

Časopis „Poslovne studije“, 2014, 11-12:  
Rad primljen: 10.03.2014.  
Rad odobren: 28.03.2014.

UDK 338.48:615.83  
DOI: 10.7251/POS1412133K  
Originalan naučni rad

Knežević dr Marija<sup>1</sup>  
Šaula mr Marko<sup>2</sup>  
Dujaković Tatjana<sup>3</sup>

## ZNAČAJ ZDRAVSTVENOG TURIZMA REPUBLIKE SRPSKE ZA RAZVOJ TURIZMA U REGIONU

**Rezime:** *Region kome pripada i Republika Srpska predstavlja prostornu cjelinu, izuzetno bogatu termomineralnim vodama, kao i zdravom i čistom životnom sredinom. Navedeni resursi čine veoma dobru osnovu za razvoj zdravstvenog turizma, koji, uz ostale selektivne oblike turizma, mogu postati razvojna šansa regiona i same RS. Rad ima ambiciju da predstavi te potencijale, da objasni kako je od njih moguće napraviti privlačne i atraktivne turističke proizvode, koji se mogu lako ukomponovati sa ostalim turističkim proizvodima i tako postati generator razvoja regiona, koji i nema nikakve druge prepoznatljive, i od EU tražene, potencijale razvoja. Te mogućnosti smo probali prepoznati kroz SWOT analizu, koja omogućuje sagledavanje realnih snaga i slabosti, kao i šansi i opasnosti u sprovođenju sveobuhvatnog pristupa razvoja zdravstvenog turizma u RS i cijelog regiona koji čini, na neki način, jedinstvenu turističku destinaciju. Preporukama prekogranične saradnje i formiranja zdravstvenog klastera pokušavamo operacionalizovati neke od procesa i akcija koje bi dovele do pozitivnih promjena na svim nivoima: od konkretnih aktera receptivnog turizma do najviših faktora razvoja turizma i destinacijskog marketinga zdravstvenog turizma.*

<sup>1</sup> Docent doktor, Univerzitet za poslovne studije Banja Luka, Jovana Dučića 23a, marija.knezevic@hotmail.com

<sup>2</sup> Magistar ekonomskih integracija i logistike, Zavod za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju „Dr Miroslav Zotović“ Banja Luka, saula\_marko@yahoo.com

<sup>3</sup> Student, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Univerzitet za poslovne studije Banja Luka, tatjana\_dujakovic@yahoo.com

**Ključne riječi:** *zdravstveni turizam, SWOT analiza, zdravstveni klaster, RS.*

**JEL klasifikacija:** *II,L83*

## UVOD

U ne tako dalekoj prošlosti zdravstveni turizam je podrazumijevao granično područje zdravstva i turizma, u kome su se različite turističke, zdravstvene i druge ustanove, bavile organizovanim boravkom turista u klimatskim i banjskim mjestima prvenstveno radi prevencije oboljenja, rehabilitacije, ali i liječenja uz pomoć prirodnih faktora. Zdravstveni turizam povezan je s korisnicima koji zbog raznih zdravstvenih problema putuju radi terapija/tretmana koje će im pomoći da poboljšaju svoju zdravstvenu situaciju (zdravstveni potencijal). Resursnu osnovu takvog zdravstvenog turizma ranije su prvenstveno sačinjavali prirodni faktori: ljekovite termalne, mineralne i termomineralne vode, peloidi, klimatoterapija, morska voda i dr. Međutim, ubrzani razvoj turizma u drugoj polovini 20. i početkom 21. vijeka, praćen promjenama u kvalitetu i kvantitetu turističke ponude i potražnje, doprinijeli su da zdravstveni turizam izađe iz početnih okvira i sve više u sebe uključi raznovrsne druge usluge, kao što su centri za masažu, kozmetički/fitnes studio, dijetalnu terapiju, psihoterapije, antistres terapije, relaksacije, ali i složene medicinske usluge, kao što su različiti operativni zahvati i stomatološke intervencije u specijalizovanim zdravstvenim ustanovama. S tim u vezi, za razvoj turizma koji je vezan za zdravlje ljudi kreće se danas od klasičnog liječenja prirodnim faktorom radi poboljšanja zdravstvenog stanja prema drugim komponentama (wellness, sport, rekreacija, zdrava ishrana, zabava i sl.) koje su potrebne čovjeku za očuvanje dobrog zdravlja i kondicije, a takođe i ka specijalizovanim zdravstvenim ustanovama koje raspolažu kvalitetnim kadrom i medicinskom opremom za najsloženije medicinske zahvate.

Zdravstveni turizam, u nekoj opštoj definiciji, podrazumijeva *privremenu promjenu mjesta stalnog boravka radi zdravstvene preventive, rehabilita-*

*cije, korišćenja različitih wellnes tretmana, kao i najsloženijih medicinskih zahvata* (Goeldner 1989, 6-7). Ovako shvaćen zdravstveni turizam podrazumijeva tri grupe korisnika usluga koji na različite načine zadovoljavaju svoje zdravstvene potrebe:

- ✓ prvu grupu čine *potrošači tradicionalnog zdravstvenog turizma* vezanog za faktore prirodne sredine (ljekovita svojstva voda, blata, talasa, klime i dr.),
- ✓ drugu grupu čine *klijenti wellness turizma*, koji predstavlja skup postupaka za postizanje fizičkog i psihičkog blagostanja uz korišćenje prirodnih faktora i drugih vrsta aktivnosti,
- ✓ treću grupu čine *pacijenti sa ozbiljnim zdravstvenim problemima*, kod kojih su radi poboljšanja zdravlja potrebni složeni medicinski tretmani koji zahtijevaju usluge specijalizovanih zdravstvenih ustanova i vrhunskog medicinskog kadra.

Dakle, prema nivou zdravstvenih usluga koje klijenti koriste, uslovno se, kao posebni vidovi zdravstvenog turizma, izdvajaju liječenje prirodnim faktorima (balneterapija, kimatoterapija, talasoterapija i sl.), wellness i medicinski turizam. Najstariji oblik zdravstvenog turizma prostorno je bio vezan za banjska i klimatska mjesta sa povoljnim podnebljem u kojima su podignuta odgovarajuća lječilišta. Zato se taj vid turizma poistovjećivao sa banjskim turizmom ili, kako se još danas u literaturi naziva, **spa turizmom** (lat. *Sanus per aquam – vodom do zdravlja*).

