*: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	100	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po koje gosti dolazi (%):	
Br. dana poslovanja u god	365	Pojedinci	60%	Bosna i Herzegovina	20%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	30%	Jugoistočna Evropa	70%
Popunjenošt	65%	Alotman	10%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	90 €	Ukupni neto prihod (EUR)		3.285.000	
Neto prihod po sobi (EUR)	2.135.250	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		59	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	65 : 35	Ukupni neto prihod po slobodnoj sobi (EUR)		32.850	

POSLOVNA EVALUACIJA

PLANINSKI WELLNESS HOTEL 4*

	1.	2.	3.
Broj soba	100	100	100
Broj kreveta	200	200	200
Broj dana poslovanja	365	365	365
Popunjenošt soba (% , 365 dana)	61,0%	63,0%	65,0%
Popunjenošt kreveta (% , 365 dana)	54,9%	56,7%	58,5%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)	85,00	87,50	90,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)	47,22	48,61	50,00
Prodatih soba	22.265	22.995	23.725
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	1,80	1,80	1,80
Noćenja	40.077	41.391	42.705
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.892.525	2.012.063	2.135.250
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	1.019.052	1.083.418	1.149.750
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	2.911.577	3.095.481	3.285.000
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	51,85	55,13	58,50
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	29.116	30.955	32.850
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	1.805.178	1.919.198	2.036.700
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	582.315	619.096	657.000
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	20,0%	20,0%	20,0%
Broj zaposlenih po sobi	0,80	0,80	0,80
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	80	80	80
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA BEZ BRUTO (BDzRA EUR)	1.106.399	1.176.283	1.248.300
Udio ekvivalentni broj (%)	38%	38%	38%
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije, u EUR)	87.347	92.864	98.550
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	1.019.052	1.083.418	1.149.750
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	35,0%	35,0%	35,0%
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	9.500.000		
Ulaganja po sobi (EUR)	95.000		
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)		9 godina nakon ulaganja	

11.2.3. Sportsko područje

3* Hotel za sportski orijentisane putnike		
Pozicioniranje	Nalazi se na zgodnom mjestu, i ovaj hotel nudi veliku vrijednost za novac, te ima prijatnu i primamljivu atmosferu.	
Kategorija	3*	
Lokacija	U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)	
Smještajni kapaciteti		
Ukupan broj soba: 130 (91 standardna soba, od kojih je 66 sa bračnim krevetom i 25 sa king size krevetom; 35 soba „superior“ od kojih je 25 sa bračnim krevetom i 10 sa king size krevetom; 4 apartmana „junior“ od kojih su 2 sa bračnim krevetom i 2 sa king size krevetom.) Ukupan broj kreveta: 260		
Ugostiteljska ponuda	Sala za sastanke i konferencijski prostor	
Glavni restoran sa 210 mesta za sjedenje, indijski restoran sa 60 mesta za sjedenje, grčki restoran sa 50 mesta za sjedenje, pivnica, taverna.	-	
Ostali sadržaji		
Fitness klub, zatvoren bazen, parking. Druge pogodnosti: klima, grijanje, room service, usluga pranja garderobe, sefovi u sobama, internet kutak, prodavnice i satelitska TV.		
Opis lokacije		
U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	7.920 m2.	
Procjena ulaganja (EUR)	8.450.000 €	
Prioritet	Prioritet treće klase (8 - 10 godina)	

3* Hotel za sportski orijentisane putnike: Tržišni I finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	130	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)	Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%)		
Br. dana poslovanja u god.	305	Pojedinci	30%	Bosna i Herzegovina	30%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	30%	Jugoistočna Evropea	60%
Popunjenošt	60%	Alotman	40%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	70 €	Ukupni neto prihod (EUR)		3.066.000	
Neto prihod po sobi (EUR)	1.992.900	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		42	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	65 : 35	Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)		23.585	

POSLOVNA EVALUACIJA

3* HOTEL ZA SPORTSKI ORIJENTISANE PUTNIKE

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		130	130	130
Broj kreveta		260	260	260
Broj dana poslovanja		305	305	305
Popunjenošt soba (%), 365 dana)		56,0%	58,0%	60,0%
Popunjenošt kreveta (%), 365 dana)		53,2%	55,1%	57,0%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)		65,00	67,50	70,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		34,21	35,53	36,84
Prodatih soba		26.572	27.521	28.470
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		1,90	1,90	1,90
Noćenja		50.487	52.290	54.093
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.727.180	1.857.668	1.992.900	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	930.020	1.000.283	1.073.100	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	2.657.200	2.857.950	3.066.000	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	36,40	39,15	42,00	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	20.440	21.984	23.585	
Udeo prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	65%	65%	65%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	1.567.748	1.686.191	1.808.940	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	504.868	543.011	582.540	
Udeo plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	19,0%	19,0%	19,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,60	0,60	0,60	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	78	78	78	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	1.089.452	1.171.760	1.257.060	
Udeo BDizRA u ukupnom prihodu (%)	41%	41%	41%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija u EUR)	79.716	85.739	91.980	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	1.009.736	1.086.021	1.165.080	
Udeo ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	38,0%	38,0%	38,0%	

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	8.450.000
Ulaganje po sobi (EUR)	65.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	8 godina nakon ulaganja

2* Standard Hostel		
Pozicioniranje	Kratkoročan smještaj za putnike i izletnike. Starosno ograničenje (ne uključujući putnike koji ne odgovaraju starosnoj kategoriji od 18 do 26 godina)	
Kategorija	2* Standard Hostel	
Lokacija	U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)	
Smještajni kapaciteti		
60 soba sa ukupnim kapacitetom od 150 kreveta. Kreveti u spavaonici sa zajedničkim kupatilom, kuhinjom i sobama za odmor. Privatne sobe su također na raspolaganju..		
Ugostiteljska ponuda		Sale za sastanke i konferencijski prostor
1 mjesto	/	
Ostali sadržaji		
/		
Opis lokacije		
U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	4.950 m2.	
Procjena ulaganja (EUR)	2.700.000 €	
Prioritet	Prioritet treće klase (8 - 10 godina)	

2* Standard Hostel: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	60	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gost dolazi (%):	
Br. dana poslovanja u god.	305	Pojedinci	85%	Bosna i Hercegovina	20%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	10%	Jugoistočna Evropa	70%
Popunjenošt	67%	Alotman	5%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	45€	Ukupni neto prihod (EUR)		733.650	
Neto prihod po sobi (EUR)	660.285	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		30,15	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	90 : 10	Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)		12.228	

