



# UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURISTIČKE DESTINACIJE NA PRIMERU BANJA SRPSKE TOPLICE

Simonida Vilić\*, Tatjana Dujaković

Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka, Republika Srpska

## Apstrakt:

Trend banjskog turizma dostiže globalne razmere. Banje postaju turističke destinacije koje se ponovo otkrivaju, integrišu i brendiraju kako bi stvorile novu globalnu industriju koja koristi širok spektar elementa iz drugih industrijskih grana. U radu se analiziraju rezultati sprovedenog primarnog istraživanja o percepciji koju turisti imaju o Banjama Srpske Toplice kao turističkoj destinaciji. Cilj istraživanja jeste definisati ključne komponente za pozicioniranje i razvoj Banja Srpske Toplice kao turističke destinacije. Na temelju sprovedenog istraživanja došlo se do jasnih pokazatelja koji ujedno odražavaju stav i preferencije turista koji su posetili Banje Srpske Toplice, o tome šta je čini jedinstvenom i privlačnom za turistička putovanja.

## Ključne reči:

turistička destinacija,  
upravljanje,  
razvoj,  
banjski turizam.

## 1. UVOD

Globalno turističko tržište fokusirano je na potrošačke preferencije koje se iz dana u dan menjaju, a planiranje i upravljanje razvojem turizma na svim nivoima nemoguće je bez poznavanja svetskih trendova. Novi turizam, onaj po meri čoveka, namenjen je pojedincu, individualcu koji zazire od toga da bude zrno peska u pustinji, broj u paket aranžmanu, izgubljen među hiljadama spavača u velikom hotelu. Savremeni turista želi doživljaj ambijenta u kojem boravi, kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznavanje istorije i kulture sredine koju je odabrao na osnovu njenih atrakcija. Konkurentnost i partnerstvo su dva bitna elementa novoga turizma. Konkurentnost turističke destinacije se ne stvara izvan nje, nego u njoj samoj. Zbog toga je neophodno partnerstvo svih zainteresovanih za razvoj turističke destinacije, javnog i privatnog sektora unutar same destinacije.

Prema podacima UNWTO-a, jedan od rastućih trendova novog turizma koji postepeno dobija globalne razmere jeste i banjski turizam. Terapije u banjama su prisutne od davnih vremena kroz različite forme i oblike zavisno od kulturnog, socijalnog i političkog miljea u kom su postojale, ali su sada ponovo otkrivene, integrisane i brendirane kako bi stvorile novu globalnu industriju koja koristi širok spektar elementa iz drugih industrijskih grana (Cohen & Bodeher, 2008). Analizirajući Strategiju razvoja Republike Srpske za period 2011-2020. godine, možemo uočiti da Republika Srpska, iako nema imidž turističkog regiona, zbog neizmernog bogatstva prirodnih resursa ima značajne potencijale da po-

stane prepoznatljiva na mapi Evrope ukoliko se fokusira na razvoj i promociju banjskog turizma, avanturizma, ekoturizma, sportsko-rekreativnog i seoskog turizma.

Jedan takav potencijal predstavljaju i stare banje na području Gornjeg Šehera, današnjih, Srpskih Toplica, koje se nalaze u podnožju brežuljaka Banj Brda (Šehitluka), na svega 6 kilometara od centra grada Banja Luke. Poznate po svojoj jedinstvenoj vodi, prosečne temperature od 20 do 36 stepeni celzijusa, koju karakteriše visok stepen alkalnosti, po svojoj gustoći i prisustvu najvećim delom CaCO<sub>3</sub> (kalcijev karbonat), sumpora, magnezijuma i minerala, ove banje predstavljaju pravi svetski raritet. Izvori sa ovakvom vodom daju vidne rezultate u lečenju bolesti krvnih žila, oboljenja zglobova, tetiva, mišića, ginekoloških bolesti, pa i psihosomatskih bolesti, za lečenje i oporavak kardiovaskularnih, reumatoloških, neuroloških i postraumatskih oboljenja i stanja, što je između ostalog postalo posebnost i prepoznatljivost ovih banja (Predstavništvo RS, 2011).