Uočljivo je da Republika Srpska (RS) posjeduje značajne potencijale za razvoj zdravstvenog turizma, koje je potrebno turistički valorizovati, učiniti dijelom turističke ponude RS i tako obogatiti ukupnu turističku ponudu regiona. Ovaj rad je pokušaj autora da se ti potencijali prepoznaju i pomoću raznih metoda: swot analize, sinteze, dedukcije, deskripcije i analize dostupnih podataka, da se dokaže da je zdravstveni turizam selektivni oblik turizma koji se ne smije zanemariti u kreiranju ukupne turističke ponude RS, Bosne i Hercegovine (BiH) i regiona, jer zdravstveni turizam može biti značajan generator razvoja turizma i privrede u cjelini.

## 1. SAVREMENI TRENDOMI U ZDRAVSTVENOM TURIZMU

Savremeni zdravstveni turistički proizvod sastoji se od dvije komponente:

- ✓ **zdravlje**, i
- ✓ **wellness**.

Ponuda zdravstvenog turizma bazira se na tretmanu i terapiji posjetioci- ma sa zdravstvenim tegobama, a u cilju poboljšanja njihovog zdravlja. Zdravstveni turizam podrazumijeva *putovanja, pri čemu su medicinske usluge jedini ili primarni motiv putovanja* (Connell 2006, 27). Na drugoj strani, wellness turizam se odnosi na *davanje usluga posjetiocima dobrog zdravlja koji kroz određene tretmane zadržavaju postojeće dobro zdravlje i unapređuju kvalitet života*. Za razvoj wellnessa bitna je kompletna zdravstveno-turistička ponuda, koja posjeduje određene objekte, sadržaje, kao i stručno osoblje za pružanje tih usluga (Bartoluci, Čavlek, & al. 2007, 199). Wellness predstavlja najsavremeniju koncepciju i trend turističke ponu- de koji se od 90-ih godina 20. vijeka počeo razvijati u zemljama Evrope, posebno u onima koje su već imale razvijenu ponudu banjskih centara, kao što su npr. Njemačka, Italija, Austrija, Švajcarska, Mađarska i dr. Zato se pojam wellness veoma često izjednačava ili se zajedno koristi sa **spa** tretmanima. Wellness se pojavio radi zadovoljavanja određenih ljudskih potreba za aktivnim odmorom i opuštanjem nametnutim načinom i tem- pom života u savremenom društvu. On objedinjuje veliki broj različitih komponenti: mentalnu, socijalnu, emotivnu, fizičku, koje različito utiču na kvalitet života. Može se reći da *wellness* predstavlja suprotnost bolesti (zdravstveni potencijal), odnosno predstavlja pozitivnu komponentu do- brog zdravlja (Bartoluci at al. 2007, 53).

Međutim, osim banja i drugih prirodnih lječilišta, sadržaje wellnessa mogu razvijati i drugi turistički centri i objekti koji su u funkciji zdravlja, zabave, opuštanja i drugih sličnih aktivnosti. Najveći broj wellness i spa programa zasniva se na prirodnom potencijalu, s obzirom da sama prirodna sredina umanjuje stres i pomaže opuštanju čovjeka. Pored prirodnih i atraktivnih

ambijenata (planine, banje, rijeke, more i sl.), za razvoj wellness turizma koriste se objekti u zatvorenom i otvorenom prostoru sportsko-rekreativne namjene, uređeni prostori za profilaktične sadržaje (masaže, hidromasaže, saune i sl.), uređeni prostori za medicinske usluge (dijagnostika, terapija i sl.) itd.

Međunarodno SPA udruženje definisalo je sedam vrsta različitih spa-wellness kapaciteta, a to su:

1. **Club Spa** – prvenstvena namjena je fitness, ali ima u ponudi i široki spektar profesionalno vođenih spa usluga na dnevnoj bazi;
2. **Cruise ship Spa** – spa centar na krstarenjima koji ima u ponudi profesionalno vođene spa usluge, fitness i wellness komponente, kao i dijetalni spa jelovnik;
3. **Day Spa** - spa centar koji ima u ponudi profesionalne spa usluge na dnevnoj bazi. Ova vrsta nudi mnoge od usluga koje se nalaze u portfoliju kozmetičkih usluga;
4. **Destination Spa** – spa čija je glavna uloga da se pruži klijentima mogućnost izbora u stvaranju zdravih navika. Nekada se podrazumijeva sedmodnevni boravak u destinacijama, koji uključuje sveobuhvatne profesionalne spa usluge, fitness, obrazovne programe, zdravu hranu i specijalna interesovanja;
5. **Medical Spa** – primarna mu je uloga pružanje kompletne zdravstvene i wellness usluge pod nadzorom profesionalnog osoblja u ambijentu koji objedinjuje spa usluge sa konvencionalnim i posebnim tretmanima i terapijama;
6. **Mineral Springs Spa** – spa koji u svojoj ponudi ima prirodne mineralne, termalne ili druge izvore koji se koriste u svrhu hidroterapijskih tretmana. Ova vrsta spa centra je najtipičnija za evropski spa i wellness sektor;
7. **Resort hotel Spa** – spa u sklopu hotela ili odmarališta koji pruža profesionalne spa usluge, fitness i wellness komponente sa spa jelovnikom. Prvenstveno je namijenjen posjetiocima koji su na poslovnom putovanju, kao i domicilnom stanovništvu u formi dnevnog-spa tretmana (International SPA Association 2008-2014).

U odnosu na lokaciju, može se govoriti o dva koncepta wellness turizma:

- ✓ na nivou destinacije koje su najčešće poznata banjska mesta (*destination spa i medical spa*), i
- ✓ wellness konceptu na nivou pojedinačnih objekata/hotela (*resort hotel spa*).