POSLOVNA EVALUACIJA

2* STANDARD HOSTEL

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		60	60	60
Broj kreveta		150	150	150
Broj dana poslovanja		305	305	305
Popunjenošt soba (% , 365 dana)		62,0%	65,0%	67,0%
Popunjenošt kreveta (% , 365 dana)		57,0%	59,8%	61,6%
Prosječna cijena sobe (ADR in EUR)		40,00	42,00	45,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)		17,39	18,26	19,57
Prodatih soba		13.578	14.235	14.673
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		2,30	2,30	2,30
Noćenje		31.229	32.741	33.748
PRIHOD OD SOBA (EUR)	543.120	597.870	660.285	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	60.347	66.430	73.365	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	603.467	664.300	733.650	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)		24,80	27,30	30,15
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		10.058	11.072	12.228
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)		90%	90%	90%
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	350.011	385.294	425.517	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)		211.213	232.505	256.778
Udio i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)		35,0%	35,0%	35,0%
Broj zaposlenih po sobi		0,40	0,40	0,40
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada		24	24	24
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	253.456	279.006	308.133	
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)		42%	42%	42%
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija u EUR)		18.104	19.929	22.010
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	235.352	259.077	286.124	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)		39,0%	39,0%	39,0%
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	2.700.000			
Ulaganje po sobi (EUR)		45.000		
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)		11 godina nakon ulaganja		

2* Hostel ekonomске klase		
Pozicioniranje	Kratkoročan smještaj za putnike i izletnike. Dobna granica (samo za goste od 18 do 26 godina.)	
Kategorija	2* Ekonomска klasa	
Lokacija	U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)	
Smještajni kapaciteti		
60 soba sa ukupnim kapacitetom od 150 kreveta. Kreveti u spavaonici sa zajedničkim kupatilom, kuhinjom i sobama za odmor. Privatne sobe su također na raspolaganju..		
Ugostiteljska ponuda		Sale za sastanke i konferencijski prostor
1 mjesto	/	
Ostali sadržaji		
/		
Opis lokacije		
U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)		
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	4.950 m2.	
Procjena ulaganja (EUR)	2.700.000 €	
Prioritet	Prioritet treće klase (8 - 10 godina)	

2* Hostel ekonomске klase: Tržišni i finansijski rezultati za stabilnu godinu					
Broj soba	60	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)		Noćenja po zemlji iz koje gost dolazi (%):	
Br. dana poslovanja u god.	305	Pojedinci	85%	Bosna i Herzegovina	20%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	10%	Jugoistočna Evropa	70%
Popunjenošt	67%	Alotman	5%	Druge zemlje	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	45 €	Ukupni neto prihod (EUR)		733.650	
Neto prihod po sobi (EUR)	660.285	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)		30,15	
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	90 : 10	Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)		12.228	

POSLOVNA EVALUACIJA

2* HOSTEL EKONOMSKE KLASE

	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		60	60	60
Broj kreveta		150	150	150
Broj dana poslovanja		305	305	305
Popunjenošt soba (% , 365 dana)		62,0%	65,0%	67,0%
Popunjenošt kreveta (% , 365 dana)		57,0%	59,8%	61,6%
Prosječna cijena sobe (ADR u EUR)		40,00	42,00	45,00
Prosječna cijena krevetaEUR)		17,39	18,26	19,57
Prodatih soba		13.578	14.235	14.673
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)		2,30	2,30	2,30
Noćenja		31.229	32.741	33.748
PRIHOD OD SOBA (EUR)	543.120	597.870	660.285	
OSTALI PRIHOD IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	60.347	66.430	73.365	
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	603.467	664.300	733.650	
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	24,80	27,30	30,15	
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	10.058	11.072	12.228	
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	90%	90%	90%	
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	350.011	385.294	425.517	
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	211.213	232.505	256.778	
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	35,0%	35,0%	35,0%	
Broj zaposlenih po sobi	0,40	0,40	0,40	
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	24	24	24	
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	253.456	279.006	308.133	
Udio iz BDizRA u ukupnom prihodu (%)	42%	42%	42%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacija u EUR)	18.104	19.929	22.010	
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	235.352	259.077	286.124	
Udio ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	39,0%	39,0%	39,0%	
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	2.700.000			
Ulaganje po sobi (EUR)	45.000			
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)		11 godina nakon ulaganja		

Dva mala hotel-pansiona 3*		
Pozicioniranje	Namjenjen porodicama	
Kategorija	3*	
Lokacija	U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)	
Smještajni kapaciteti		
Jedan mali hotel-pansion sa 25 soba – 50 kreveta. Jedan mali hotel-pansion sa 30 soba – 60 kreveta. Ukupan broj kreveta u dva mala hotel-pansiona je 110.		
Ugostiteljska ponuda	Sale za sastanke i konferencijski prostor	
1 mjesto	/	
Ostali sadržaji	/	
Opis lokacije	U zoni proširivanja 2 (Sportsko područje)	
NETO RAZVIJENA POVRŠINA	2.750 m2.	
Procjena ulaganja (EUR)	2.475.000 €	
Prioritet	Prioritet treće klase (8 - 10 godina)	

Tržišni i finansijski rezultati –mali hotel-pansion					
Broj soba	55	Struktura noćenja prema distribucionom kanalu (%)	Noćenja po zemlji iz koje gosti dolaze (%):		
Br. dana poslovanja u god	365	Pojedinci	60%	Bosna i Herzegovina	25%
Aranžman	Noćenje s doručkom + polupansion	Grupe	35%	Jugoistočna Evropa	65%
Popunjenošt	68%	Alotman	5%	Zapadna Evropa	10%
Prosječna cijena sobe (EUR)	95	Ukupni neto prihod (EUR)	1.729.127 I		
Neto prihod po sobi (EUR)	1.296.845	Prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	64,60		
Omjer prihoda od soba u odnosu na ostale prihode	70 : 30	Ukupni neto prihod po Slobodnoj sobi (EUR)	31.439		

POSLOVNA EVALUACIJA

2 MALA HOTEL-PANSIONA 3*

Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba	55	55	55
Broj kreveta	138	138	138
Broj dana poslovanja	365	365	365
Popunjenošt soba (% , 365 dana)	62,0%	65,0%	68,0%
Popunjenošt kreveta (% , 365 dana)	49,6%	52,0%	54,4%
Prosječna cijena sobe (EUR)	90,00	92,00	95,00
Prosječna cijena kreveta (EUR)	45,00	46,00	47,50
Prodatih soba	12.447	13.049	13.651
Faktor dvostrukе zauzetosti (DOF)	2,00	2,00	2,00
Noćenja	24.893	26.098	27.302
PRIHOD OD SOBA (EUR)	1.120.185	1.200.485	1.296.845
OSTALI PRIHODI IZ REDOVNOG POSLOVANJA (EUR)	373.395	400.162	432.282
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	1.493.580	1.600.647	1.729.127
Dnevni prihod od soba po raspoloživoj sobi (EUR)	55,80	59,80	64,60
Ukupni prihod po raspoloživoj sobi (EUR)	27.156	29.103	31.439
Udio prihoda od soba u ukupnom prihodu (%)	75%	75%	75%
UKUPNI TROŠKOVI POSLOVANJA PRIJE BRUTO OPERATIVNE DOBITI (EUR)	911.084	976.394	1.054.767
Od čega na plate i vezane troškove odlazi (EUR)	268.844	288.116	311.243
Udio plata i vezanih troškova u ukupnom prihodu (%)	18,0%	18,0%	18,0%
Broj zaposlenih po sobi	0,60	0,60	0,60
Ukupni broj zaposlenih na bazi sata rada	33	33	33
BRUTO DOBIT IZ REDOVNIH AKTIVNOSTI (BDizRA u EUR)	582.496	624.252	674.359
Udio BDizRA u ukupnom prihodu (%)	39%	39%	39%
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije u EUR)	44.807	48.019	51.874
ZARADA PRIJE KAMATA, POREZA NA DOBIT I AMORTIZACIJA (ZPKPDA u EUR)	537.689	576.233	622.486
UDIO ZPKPDA u ukupnom prihodu (%)	36,0%	36,0%	36,0%