Upravljanje destinacijom predstavlja složen i dugoročan proces, čiji je primarni cilj da obezbedi dostizanje visokog kvaliteta životnog standarda domicilnog stanovništva, a da ujedno očuva resurse turističke destinacije. Proces upravljanja turističkom destinacijom može biti defisan kao proces donošenja strateških, organizacionih i operativnih odluka da bi se upravljalo procesom definisanja, promocije i komercijalizacije turističkog proizvoda destinacije i kreirao uravnoteženi i održivi promet posetilaca/turista koji je dovoljan da zadovolji ekonomske potrebe lokalnih aktera u destinaciji (Franch & Martini, 2002).

\* svilic26@yahoo.com



Efikasno upravljanje turističkom destinacijom počinje analizom okruženja. Za menadžment turističke destinacije od presudnog je značaja situaciona analiza. Tokom situacione analize ocenjuje se destinacijska konkurentnost korišćenjem SWOT analize (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*). Da bi se sagledala objektivna slika turističke destinacije Banje Srpske Toplice urađena je SWOT analiza pomenute destinacije, koja je prikazana u tabeli 1.

Tabela 1. SWOT analiza turističke destinacije Banja Srpske Toplice

SNAGE ( <i>Strengths</i> )	SLABOSTI ( <i>Weaknesses</i> )
Izvori lekovite vode.	Nedostatak smeštajnih kapaciteta.
Objekti velike ambijentalne vrednosti.	Loša infrastruktura.
Tradicija banja.	Turistička nevalorizovanost.
Bogati prirodni resursi.	Nepostojanje marketinških aktivnosti i nedostatak imidža destinacije.
Reljefna raznolikost.	
Gostoljubivost.	
Bogata gastronomska ponuda.	Nedostatak saradnje sa turističkim organizacijama i agencijama.
Raznovrsno geonasleđe.	Nedostatak stručnog kadra iz oblasti turizma i hotelijerstva u državnim institucijama.
Reka Vrbas.	
PRILIKE ( <i>Opportunities</i> )	PRETNJE ( <i>Threats</i> )
Bogato kulturno-istorijsko nasleđe.	Nestabilna političko-ekonomska stabilnost.
Razvoj atraktivnosti i pratećih sadržaja.	Niska kupovna moć stanovništva.
Blizina grada Banja Luke.	Nedostatak saradnje privatnog i javnog sektora u oblasti turizma.
Mogućnost razvoja avanturizma, ekoturizma i sportsko-rekreativnog turizma.	Nedovoljna usmerenost na inostrane turiste.
Privlačenje stranih investitora.	Nedostatak finansija za razvoj.

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Sadašnje stanje razvoja turističke destinacije Banje Srpske Toplice nije na zadovoljavajućem nivou, jer destinacija nije turistički valorizovana, a nedostatak smeštajnih kapaciteta utiče na povećanje turističkog prometa. Zbog toga je neophodno formulisati strategiju upravljanja razvojem turističke destinacije Banje Srpske Toplice. Dostignuti i planirani obim turističkih aktivnosti u destinaciji uslovljava potrebu za planiranjem turističkih aktivnosti, definisanjem infrastrukture potrebne za projektovani rast destinacije, kontrolom kvaliteta, posebno u vezi sa pitanjem zaštite životne sredine (Popesku, 2011). Da bi Banje Srpske Toplice postale konkurentna turistička destinacija, trebaju razvijati specijalizovanu turističko-zdravstvenu ponudu koja će predstavljati simbiozu resursne i sadržajne osnove. Resursnu osnovu čine navedene snage turističke destinacije, dok sadržajna osnova podrazumeva razvoj svih turističkih atrakcija, koje prilikom boravka, mogu zadovoljiti individualne potrebe za lečenjem i oporavkom, ali uz unapređenje zdravlja, upražnjavanje rekreacije, upoznavanje kulture i učešće u događajima (Wisnom & Capozio, 2011). Banje Srpske Toplice su turističko mesto koje ima šansu da postane prepoznatljiva i privlačna turistička destinacija u svim godišnjim dobima, ukoliko bi svoju ponudu zasnovala na: kvalitetnom poboljšanju ukupne turističke ponude sa fokusom na izgradnji smeštajnih