Pri tome, mogu se izdvojiti dva tipa smeštajnih objekata-hotela. Prvi su hoteli koji su isključivo opredijeljeni za ovaj segment turista, a drugi su wellness hoteli koji posjeduju wellness sadržaje kao prateće sadržaje kako bi zadovoljili i taj segment tražnje turista (Zečević 2004, 30). Za razliku od spa turizma, wellness turizam nije sezonskog karaktera i njegova ponuda se ne odnosi samo na turiste, već i na potrebe lokalnog stanovništva. Zdravstveni turizam uključuje klijentelu koja ima zdravstvene probleme i koja putuje radi terapije i različitih tretmana koji će im pomoći da radikalno poboljšaju svoje zdravstveno stanje. Iz spoja savremene medicine i turizma razvio se relativno novi vid turizma tzv. **medicinski turizam**, kojeg mnogi autori danas vide kao zasebnu tržišnu vrstu zdravstvenog turizma. Riječ je o putovanjima čiji je cilj povezan sa pružanjem različitih, često ozbiljnijih medicinskih usluga, kao što su operativni zahvati, transplantacije organa, plastična hirurgija, stomatološke intervencije itd.

Za razumijevanje medicinskog turizma u okviru zdravstvenog turizma bitno je istaći, da je cilj drugih vidova zdravstvenog turizma tretman radi poboljšanja ili održavanja postojećeg stanja zdravlja, što podrazumijeva hedonističko opuštanje u banjskim i alternativnim tretmanima, dok medicinski turizam podrazumijeva dijagnosticiranje, hospitalizaciju i operativne intervencije, pri čemu se zdravlje poboljšava i oporavlja na duži rok. Prema tome, razlika između zdravstvenog i medicinskog turizma je u *nivou intervencije na tijelu posjetioca* (Cook 2008, 40), što je vidljivo iz Tabele 1. Naravno, učestalost pojedinih vrsta medicinskih intervencija zavise i od drugih faktora, kao što su: moda, kulturološke osobine turista, stručnost osoblja koje radi intervencije i koje može znatno povećati ili smanjiti potražnju za određenim vrstama usluga.

Tabela 1: Struktura medicinskih usluga u zdravstvenom turizmu

Vrsta medicinske usluge	stomatološke usluge	Ortopedske, kardio i neurološke usluge	Usluge estetske hirurgije
Učešće usluge u %	41	40	19

Ukupna vrijednost tržišta medicinskog turizma se procjenjuje na oko 60 milijardi dolara, gdje se kao najveći potrošači javljaju Amerikanci, koji su npr. 2007. godine za medicinske usluge van zemlje potrošili preko 17 milijardi dolara (Medicinska grupa, 2009).

Zbog velikih promjena u zahtjevima potencijalnih posjetilaca u posljednjih 20-ak godina, veliki broj banjskih mjesta u Evropi preorijentisao se sa klasičnih banjskih destinacija na turističko rekreativne sadržaje i preventivne oblike medicine. Takva preorijentacija je bila nužna kako bi se opstalo na turističkom tržištu. Međutim, za prelazak iz klasičnih banjskih mjesta u moderna termalna lječilišta potrebna su značajna finansijska ulaganja. Jedan broj banjskih destinacija ostao je pri klasičnoj turističkoj ponudi, pri čemu su kurativni tretmani i rehabilitacija ključni segmenti ponude, ali i one su svoju ponudu prilagodile novim zahtjevima posjetilaca, tako da su modernizovali svoje kapacitete. Ovaj proces je nužno provoditi u banjama RS, koje imaju sve predispozicije da prerastu iz samo banjskih u centre zdravstvenog i sportsko-rekreativnog turizma.

## **2. BANJE REPUBLIKE SRPSKE KAO CENTRI RAZVOJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**

Kao što je navedeno, najstariji oblik zdravstvenog turizma prvenstveno je bio vezan za banjska mjesta sa povoljnim podnebljem u kojima su podignuta odgovarajuća lječilišta. Zato se taj vid turizma i danas poistovjećuje sa banjskim turizmom. U turizmu RS zdravstveni turizam predstavlja njegov značajan segment, prvenstveno zbog velikog broja termomineralnih izvora sa širokim spektrom terapijskih svojstava ljekovitih voda. Objekti

zdravstvenih ustanova u RS, koji su potencijalno objekti moguće ponude domaćeg zdravstvenog i medicinskog turizma, smješteni su uglavnom u većim gradovima ili u neposrednoj blizini. Oni uglavnom privlače domaće klijente koji putuju do njih radi odgovarajućih medicinskih tretmana. U odnosu na razvoj turizma uopšte, zdravstvena infrastruktura, locirana u banjama, oduvijek je tretirana kao ključni segment turističke ponude tih destinacija. Današnji društveno-ekonomski trendovi ukazuju na veliku potražnju za zdravstvenim i wellness/spa turizmom, koja će nastaviti značajno rasti i ubudućnosti. Banja Luka, kao regionalni zdravstveni centar, ima važan i značajan potencijal za razvijanje zdravstvenog turizma, baziranog na stručnim medicinskim tretmanima. Osim toga, Banja Luka ima i ljekovite mineralne izvore u samom gradu (banja Šeher – Srpske Toplice), a u njenoj bližoj okolini postoje dva banjska lječilišta (banje Slatina i Laktaši). Oblik turističkog proizvoda, unutar zdravstvenog turizma, koji Banja Luka može relativno brzo komercijalizovati jeste medicinski turizam (npr: pružanje stomatoloških usluga, ali i usluga iz oblasti estetske i ortopedske hirurgije). Marketinški naponi, vezani, za razvoj ovog turističkog proizvoda trebaju biti usmjereni ka uvezivanju ponude, stvaranju cjenovne prednosti u odnosu na cijene istih usluga na identifikovanim primarnim tržištima i kreiranju posebnih paketa koji će obuhvatati prevoz, smještaj i medicinske usluge. Šanse u značajnijem razvoju zdravstvenog turizma donosi i praćenje i prilagođavanje savremenim trendovima kroz osmišljavanje ciljanih programa sa visokokvalitetnom uslugom, kombinovanje spa/ wellness usluga sa medicinskim tretmanima, kreiranje paketa sa naglaskom na dobro zdravlje i izgled uz dašak luksuza, ponuda pravilno balansirane ishrane u skladu sa popularnim/ brendiranim dijetama.