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	2.475.000
Ulaganje po sobi (EUR)	45.000
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	5 godina nakon ulaganja

11.2. Ključni projekti - smještaj

UKUPNO ZA SMJEŠTAJNE KAPACITETE				
	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
Broj soba		1.560	1.505	1.505
Broj kreveta		3.388	3.250	3.250
UKUPNI NETO PRIHODI (EUR)	39.040.629	41.797.657	44.937.131	
Prosječni ukupni prihodi po raspolozivoj sobi (EUR)	25.026	27.773	29.859	
UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI PRIJE DOBITI OD OPERATIV. AKTIVNOSTI (EUR)	23.578.113	25.240.559	27.132.612	
Od čega ukupno na plate i pripadajuće troškove odlazi (EUR)	7.506.441	8.046.095	8.658.835	
Udio plata i pripadajućih troškova u ukupnom prihodu (%)	19,2%	19,3%	19,3%	
DOBIT OD OPERATIVNE AKTIVNOSTI (GOP u EUR)	15.462.516	16.557.098	17.804.519	
Udio GOP u ukupnom prihodu (%)	40%	40%	40%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije u EUR)	1.171.219	1.253.930	1.348.114	
BRUTO DOBIT (DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE) (EBITDA u EUR)	14.291.297	15.303.168	16.456.406	
Udio bruto dobiti u ukupnom prihodu (%)	36,6%	36,6%	36,6%	

11.3. Ključni projekti - nekretnine

POSLOVNA EVALUACIJA

NEKRETNINE			
	Prodajna cijena	Ukupni prihod	
	m2	EUR/m2	EUR
Apartmani Vučko	20.880	1.360	28.396.800
Apartmani B	12.960	1.360	17.625.600
3* Selo s drvenim kolibama	5.400	1.600	8.640.000
4* Alpske kućice	18.240	1.920	35.020.800
4* Apartmani	10.440	1.920	20.044.800
Pet 3-4* stambenih objekata u etažnom vlasništvu	16.005	1.760	28.168.800
Jedan 3* stambeni objekat u etažnom vlasništvu	1.600	1.600	2.560.000
3* Apartmani	1.800	1.440	2.592.000
3* Alpske kućice	4.360	1.520	6.627.200
Total	91.685	1.633	149.676.000

Napomena: Prodajna cijena nekretnina definisana je za period od 4-6 godina od danas

11.4. Ključni projekti - Objekti za rekreaciju

POSLOVNA EVALUACIJA

OBJEKTI ZA REKREACIJU				
	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	2.225.280	2.781.600	3.090.667	
UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI PRIJE DOBITI OD OPERATIV. AKTIVNOSTI (EUR)	1.335.168	1.668.960	1.854.400	
Od čega ukupno na plate i pripadajuće troškove odlazi (EUR)	445.056	556.320	618.133	
Udio plata i pripadajućih troškova u ukupnom prihodu (%)	20,0%	20,0%	20,0%	
DOBIT OD OPERATIVNE AKTIVNOSTI (GOP u EUR)	890.112	1.112.640	1.236.267	
Udio GOP u ukupnom prihodu (%)	40%	40%	40%	
Fiksna naknada (izuzev kamata i amortizacije u EUR)	89.011	111.264	123.627	
BRUTO DOBIT (PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE) (EBITDA u EUR)	801.101	1.001.376	1.112.640	
Udio bruto dobiti u ukupnom prihodu (%)	36,0%	36,0%	36,0%	

UKUPNA ULAGANJA (EUR)	9.272.000
Ulaganje po sobi (EUR)	
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	9 godina nakon ulaganja

11.5. Ključni projekti - Gastro i drugi objekti

POSLOVNA EVALUACIJA

GASTRO I DRUGI OBJEKTI				
	Godina nakon investiranja	1.	2.	3.
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	6.470.947	8.088.684	8.987.426	
UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI PRIJE DOBITI OD OPERATIV. AKTIVNOSTI (EUR)	4.206.115	5.257.644	5.841.827	
Od čega ukupno na plate i pripadajuće troškove odlazi (EUR)	1.294.189	1.617.737	1.797.485	
Udio plata i pripadajućih troškova u ukupnom prihodu (%)	20,0%	20,0%	20,0%	
DOBIT OD OPERATIVNE AKTIVNOSTI (GOP u EUR)	2.264.831	2.831.039	3.145.599	
Udio GOP u ukupnom prihodu (%)	35%	35%	35%	
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije u EUR)	194.128	242.661	269.623	
BRUTO DOBIT (PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE) (EBITDA u EUR)	2.070.703	2.588.379	2.875.976	
Udio bruto dobiti u ukupnom prihodu (%)	32,0%	32,0%	32,0%	
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	23.700.000			
Ulaganje po sobi (EUR)				
POVRAT NA ULAGANJE (ROI)	9 godina nakon ulaganja			

11.6. Rezime procjene poslovnog potencijala

Rezime ukupnog poslovanja i ulaganja za cijeli projekat Jahorina može se vidjeti iz sljedeće tabele:

REZIME PROCJENE POSLOVNOG POTENCIJALA u EUR					
	Smještaj*	Ski	Rekreativni	Gastro&drugo	TOTAL
UKUPNI NETO PRIHOD (EUR)	44.937.131	18.596.000	3.090.667	8.987.426	75.611.224
UK. OPERATIVNI TROŠK. prije DOBITI OD OPERAT. AKT.	27.132.612	12.087.400	1.854.400	5.841.827	46.916.239
Od čega ukupno na plate i pripadajuće troškove odlazi	8.658.835	3.719.200	618.133	1.797.485	14.793.653
Udio plata i pripadajućih troškova u ukupnom prihodu (%)	19,3%	20,0%	20,0%	20,0%	19,6%
DOBIT OD OPERATIVNE AKTIVNOSTI (GOP u EUR)	17.804.519	6.508.600	1.236.267	3.145.599	28.694.985
Udio GOP u ukupnom prihodu (%)	40%	35%	40%	35%	38%
Fiksne naknade (izuzev kamata i amortizacije u EUR)	1.348.114	919.800	123.627	269.623	2.661.163
BRUTO DOBIT (PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE) (EBITDA u EUR)	16.456.406	5.588.800	1.112.640	2.875.976	26.033.822
Udio bruto dobiti u ukupnom prihodu (%)	36,6%	30,1%	36,0%	32,0%	34,4%
UKUPNI NETO PRIHOD OD NEKRETNINA (EUR)					149.676.000
UKUPNA ULAGANJA (EUR)	206.290.000	92.345.743	9.272.000	23.700.000	331.607.743

Napomena: Prihodi od izdavanja nekretnina kao smještajnih kapaciteta nisu uzeti u obzir za evaluaciju poslovnog potencijala.