kapaciteta, očuvanju mikroklimatskih uslova, pejzažne autohtonosti i tradicionalnih vrednosti, razvoju i racionalnom korišćenju postojećih potencijala, razvoju savremenih spa i zdravstvenih programa, razvoju avanturizma, ekoturizma, sportsko-rekreativnog i kulturnog turizma. Da bi se to realizovalo prioritetni cilj treba da bude dopuna turističke ponude programima i sadržajima koji prate savremene turističke trendove i obezbeđuju joj status elitnog banjskog mesta. Razvojem kvalitetnih i raznovrsnih dopunskih sadržaja u destinaciji, u velikoj meri bi se obogatila turistička ponuda.

Kako bi se turistička destinacija Banje Srpske Toplice bolje pozicionirala, sprovedeno je istraživanje čiji je cilj bio utvrditi motive i stavove turista, kao i ocenu ponude turističkog proizvoda Banja Srpske Toplice, uvideti kakva je slika koju turisti imaju o Banjama Srpske Toplice kao korisnici usluga, kao i šta bi trebalo inovirati u ponudi destinacije. Na temelju te analize kreirale se polazišta za izradu strategije upravljanja turističkom destinacijom koja će na najbolji način predstaviti identitet destinacije, njene vrednosti i jedinstvene atrakcije. U tom smislu istraživanje bi trebalo pružiti odgovor na sledeća pitanja:

- ♦ Kakva je trenutna percepcija Banja Srpske Toplice posmatrana iz perspektive turista?
- ♦ Kakav je status Banja Srpske Toplice kao turističke destinacije i izaziva li kod turista želju za ponovnom posetom?
- ♦ Kakav bi status i poziciju Banje Srpske Toplice trebale imati u budućnosti?
- ♦ Šta je to što će Banje Srpske Toplice učiniti jedinstvenom i privlačnom destinacijom za turistička putovanja?

U prethodnom delu rada korišćene su metode deskripcije i analize, a kod sakupljanja primarnih podataka korišćena je metoda ispitivanja. U realizaciji terenskog istraživanja kao sredstvo za korišćenje metode ispitivanja upotrebljen je anketni upitnik. U anketnom upitniku postavljena su pitanja zatvorenog tipa kod kojih se od ispitanika traži da odaberu jedan ili više odgovora u odnosu na ponuđene odgovore. Uzorak obuhvata 60 slučajno odabranih ispitanika, različite starosne strukture koji su u periodu od 1.06.2015. godine do 31.07.2015. godine boravili u Banjama Srpske Toplice, Republika Srpska, BiH.

## 2. REZULTATI I DISKUSIJA

Za potrebe ovog rada sprovedeno je istraživanje, čiji je cilj bio obrazložiti potrebu, temelje i elemente kvalitetnog upravljanja razvojem turističke destinacije Banja Srpske Toplice, opisati postojeće i predložiti buduće, odnosno, željeno stanje, ponuditi moguće scenarije i planove razvoja turističke destinacije Banja Srpske Toplice. U realizaciji terenskog istraživanja kao sredstvo metode ispitivanja korišćen je anketni upitnik. Uzorak obuhvata 60 slučajno odabranih ispitanika, različite starosne strukture koji su u periodu od 1.06.2015. godine do 31.07.2015. godine boravili u Banjama Srpske Toplice, Republika Srpska, BiH. U anketnom upitniku opšte karakteristike turista obuhvataju pitanja koje se odnose demografsku strukturu ispitanika: pol, zemlju iz koje gosti dolaze, nivo obrazovanja, kao i učestalost (broj) poseta Banjama Srpske Toplice. Dobijene podatke o opštim karakteristikama turista smo veoma ilustrativno i pregledno predstavili u tabeli br. 2.



