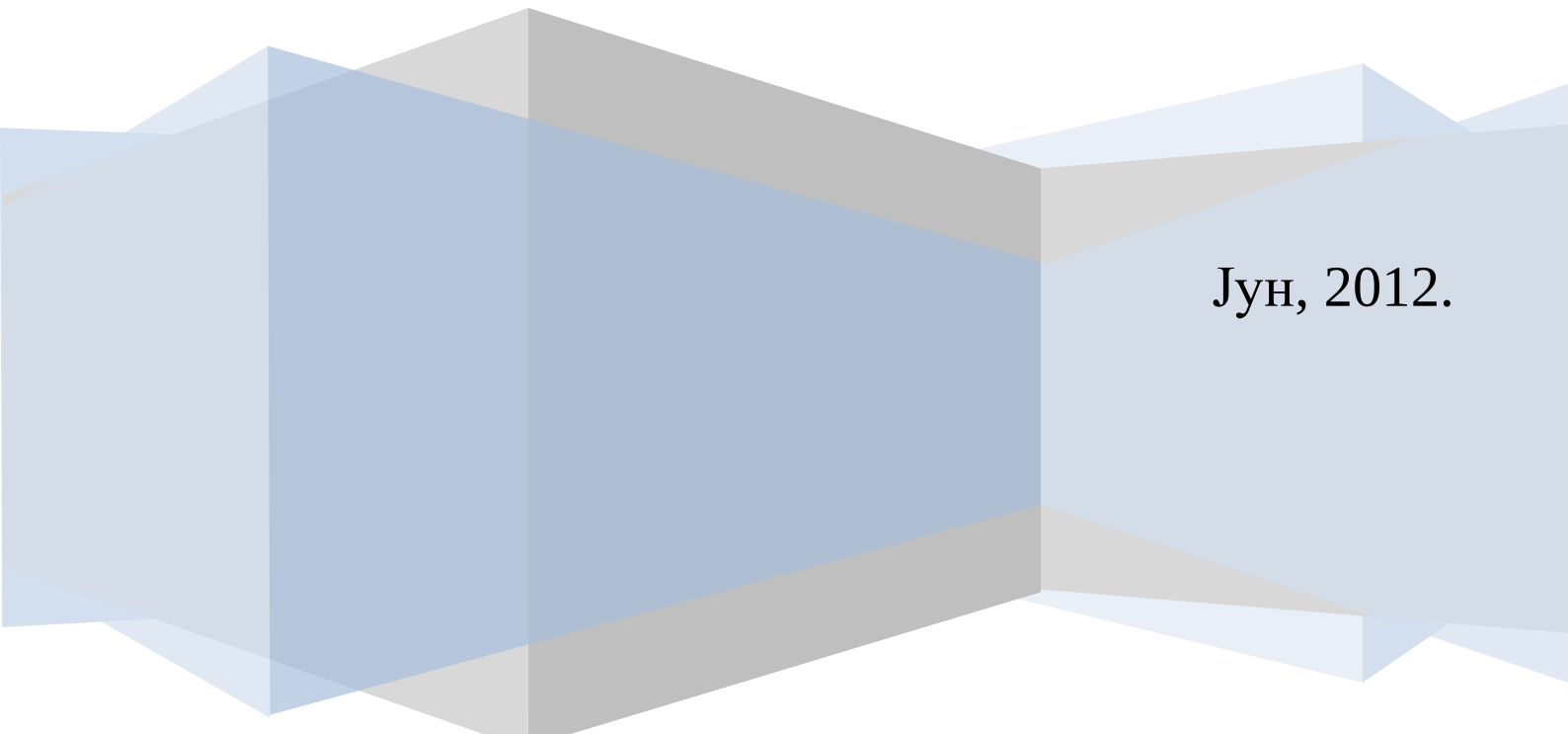


Туристичка организација града Бањалука

Стратегија развоја туризма града Бања Лука

2013-2020. године



Јун, 2012.

САДРЖАЈ

Увод.....	5
1. Значај и перспективе туризма као привредне гране	6
1.1. Туризам као феномен глобалних размјера	7
1.2. Визија 2020 (<i>Millenium Vision</i>)	10
1.3 Туризам у РС и граду Бањој Луци.....	11
2. Трендови на свјетском туристичком тржишту	13
2. 1. Промјене на страни понуде.....	14
2.2. Промјене на страни тражње	14
2.3. Развојне могућности Бање Луке и изградња капацитета	15
3. Повезаност Стратегије развоја туризма Града са другим развојним документима.....	17
3.1. Осврт на Стратегију развоја туризма Републике Српске.....	18
3.2. Осврт на Стратегију развоја града Бањалука 2007-2015. године	19
3.3. Осврт на Стратегију руралног развоја Града Бања Лука 2009-2015. године	20
3.4. Осврт на друге релевантне планске документе (локалне, ентитетске, државне, регионалне и друге планове...)	21
3.4.1. Просторни план Републике Српске 2001-2015. године.....	21
3.4.2. Урбанистички план Бање Луке 2008-2020. године.....	21
4. Оквир за развој туризма Града	22
4.1. Природно-географски оквир.....	23
4.1.1. Географски положај.....	23
4.1.2. Рељефне карактеристике	23
4.1.3. Климатске карактеристике.....	24
4.1.4. Хидрогеографске карактеристике	26
4.1.5. Биљни свијет.....	27
4.1.6. Животињски свијет	28
4.2. Културно-историјско наслеђе	28
4.3. Социо-економски оквир.....	31
4.3.1. Становништво	31
4.3.2. Привреда	32
4.4. Комунална инфраструктура	34
4.4.1.Саобраћајна инфраструктура	34
4.4.2. Комуналне дјелатности	37
4.5. Људски ресурси.....	39
4.6. Правни оквир.....	40

5. Анализа садашњег стања у туризму Града Бање Луке.....	43
5.1. Постојећи туристички производи.....	43
5.1.1. Основни интегрални туристички производи Бање Луке.....	45
5.1.2. Потенцијални интегрални туристички производи града Бања Лука	47
5.2. Туристички промет	53
5.3. Смјештајни капацитети	55
5.4. Институционални оквир за развој туризма	57
6. Анализа конкурентности.....	59
6.1. Дефинисање основа конкурентности.....	59
6.2. Основе конкурентности Бање Луке као туристичке дестинације	62
6.3. Конкурентске дестинације	67
6.4. Бенчмаркинг	67
7. Стратешка оријентација развоја града Бање Луке до 2020. године	77
7.1. SWOT анализа	77
7.2. SWOT матрица (макси-макси стратегија)	78
7.3. Основне претпоставке за одређивање стратешких оријентација	79
7.4. Стратешке оријентације	79
7.5. Стратешка визија	80
8. Маркетинг стратегија	80
8.1. Дефинисање циљева на основу постојећих проблема.....	80
8.2. Стратешки циљеви.....	81
8.3. Преглед програмско-пројектног садржаја.....	82
8.4. Маркетиншко позиционирање.....	85
8.4.1. Приоритетни туристички производи	85
8.4.2. Оцјена атрактивности туристичких производа:	86
8.4.3. Оцјена конкурентности туристичких производа	88
8.4.4. Утврђивање приоритета у развоју/комерцијализацији туристичких производа.....	89
8.5. Маркетинг план туристичких производа.....	90
8.5.1. Авантуристички туризам.....	90
8.5.2. Туризам догађаја	95
8.5.3. Пословни туризам	93
8.5.4. Градски одмор	92
8.5.5. Здравствени туризам.....	98
8.5.6. Културни туризам	99
8.5.7. Религијски туризам	96
8.5.8. Рурални туризам.....	100
8.6. Могућности регионалне интегрисане понуде	102