- Ulaganja kao i prihodi od poslovanja kada se radi o projektima smještajnih kapaciteta najrelevantniji su i predstavljaju najveća pojedinačna ulaganja u okviru ovog plana. Ukupan iznos ulaganja u smještajne kapacitete je 206,3 miliona eura, od čega je značajan dio predstavljen ulaganjima u nekretnine sa slobodnim i ograničenim rješenjima pitanja vlasništva;
- Planirani prihodi od komercijalnog sektora hotelijerstva planirani su na cca. 45,0 miliona eura bez potencijalnih dodatnih prihoda od projekata nekretnina sa ograničenim vlasništvom;
- Ukupno gledano, omjer ulaganja/prihodi (bez apartmana na prodaju) pokazuje zadovoljavajuće rezultate i predstavlja jedan atraktivan omjer za domaća i strana tržišta ulaganja (investitore)

ukoliko javni/državni sektor izvrši nepochodna ulaganja u infrastrukturu u postojećim i novim zonama razvoja;

- Većina ulaganja u smještajne kapacitete pokazuje period isplativosti od 6 do 8 godina, što je takođe zadovoljavajuće za ovu vrstu ulaganja;
- Neto dodatna vrijednost projekta (suma ukupnih plata i dobiti od operativne aktivnosti) u stabilnoj godini iznosi približno oko 40,0 miliona eura, bez dodatne vrijednosti iz poslovanja sa nekretninama. Ovo je **veoma zadovoljavajući** omjer koji omogućava ovaj projekat;
- Ulaganja u objekte za rekreaciju, za koje nismo izračunali pojedinačne poslovne evaluacije, a na osnovu međunarodnih standarda upoređivanja sa najboljim primjerima iz branše (*benchmarking*), daju rezultate i u prosjeku dobit se počinje ostvarivati nakon tri do četiri godine, uz izuzetak sportskih programa po osnovu zahtjeva Olimpijskih igara;
- Nova radna mjesta direktno ostvarena u oblasti smještajnih kapaciteta i u drugim sektorima iznose 3 do 3,5 hiljada zaposlenih. Sa direktnim zapošljavanjem u drugim privatnim hotelima, ski poslovnim jedinicama i u drugim subjektima koji pružaju usluge, u fazi finalizacije projekta ukupno direktno zapošljavanje će se povećati na 4,5 hiljada zaposlenih. Ako dodamo međunarodni standard od najmanje 20% novih radnih mesta otvorenih indirektno, projekat Jahorina, ukoliko bude urađen na odgovarajući način, za rezultat će imati ukupnu stopu zaposlenja u iznosu od cca. 5,5 hiljada ljudi, što bi predstavljalo jedan od najvažnijih ekonomskih projekata u Republici Srpskoj i Bosni i Hercegovini.

11.7. Ulaganja i poslovna evaluacija ski infrastrukture

11.7.1. Prepostavke

A. ULAGANJA

Predložena ulaganja u ski infrastrukturu uključuju vertikalni transport (opremu i njeno postavljanje), staze, opremu i objekte za pravljenje snijega, prognozu snježnih padavina, kontrolu pristupa, zaštitu od lavine, nepredviđene troškove i troškove projekta i planiranja. Ukupna investicija procjenjena je na iznos od 92,345,743 EUR.

B. PRIHODI

- prosječan broj posjetilaca određen je na osnovu poređenja sa najboljim primjerima iz ove oblasti
- prosječna cijena određena je na osnovu analize najboljih primjera iz ove oblasti i svedena je na domaće standarde.

C. TROŠKOVI

- realizacija međunarodnih standarda troškova u ski industriji uzimajući u obzir specifičnosti zemlje u pogledu određenih troškova;
- predstavljena struktura troškova zasnovana je na prilagođenim međunarodnim usporednim (*benchmarking*) standardima za ovu vrstu poslovanja.

Projekcije prihoda i troškova izražene su u neto iznosima, koji ne uključuju porez na dodatu vrijednost.
 Poslovna evaluacija prikazana je za stabilnu godinu.
 Finansije su prikazane u eurima. Projekcije su sačinjene u stalnim cijenama (bez inflacije).

SKI STAZE-JAHORINA			
Poslovna evaluacija			
Kapacitet (broj dnevnih gostiju):	14000		
Sezona (dana)	90	Popunjeno kapaciteta	30%
Broj posjetilaca godišnje:	1.533.000		
Cijena karte:	prosječno	12 EUR	
	Prihodi od ski liftova:	18.396.000 EUR	
	Ostali prihodi:	200.000 EUR	
	UKUPNI PRIHODI:	18.596.000 EUR	
	UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI:	12.087.400 EUR	
	Od čega na plate odlazi:	3.719.200 EUR	
	DOBIT od operativne aktivnosti (GOP*):	6.508.600 EUR	
	Fiksni troškovi:	919.800 EUR	
	BRUTO DOBIT (EBITDA*):	5.588.800 EUR	
Prosječan broj zaposlenih:		40	

*GOP = Gross Operating Profit

*EBITDA = Earnings before Interest, profit Tax, Depreciation and Amortization

Ulaganje u ski infrastrukturu treba biti finansirano na sljedeći način:

1/3 sadašnjeg iznosa treba biti finansirana putem subvencija, a 2/3 putem javnog-privatnog partnerstva.

12. Zaključak i rezime

Ovaj Master plan za razvoj turizma treba se smatrati osnovom za održiv razvoj i proširivanje planinskog odmarališta Jahorina. Uz potencijalne investitore, aktivne lokalne zainteresovane strane, kao i uz podršku državne i regionalne administracije, bilo bi moguće stvoriti jedno profesionalno i dobro struktuirano planinsko odmaralište koje se prepoznaje kao vodeće planinsko odmaralište u jugoistočnoj Evropi.

Opšti uslovi (npr. imidž domaćina Olimpijskih igara, blizina grada i aerodroma Sarajevo, itd.) veoma su povoljni i ukoliko se predložene aktivnosti koje se odnose na modernizaciju postojećeg planinskog odmarališta i dalje proširivanje provedu na odgovarajući način, bilo bi moguće da se ponovo zadobije zaslужeni ugled – prema sloganu "Jahorina – olimpijska planina".