Tabela 2. Opšte karakteristike ispitanika

POL		GODINE STAROSTI		ZEMLJA IZ KOJE DOLAZE		NIVO OBRAZOVANJA		UČESTALOST POSETA	
Muški	38,4%	20-30	10%	Republika Srbija	18,33%	SSS	48,33%	1-5	8,33%
Ženski	61,66%	31-40	15%	Bosna i Hercegovina	81,66%	VŠ	16,66%	6-10	18,33%
		41-50	50%			VSS	21,66%	Više od 10	73,33%
		51-60	16,66%			Mr	3,33%		
		Preko 60	8,33%			Dr	10%		

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Istraživanje je pokazalo da 61,66% anketiranih turista pripada ženskoj populaciji, dok je 38,4% anketiranih turista u skupini muške populacije. Prema starosnoj dobi najbrojnija je grupa između 41 i 50 godina (50%), dok najmanje imamo turista preko 60 godina (8,33%). S te strane činjenica je da, barem u BiH, starija populacija ne prati trendove u svetu povodom povećanja želje za putovanjima (koja je doduše posledica znatno boljeg standarda života). Najveći broj (od 60 anketiranih ispitanika) turista 81,66% u Banje Srpske Toplice dolazi iz Bosne i Hercegovine, a preostalih 18,33% dolazi iz Srbije. Takođe, vrlo važan podatak je i nivo obrazovanja anketiranih turista. Iako je većina ispitanika turista sa srednjom stručnom spremom 48,33%, veliki udeo anketiranih turista čine i visokoobrazovane osobe koje su završile fakultete, diplomatske, magistarske ili doktorske studije 34,99%. Što se tiče odgovora na pitanje koje se odnosilo na učestalost poseta Banjama Srpske Toplice, možemo uočiti da je 8,33% turista posetilo Banje Srpske Toplice 1-5 puta tokom sprovođenja ankete, 18,33% ispitanika posetilo Banje Srpske Toplice 6-10 puta, dok je najveći broj ispitanika posetilo grad Banje Srpske Toplice više od 10 puta. Ovaj podatak nam ukazuje da se mora raditi na promociji turizma na način koji će privući nove goste i podstaći ih da se rado vraćaju.

Turisti su u sledećem delu anketnog upitnika imali zadatak oceniti u kojoj se meri slažu s navedenim stavovima

na postavljenoj lestvici (od 1 = nedovoljno, do 5 = odlično). Na taj način gosti su ocenjivali smeštajne objekte, kulturno-istorijske atrakcije, usklađenost kvaliteta usluge i cene, lokalnu gastro ponudu, gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva, jedinstvenost kulture i običaja, noćni život i zabavu, autohtono-tradicionalne proizvode, lokalnu infrastrukturu, dostupnost turističkih informacija, predele/prirodne atrakcije i nezagađenost životne sredine. Odgovori na postavljena pitanja prikazani su u tabeli 3.

Turisti se slažu da su top pet ključnih vrednosti Banja Srpske Toplice kao destinacije: Lokalna gastro ponuda 81,66%, predjeli/prirodne atrakcije 78,33%, jedinstvenost kulture i običaja 73,33%, gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva 61,66% i nezagađena životna sredina 58,33%. Najnižu ocenu od navedenih atributa dobila je lokalna infrastruktura 81,66% i dostupnost korisnih turističkih informacija 75%. Takođe, važno je istaći da nijedan ispitanik nije ocenio visokom ocenom kvalitet smeštajnih objekata, a najveći broj ispitanika ocenio ga je sa slabom ocenom 73,33%. To znači da bi se u narednom periodu poboljšao imidž Banja Srpske Toplice potrebno je raditi na ispravljanju utvrđenih slabosti turističkog sistema, a pre svega izgraditi kvalitetne smeštajne kapacitete, unaprediti lokalnu infrastrukturu i aktivno uključiti turističke organizacije i agencije u promovisanje ove turističke destinacije.