8.7. Успостављање дестинацијског менаџмента.....	103
8.8. Могућност инвестирања.....	103
Литература:.....	105
Прилози	

Попис табела, графика и слика

Табеле

Табела 1: Међународни туристички доласци

Табела 2: Међународни приходи од туризма

Табела 3: Број долазака и ноћења у граду Бањалци за период од 01.01. до 31.12.2010. и 2011. годину

Табела 4 : Учешиће Бање Луке у доласцима и ноћењима туриста у односу на РС и БиХ у % за 2011. годину

Табела 5: Доласци у водећим туристичким дестинацијама РС за 2011. годину

Табела 6: Ноћења у водећим туристичким дестинацијама РС за 2011. годину

Табела 7: Промет у угоститељству и приходи смјештајних капацитета водећих туристичких дестинација у РС за 2010. годину

Табела 8: Број долазака на подручју територије Града Бања Лука

Табела 9: Број ноћења на подручју територије Града Бања Лука

Табела 10: Број лежајева и искориштеност смјештајних капацитета Бање Луке

Табела 11: Просјечне мјесечне температуре ваздуха у Бањој Луци

Табела 12: Проијена броја становника града Бања Лука у периоду од 2000-2010. године

Табела 13: Рангирање по конкурентности зетаља чији су градови изабрани за конкурентски сет

Табела 14: Проијена постојеће ситуације на подручју града Бање Луке

Табела 15: Основне карактеристике дестинације

Табела 16: Оијена типова туриста према важности: 1 – веома важан, 2 – важан, 3 – довољно важан, 4 – дјелитично важан, 5 - неважан

Табела 17: Број скупова и ваздушни саобраћај

Табела 18: Поређење основних карактеристика тијела одговорног за развој туризма

Табела 19: Преглед стјеиштајних капацитета конкурентских дестинација

Табела 20: Туристички промет конкурентских дестинација

Табела 21: Оијена атрактивности појединих туристичких производа

Табела 22: Оијена конкурентности туристичких производа Бање Луке

Графиони

Графикон 1: Број међународних долазака по годинама (свијет)

Графикон 2: Међународни туристички доласци, мјесечна еволуција на глобалном нивоу

Графикон 3: Број долазака и ноћења на подручју града Бања Лука у периоду од 2004-2011. године

Графикон 4 : Просјечно вријеме задржавања туриста у Бањој Луци у периоду од 2004-2011. године

Графикон 5: Просјечне мјесечне температуре ваздуха у Бањој Луци

Графикон 6: Конкурентност типова туризма у односу на изабране дестинације

Слике

Слика 1: Матрица атрактивности и конкурентности туристичких производа Бање Луке

Прилози

Прилог 1: Број долазака и ноћења у Бањој Луци у периоду од 2004-2011 године

Прилог 2: Програмско-пројектни дио

Прилог 3: Рекапитулација пројектно-програмског дијела

Према свим показатељима, туризам у Босни и Херцеговини је на ниском степену развијености и међународне конкурентности. Према предвиђањима UNWTO, WTTC-а и USAID (CCA) и према „Визији туризма до 2020 године“, туризам ће бити стратешка привредна грана која ће допринијети привредном развоју, економском расту и развоју економије у цјелини.

Кључно питање је како туризам града Бања Лука у оквиру туризма РС и БиХ туризма, као привредну дјелатност трансформисати и интегрисати у свјетску туристичку индустрију, коришћењем актуелних мегатрендова који му одговарају. Дакле, у условима када неки од глобалних мегатрендова одговарају просперитетном развоју туризма, поставља се питање на који начин туристички потенцијал трансформисати у конкретну конкурентност интегрисаног туристичког производа, односно на који начин направити атрактивно и препознатљиво туристичко мјесто (дестинацију). Да ли путем изградње снажног имиџа и брендирања града Бања Лука као туристичке дестинације са фокусом на све појавне облике туризма Града или диференцираним приступом, односно диверсификовањем и селекционисањем само одређених „мега-трендовских“ облика туризма, као што су авантуристички, вјерски, културни, спортско-рекреативни, сеоски и еко-туризам, или можда тематски „3Е“ туризам (*Entertainment, Excitement, Education*), уз проналажење адекватних тржишних ниша.

Савремени економски развој не може се замислити без размишљања о глобализацијским процесима који се рефлектирају на све дијелове економије, дјелујући при томе на регионалну интеграцију и све већу партиципацију држава које се налазе у процесу транзиције. Свјетски туризам отвара нове регионалне цјелине са убрзаним туристичким растом и појавом изазовних дестинација. Та прерасподјела туристичких кретања и оствареног туристичког промета, створила је нови облик прилагодљивог менаџмента тих дестинација, који се својим формама брзо укључује у постојећи менаџмент развијених туристичких дестинација свијета. Посебан акценат ставља се на оне облике менаџмента нових туристичких дестинација које уједињују базну основу тих дестинација, одговорни маркетинг, прилагођавају локално становништво новим туристичким изазовима и повезују туризам и животну средину. Изазови менаџмента туристичких дестинација су због тога економска, социолошка и еколошка парадигма модерног и постмодерног туризма.

Тако се осјећа све већа присутност глобализацијских процеса и на туристичком тржишту. Позитивни ефекти глобализацијских процеса дјелују подстицајно на предузећа у сектору туризма која се на различите начине укључују у овај савремени феномен. Технолошки напредак, који је уједно и предуслов настанка глобализацијских процеса, узроковао је да близина туристичке дестинације све више губи на значају.

Аутохтоност, изворност и различитост које посједују одређене туристичке регије омогућавају туристичким дестинацијама да одрже своју конкурентност на тржишту уз нагласак на одрживом развоју. Они који се не буду прилагођавали новонасталим промјенама, морат ће много више улагати ради истицања квалитета и осталих властитих предности.