HYPO Alpe-Adria Consultants d.o.o. Sarajevo
(u ime Projektnog tima)

Sarajevo, septembar 2007. godine

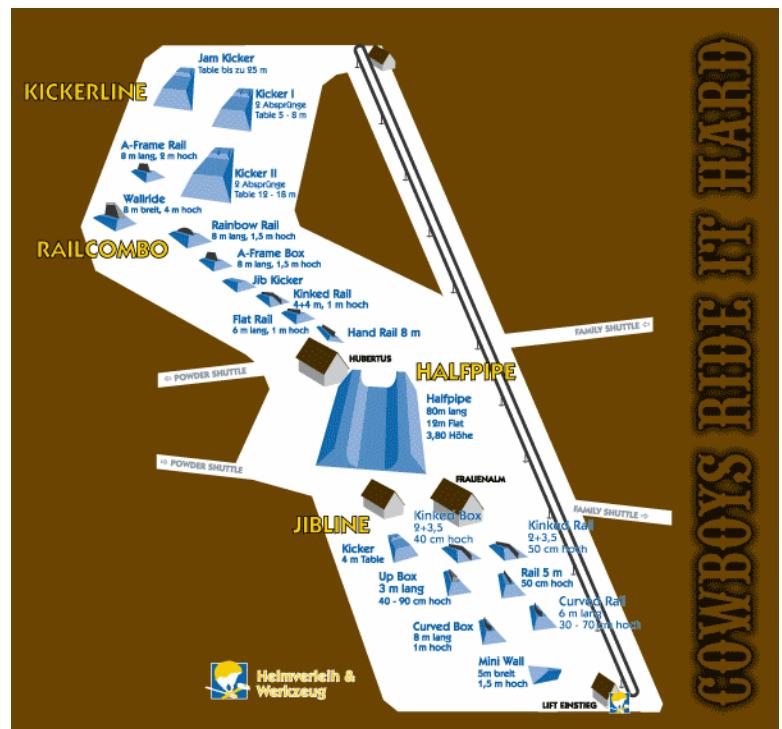
13. Dodatak

13.1. Primjeri najboljih iskustava iz Austrije

U sljedećem poglavlju biće prikazani najuspješniji primjeri iz Austrije kako bi se ilustrovali neki od predloženih projekata.

Park “Absolut” u Flachauwinkel-Kleinarl, Salzburg (Snowboard park zabave)
www.absolutpark.com

Ovaj Snowboard park zabave prostire se na dužini od 1,5 kilometara i sastoji se od četiri različite zone koje mogu biti savršeno spojene u jednu liniju.



Zona 1: Sekcija sa odskočnim rampama (Kickerline)

Dvije odskočne rampe u najvišem gornjem dijelu ove zone postavljene u jednoj liniji, te se postizanje poena vrši zahvaljujući širokim skokovima koji su sada obogaćeni stvarnim ravnim zapetim odskočnim rampama. Dužina ploče ove odskočne rampe dostiže i do 25m. Štaviše, sekcija sa odskočnim daskama pokrivena je vještačkim snijegom kako bi se garantovali dobri skokovi.

Zona 2: Railcombo

Ova zona uključuje *rainbow rail*, kutiju u obliku slova A, udobnu odskočnu rampu za vožnju po površinama koje nisu od snijega (*Jib Kicker*), ravnu prečku, prečku sa rukohvatom i 2x4 metra prepletenu prečku (*Kinked Rail*).

Zona 3: Vertikalna struktura u obliku slova U napravljena od snijega (Half pipe)

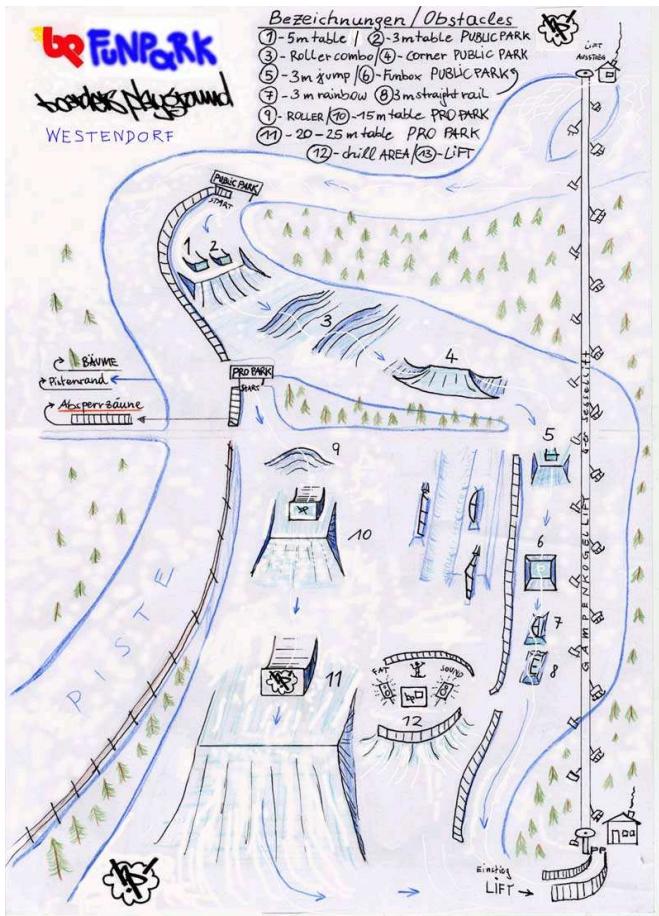
Ova struktura ima zidove od 4 metra, dužine je 100 metara i okrenuta je prema jugu.

Zona 4: Sekcija podloga od drugih materijala različitih od snijega (Jib line)

U ovoj zadnjoj zoni postoje manje prepreke koje savršeno odgovaraju vožnji po površinama koje nisu od snijega, kao i vježbanju – tu se nalazi prostor za zabavu sa integriranom isprepletenom prečkom i isprepletenom kutijom, potom ravna prečka i viseće kutije, zakrivljena prečka, zakrivljena kutija i mini zid.

Zemlja zabave za boarder-e u Westendorf, Tyrol (Snowboard park zabave) www.boardplay.com

Zemlja zabave za boarder-e u Westendorf-u sastoji se od sljedećih elemenata: 5-metarska ploča, 3-metarska ploča, roller combo, ugao, 3-metarski skok, funbox, 3-metarska duga, 3-metarska prava ograda, roller, 15-metarska ploča, 20 – 25-metarska ploča i dio za mehaničko vježbanje.



Biciklistički park u Leogang-u, Salzburg (Planinski biciklistički park sa stazama za spust)
www.bikepark-leogang.com



Sputst

2.200 metara prirodnih staza sa mnogo izrovanih dijelova, strmih dijelova i skokova. Širina staze za spust je između 1 i 2,5 metara. Visinska razlika je 458 metara sa prosječnim nagibom od 20,7 %.

Vožnja slobodnim stilom

2,5 kilometara šljunkovitih puteva sa brojnim eskalacijama i opadanjima, strmim skretanjima, mogulama, pločama i tunelima. Visinska razlika je 458 metara sa prosječnim nagibom od 17,9 %.

4-križanja

400-metarska takmičarska staza (na završetku dijela za vožnju slobodnim stilom) za 2 – 4 biciklista sa stalnom startnom mrežom. Visinska razlika je 45 metara sa prosječnim nagibom od 12,4 %.

Par

300 metara staze namjenjene takmičenju dvojice biciklista. Mjerenje vremena je besplatno. Visinska razlika je 45 metara sa prosječnim nagibom od 14,7 %.

Biciklistička staza za vježbanje sa upustvima

Idealno za početnike i djecu – 170 metara duga maršuta sa malim preprekama.

Prljavi skokovi

3 staze sa 5 dublera za početnike, stručnjake i profesionalce. Ukupna veličina oko 220 m² za skokove do 2 metra iznad površine zemlje.