Dakle, naše razvojne šanse zdravstvenog turističkog proizvoda su prepoznate u Strategiji razvoja turizma RS od 2010-2020. godine i one su:

- ✓ Banja Srpske toplice, čije ljekovite vode pogoduju liječenju kožnih, reumatskih i srčanih oboljenja;
- ✓ Wellness i spa tretmani povezani sa stručnim medicinskim nadzorom;
- ✓ Naglasak na prirodu i holistički pristup liječenju;



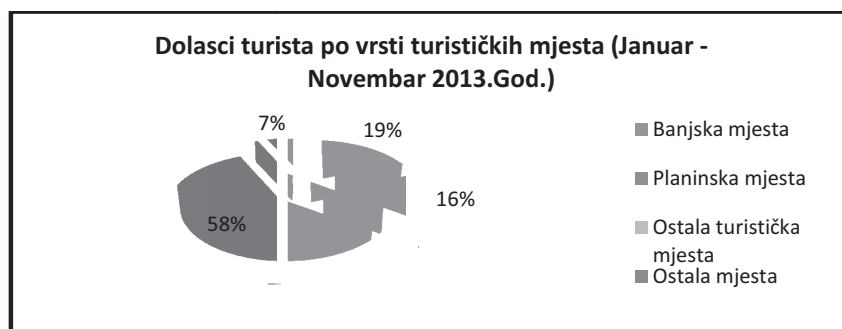
- ✓ Osmišljavanje raznovrsnih paketa: vikend paket, relaksacija, detoksikacija, djevojačko ili momačko veče, medeni mjesec, menadžerski paketi;
- ✓ Cjenovna konkurentnost (Strategija razvoja turizma Banje Luke, 2010-2020, 97).

Istaknuti oblici proizvoda koje treba razvijati su:

- ✓ Spa/wellnes turizam
- ✓ Zdravstveno-lječilišni turizam
- ✓ Medicinski turizam.

Banjski turizam se zasniva na korišćenju termalnih, termomineralnih i mineralnih voda, u svrhu liječenja, rehabilitacije i rekreacije. U vezi sa tim, u banjama se odvija zdravstveni, sportski, rekreativni, ali i s obzirom na ukupnost infra i suprastrukturnih sadržaja, sve više kongresni i manifestacioni turizam. Na ovaj način banje RS postaju centri stacionarnog turizma, u kojima turistička sezona traje tokom cijele godine. S obzirom na resurse, turističku infra i suprastrukturu, te tradiciju, banjski turizam bi trebao da bude jedan od značajnijih generatora razvoja turističke privrede Republike Srpske.

Republika Srpska ima veliki potencijal da postane popularno odredište zdravstvenog turizma, posebno kada se uzmu u obzir cijene određenih zahvata (estetski, ortopedski, kardio i dr.) koji se mogu obaviti po znatno nižim cijenama nego u državama EU. Takođe, u našoj zemlji je veliki broj izvora termomineralne vode, pa je BiH samim tim pogodno područje za razvoj banjskog i lječilišnog turizma. Prema Republičkom zavodu za statistiku RS, tokom 2012. godine banjska mjesta u RS zabilježila su 46.681 dolazak, a ostvareno je 256.700 noćenja, što je 40 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja tokom 2012. na području cijele RS. Što se tiče noćenja u banjskim mjestima u 2013. godini ostvareno je 249 760, što je povećanje broja noćenja za 2,0 % u odnosu na isti period prethodne 2012. godine. Primijećen je rast ukupnog broja noćenja, odnosno rast broja noćenja stranih turista u banjskim mjestima (Statistika turizma i ugostiteljstva, Ministarstvo trgovine i turizma RS, dolasci i noćenja turista u RS 2013).



Grafikon 1: Dolasci turista po vrsti turističkih mjesta  
(Januar–novembar 2013)

*Izvor: Statistika turizma i ugostiteljstva, Ministarstvo trgovine i turizma RS*

Analizirajući broj ostvarenih noćenja turista po vrsti turističkih mjesta, zapaža se da u ukupno ostvarenim noćenjima za period od januara do novembra 2013. godine, najveći udio ima broj noćenja ostvaren u **ostalim turističkim mjestima**, potom slijede **banjska mjesta**, planinska mjesta, dok noćenja u ostalim mjestima imaju najmanji procentualni udio. Treba očekivati popravljanje udjela u II polovini godine, jer je tradicionalno povećan broj posjeta u jesen i zimu, kao što raste posjećenost banjskim mjestima u odnosu na planinska i ostala turistička mjesta. Najveći broj noćenja bilježi Banja Vrućica u Tesliću, kako zbog najvećeg broja smještajnih kapaciteta, tako i zbog modernog menadžmenta koji je zadnjih godina značajno unaprijedio poslovanje u ovoj banji i može biti primjer dobre prakse, ne samo u RS nego i u regionu.

Domaći gosti su najveći korisnici usluga zdravstvenog turizma u RS, ali u zadnjih nekoliko godina konstantno se povećava i broj gostiju iz inostranstva, prije svega zbog kvaliteta ljekovite vode i konkurentnih cijena u odnosu na region. Izuzetan porast broja inostranih gostiju bilježi lider

u zdravstvenom turizmu, ne samo u RS, nego i u regionu, Banja Vrućica, među kojima prednjače gosti iz Hrvatske, zatim slijede gosti iz Srbije, Slovenije, Njemačke i Austrije. Pored Banje Vrućice, značajniji objekti za razvoj zdravstvenog turizma nalaze se u sklopu Banje Laktaši, Banje Slatina, Banje Dvorovi, banje Vilina vlas (da bi se izbjele dileme treba u cijelom tekstu koristiti isključivo taj naziv). Većina naših banja se fokusira samo na liječenje, a zanemaruje druge rekreacione mogućnosti. Trebalo bi u banjanskim centrima odvojiti ustanove za liječenje, od ustanova za rekreaciju i zabavu. Neophodno je poboljšati ukupnu infrastrukturu banjanskih centara - smještaj, objekte i opremu za liječenje i rekreaciju, ali i okolinu, jer zdravstveni turizam definitivno postaje razvojna šansa za privredni razvoj Republike Srpske. Akcenat u razvoju treba staviti na poboljšanje infrastrukture, renoviranje smještajnih kapaciteta, modernizovanje usluge, kako bi ona bila u skladu sa evropskim i svjetskim standardima i zahtjevima turista u oblasti zdravstvenog turizma. Ponudu koju imaju naše banje treba obogatiti dodatnim sadržajima i sve to obogatiti novim menadžmentom mladih i stručnih ljudi koji su u mogućnosti da primijene sve prednosti informacionih i ostalih tehnologija i stave ih u službu razvoja turizma RS, kao segmenta turizma regiona. Mnoga istraživanja turističkog tržišta pokazuju da su RS, BiH i Balkan vrlo nova, zanimljiva, neistražena i neistrošena turistička destinacija, koja može na duže vrijeme biti privlačna za nove turiste, svih oblika turizma, a onda i zdravstvenog, bilo da bi on bio osnovni motiv putovanja ili ukomponovan u druge oblike turizma. To potvrđuju posebnosti samo nekoliko naših banja, koje imaju i značajne rezultate u tom pravcu:

## **2.1. Banja Vrućica**

Banja Vrućica se nalazi u središnjem dijelu RS, u neposrednoj blizini grada Teslića, smještena na nadmorskoj visini od 230 metara, u dolini rijeke Usore, sa poznatim izvorištima termomineralnih voda, koje su koristili još stari Rimljani. Zdravstveno-turistički centar "Banja Vrućica" je oaza mira, zdravlja i ljepote. Termomineralna voda, geografski položaj i umje-

reno kontinentalna klima, te uređeni kompleksi i ugrađeni kapaciteti, kao i ljudski faktor, doprinjeli su da danas banja pruža širok spektar zdravstvenih i turističkih usluga. Zdravstveni program, kongresni kapaciteti, sportsko-rekreativni sadržaji, wellness, pružaju bezbroj mogućnosti za zdravlje, odmor i uživanje u predivnom prirodnom okruženju. Osnovnu djelanost Zdravstveno-turističkog centra "Banja Vrućica", predstavlja medicinska rehabilitacija, koja se sprovodi u Specijalnoj bolnici za rehabilitaciju kardiovaskularnih oboljenja. Prirodna ljekovita svojstva termomineralne vode, dokazano, imaju povoljno dejstvo u rehabilitaciji kardiovaskularnih, reumatoloških i neuroloških oboljenja. Voda Banje Vrućice uspješno liječi bolesti srca i krvotoka, reumatizam, stomačne bolesti, šećernu bolest, pospješuje i ubrzava procese rehabilitacije, pomaže zdravim da održavaju i pospješuju kondiciju, liječe neuroze i neuralgije.

## **2.2. Banja Slatina**

Ovom prilikom ćemo izdvojiti još jedan banjski kompleks koji se nalazi nedaleko od Banje Luke, a riječ je o banji Slatina. Naime ovaj kompleks se nalazi u okviru Zavoda za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju "Dr Miroslav Zotović", na 206 m nadmorske visine. Osnovna obilježja mjesta su čist vazduh, izdašni izvori termomineralne vode koji dostižu temperaturu i do 42°C i izvori pitke mineralne vode, poznati pod imenom „Kiseljaci“. Slatina je jedno izdvojeno, industrijom nezagađeno, mirno izletišta i turističko mjesto sa dugom tradicijom banjskog i izletničkog turizma. Samo mjesto ima toponim "ilidža", što je turska riječ za banju i termalni izvor uopšte. Takođe ovaj kompleks i njegova bliža okolina obiluju mnogim kulturno-istorijskim sadržajima, čime predstavlja značajan potencijal zdravstvenog turizma RS. To je od posebne važnosti, s obzirom da današnji „ubrzano tempo života“ negativno utiče na fizičko i psihičko zdravlje čovjeka. Prepreka ka boljem pozicioniranju ovog prirodnog resursa jesu ograničeni kapaciteti samog centra. Tu se može smjestiti samo oko 300 pacijenata, a smještajni kapaciteti su rasuti širom dva hotela, pet paviljona i pedesetak privatnih soba. Zbog porasta zainteresovanosti posjetilaca, svakako da ima

dosta opravdanja za infrastrukturna proširenja. Dalja ulaganja bi trebala ići prema proširenju kapaciteta u spa i njenih wellness usluga, kao i u smjeru da se još više marketinški promoviše na mapi turističkih destinacija koje vrijedi posjetiti. Primjetno je ulaganje u kadrove i menadžment zadnjih godina, te uvezivanje sa ostalim banjama okruženja u kom pravcu treba i dalje ići, jer je interesovanje za ovo područje, i grad Banjaluku, sve veće od strane savremenih turista, koji sve više brinu o svom zdravlju, izgledu, kondiciji i preventivi.

Ostale banje RS treba promovisati i u njih ulagati, primjerom gore navedenih, koje mogu biti primjeri dobre prakse, koja daje rezultate u kratkom roku. To su banje: Mlječanica, Kulaši, Lješani, Brankovo vrelo na Ozrenu, Vilina Vlas i Guber. Svaka od njih ima prepoznatljiva svojstva koja mogu biti osnovni motiv dolaska gostiju, bilo da su oni turisti ili korisnici banjskih usluga, ili i najčešće oboje. Kvalitetan menadžment treba dizajnirati marketing svake od njih, napraviti strategiju njenog razvoja i povezivanja u dva pravca:

- Izrada strategije razvoja banjskog turizma RS, koji treba biti dijelom strategije razvoja banjskog turizma BiH i zemalja regiona: Srbije, Crne Gore i Hrvatske,
- Postavljanje banjskog turizma na adekvatno mjesto (prema učešću i prometu) u strategiji razvoja turizma RS i BiH, gdje bi se ovaj selektivni oblik turizma uspješno kombinovao sa ostalim oblicima turizma.

Na ovaj način bi, kvalitetan menadžment turizma, omogućio šire prepoznavanje ovog oblika turizma, a kvalitetan marketing bi ga postavio na adekvatno mjesto na turbulentnom i zahtjevnom turističkom tržištu.

### **2.3. Obim turističkog prometa u banjama RS**

Trend rasta obima turističkog prometa je stalan. Banje ostvare najveći obim turističkog prometa u RS, mjeren brojem noćenja. Različit obim tu-

rističkog prometa u pojedinim banjama je posljedica, prije svega, raspoloživih smještajnih mogućnosti. One, sem balneoturizma, pretpostavljaju i ostale vidove turizma, naročito kongresni, manifestacioni, sportski i sl., ali za te masovnije događaje nemaju dovoljno adekvatnog kapaciteta, osim Banje Vrućica koja je čest domaćin većim manifestacijama kongresnog, sportsko-rekreativnog i ostalih vidova turizma koji zahtijevaju veće kapacitete za smještaj i aktivnosti.