Позиционирање на свјетском тржишту и укључивање у међународне токове роба, услуга и капитала предуслови су за економски раст и развој сваке државе. У условима растуће глобализације свјетске економије свака држава настоји искористити своје компаративне предности, трансформишући их у конкурентске предности, како би осигурала дугорочније повећање нивоа животног стандарда становништва. Посљедњих двадесетак година изражена је растућа важност услужног сектора у међународној размјени, међу којима туризам заузима истакнуто мјесто. Туризам је данас једна од најпрофитабилнијих и највећих индустрија у свијету и упркос постојећој кризи, туризам ће постати највећа привредна грана и најважнији извозни сектор у свијету. Експоненцијални раст глобалног туризма током протеклих двадесет

година показао је да је као водећа свјетска привредна грана, по свим битним показатељима, туризам остварио примат у односу на остале привредне гране. Дакле, туризам је постао друштвени феномен свјетских размјера. Туристичка индустрија, “индустрија без дима”, “индустрија слободног времена”, „индустрија забаве”, постаје једна од највећих индустрија свијета која генерише значајну економску корист. Готово милијарда људи – путника – туриста (сваки седми становник свијета) креће се у потрази за забавом, здрављем, спортом, опуштањем, учењем, културом, авантуром као и другим облицима задовољстава. Услови које детерминишу актуелни, глобални мегатрендови у свјетском туризму експлицитно утичу на свјетски туризам и туристичку индустрију која поприма потпуно нове и другачије димензије. Туризам отвара нове регионалне цјелине са убрзаним туристичким растом и појавом нових изазовних дестинација.

Паралелно с процесом глобализације на свјетском нивоу, развија се и европска интеграција у оквиру које је обухваћен и туризам, који је инегрисан у европски економски систем. Тако се разматрања по овом питању темеље на три начела:

- општем процесу глобализације,
- процесу глобализације и туризма,
- процесу глобализације и европских интеграција.

Каква је будућност туризма? Шта је све потребно учинити за најбољи пут до успјеха? Садашњи приступ развоју туризма се мора промијенити, што је додатни изазов и туристима и туристичкој индустрији.

Туризам 21. вијека се развија на новим организацијским начелима. На европском нивоу развија се регионално и постаје интегративни фактор у економском развоју на националном, регионалном и локалном нивоу. Потребно је развити механизме којима ће се Град равноправно укључити на туристичко тржиште.

1. Значај и перспективе туризма као привредне гране

У условима савремене глобализације свака земља настоји искористити своје компаративне и конкурентске предности у циљу што бољег позиционирања на свјетском тржишту и укључивања у међународне токове роба, услуга и капитала, што су нужни предуслови за постизање економског раста и развоја. Посљедњих 20-ак година повећава се значај услужног сектора у коме туризам заузима истакнуто мјесто. Туризам је присутан у скоро свакој земљи, само што се степен његове развијености различито манифестује, како по броју туриста тако и по ефектима који произилазе из туристичке потрошње.

О туризму, у савременом смислу, можемо говорити онда када је достигнут одређени степен друштвено-економског развоја, у туристичке токове укључен већи број људи, а задовољена су два основна предуслова за туристичка путовања: слободно вријеме и слободна финансијска средства.

Коријени путовања сежу још у праисторијско доба, када су људи упознавали нове просторе, било у потрази за храном и бољим природним стаништима за живот, било силом прилика, бјежећи од непријатеља. Временом су ова, у почетку неорганизована и основним људским потребама изазавана путовања, постала све организованија и прерасла у путовања ради посла, трговине, одмора, забаве, културних и рекреативних потреба. Средином 19. вијека стварају се

повољни друштвено-економски услови за развој путовања, која би се могла означити туристичким, усљед новонасталих потреба и навика у путовањима. У другој половини 20. вијека туризам доживљава експанзију што се може закључити на основу повећања броја људи који учествују у туристичким кретањима.

Као једна од основних функција туризма, наводи се директни и индиректни утицај прихода од туриста, на раст бруто домаћег производа. Исто тако, задовољавање туристичке потрошње у рецептивним земљама, изискује укључивање већег броја комплементарних дјелатности чији производи или услуге задовољавају туристичке потребе. Као радно интензивна дјелатност, туризам пружа могућност за стварање нових радних мјеста, а са друге стране, омогућава запошљавање кадра различитог степена стручности и образованости.

Приликом сагледавања значаја који туризам има за привреду једне земље, битно је нагласити да постоји разлика између домаће и стране туристичке потрошње, због разлике у економским ефектима који из њих проилазе. Домаћа туристичка потрошња значи прерасподјелу националног дохотка унутар једне економије, док страна туристичка потрошња производи прелијевање дохотка из једне економије у другу, што директно утиче на раст бруто друштвеног производа. Због тога се већи акценат ставља на потрошњу страних туриста, јер девизни прилив мултипликативно утиче на повећање националног производа и значајно доприноси умањењу спољнотрговинског дефицита. Међутим, код високо увозно зависних земаља, ови позитивни ефекти од туризма се смањују, сразмјерно повећању дијела од остварених туристичких прихода, који се издваја за плаћање увоза производа и услуга потребних за задовољење потреба туристичке потражње.

Имајући у виду да је туризам веома комплексна индустрија која обухвата више сегмената, међу којима су најважнији сегмент смјештај, исхрана, транспорт, трговина, туристичке агенције, забава и разонода, заостајање једног од ових сегмената уједно значи и зостајање и ограничавање значајнијег развоја туризма. Због своје комплексности, утицаја и зависности, туризам мора бити организован и усклађен како са општом економском тако и са осталим развојним политикама једне земље, што наводи на закључак, да без интегралног, интезивног и равномјерног привредног развоја земље, не можемо очекивати ни висок и ефикасан степен развоја туризма.

1.1. Туризам као феномен глобалних размјера

Крај двадесетог и почетак двадесетпрвог вијека обиљежава интезиван развој производних снага што је непосредно утицало на побољшање животног стандарда. То се одразило, како на омасовљење туристичких кретања, тако и на повећање потрошње туриста, а самим тим и на повећање прихода који се остварују од туризма. Туризам, као привредна дјелатност, по финансијским ефектима које остварује (у ширем смислу) је на трећем мјесту, иза нафтне и аутомобилске индустрије. У протеклих 30 година, просјечна годишња стопа раста међународних туристичких долазака износи око 4 %. Данас је туризам, без сумње, једна од најјачих „индустрија“ свијета, за многе земље значајан извозни производ, те генератор запошљавања. Упркос осцилацијама у свјетској економији и разним догађајима који нарушавају глобалну стабилност, туризам показује фасцинантну отпорност на промјене у економском и друштвеном окружењу, што доказује чињеница да досад нису забиљежене негативне стопе раста (изузев 2009. године у којој је забиљежен пад туристичког промета као

последица свјетске економске кризе која је почела у октобру 2008. године). Међународни туризам у свијету је у сталном успону, а према дугорочној визији Свјетске туристичке организације, у 2020. години се очекује 1,6 милијарди међународних туристичких долазака.