Tabela 3. Ključni atributi Banja Srpske Toplice

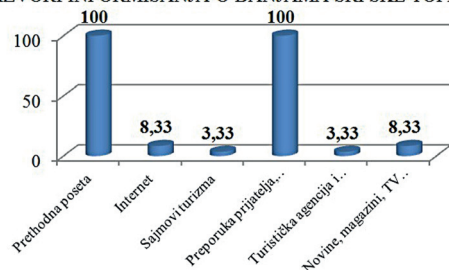
OCENA	Odličan	Vrlo dobar	Dobar	Slab	Nedovoljan
Kvalitet smeštajnih objekata	-	-	18,33%	73,33%	8,33%
Ponuda kulturno-istorijskih atrakcija	48,33%	21,66%	16,66%	10%	3,33%
Usklađenost kvaliteta usluge i cene	31,66%	46,66%	18,33%	3,33%	6,7%
Ocena lokalne gastro ponude	81,66%	10%	8,33%	-	-
Gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva	61,66%	38,4%	-	-	-
Jedinstvenost kulture i običaja	73,33%	18,33%	8,33%	-	-
Noćni život i zabava	-	-	51,66%	23,33%	25%
Ponuda autohtono-tradicionalnih proizvoda	40%	23,33%	28,33%	8,33%	-
Lokalna infrastruktura	-	-	-	18,33%	81,66%
Dostupnost korisnih turističkih informacija	-	-	-	25%	75%
Predeli/prirodne atrakcije	78,33%	21,66%	-	-	-
Nezagađena životna sredina	58,33%	26,66%	11,66%	3,33%	-

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora





IZVORI INFORMISANJA O BANJAMA SRPSKE TOPLICE

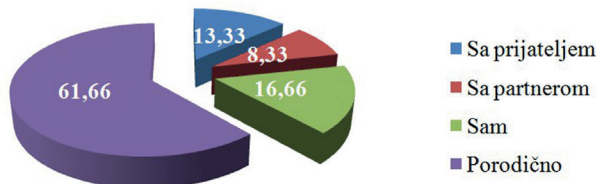


Grafikon 1. Izvori informisanja o Banjama Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Kao izvori informisanja koji su podstakli da se donese odluka o putovanju se ističu preporuka prijatelja, kolega ili rođaka 100% koji ukazuju na snagu *word-of-mouth* komunikacije. Takođe, zadovoljstvo prilikom prethodne posete destinacije je bilo presudno da 100% turista ponovo dođe Banje Srpske Toplice, što ukazuje na to da se turisti rado vraćaju u destinaciju koja uspe da odgovori na njihove zahteve i očekivanja. Dobijeni rezultati nam pokazuju da konvencionalni oblici turističke promocije (turističke reportaže, vodiči, katalozi, brošure, sajamski nastup) upotpunosti nisu imali nikakav uticaj na turiste, što se može objasniti nezainteresovanošću medija za destinaciju, ali i lošim marketing menadžmentom same turističke destinacije.

SA KIM STE DOŠLI U BANJE SRPSKE TOPLICE?

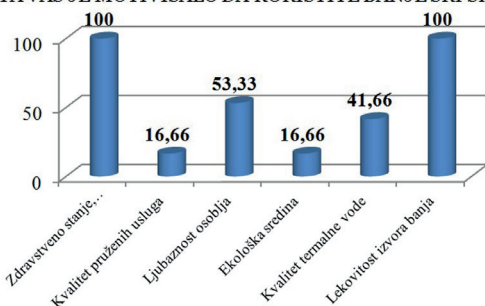


Grafikon 2. Sa kim ste došli u Banje Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Analiziranjem odgovora na pitanje sa kim ste došli u Banje Srpske Toplice, vidimo da ispitanici najviše dolaze porodično 61,66% ili sami 16,66%, dok najmanji broj ispitanika 8,33% dolazi sa partnerom. To znači da Banje Srpske Toplice treba da kreiraju posebne vikend spa pakete, koji bi svojom ponudom privukli i korisnike koji žele da posete banje sa partnerom.