Tabela 2: Noćenja turista u banjskim mjestima RS

Godina	Banjska mjesta	Ukupno
2008.	237 400	625 842
2009.	189 000	564 091
2010.	223 000	577 802
2011.	259 000	614 637
2012.	256 000	629 648

*Izvor: Republički zavod za statistiku RS, Ugostiteljstvo i turizam, statistički bilten broj 9, 2013, 22*

Dakle u RS je banjski turizam značajan vid turizma, koji ostvaruje najveći obim turističkog prometa i ima tendenciju rasta, kako pokazuje i Tabela 1. Smještajni kapaciteti u svim banjama RS, izuzev Banje Vrućice, veoma su skromno uređeni i opremljeni, mada ih ima dovoljno za neki duži period rasta ovog turističkog prometa. Druga važna prepreka je klasičan menadžment koji nije u stanju da dizajnira i marketinški obradi i ponudi evropskom i svjetskom turističkom tržištu vrijednosti koje postoje. Edukacija kadrova koji se bave ovim oblikom turizma je nužna u rastućem interesovanju turista za sve oblike turizma na našim prostorima, a onda i za banjski turizam.

Tabela 3: Situaciona analiza zdravstvenog turizma Republike Srpske

<b>Banjski turizam</b>
<b>Stanje i problemi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ na osnovu broja noćenja na drugom mjestu</li> <li>✓ znatno veći udio domaćih u odnosu na strane goste</li> <li>✓ kvalitet turističkog proizvoda relativno zadovoljava potrebe savremenih posjetilaca</li> <li>✓ posjećenost tokom čitave godine</li> <li>✓ mali broj hotela visoke kategorije i sa većim smještajnim kapacitetima, izuzev Banje Vrućica.</li> <li>✓ jednoobrazan turistički proizvod /uglavnom zdravstveni turizam</li> </ul>
<b>Neophodne mjere</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ promovisati banje kao destinacije zdravstvenog, kongresnog, rekreativnog i sportskog turizma</li> <li>✓ obogatiti turistički proizvod sekundarnim motivima / sport, zabava, odmor, rekreacija, gastronomija...</li> <li>✓ podstaći ulaganja u proširenje smještajnih kapaciteta i sadržaja turističkog proizvoda</li> <li>✓ osavremeniti menadžment i marketing službe i popuniti ih adekvatnim kadrovima</li> </ul>
<b>Ciljne banje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ sve u RS: Vrućica, Slatina, Laktaši, Kulaši, Guber, Vilina Vlas, Mlječanica, Lješani, Markovov.</li> </ul>
<b>Ciljna tržišta</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Primarno – domaće</li> <li>✓ Sekundarno – Srbija, Crna Gora, Slovenija, Hrvatska</li> <li>✓ Tercijarno – Austrija, Italija, Njemačka</li> </ul>
<b>Tržišni segmenti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Individualni /zdravstvo, wellnes/</li> <li>✓ Parovi sa djecom /zdravstvo, wellnes, izlet.../</li> <li>✓ Parovi bez djece / zdravstvo, wellnes/</li> <li>✓ Grupe /veće i manje/ kongresi, skupovi, edukacija, wellnes, fitnes.../</li> </ul>
<b>Marketing</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promocioni paketi, publikacije, nastupi u medijima, sajt, WEB stranice,</li> </ul>
<b>Kanali distribucije</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mediji, agencije, TORS, TOBL, turoperator, hoteli, globalni rezervacioni sistemi, sajtovi destinacija</li> </ul>

Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Srpske, 2010-2020. 47.

### 3. SWOT ANALIZA ZDRAVSTVENOG TURIZMA REPUBLIKE SRPSKE

Na osnovu zdravstvenog potencijala, te pregleda prirodnih vrijednosti naših krajeva, izdvojene su osnovne snage (Strengths), slabosti (Weaknesses), prilike (Opportunities) i prijetnje (Threats) budućem razvoju zdravstvenog turizma, tj. SWOT analiza svih faktora koji utiču na razvoj zdravstvenog turizma u Republici Srpskoj. SWOT analiza, tačnije njen metodološki okvir, u savremenim uslovima najčešće se upotrebljava kao tehnika u strategijskom planiranju i strategijskom menadžmentu.

Tabela 4: SWOT analiza zdravstvenog turizma Republike Srpske

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ekološka i čista prirodna sredina</li> <li>✓ Izuzetno povoljna klima</li> <li>✓ Bogata prirodna i antropogena turistička ponuda</li> <li>✓ Gostoprimstvo i gastronomska ponuda</li> <li>✓ Povoljne cijene u odnosu na ostale zemlje u regionu, a i šire</li> <li>✓ Kvalitetni ljudski resursi (prije svega stručni medicinski kadar)</li> <li>✓ Iskorišćavanje imidža grada i opštine</li> <li>✓ Blizina drugih banja u RS i BiH</li> <li>✓ Blizina ostalih emitivnih turističkih tržišta</li> <li>✓ Razvoj svih oblika turizma na globalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nedovoljno razvijena saobraćajna infra i suprastruktura (izuzev Banje Vrućice i Banje Slatine)</li> <li>✓ Zastarjelost prevoznih kapaciteta</li> <li>✓ Nizak nivo kvaliteta smještajnih kapaciteta</li> <li>✓ Nerazvijena trgovinska ponuda namijenjena turistima (suvenir, brendirani proizvodi)</li> <li>✓ Nedostatak potpunih i selektivnih mjera koje bi stalno podsticale dalji razvoj turizma</li> <li>✓ Nepovoljna organizacija banja (finansiranje u većini slučajeva ide preko FZO RS, a ustanove naplaćuju minimalnu participaciju) uz ograničenu smještajnu infrastrukturu</li> </ul>
ŠANSE	OPASNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rast turističke tražnje za zdravstvenim turističkim uslugama kod svih turista</li> <li>✓ Primjena novih tehnologija turističke industrije koje podstiču turizam</li> <li>✓ Širenje usluga zdravstvenog turističkog proizvoda</li> <li>✓ Prodor na nova tržišta</li> <li>✓ Mogućnost razvoja pratećih - sekundarnih formi turizma (sport, zabava, rekreacija, gastronomija, manifestacije)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turistička ponuda susjednih zemalja (konkurencije)</li> <li>✓ Udaljenost od emitivnog evropskog i svjetskog tržišta</li> <li>✓ Globalna konkurencija u ponudi zdravstvenih turističkih usluga</li> <li>✓ Izgubljena turistička tržišta u ranijem periodu</li> <li>✓ Loš imidž države kao turističke destinacije</li> </ul>