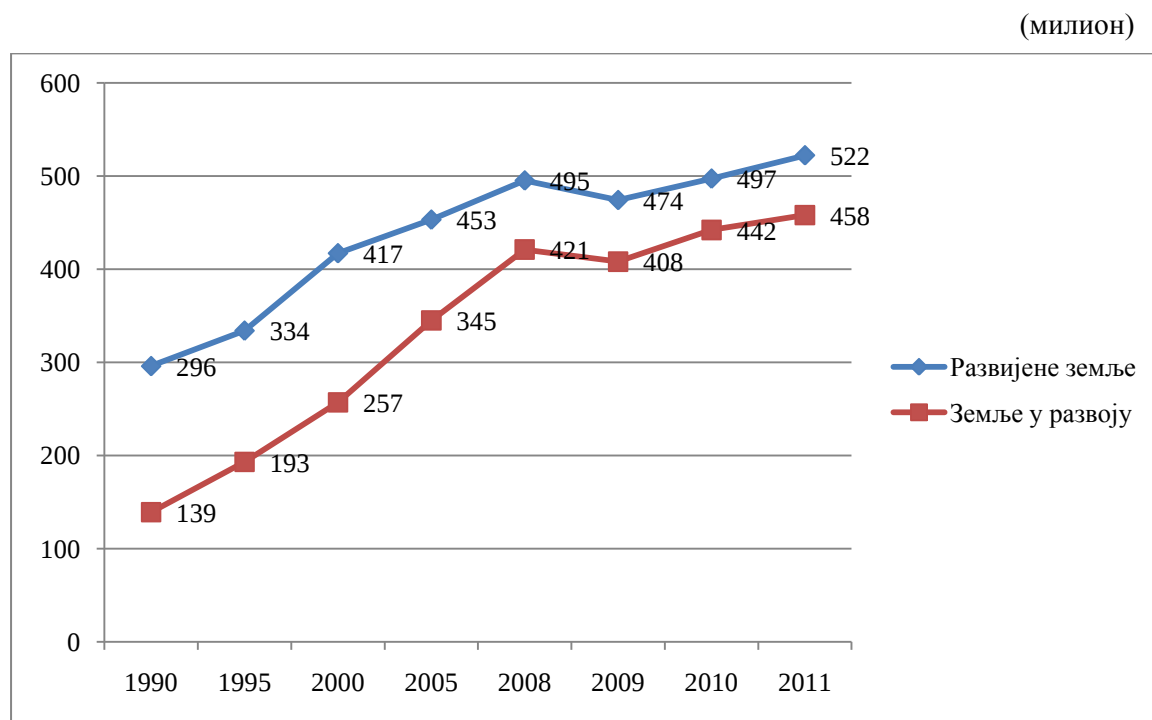
Табела 1: Међународни туристички доласци

	Међународни туристички доласци (у милионима)								Удио %	Промена		Просјечни годишњи раст
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2011	09/08	10/09	11/10
СВИЈЕТ	435	528	675	798	917	882	940	980	100	-3.8	6.5	4.4
Развијене земље	296	334	417	453	495	474	498	522	53.3	-4.3	5.1	4.7
Земље у развоју	139	193	257	345	421	408	442	458	46.7	-3.2	8.2	4.1
ПО РЕГИЈАМА												
ЕВРОПА	261.5	304.1	385.6	439.4	485.2	461.5	476.6	502.3	51.2	-4.9	2.9	5.8
Сјеверна Европа	28.6	35.8	43.7	57.3	60.8	57.7	58.1	61.4	6.3	-5.1	0.5	5.5
Западна Европа	108.6	112.2	139.7	141.7	153.2	148.6	153.7	158.1	16.1	-3.0	3.6	2.8
Централна/Источ. Европа	33.9	58.1	69.3	8.5	100.0	90.2	95.1	101.0	10.3	-9.9	3.7	7.9
Јужна/Медитер. Европа	90.3	98.0	133.0	153.0	171.2	165.1	169.7	181.8	18.5	-3.5	2.8	7.6
АЗИЈА И ПАЦИФИК	55.8	82.0	110.1	153.6	184.1	180.9	203.8	217.1	22.1	-1.6	12.9	6.1
Сјеверо-Источна Азија	26.4	41.3	58.3	85.9	100.9	98.0	111.6	115.9	11.8	-2.9	13.8	3.8
Југо-Источна Азија	21.2	28.4	36.1	48.5	61.8	62.1	69.6	77.1	7.9	0.5	12.5	10.4
Океанија	5.2	8.1	9.6	11.0	11.1	10.9	11.6	11.7	1.2	-1.8	6.1	0.8
Јужна Азија	3.2	4.2	6.1	8.1	10.3	9.9	11.1	12.4	1.3	-1.5	14.0	8.0
АМЕРИКА	92.8	109.0	128.2	133.3	147.8	140.6	149.8	156.0	15.9	-4.9	6.4	4.2
Сјеверна Америка	71.7	80.7	91.5	89.9	97.7	92.2	98.2	101.0	10.3	-5.7	6.5	2.9
Кариби	11.4	14.0	17.1	18.8	20.1	19.5	20.1	20.7	2.1	-2.7	2.6	3.6
Средња Америка	1.9	2.6	4.3	6.3	8.2	7.6	7.9	8.3	0.8	-7.4	3.9	4.8
Јужна Америка	7.7	11.7	15.3	18.3	21.8	21.3	23.5	26.0	2.6	-2.3	10.0	10.1
АФРИКА	14.8	18.9	26.5	35.4	44.4	46.0	49.4	50.0	5.1	3.5	8.4	0.2
Сјеверна Африка	8.4	7.3	10.2	13.9	17.1	17.6	18.7	16.9	1.7	2.5	6.5	-9.9
Субсахарска Африка	6.4	11.6	16.2	21.5	27.2	28.4	30.7	33.1	3.4	4.1	9.6	6.2
БЛИСКИ ИСТОК	9.6	13.7	24.1	36.3	55.2	52.9	60.3	54.8	5.6	-4.6	14.9	-8.4

Извор: Свјетска туристичка организација (UNWTO)

Брже него што се очекивало, међународни туризам се опоравио од утицаја глобалне финансијске кризе и економске рецесије крајем 2008. и 2009. године. У 2010. години забиљежено је 940 милиона међународних долазака што је за 58 милиона или 6,6% више него у 2009. години и за 23 милиона више од предкризног максимума у 2008. години када је забиљежено 917 милиона долазака.

Графикон 1: Број међународних долазака по годинама (свијет)



Извор: Свјетска туристичка организација (UNWTO)

Након године глобалног опоравка у 2010, настављен је раст туристичких долазака и у 2011. години, током које је забиљежено 980 милиона долазака, што је 4,4% више у односу на протеклу годину и нешто више изнад дугорочног просјека.

Европа је завршила 2011. годину са повећањем туристичких долазака од 5,8 % у односу на 2010. Од европских региона, највећи раст у 2011. години у односу на 2010. годину, је забиљежила Централно - источна Европа (7,9 %).

Приходи од међународног туризма у 2010. години су достигли износ од 693 милијарде евра (\$919 милијарди), што је више за 83 милијарде евра (\$68 милијарди) у односу на 2009. годину, или за 11,9%.