ŠTA VAS JE MOTIVISALO DA KORISTITE BANJE SRPSKE TOPLICE?

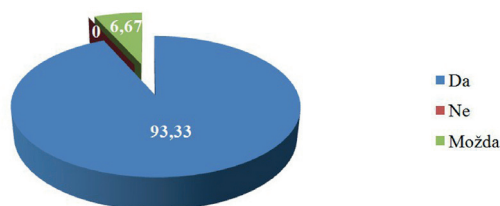


Grafikon 3. Motivacioni faktori za korišćenje Banja Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Analizirajući odgovore na pitanje šta Vas je motivisalo da koristite Banje Srpske Toplice, gde su ispitanici mogli da izaberu više odgovora, uočavamo da su glavni motivacioni faktori za korišćenje Banja Srpske Toplice zdravstveno stanje i rehabilitacija 100%, kao i lekovitost izvora Banja Srpske Toplice 100%. Pored ovih motiva, uočavamo da polovina ispitanika kao motiv vidi ljubaznost osoblja 53,33%, kao i kvalitet termalnih voda 41,66%. Takođe, uočavamo da su kvalitet pruženih usluga 16,66% i ekološka sredina 16,66% najslabiji motivi za korišćenje usluga Banja Srpskih Toplica.

DA LI STE ZADOVOLJNI SA ZDRAVSTVENIM STANJEM NAKON KORIŠĆENIH TRETMANA BANJA SRPSKE TOPLICE?

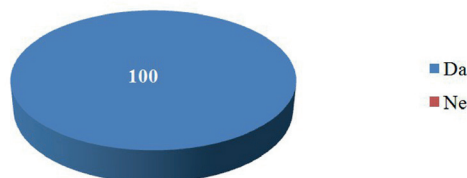


Grafikon 4. Zadovoljstvo zdravstvenim stanjem nakon korišćenja tretmana Banja Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Analizirajući zadovoljstvo ispitanika svojim zdravstvenim stanjem nakon korišćenja tretmana Banja Srpske Toplice, uočavamo da je najveći broj ispitanika 93,75% zadovoljan, što znači da Banja ima pozitivan učinak na zdravstveno stanje.

DA LI VERUJETE U LEKOVITOST KOJU VAM BANJE SRPSKE TOPLICE PRUŽAJU?

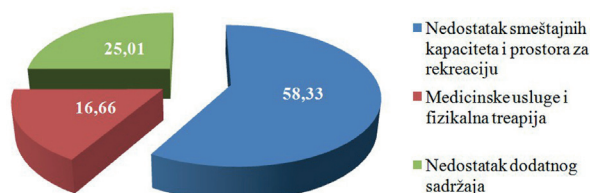


Grafikon 5. Vera ispitanika u lekovitost koju pružaju Banje Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora

Na pitanje da li verujete u lekovitost koju Vam Banje Srpske Toplice pružaju, svi ispitanici su dali potvrđan odgovor 100%, pa možemo zaključiti da je lekovitost koju Banja pruža jedan od glavnih razloga korišćenja njenih usluga.

KOJI SU PO VAMA NEDOSTACI U PRUŽANJU USLUGA BANJA SRPSKE TOPLICE?



Grafikon 6. Nedostaci u pružanju usluga Banja Srpske Toplice

Izvor: Podaci su rezultat istraživanja autora



Analizirajući odgovore ispitanika koji se odnose na nedostatke u pružanju usluga, vidimo da su kao najveći nedostatak okarakterisali nedostatak smeštajnih kapaciteta 58,33%, što znači da bi u strategiji razvoja Banje u Srpskim Toplicama, trebalo veću pažnju posvetiti izgradnji smeštajnih kapaciteta i uređenju termalnih izvora, kao i prostora oko njih. Takođe, 25,01% ispitanika smatra da treba uvesti dodatne sadržaje na lokalitetu, dok 16,66% ispitanika ističe da postoje nedostaci u medicinskim uslugama i fizikalnoj terapiji, što znači da bi trebalo unaprediti medicinske usluge kroz edukaciju zaposlenih i uvesti savremene aparate za fizikalnu terapiju.