Izvor: Tabela je rezultat sopstvene analize autora



SWOT analiza pokazuje da se privlačenje interesa međunarodne tražnje za uslugama i proizvodima zdravstvenog turizma Republike Srpske, može postići samo kroz tržišno repozicioniranje usluga i proizvoda banja/lječilišta, koji postoje u sadašnjoj ponudi. To će biti moguće samo kroz značajna ulaganja u uslužnu i proizvodnu infra i suprastrukturu. Možemo sagledati, da ove usluge i proizvodi još nisu spremni za internacionalno komercijalizovanje, već ih u sljedećem periodu trebamo razvijati na način koji će postepeno eliminisati dosadašnja „uska grla“. Jedno od glavnih je politički ambijent, koji predstavlja ozbiljnu kočnicu nastupa na širem tržištu. Turizam je, kao grana privrede BiH, u nadležnosti entiteta, a podsticaji razvoja dolaze na nivo BiH. Saradnja između entiteta, u svim oblastima nije kvalitetna i podsticajna, a to najviše pogađa turizam koji ne poznaje granice i države, nego samo turističke destinacije. Politička, a onda i ekonomska nesigurnost za ozbiljna i veća ulaganja, kako domaćih, tako i stranih investitora, su dalja prepreka, koju treba umanjivati. Priznanje statusa izvozne grane turizmu u našoj zemlji bi također povećalo njegovu konkurentnost, jer bi turizam dobio „privilegije“ izvoznih grana, na osnovu čega bi bilo moguće umanjiti cijene usluga i postići značajnu konkurentnost u odnosu na zemlje najbližeg okruženja.

Dalji razvoj svih oblika turizma, pa i banjskog, bi omogućila bolja infra i suprastruktura, jer bi podstakla uspješnu međunarodnu komercijalizaciju naših turističkih proizvoda i povećala bi kanale njegove prodaje i distribucije, kako pokazuje sljedeća tabela.

Tabela 5: Prikaz potrebne infra i suprastrukture zdravstvenog turizma Republike Srpske

Usluga/proizvod	Prodaja	Distribucija
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Club spa</li> <li>• Cruise ship spa</li> <li>• Day spa</li> <li>• Destination spa</li> <li>• Medical spa</li> <li>• Mineral spring spa</li> <li>• Resort/hotel spa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banje</li> <li>• Mineralne/ljekovite vode</li> <li>• Medicinski instituti/bolnice</li> <li>• Hoteli</li> <li>• Privatni smještaj</li> <li>• Shopping</li> <li>• Restorani, barovi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Specijalizovane agencije</li> <li>• Turoperatori</li> <li>• Internet</li> <li>• Zadovoljni gosti</li> <li>• Sajmovi turizma</li> <li>• Ambasade i druga predstavništva u inostranstvu</li> </ul>

*Izvor: Tabela je rezultat sopstvene analize autora*

#### 4. KLASITER ZDRAVSTVENOG TURIZMA KAO MOGUĆNOST RAZVOJA

Okosnicu turizma u mnogim našim banjama ne čine hoteli, već bolnice i rehabilitacioni centri, a ponuda ugostiteljstva i drugih komplementarnih sadržaja je u okviru tih bolnica ili posebnih restorana u destinaciji – banji. Nivo tih usluga, menadžment restoraterstva, gastronomije i ukupnog ugostiteljstva u banjama, daleko je ispod očekivanog nivoa. U RS nema ni specijalizovane turističke agencije koja bi se ozbiljnije bavila posredovanjem u zdravstvenom turizmu. Najveći dio do sada realizovane posjete ostvaren je uglavnom preko neformalnih kanala ili su rezultat inicijative samih posjetilaca. Zbog toga, kod izrade regionalne razvojne koncepcije banjskog turizma, kao turističkog proizvoda, trebalo bi posebnu pažnju posvetiti definisanju pozicije zdravstvenog turizma RS. Jedan od modela, koje koriste razvijeniji od nas, mogao bi biti klaster zdravstvenog turizma.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Tako je moguće istaći konkurentske prednosti malih preduzeća i koristiti efikasnost organizacione mreže. Ovaj oblik ima ključni značaj u poslovanju malih zemalja, zemalja u razvoju i tranziciji, jer sinergetskim efektom postižu ono što veliki imaju pojedinačno. Sama EU je efekat klasterizacije.

To bi bilo u skladu sa globalnim megatrendovima gdje veliki „gutaju“ male i u poslovnom ambijentu u kome je uslov opstanka u naučnom i stručnom pristupu svakom problemu, a što je malim zemljama, malim ekonomijama i malim preduzećima nepristupačno.

Formiranje klastera zdravstvenog turizma vodilo bi unapređenju i razvoju ponude zdravstvenog turizma RS. Taj klaster bi trebalo da okupi sve zainteresovane državne i privatne subjekte iz oblasti zdravstvenih i turističkih usluga, tj. banje, bolnice, klinike, institute, ordinacije, hotele, turističke agencije, restorane, prevoznike i druge subjekte, a posebno one čije su usluge prilagođene očekivanjima i zahtjevima inostranih turista.

Osnovni ciljevi **klastera zdravstvenog turizma** bi trebali biti:

- ☞ U saradnji sa resornim ministarstvima, kao i ostalim relevantnim institucijama raditi na marketinškom pozicioniranju RS kao destinacije zdravstvenog turizma;
- ☞ Zahtijevati članstvo u međunarodnim asocijacijama zdravstvenog turizma i promocija domaće ponude na specijalizovanim sajmovima i konferencijama za zdravstveni turizam;
- ☞ Organizovanje regionalne konferencije zdravstvenog turizma u RS, kao i edukacija ciljnih grupa i krajnjih korisnika putem različitih seminara o standardima i trendovima u zdravstvenom ili samo banjском turizmu;
- ☞ Kompletiranje baze podataka o ponudi zdravstvenog turizma i identifikovanje svih potencijalnih članova i činilaca klastera.

U svakom slučaju bi trebalo još razmotriti samu prostornu cijelinu koju bi obuhvatao ovaj model, jer on treba biti prilagođen populacionoj veličini područja, postojećim zdravstvenim i turističkim kapacitetima, kao i karakteristikama okruženja i tržišta u kojima bi se razvijao.