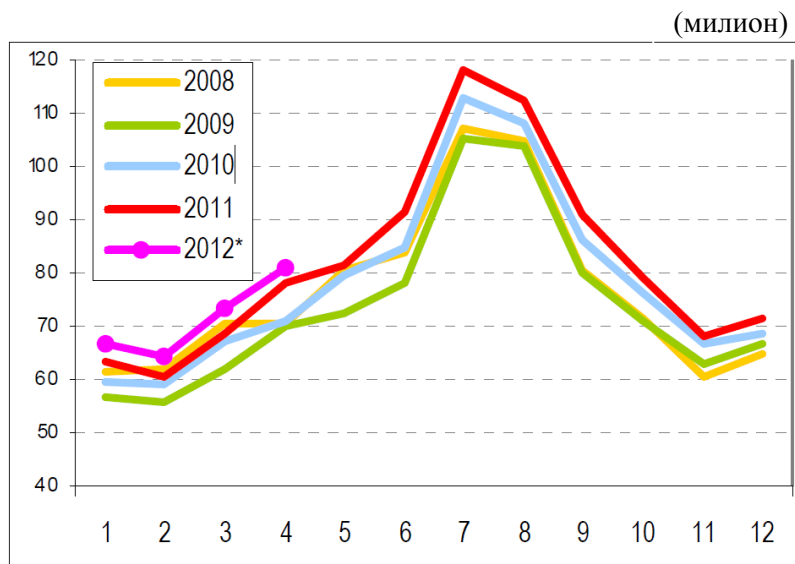
У реалним условима (прилагођени флукуацији девизног курса и инфлацији) међународни приходи од туризма су порасли за 5% у односу на скоро 7% раста броја долазака туриста, што показује блиску везу између ова два показатеља и потврђује да у годинама опоравка, доласци имају тенденцију да расту више од прихода. Разлика између пораста у броју долазака и туристичких прихода објашњава се типичним понашањем тржишта у раздобљу опоравка – конкуренција се интензивира, сви желе задржати госте и „одржати“ своју тржишну позицију са нижим цијенама.

Табела 2: Међународни приходи од туризма

валута	Међународни приходи од туризма по годинама (у милијардама)						
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010
US \$	262	403	475	679	939	851	919
EUR	206	308	515	546	639	610	693

Извор: Свјетска туристичка организација (UNWTO)

Графикон 2: Међународни туристички доласци, мјесечна еволуција на глобалном нивоу



Извор: Свјетска туристичка организација

Према предвиђањима Свјетске туристичке организације, у наредних 10 година, туризам и путовања ће остварити годишњи раст од 4,1%

1.2. Визија 2020 (Millenium Vision)

Свјетска туристичка организација израдила је публикацију “Визија 2020“, у којој се предвиђа да број међународних долазака у 2020. години достигне цифру од 1,6 милијарди. Од тога 1,2 милијарде долазака чиниће туристичка кретања унутар регија, а 0,4 милиона ће бити везана за путовања у далеке дестинације.

За регије Источна Азија и Пацифик, Јужна Азија, Блиски Исток и Африка предвиђа се виша годишња стопа раста туристичких долазака (преко 5,1 %) у односу на свјетски просјек 4,1 %. Нижа стопа раста предвиђа се за традиционалне туристичке регије попут Европе и Америке. Европа ће и даље имати највеће учешће у укупном броју међународних туристичких долазака, премда биљежи континуиран пад (са 60 % у 1995. на 46 % у 2020.) Независно од тога, Медитеран, који сада апсорбује једну трећину свјетског туристичког промета, ће и даље доминирати, али ће његово учешће бити смањено на 26 – 27 %. У годинама које слиједе очекује се да ће кретање према топлим морима и даље доминирати, али са релативно смањеним учешћем. Други важан правац свјетских туристичких кретања биће планински туристички центри, који ће доживијети већу експанзију и имати већу стопу раста у односу на земље чија је понуда базирана на „3S“ („Sea, Sun, Sand” - море, сунце, пијесак). Трећи, веома важан дио масовних туристичких кретања, биће велики градови са препознатљивим догађајима (*events*).

Изражене демографске промјене које карактерише старење становништва и све веће учешће старије популације у туристичким кретањима, као и јачање свијести о здрављу, знатно ће утицати и на привлачност туристичких центара са *wellness* и *spa* понудом, а атрактивне ће бити и кружне туре.

Одрживи развој ће бити императив успјешног развоја туризма, што значи да ће све туристичке земље које озбиљно рачунају на значајно учешће на туристичком тржишту, морати да имају јасно дефинисане просторне, регулационе и детаљне урбанистичке планове, те тачно знати како се користи сваки квадратни метар простора.

1.3 Туризам у РС и граду Бањој Луци

На основу истраживања Свјетског економског форума и годишњих извјештаја о индексу конкурентности у сектору путовања и туризма, Босна и Херцеговина је у 2011. години, од 139 ранжираних земаља заузела 97 мјесто, знатно иза земаља у окружењу. Индекс не представља исказ о туристичким љепотама и атрактивностима појединих дестинација, већ мјери факторе који чине потенцијал неке земље за развој туристичког сектора (туристичку инфраструктуру, кадрове, квалитет услуга, безбједност, презентацију туристичке понуде и слично). Очигледно да туризам у Републици Српској и Босни и Херцеговини у цјелини, заостаје за туризмом сусједних земаља, а поготово високоразвијених туристичких земаља Европе.

У Босни и Херцеговини су, у 2011. години, забиљежена повећања броја долазака туриста од 4,5 % и остварених ноћења од 6,2 %, у односу на претходну, 2010. годину.

Табела 3 : Број долазака и ноћења у граду Бања Лука у 2010. и 2011. години

Туристи		2010. година	2011. година	Индекс 11/10
Домаћи туристи	доласци	28.859	30.019	104
	ноћења	43.843	46.517	106
Страни туристи	доласци	28.705	31.992	112
	ноћења	47.826	55.759	117
Укупно	доласци	57.564	62.011	108
	ноћења	91.669	102.276	112

Извор: Републички завод за статистику РС

Табела 4 : Учешће Бање Луке у доласцима и ноћењима туриста у односу на РС и БиХ у % за 2011. годину

		РС	БиХ
Доласци	домаћи	21,38	10,20
	страни	32,85	8,16
	укупно	26,08	9,04
Ноћења	домаћи	11,99	6,96
	страни	24,59	6,67
	укупно	16,64	6,80

Извор: Републички завод за статистику РС, Агенција за статистику БиХ, Агенција за статистику БиХ Подружница/Експозитура Брчко

Према расположивим статистичким подацима, у току 2011. године, Босна и Херцеговина је забиљежила укупно 686.148 долазака, од чега се 294.203 долазака односи на домаће туристе. У укупном броју долазака туриста, највеће учешће је остварила Федерација БиХ (63,53 %), а најмање Дистрикт Брчко (1,8%). Република Српска је остварила учешће од 34,66 %. У посматраном периоду, према подацима Републичког завода за статистику РС, Републику Српску је посјетило 97.389 страних туриста, а најбројнији су били туристи из бивших југословенских република, Србије (37.612), Хрватске (11.983), Словеније (11.180), а што се

тиче европских земаља највише туриста је било из Италије (4.035), Аустрије (3.949) и Немачке (3.615).