North Shore

Avanturistički park sa 2 pada, 4 North Shore pravca, 1 velikim padom (visokim 4 metra), 1 odskokom (visokim 2 metra), rainbow ruler-om, gredom za balansiranje, itd.

Singl staza

2,5 km staze za spust sa visinskom razlikom od 458 metara – idealno za početnike.

Osim Biciklističkog parka, takođe postoji i Servis centar sa mogućnošću iznajmljivanja bicikala, prodavnicom, garažom za bicikle i mogućnostima pranja za bicikliste.

Cijene

- 1 uspon žičarom sa bicikлом 11,20 €
- Jednodnevna karta 28,00 €
- Dvodnevna karta 55,00 €
- Trodnevna karta 79,00 €
- Sezonska karta (odrasli) 183,50 €
- Sezonska karta (tinejdžeri) 146,80 €
- Sezonska karta (djeca) 91,80 €

Hexen-Wasser u Hochsöll, Tyrol (Tematska staza za planinarenje i pješačenje)
www.hexenwasser.at

Ova tematska staza za planinarenje i pješačenje poziva sve da uživaju u ljepoti, eleganciji, živahnosti i snazi planinske vode. Ona je pogodna za sve one koji vole da uživaju u prirodi svim svojim čulima i koji vole da se opuste. Njemački naziv "Hexen-Wasser" znači čarobna voda.



Osim "Hexenwasser", takođe se nalazi i "Hexen-Bach" (Čarobni potok), "Hexen-Wald" (Čarobna šuma) i "Barfußweg" (Staza po kojoj se hoda bosih nogu). Važno je napomenuti da se sve te atrakcije nalaze na planini, te je stoga neophodno korišćenje žičare.



Cijene (za sve atrakcije – uključujući i prevoz žičarom):

- Odrasli 12,00 €
- Djeca (između 6 i 16) 6,00 €

Snježni park za djecu u Serfaus, Tyrol (Ski park za početnike za djecu)
www.serfaus-fiss-ladis.at

Na ukupnoj površini od oko 20.000 m² Snježnog parka za djecu u Serfaus-u nalazi se istinski raj za djecu.



1. Park za vožnju gumenim čamcem
2. Mini staza za vježbanje sa upustvima namjenjena za ski skutere
3. Prevoz (bebí lift)
4. Gumeni zamak na naduvavanje
5. Dugo dječje klizalište
6. Snježna mačka
7. Prevoz (bebí lift)
8. Kula za igru
9. Malo dječje selo
10. Iglo
11. Stolice za roditelje
12. Cirkuski šator za programe poslije skijanja
13. Zimska tobogan staza



Osim ovog Snježnog parka za djecu, turistički region Serfaus-Fiss-Ladis ima i sljedeće atrakcije za djecu:

- *Murmli* staza (staza za avanturističko skijanje sa 7 različitim stanica)
- *Murmli* park (drugi Ski park za početnike u skijanju za djecu – manji od Snježnog parka za djecu)
- *Bertas* dječja zemlja (treći Ski park za početnike u skijanju za djecu – čak veći i od Snježnog parka za djecu)
- Iglo selo (4 iglova povezana tunelima sa različitim osvjetljenjem i zvukovima)

Alpski coaster u Wurbauerkogel, Gornja Austrija (Tobogan staza)
www.wurbauerkogel.at

Apsolutni vrhunac avanture planine Wurbauerkogel u Gornjoj Austriji je alpski *coaster* otporan na vremenske uslove. To je luda vožnja na saonicama za dvije osobe na dužini od 760 metara.



Optimalna sigurnost garantovana je sigurnosnim pojasm, visokom tehnologijom i video kontrolom.

Alpski *coaster* vodi vas uz planinu gdje se prilikom vožnje okrećete, naglo padate, skačete i prolazite kroz start pozicije sa preprekama. Ponekad je staza 5 metara iznad zemlje.

Visinska razlika je 63 metra sa nagibom od max 24 %.

Cijene (uz brdo i niz brdo za jednu vožnju)

- Odrasli 4,50 €
- Djeca (do 15) 2,90 €
- Odrasli (5 vožnji) 20,60 €
- Odrasli (10 vožnji) 40,00 €

Teren za visoke konope u Pruggern, Styria
www.bac.at



Teren za visoke konope predstavlja grupu elemenata koji su postavljeni na stubove na visini od 10 do 12 metara. Ne samo da je to fizički, već je to i psihološki izazov.

Teren za visoke konope u Pruggern-u najveći je u Austriji sa površinom od oko 5.000 m².

Zbog visine i radi sigurnosnih mjera pristup na terene sa visokim konopima dozvoljen je samo organizovanim turama koje prati kvalifikovani vodič

Cijene

- Poludnevni program (3 do 4 sata) 52,00 €
- Cijelodnevni program (6 do 7 sati) 73,00 €

Zimska staza za spuštanje gumenim čamcima u Faistenau, Salzburg

www.snowtubing.co.at

Spuštanje stazom niz planinu u gumenim čamcima. U Faistenau postoji pet pripremljenih staza za spuštanje gumenim čamcima u dužini od 170 metara.

Vozači idu ski liftom do vrha planine, a potom uzimaju jedan od 75 gumenih čamaca kako bi se na brz način spustili.

Najnovija inovacija je vrteška sa gumenim čamcima za malu djecu.



Cijene

- 1 sat (odrasli) 8,00 €
- 1 sat (djeca od 6 do 14) 6,50 €
- 2 sata (odrasli) 11,00 €
- 2 sata (djeca od 6 do 14) 9,50 €
- 1 vožnja za jednu osobu (odrasli) 1,20 €
- 1 vožnja za jednu osobu (djeca) 1,00 €
- Pola dana – 3 sata (odrasli) 13,00 €
- Pola dana – 3 sata (djeca) 11,00 €

Staza za motore sa četiri točka u Bad St. Leonhard, Carinthia www.erlebniswelt-moselebauer.at

825 metara duga kružna maršuta za one koji uživaju u brzini na motorima na četiri točka. Kružna maršuta uključuje staze sa strmim skretanjima, mostovima i mogulama.

Minimalni uzrast za vožnju motora sa četiri točka je 16 godina. U Austriji je neophodno da instruktor vožnje motora sa četiri točka bude prisutan cijelo vrijeme.



Jedina stvar koju vozači trebaju ponijeti sa sobom su odgovarajuće cipele – kaciga i rukavice su obezbijeđeni.

Kružna maršuta se koristi tokom ljetnjeg perioda – a i tokom zime.

Cijene (uključujući instruktora, gorivo, kacigu i rukavice)

- Pola sata 45,00 €
- Maršuta za djecu (10 minuta) 5,00 €
- Grupe do 14 motora četvorotočkaša (1 sat) 480,00 €

Staza u krošnjama drveća u Kopfing, Gornja Austrija

www.baumkronenweg.at

Ova Staza u krošnjama drveća u Kopfing-u sastoji se od 17 kula, svaka od njih je visine između 3 i 22 metra iznad zemlje. Zbog konstrukcije staze ponekad se osjećate kao da ste više od 50 metara iznad površine zemlje.