S obzirom na balneo-resurse, turističku infra i supra strukturu, tradiciju, banjski turizam predstavlja jedan od generatora razvoja turističke privrede Republike Srpske (Strategija razvoja turizma Republike Srpske 2011-2020). Ukoliko Banje Srpske Toplice žele da postanu konkurentne na tržištu potrebno je da ponude atraktivan turistički proizvod koji će udovoljiti potrebama kako domaćih, tako i stranih turista. To znači razvoj konkurentnih banjskih kapaciteta bez ugrožavanja objekata velikih ambijentalnih vrednosti, razvoj pratećih sadržaja visokog kvaliteta uz očuvanje termalnih resursa i ekološko turističkih potencijala, kombinovanje tradicionalnih i savremenih tretmana u spa, wellness i zdravstvenim programima, simbiozu sa avanturizmom, ekoturizmom i kulturnim turizmom. Takođe, najveći deo prirodnih i turističkih resursa treba da bude uključen u institucionalne planove i programe razvoja ovog područja. U situacionoj analizi, ali i kroz podatke o informisanju turista o destinaciji prikazanim u istraživanju, uočavamo da turističke organizacije ne kontaktiraju nosioce banjskog turizma na ovom području, u nameri da im pruže određene preporuke, ideje, ali i da učestvuju u rešavanju brojnih problema koje pritiskaju ovaj vid turističke ponude. Zbog toga je neophodno da se javni i privatni sektor zajedno uključe u upravljanje turističke destinacije Banje Srpske Toplice, pre svega u marketinškim aktivnostima i promociji destinacije. U svemu tome važnu ulogu treba da ima selektivan, tržišno orjentisan, pravilno koordiniran i na vreme pripremljen strateški plan za razvoj i upravljanje destinacijom.

### 3. REZIME

U godinama koje slede potrebno je ozbiljno pristupiti pozicioniranju Banja Srpske Toplice kao turističke destinacije na turističkom tržištu i to sa četiri aspekta ekoturizma, banjskog, sportsko-rekreativnog i kulturnog turizma. U tom pogledu jedan od prioriteta zadatka koji stoji pred gradom Banja Luka i njenom turističkom organizacijom sa jedne strane, i svim faktorima turističke ponude sa druge strane, bi bilo da turistički valorizuje destinaciju i radi na izgradnji imidža, koji bi sa jedne strane lakše pozicionirao turističku ponudu ovog kraja prema potencijalnim tržištima, a sa druge strane zainteresovao potencijalne turiste. Na temelju istraživanja motiva i stavova turista Banja Srpske Toplice, dobijena su polazišta koja mogu poslužiti kao polazna osnova za formulisanje strategije upravljanja destinacijom Banja Srpske Toplice. Kada posmatramo analizirane rezultate istraživanja uočava se u smer u kojem bi se Banje Srpske Toplice kao turistička destinacija trebale pozicionirati i razvijati, a čime su gosti bili posebno zadovoljni.

Inovativna pokretačka snaga mogu biti sledeći turistički proizvodi:

- ♦ Izvori lekovite vode,
- ♦ Predeli/Prirodne atrakcije,
- ♦ Gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva koji čine boravak ugodnijim,
- ♦ Lokalna gastro ponuda,
- ♦ Kulturno istorijske atrakcije.

Analiziranjem rezultata istraživanja dolazi se do zaključka da bi se Banje Srpske Toplice trebale usmeriti ka ciljnoj populaciji. Tako se segmentiranjem dolazi do nekoliko ciljnih grupa:

- ♦ Turisti sa zdravstvenim potrebama,
- ♦ Turisti s posebnim interesima (porodice, deca, mladi),
- ♦ Turisti koji preferiraju kulturnu baštinu i druge tradicionalne vrednosti,
- ♦ Ljubitelji prirode i čistog vazduha,
- ♦ Avanturisti, rekreativci, sportisti.