Табела 5: Доласци у водећим туристичким дестинацијама РС за 2011. годину

Дестинација	ДОЛАСЦИ								
	Домаћи			Страни			Укупно		
	Ранг	број	учешће	Ранг	број	учешће	Ранг	број	Учешће
Р. Српска		140.405	100%		97.389	100%		237.794	100%
Бања Лука	1	30.019	21,38	1	31.992	32,85	1	62.011	26,08
Пале	3	17.335	12,35	2	12.762	13,10	3	30.097	12,66
Бијељина	4	10.676	7,60	4	7.357	7,55	4	18.033	7,58
Лакташи	5	6.430	4,58	3	8.335	8,56	5	14.765	6,21
Теслић	2	24.352	17,34	5	7.065	7,25	2	31.417	13,21

Извор: Републички завод за статистику РС

Табела 6: Ноћења у водећим туристичким дестинацијама РС за 2011. годину

Дестинација	НОЋЕЊА								
	Домаћи			Страни			Укупно		
	Ранг	број	учешће	Ранг	број	учешће	Ранг	број	Учешће
Р. Српска		387.869	100%		226.768	100%		614.637	100%
Бања Лука	2	46.517	11,99	1	55.759	24,59	2	102.276	16,64
Пале	3	41.626	10,73	2	39.234	17,30	3	80.860	13,16
Бијељина	4	25.871	6,67	4	13.008	5,74	4	38.879	6,33
Лакташи	5	8.971	2,31	5	12.739	5,62	5	21.710	3,53
Теслић	1	120.192	30,99	3	35.124	15,49	1	155.316	25,27

Извор: Републички завод за статистику РС

Из табела 5 и 6 се може закључити да је Бања Лука била у 2011. години, водећа туристичка дестинација по броју долазака туриста, како домаћих тако и страних. У укупном броју остварених ноћења, Бања Лука је на другом мјесту иза Теслића. Бања Лука је имала највише остварених ноћења страних туриста, али ако се посматрају ноћења која су остварили домаћи туристи, као и укупно остварена ноћења, водећа дестинација је Теслић. То је и разумљиво, имајући у виду да је Теслић познато бањско мјесто, у којем се посебно домаћи туристи дуже задржавају (4,9 дана) због коришћења здравствено-бањских услуга.

Табела 7: Промет у угоститељству и приходи смјештајних капацитета водећих туристичких дестинација у РС за 2010. годину

Дестинација	Укупан промет у угоститељству (у КМ)	Учешће (%)	Укупан промет остварен у смјештајним капацитетима (у КМ)	Учешће (%)
Р. Српска	104.471.939	100	23.329.882	100
Бања Лука	26.460.666	25,33	6.919.870	29,66
Пале	9.540.879	9,13	3.408.256	14,61
Бијељина	12.835.803	12,28	1.593.515	6,83
Лакташи	8.682.440	8,31	1.451.579	6,22
Теслић	7.793.932	7,35	3.012.756	12,91

Извор: Републички завод за статистику РС

Према расположивим подацима о оствареном промету у угоститељству и смјештајним капацитетима у 2010. години, може се видјети да је Бања Лука апсорбовала највећи дио промета, како у угоститељству, тако и у смјештајним капацитетима. Од укупно оствареног промета у угоститељству који је износио 104.471.939 КМ, Бања Лука је остварила 26.460.666 КМ (25,33 %).

Из претходних статистичких показатеља може се закључити да је Бања Лука и у 2011. години, свеукупно, прва туристичка дестинација у Републици Српској. У односу на претходну 2010. годину, Бања Лука је забиљежила раст долазака туриста од 8 % као и раст остварених ноћења од 12 %, са просјечним задржавањем туриста од 1,65 дана.

2. Трендови на свјетском туристичком тржишту

У протеклих двадесет година, суочени смо са сасвим новом ситуацијом на туристичком тржишту, која је проистекла из свеукупних друштвених, економских, социјалних и технолошких промјена које су задесиле цивилизацију.

Дошло је до промјене у структури путовања усљед новонасталог односа туристичких потрошача према свијету који их окружује. Унифицирана потреба за туристичким путовањима 20. вијека ишчезава, а јавља се нова потреба да се активно судјелује у животу дестинације базирана на "6 Е" (*experience* - искуство; *excitement* - узбуђење; *escape* - бијег од свакодневнице; *education* - едукација; *entertainment* - забава; *ecology* - екологија).

Анализа новонасталих трендова би требала да помогне емитивним и рецептивним туристичким земљама да критички анализирају властити положај на туристичком тржишту и увиде које се промјене на тржишту догађају, у циљу бољег прилагођавања туристичким трендовима и повећања властите конкурентности.

У задње двије деценије у развоју туризма јасно се уочававају сљедећи трендови:

- Све више земаља се укључује у туристичке токове, односно долази до равномјерније географске дистрибуције међународног туристичког промета у свијету.
- У земљама које до сада нису имале значајнији туристички промет, долази до његове нагле експанзије (Кина, Турска, Русија, Малезија).
- Дестинације на подручју југоисточне Азије и Пацифика биљеже знатно већи туристички промет у односу на дестинације у Европи и Америци.
- Далеке дестинације цијеном постају конкурентне традиционалним туристичким дестинацијама.
- Већина туристичких путовања одвија се унутар исте регије (готово 80% свих међународних туристичких путовања), али истовремено расте и тренд путовања у далеке дестинације.
- Пад традиционалних туристичких аранжмана и раст независног одмора.
- Савремени туриста је све више самостални креатор одмора и жели да га дизајнира искључиво према властитим интересовањима.
- Туризам ће се морати суочити с климатским промјенама које могу довести до губитка многих туристичких дестинација, нарочито оних које зависе о природном окружењу. Ријеч је о подизању нивоа мора, сушама, поплавама, отапању снијега и леда, великим шумским пожарима, те порасту температура. Ове би промјене могле имати за

посљедицу веће трошкове одржавања туристичке средине и увођења додатних пореза, нпр. еко таксе, који би повећали цијену превоза до туристичке дестинације.

- Страх од тероризма ће ограничити путовања због већих контрола, па сигурност и безбједност постају све значајнији критеријуми при одабиру туристичке дестинације.

2. 1. Промјене на страни понуде

Развој туризма и савремене тенденције у понашању потрошача-туриста условљавају и нужне промјене на тржишту туристичке понуде. Све већи број туристичких дестинација које се укључују у туристичке токове, промјене у окружењу, брз напредак технологије и све захтјевнији туристи, довели су до промјене традиционалне туристичке понуде. Као одговор на повећање обима тражње, праћеног ширењем потреба и захтјева, убрзано се шири и тржиште понуде са циљем што ефикаснијег прилагођавања савременим трендовима.

Под притиском све веће конкуренције и борбе за тржиште, понуђачи улазе у вертикалне и хоризонталне интеграције, које им омогућавају већу конкурентност по питању цијене и квалитета. Не могу сви имати лидерску позицију на тржишту, једни су изазивачи, други пратиоци а трећима, у тржишном наступу, преостају само запостављени дијелови тржишта (тржишне нише).

Стандардизација на различитим нивоима односа цијена и услуга, биће све више присутна у хотелијерству, а с друге стране, као веома успјешна стратегија, ће се показати специјализација хотела за специфичне тржишне сегменте (*all-inclusive*, *wellness*, умјетнички, клупски, хотели за самце...).

Евро и Интернет ће олакшати упоредивост дестинација и цијена, те омогућити лакше прикупљање података и јединствен директни букинг, али ће истовремено постојати и већа могућност супституције међу дестинацијама односно смањиваће се лојалност ка одређеној дестинацији.