Kule su povezane stabilnim dovoljno širokim drvenim mostovima i visećim mostovima. Osim toga, postoji 26 odmorišta gdje se znanje prenosi na jedan razigran način.

Još jedna atrakcija ove staze u krošnjama drveća su dvije kuće na drveću, od kojih svaka ima smještajni kapacitet za noćenje za do 16 osoba.



Cijene (Staza u krošnjama drveća)

- Odrasli 6,00€
- Djeca (između 6 i 15) 3,50€
- Starije osobe (preko 65) 5,50€
- Djeca (ispod 6) besplatno
- Sezonska karta 15,00€

Cijene (Smještaj u kućama na drveću po danu)

- Za odrasle pojedinačno (polupansion) 40,00€
- Za odrasle pojedinačno (samo doručak) 31,00€
- Za svako dijete pojedinačno (polupansion) 35,00€
- Za svako dijete pojedinačno (samo doručak) 24,00€

Spuštenje gumenim čamcem u ljetnjem periodu u Hoch-Imst, Tyrol
www.alpine-center.at

90 metara SunKid ljetnja staza za spuštanje gumenim čamcem – savršeno odgovara posjetiocima svih starosnih dobi. Polazi se sa lagane startne rampe, staza se spušta niz nagib od 15 % prije nego se najde na prvi od nekoliko uzbudljivih uglova samo nekih 20 metara niz brdo.

Maršuta staze se nastavlja laganim zaokretom u suprotnom pravcu za čim slijedi ravni dio u dužini od nekih 20 metara koji se kreće ravno naprijed i niz liniju pada. Na kraju se nalazi spektakularan nagnuti ugao od 90° koji kontrolisano smanjuje brzinu.

Kako bi se gosti spasili zamorne šetnje nazad do vrha objekta, instaliran je 80 metara dug lift „Čudesni čilim“. Ovaj Čudesni čilim takođe se koristi u zimskom periodu, a koristi ga ski škola sa tog područja.



Veliki kompleks za spuštanje niz sajle (flying fox) u Hollenbach, Donja Austrija
www.best-trip.at

Koristeći 370 metara dugu sajlu za spuštanje, najdužu u Austriji, korisnici se spuštaju niz planinu i imaju osjećaj da lete iznad dolina, potoka i jezeraca.

Visinska razlika iznosi 36 metara i vrijeme vožnje je otprilike 55 sekundi.

Cijena za dvije vožnje niz brdo je 10,00 €.



Šetnja po oblacima na planini Dachstein, Styria www.dachstein.at

Jedna od najspektakularnijih vidikovaca platformi u Austriji. Nalazi se 2.700 metara iznad nivoa mora na vrhu 250 metara visoke prednje strane stijene. Svojim posjetiocima omogućava nezaboravne poglede, a ulaz je besplatan ukoliko je posjetilac kupio kartu za žičaru.

Građevina je otporna na brzinu vjetra do 210 kilometara na sat i na snježni nanos od 8 metara.



13.2. Članak iz ISR-a (International ropeway revue¹²)

Planiranje zaštite okoline za područja skijališta

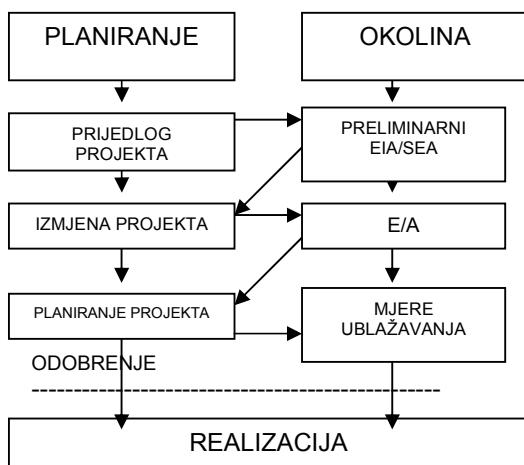
Andreas Berchtold, član tima za planiranje i pružanje konsulting usluga austrijskog GEOS-a, objašnjava kako integrisati faktore zaštite okoline u proces planiranja jednog ski područja

U okviru projekata razvoja i poboljšanja ski područja, širom svijeta sada postoje sve veće usredstvovanje na aspekte okoline. U mnogim slučajevima neuspjeh u pogledu identifikovanja i rješavanja problema okoline prouzrokovao je velika odlaganja u realizaciji ili je vodio direktnom odbijanju planova koji su dostavljeni. Obraćajući odgovarajuću pažnju na faktore zaštite okoline u ranoj fazi, moguće je znatno ubrzati ukupan proces planiranja, u zavisnosti od propisa koji se primjenjuju u relevantnoj zemlji.

Tehnika dijaloga

Na koji način planiranje zaštite okoline može na najbolji način biti integrisano u proces planiranja i donošenja odluka? Važno je imati na umu da aspekti zaštite okoline moraju biti uključeni od samog početka. Djelotvoran način da se ovo uradi jeste da se primjeni tehniku dijaloga, s jedne strane vodeći računa o tehničkim i ekonomskim aspektima projekta, a sa druge o zahtjevima zaštite okoline.

U dijalogu morate formulirati svoj stav, dati vašem partneru u dijalogu priliku da odgovori na isti, a potom, u svjetlu onoga što je rečeno, ponovo razmisljiti o vašoj poziciji. Rezultat je jedna vrsta dijalektike planiranja koja dozvoljava da se projekt kreće korak po korak naprijed sve dok ne bude spreman za podnošenje i realizaciju.



GEOS

U relanosti jednog ski područja ovo znači da svaki korak u planiranju mora biti slijeden korakom procjene zaštite okoline i obrnuto. Rezultat je učestao proces u kome se master plan ski područja stalno prilagođava, a plan zaštite okoline se mjenja kao odgovor na svako prilagođavanje.

Kako se ovo radi

Sljedeći primjer služi za ilustraciju jednog tipičnog procesa planiranja na osnovu ove metode.

Strana zadužena za razvoj najprije iznosi svoj prijedlog. Zatim slijedi inicijalna procjena mogućih problema zaštite okoline. Oni aspekti zaštite okoline koji će biti važni za dalji proces planiranja razrađuju se u detalje (npr. u obliku jedne analize uticaja).

Na osnovu rezultata inicijalne procjene zaštite okoline, projekat se dalje razvija i po potrebi mijenja. Izmjenjen prijedlog potom se podvrgava jednoj detaljnjoj procjeni uticaja na okolinu. Svaki aspekt okoline koji je izložen riziku od negativnih uticaja pažljivo se proučava, a potom se izrađuju mјere kako bi se isti ublažili. Ove mјere zaštite okoline zatim bivaju uvrštene u daljnji proces planiranja, i na osnovu toga rade se konačni planovi. Kada su potrebe zaštite okoline na taj način uvrštene u konačnu verziju koja se predaje, i kada su zakoni i propisi relevantne zemlje na dužan način ispoštovani, ništa više ne bi trebalo stajati na putu zvaničnog odobrenja projekta. Izvođači radova potom se mogu brzo uključiti i započeti sa provođenjem projekta održivog razvoja ski područja.