## ZAKLJUČAK

Iz prethodno navedenog, možemo zaključiti da za razvoj zdravstvenog turizma u RS postoji dobra osnova, a ona se prvenstveno ogleda u bogatim prirodnim turističkim vijednostima (termomineralni izvori, povoljna klima i životna sredina). Na drugoj strani, receptivni kapaciteta ima, ali su relativno zastarjeli i zapušteni, zbog čega je neophodno izvršiti saniranje i rekonstrukciju turističke receptive, infra i suprastrukture, što se može postići sa mnogo manjim ulaganjima nego da se grade novi receptivni kapaciteti. Danas u svijetu je opšteprihvaćena činjenica da zdravstveni turizam predstavlja perspektivnu oblast, pri čemu svaki kompleksni razvoj zdravstvenog turizma podrazumijeva široku koordinaciju turističkih i zdravstvenih načela. Većina zemalja jugoistočne Evrope se uključuje u novi trend u turizmu, ali RS (a možemo slobodno reći i BiH u cjelini), nažalost još uvijek nije dovoljno vidljiva na mapi zdravstvenog turizma.

Jedna od najvažnijih preporuka je „**klasterizacija**“. To udruživanje će omogućiti ne samo efikasnije funkcionisanje, svrsishodnije i potpunije zadovoljenje tražnje posjetilaca, već pruža i mogućnost da se problemi osavremenjavanja, rekonstrukcije objekata i formiranja odgovarajućih oblika ponude rješavaju na jedan efikasniji i racionalniji način. U tom smislu, neophodno je razvoj ovih komplementarnih centara zasnivati na osnovama koncepta održivog razvoja turizma, sa ciljem očuvanja i zaštite termomineralnih izvora, štiteći prirodu i poštujući ekološke standarde.

Takođe, akcenat mora biti stavljen i na osavremenjavanje **marketinga** u zdravstvenom turizmu. Njegova osnovna uloga bi trebalo biti kontinuitet razvoja zdravstvenog turizma i potpunije zadovoljavanje potreba potrošača, a u skladu sa povećanjem stepena njihove samosvijesti tzv. *društveni koncept primjene marketinga u zdravstvenom turizmu*. Dakle, marketing u zdravstvenom turizmu u daljem razvoju podrazumijeva puno novih tehnoloških rješenja, ali i striktnu pažnju na neposredni kontakt sa potrošačima, zbog velikog učešća „ljudskog faktora“ u ovom obliku turizma kao i njegove važnosti za ukupan kvalitetan razvoj zdravstveno-turističkog proi-

zvoda. Treba uočiti promjene na strani zdravstveno-turističke tražnje, koje u suštini mijenjaju ustaljene navike. Grupe potrošača sa posebnim potrebama u zdravstvenom turizmu postaju, postepeno, sve značajniji segment na turističkom tržištu. Idući ovim putem, oblast zdravstvenog turizma će se naći u svojevrsnoj fazi zrelosti koju će karakterisati stabilizacija ukupne tražnje na zdravstveno-turističkom tržištu, snažna konkurencija i izražena segmentacija tržišta. U svemu tome vidimo veliku šansu za razvoj zdravstvenog turizma RS u budućem periodu, gdje snažniji marketinški pristup treba da bude njegov dominantni dio. Da bi on to bio, nužno je veću pažnju posvetiti edukaciji kadrova za ovu oblast.

## LITERATURA

1. Bartoluci, M., Čavlek, N., & al. 2007. *Turizam i sport - Razvojni aspekti*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Connell, John. 2006. *Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. Tourism Management*
3. Cook, Peta S. 2008. *What is health and medical tourism? Humanities research program*. Queensland: Queensland University of technology.
4. Goeldner, C. 1989. "39th Congress AIEST: English Workshop Summary",
5. Gordon, O. 1980. *Marketing today*. London: Prentice Hall International
6. Knežević, M. 2013. *Važnost sporta i rekreacije za zdravstveni turizam, kongres Zdravlje za sve*, Banjaluka
7. Herrick, Devon M. 2007. *Medical tourism: Global competition in health care. NCPA Policy Report No. 304*.
8. *Overview on the use of thermal resources Report North-West BiH, Thermalis, Arda BiH*. 2008

9. *Strategija razvoja turizma Republike Srpske 2010-2020*, Banja Luka 2009, Univerzitet u Banjoj Luci.
10. *Statistika turizma i ugostiteljstva 2013.*, Ministarstvo trgovine i turizma RS (2013)
11. Zečević, Bojan. 2004. *Menadžment u banjском turizmu i specijalni program u banjama*. Vrnjačka banja: Turistička berza.
12. Zbornik radova, 2013. *Zdravlje, sport, rekreacija*, „Zdravlje za sve“, Banjaluka
13. International SPA Association. Last modified February 2014
14. <http://www.experienceispa.com/spa-goers/spa-101/types-of-spas/>
15. Medicinska grupa 2009. Last modified January 2011
16. <http://www.medicinska-grupa.hr/>

Marija Knežević, PhD  
Marko Šaula, MSc  
Tatjana Dujaković

## **THE IMPORTANCE OF HEALTH TOURISM IN THE REPUBLIC OF SRPSKA FOR TOURISM DEVELOPMENT OF THE REGION**

**Summary:** *The region encompassing the Republic of Srpska is geographical area that is extremely rich in thermal mineral water, as well as a clean and healthy environment. These resources are a very good basis for the development of health tourism, which, along with other selected forms of tourism can be a development opportunity for the region and the RS. This paper presents this potential, and explains how to make these opportunities appealing and attractive tourism products, which can be easily incorporated alongside other tourism products and become a generator of development in the region. The paper argues that there*

*is no other identifiable potential development as requested by the EU. Possibilities are identified through a SWOT analysis, which gives a detailed view of the challenges and opportunities in the implementation of a comprehensive approach to the development of medical tourism in the Republic of Srpska and the region as a whole, which will make it, in many ways, a unique tourist destination. Recommendations for cross-border cooperation and the establishment of a health cluster trying to operationalize some of the processes and actions that will lead to positive change at all levels in the specific actors of inbound tourism to the highest factors of tourism development and destination marketing of health tourism.*

**Key words:** *health tourism, SWOT analysis, health cluster, RS.*

**JEL Classification:** *I1, L83*