Иновативна понуда, која поред основних стандарда пружа и осјећај необичног искуства и изненађења, стратегија профилисања имица и што бољег позиционирања производа, биће оно на чему ће се заснивати конкурентност једне дестинације.

Сам сектор туризма ће се налазити у својеврсној фази зрелости, коју ће карактерисати стабилизација укупне тражње на тржишту, оштра конкуренција, те изражена сегментација тржишта.

2.2. Промјене на страни тражње

Промјене које се запажају посљедних година на страни тражње, указују да значајан сегменат тражње напушта традиционалне изворе, начине и правила туристичког понашања, у потрази за новим, садржајним искуствима.

Разни економски и друштвени фактори, прије свега социодемографске промјене, технолошки прогрес, повећање расположивог фонда слободног времена, као и промјене у друштвеним ставовима, за посљедицу су имали убрзани развој туризма, али су истовремено утицали и на појаву нових сегмената тражње, посебних карактеристика, потреба и очекивања.

Тако, већ у овом тренутку, значајан сегменат туристичке тражње, са тенденцијом даљег раста, чине људи старије доби који располажу значајним фондом како слободног времена, тако и новчаних средстава. Туризам „трећег доба“ ће изазвати одређене промјене на страни понуде, у смислу повећања квалитета услуга, удобности, сигурности што значи да ће у овом сегменту бити све више специјализације код разних учесника на страни понуде, ради креирања „производа по мјери“ туристе трећег доба.

Раст животног стандарда доводи до повећања расположивог новца за путовања, али је све мање слободног времена, па све популарнија постају кратка и кружна путовања. Присутан је тренд одлазака на више краћих путовања у току године, за разлику од традиционалног, једног одмора током љетних мјесеци, а посебан раст биљеже „*all inclusive*“ аранжмани.

Брзи ритам живота и глобализација, условљавају све већу потражњу за недирнутим, еколошки чистим подручјима. У будућем развоју туризма, све више ће се тражити подручја која имају очувану природну средину, али и мјеста са заштићеним културно-историјским, антропогеним и другим ресурсима битним за туристички развој.

Све је већа тражња за новим облицима смјештаја и прехране. Тако се развио потпуно нови начин провођења слободног времена у смјештајним јединицама по систему „*timesharing*“.

Расте и тражња за инстант забавом и рекреацијом па све популарнији постају тзв. „тематски паркови“ као комбинација забаве, шопинга, рекреације и уопште провођење слободног времена и потрошње на нови начин.

Јачање свијести о здрављу и здравом животу повећавају привлачност туристичких центара са бањском понудом и *wellness* програмима, а уочљив је и раст интереса за тзв. *Outdoor activities* (активностима на отвореном).

Јача улога и пословних путовања а у овом сегменту посебно популарна постају подстицајна путовања (*Incentive*) као наградна и мотивациона путовања. Оваква путовања су посебно карактеристична за САД и развијене земље западне Европе и Пацифика. Организују се током цијеле године, обично се бирају квалитетније дестинације препознатљиве по високом квалитету понуде па је и потрошња значајна.

У савременим условима, под појмом „одмор“, човјек 21. вијека, више не подразумијева искључиво одмарање, већ се жели опустити у новом окружењу, стећи нова сазнања, искусити нешто ново. Савремени туриста има искуства што се тиче путовања, свјестан је квалитета, еколошки је освјешћен, не купује путовање, већ стил живота, преферира изворност и аутентичност.

2.3. Развојне могућности Бање Луке и изградња капацитета

Потребе, жеље и захтјеви, све више диференцираног туристичког тржишта, диктирају нове трендове, односно нове облике туристичких кретања. Промјене на страни тражње постају брзе и тешко предвидиве, а мотиви путовања су условљени социо-психолошким и културним факторима. С друге стране, повећање броја земаља које се укључују у туристичко тржиште у настојању да узму и дио колача за себе, за посљедицу има све јачу конкуренцију и интезивне напоре туристичких дестинација да привуку туристе, истовремено их стимулишући на туристичку потрошњу. Земље које планирају да остваре значајније ефекте од развоја туризма, морају, не само да прате савремене туристичке трендове, већ и да буду корак испред

конкуренције, у смислу креирања иновативне понуде прилагођене садашњој и будућој тражњи.

У посљедних двадесетак година, ратна дешавања, као и неприлагођеност понуде савременим туристичким трендовима, утицали су да Босна и Херцеговина, а самим тим и Бања Лука буду ван међународне конкуренције и значајнијих туристичких токова. Развој туризма је карактерисало стање опште успаваности и стагнације, док се у исто вријеме на свјетском туристичком тржишту дешавају бројне промјене, које захтјевају брзу и адекватну реакцију. Због тога су данас у сектору туризма присутни бројни недостаци који се огледају, прије свега, у неуређености туристичког тржишта, лошој координацији између кључних субјеката на страни туристичке понуде, несавјесном пословању хотелијера који избјегавају плаћање боравишне таксе, а посебан проблем је непостојање ефикасног статистичког система, који би кроз праћење релевантних туристичких параметара, на валидан и вјеродостојан начин приказао реалне ефекте развоја туризма.

Значајније учествовање Бање Луке у туристичким токовима, нужно подразумијева побољшање конкурентности понуде у складу са позиционирањем на туристичком тржишту. Неки од савремених трендова иду на руку потенцијалима којима Бања Лука располаже, али је неопходно искористити компаративне и конкурентне предности и на прави начин их презентовати туристичкој јавности. Бања Лука је, као и Босна и Херцеговина уопште, мало позната дестинација и као таква представља изазов за савременог туристу који тежи да искуси и упозна нешто ново. Због своје величине и значаја који има као главни град Републике Српске, Бања Лука ће за једног страног туристу бити готово незаобилазна дестинација на његовом пропутавању кроз Босну и Херцеговину, па је стога неопходно осмислити садржаје који ће продужити задржавање туристе у граду. У том смислу, као катализатор развоја би могао да послужи тематски туризам базиран на „3Е“ принципу (*Entertainment* - забава; *Excitement* - узбуђење; *Education* - едукација) односно комбиновање ова три елемента у јединствену туристичку понуду базирану на споју природних атракција у непосредној околини Бање Луке и значајног културног наслеђа у самом граду. Тежња данашњег туристе за боравком у чистим, еколошки незагађеним срединама, могла би се задовољити кроз развој руралног туризма темељеног на одрживим основама. Овај вид туризма значи и развој слабо развијених руралних дијелова града, повећање запослености и извор додатних прихода за локално становништво. Љепота наших крајолика, органски произведена храна, гастрономија и традиционални занати, могли би бити кључни фактори у дефинисању туристичког производа, као и његовом диференцирању на туристичком тржишту.