¹² Revija međunarodnih žičara

■ OKOLINA

Procjena uticaja na okolinu	
Geologija	Nagib staze Opasnost od obrušavanja stijena Različita klizišta
Hidrologija	Opasnost od lavine Izvori, podzemne vode Kraške vode
Biodiverzitet	Rukovođenje nadzemnim vodama Otpadne vode i deponije Flora Fauna Ekspolatacija zemljišta Predjeli / pejzaži Kulturno nasljeđe
Lokalni / regionalni razvoj	Tržište radne snage Sociokulturološki aspekti Saobraćaj Izgradnja nekretnina Regionalna privreda

Sadržaj procjene uticaja na okoliš

Procjena uticaja na okolinu uključuje mnogobrojne faktore u zavisnosti od pojedinačne situacije na području koje se treba razviti.

Prirodno, najprije se uzima u obzir podesnost terena za sportove na snijegu. Ovo uključuje takve potencijalne opasnosti kao što su opasnost od odronjavanja stijena, različita klizišta i lavine, te se moraju predložiti odgovarajuće mјere za onu opasnost za koju se utvrdi da postoji.

U polu-sušnim regionima posebno, prvi prioritet mora se dati zaštiti izvora za snadbjevanje pitkom vodom i u svrhe navodnjavanja. Ove potrebe kombinuju se sa razmatranjem opcija pravljenja snijega i otjecanja voda sa ski staza pod zajedničkim naslovom upravljanja površinskim vodama. Za buduće potrebe javne kanalizacije određenog ski područja, uljučujući snadbjevanje električnom energijom, te deponije i otpadne vode, moraju se pronaći rješenja uzimajući u obzir postojeću infrastrukturu. U ovom smislu, projekat razvoja ski područja u stvari može služiti kao katalizator rješavanja postojećih problema.

Uticaji na biodiverzitet (floru i faunu) predstavljaju drugu oblast o kojoj se mora voditi računa, kao što su to uticaji na pejzaž, pitanja eksploatacije zemljišta i kulturnog nasljeđa.

Na kraju, procjena uticaja na okolinu mora voditi računa o onim aspektima lokalnog i regionalnog razvoja na koje će uticati projekat razvoja ski područja, uključujući pitanja kao što su uticaji na tržište radne snage, obim saobraćaja, izgradnju nekretnina i regionalnu privredu i kulturu.

Uprkos velikom broju pojedinačnih faktora koji su uključeni, jednako je važno ne zanemariti ni širu sliku. Voda iz malih jezera koja se koristi za pravljenje vještačkog snijega, na primjer, može se koristiti u svrhe navodnjavanja ili za potrebe lokalnih hotela kao voda koja nije za piće. Na sličan način, mјere pošumljavanja i ponovnog zasijavanja travnatih površina mogu se kombinovati sa reorganizacijom eksploatacije poljoprivrednog zemljišta kako bi se poboljšala situacija sa oticanjem voda i klizištem na ski stazama.

Značajna sinergija može se mobilizovati i iskoristiti kombinovanjem domaćih stručnjaka i znanja i tehničkih vještina sa znanjem i iskustvom stranih stručnjaka koji se dovedu na projekat. Dužna pažnja u pogledu identifikovanja i integracije ovih domaćih znanja i tehničkih vještina naročito je bitna u zemljama koje nisu dio svijeta zapadne kulture.

Jedna takva procjena osiguraće da početni dijalog koji uključuje tehničke i komercijalne aspekte, te aspekte zaštite okoline može voditi jednom u potpunosti integriranom procesu planiranja koji predstavlja jednu zaokruženu cjelinu sastavljnu od dijelova i koji, u idealnom slučaju, zadovoljava potrebe i želje svih uključenih strana.

	FAKTORI UTICAJA														opšte				
	odmaralište							zimske aktivnosti				ljetne aktivnosti							
	hoteli, apartmani	ulice	parking prostori	potražnja za vodom	otpadne vode	tvrđi otpad	zahtjevi za radnom snagom	ski liftovi, stanice	ski staze	restoran na vrhu	sistem za pravljenje vieštačkog snijega	snabdijevanje el. energijom	zatvoren vodeni park	vodeni park na otvorenom	alpske	vodene	pogledi	saobraćaj	povećan broj ljetnikovaca
DOBRA ZAŠTITE																			
čovjek																			
lokalni razvoj	x	xx	o	x	x	xx	x	o	x	o	o	x	xx	x	x	x	x	xx	xx
regionalni razvoj	xx	xx	o	o	x	x	xx	x	o	x	o	x	x	x	x	x	x	xx	xx
tržiste radne sange	xx	x	x	o	x	x	xx	x	o	x	o	xx	xx	x	x	o	o	x	xx
zdravljve	x	x	x	x	x	xx	x	x	x	o	o	x	x	o	o	o	x	x	x
sigurnost (od opasnosti)	x	x	o	o	o	o	o	x	x	o	x	x	o	o	x	o	x	o	o
kultурно nasljeđe	x	x	x	o	o	o	o	x	xx	x	x	x	x	x	x	o	xx	x	x
biodiverzitet																			
flora	x	xx	x	o	o	x	o	o	x	xx	x	xx	x	x	x	xx	x	o	x
fauna	x	x	x	o	o	o	o	x	x	x	x	o	o	x	x	x	x	x	x
lov	x	x	o	o	o	o	o	x	x	o	o	o	o	x	x	x	o	x	o
vodeni eko sistemi	o	x	o	x	x	o	o	o	x	o	x	o	x	x	o	o	o	o	o
šume	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	x
predjeli / pejzaži																			
prirodni predjeli	xx	xx	xx	x	x	x	o	x	xx	x	xx	x	x	xx	x	x	x	x	xx
kulturni predjeli	xx	x	x	o	o	o	o	x	x	xx	x	o	x	xx	x	x	xx	x	x
tlo, iskorišćavanje zemljišta																			
tlo, erozija	x	x	x	o	x	o	o	x	xx	x	x	x	x	x	x	x	o	x	xx
poljoprivreda	x	xx	x	x	o	o	x	x	xx	o	x	o	o	xx	x	x	o	x	x
Voda																			
voda za piće, izvori	xx	o	o	xx	x	o	o	o	x	x	xx	o	xx	xx	x	x	o	o	x
površinske vode	x	xx	x	xx	x	o	o	x	xx	o	xx	o	x	xx	x	o	o	o	x
iskorišćavanje voda (poljoprivreda)	x	x	x	xx	x	o	o	o	x	x	xx	o	xx	xx	x	o	o	x	x
klima, vazduh																			
lokalna klima	x	x	o	o	o	o	o	o	o	o	x	o	o	x	o	o	o	o	o
Buka	x	o	o	o	o	o	o	x	o	o	x	o	o	x	o	o	o	x	o
zagadjenost vazduha	x	o	o	o	o	o	x	o	o	o	o	o	x	o	o	o	o	x	x

o: neutralan ili pozitivan uticaj

x: mali negativan uticaj

xx: veliki negativan uticaj