Banje Srpske Toplice imaju potencijala da postanu konkurentna turistička destinacija u globalnoj banjskoj industriji ukoliko se koristi holistički pristup upravljanja destinacijom u čijem je fokusu zdravlje čoveka. Racionalno korišćenje i očuvanje prirodnih i turističkih resursa, njihovo vrednovanje kroz planski i održivi razvoj turizma, izgradnja i renoviranje turističkih kapaciteta, uvođenje savremenih atraktivnih turističkih sadržaja i programa, visok stepen kvaliteta usluge, investiranje u znanje i stručnost, rešavanje problema vlasništva, dobar destinacijski menadžment, jačanje marketinških aktivnosti, spadaju u ključne generatore upravljanja turističkom destinacijom ovog područja, a samim tim doprinose i ukupnom razvoju grada Banja Luke. Takav koncept iziskuje materijalna ulaganja za koja je neophodna podrška državne vlasti Republike Srpske i lokalnih institucija grada Banja Luke. Za kvalitetno upravljanje resursima i razvojem turističke destinacije Banje Srpske Toplice neophodna je saradnja svih stakeholder-a u destinaciji, dakle svih zainteresovanih za njen razvoj u javnom i privatnom sektoru. Bez te saradnje, utemeljene na zajedničkoj viziji, strategiji i ciljevima, nije moguć održivi razvoj, koji će doprineti blagostanju domicilnog stanovništva, zaštititi resurse za budućnost i omogućiti kvalitetan boravak turista u destinaciji.

### LITERATURA

- Bakić, O. (2002). *Marketing menadžment turističke destinacije*. Beograd: Ekonomski fakultet.
- Cohen, M., & Bodeher, G. (2008). *Understanding the global spa industry: Spa management*. London: Routledge.
- Franch, M., & Martini, U. (2002). *Destinations and destination management in the Alps: A proposal for a classification scheme in the light of some ongoing experiences*, Université de Savoie.
- Knežević, M., Šaula, M., & Dujaković, T. (2014). *Značaj zdravstvenog turizma Republike Srpske za razvoj turizma regiona. Poslovne studije*, 11-12, 133-155. doi: 10.7251/POS1412133K.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Magaš, D. (2003). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.



- Morrison, A. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. London: Routledge.
- Osmančević, N. (2007). *Gornji Šeher – kolijevka Banjaluke*. Banja Luka: Dnevne nezavisne novine.
- Popesku J. (2011). *Menadžment turističke destinacije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
- Predstavništvo Republike Srpske. (2011). Bilten 9. Preuzeto 28. Avgusta 2015. sa [http://predstavnistvorskbg.rs/pdf\\_dokumenti/2011/bilten\\_9\\_lat.pdf](http://predstavnistvorskbg.rs/pdf_dokumenti/2011/bilten_9_lat.pdf)
- Smith, M.K., & Puczkó, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Strategija razvoja turizma Republike Srpske. (2011). Preuzeto 28. Avgusta 2015. sa <http://ferijalnirs.com/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Wisnom, M., & Capozio, L. (2011). *Spa Management: An Introduction*. Boston: Prentice Hall.

## MANAGING TOURISM DESTINATION DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF SRPSKE TOPLICE SPAS

---

### Abstract:

The tendency of spa tourism, as a core business within wellness tourism, has reached global proportions. Namely, spas are becoming tourism destinations that are being rediscovered, integrated and branded with the aim to create a new global industry that utilizes a wide range of elements from other industries. The paper analyzes the results of the research conducted concerning tourist perceptions about Srpske Toplice spas as a tourism destination. The principal aim of the research was to identify the key components for positioning and development of Srpske Toplice as a tourism destination. On the basis of the research conducted, we have reached clear indicators that also reflect the attitude and preferences of tourists who have visited Srpske Toplice spas, regarding the segments that make it unique and attractive for tourist travels.

---

---

### Key words:

tourism destination,  
management,  
development,  
spa tourism.