Природни потенцијали, изграђена инфраструктура, велика међународна такмичења (Европско и свјетско првенство у рафтингу, Европско првенство у кајак-кануу за јуниоре до 23. године) су допринијели развоју авантуристичког туризма. Разнолика понуда авантуристичких спортова (рафтинг, кањонинг, вожња кајаком, параглајдинг, пјешачење, брдски бицклизам, слободно пењање и сл.) чине Бањалуку готово идеалним одредиштем за љубитеље адреналинских спортова. Повећање броја старијих лица у туристичким кретањима (туризам „трећег доба“), а посебно јачање свијести о здрављу и здравом начину живота, доприносе све већој популарности здравственог туризма. Бања Лука има значајне ресурсе за развој здравственог туризма (љековите воде у Српским Топлицама, као и близина бања у Лакташима и Слатини, медицинске високошколске установе, медицински центри и установе) али они, нажалост, до сада нису били довољно препознати и валоризовани. Ради формирања

квалитетне понуде здравственог туризма у Бањој Луци, потребно је претходно изградити одговарајућу инфраструктуру.

Значај Бање Луке као привредног и административног центра Републике Српске, доприноси њеној атрактивности за одржавање бројних конференција и састанака, односно развоју конгресног туризма. Конгресни туризам је још увијек у почетној фази развоја, а тренутно је ограничен недостатком адекватних капацитета и пратећих услуга, који би на оптималан начин задовољили потребе већег броја учесника конгресног туризма. С обзиром на све већи значај конгресног туризма, просјечну потрошњу конгресног туристе, која је знатно већа од потрошње обичног туристе, као и продужење туристичке сезоне (конгреси се најчешће организују у мају, септембру и октобру), потребно је интензивно потицати његов развој. Нужан предуслов за то је изградња квалитетног конгресног центра, који тренутно недостаје Бањој Луци. Тенденција краћих, а чешћих одмора доприноси развоју градског одмора, који се базира на понуди састављеној од културних, едукативних и забавних садржаја. Бања Лука је центар бројних културних, забавно-рекреативних и спортских манифестација, али је потребно увести одређене критеријуме ради побољшања квалитете програмских садржаја. Такође, креирање једнодневних излета који би укључивали природне атракције у околини Бање Луке, извјесне иновације у презентирању културног и умјетничког наслеђа града, те осмишљавање већег броја забавних садржаја, могли би значајно да допринесу препознатљивости Бање Луке, као мјеста у коме се може искусити креативан и садржајан одмор.

3. Повезаност Стратегије развоја туризма Града са другим развојним документима

Приликом израде Стратегије развоја туризма града Бања Лука, настојала се поштовати обавеза усклађивања овог стратешког документа са осталим развојним документима. Један од кључних стратешких докумената је Стратегија развоја туризма Републике Српске, у којој је као основни циљ истакнуто унапређење конкурентности туризма Републике Српске. Повећање конкурентности би за последицу имало повећање обима туристичког промета, који би непосредно утицао на веће учешће туризма у БДП, већи девизни прилив, раст запослености а самим тим и на општи напредак у социоекономском развоју. Израда стратегије развоја туризма на локалном нивоу требала би да допринесе динамичнијем спровођењу стратешких циљева и оперативних мјера дефинисаних у Стратегији развоја туризма Републике Српске. Такође, на развој туризма на подручју Града, непосредно утичу и стратешка документа у којима су дефинисани општи циљеви привредног развоја, односно Стратегија развоја града Бање Луке 2007-2015. године, јер је туризам само дио укупне структуре Града и његов развој треба планирати у складу са приоритетима развоја Града. Посебно је значајан и документ Стратегија развоја руралног подручја града Бање Луке 2009-2015. године, имајући у виду да је као једна од стратешких развојних полуга руралних подручја, уз пољопривреду, идентификована управо туристичка дјелатност.

Туристичка понуда једног подручја, па тако и подручја града Бање Луке, не може имати дугорочни позитиван развој, уколико се ресурси на којима се она заснива, било да су природни, антропогени или културни, не користе на начелима одрживог развоја. Одржив је само онај вид туризма, који трајно доприноси заштити и унапређењу животне средине, рационалном коришћењу природних и створених ресурса као и очувању интегритета и

културних вриједности локалне заједнице. Планирање одрживог развоја туризма треба да се заснива на просторним и урбанистичким плановима за дато подручје, у циљу минимализовања негативних, односно повећања позитивних утицаја развоја туризма на окружење и расположиве ресурсе. Због тога је и дат кратак осврт и на Просторни план Републике Српске и Урбанистички план Бање Луке.

3.1. Осврт на Стратегију развоја туризма Републике Српске

Документ "Стратегија развоја туризма Републике Српске" односи се на период од 2011. до 2020. године. Јавности је представљен у јуну мјесецу 2011. године. На темељу овог стратешког документа, Министарство трговине и туризма РС има за дужност да проведе дефинисане активности у циљу остварења стратешких циљева развоја туризма. Стратегија је подјељена у два дијела; у првом је обрађено стање туризма у Републици Српској, а у другом дијелу је постављена визија и утврђени стратешки циљеви, као и мјере за рјешавање проблема, те модели организације и управљања туристичким активностима.

У Стратегији је дефинисан појам МТО (међуопштинске туристичке организације). Њихово формирање се предлаже у Закону о туризму из 2009. године, из потребе што боље координације свих субјеката у туристичкој привреди, са чим се Стратегија слаже, уколико је формирање МТО од значајног интереса и на добровољној основи. МТО се могу основати на основу споразума три или више надлежних органа јединица локалне самоуправе, које су географски и регионално повезане. МТО може настати:

- Удруживањем постојећих ТО градова и општина
- Оснивањем МТО-а за подручја јединица локалне самоуправе на којима није основана туристичка организација града или општине
- Оснивањем МТО-а за подручја јединица локалне самоуправе на којима је раније основана туристичка организација града и општине, као и за подручја јединица локалне самоуправе на којима није основана туристичка организација града или општине

Циљеви МТО морају бити усклађени са циљевима развоја туризма Републике Српске и ТОРС-е, као и циљевима развоја туризма општина (градова), тј. локалних туристичких организација. Ове организације пажљиво координишу свој рад са локалним туристичким организацијама (општинским, градским), како би њихове активности биле међусобно компатибилне и истовремено доприносиле туристичком развоју у оквиру МТО.

У Стратегији је дефинисана и бањалучка регија, у којој Бања Лука, као центар градског и манифестационог туризма у цијелој Републици, има највећи културни и историјски потенцијал, а туристички производ је обиљежен учешћем:

- градског
- бањског
- вјерског
- *MICE*
- сеоског

- **спотрско- авантуристичког туризма**

Такође, понуђени су и нови облици и могућности унапређења постојећег туристичког производа: унапређење бањског, градског, планинског, етно, манифестационог, вјерског, транзитног, авантуристичког, ловног и риболовног туризма, као и развој нових производа попут еко туризма и туризма на сеоском газдинству.

Према Стратегији, туризам и угоститељство, на простору које покрива бањалучка МТО, представљају најперспективније привредне гране, те има низ компаративних предности и током године биљежи равномјеран број туристичких долазака. У Стратегији су детаљно обрађени кључни елементи сваког вида туризма посебно али је, такође, скренута пажња на мјере које је неопходно предузети у циљу унапријеђења туризма.

3.2. Осврт на Стратегију развоја града Бања Лука 2007-2015. године

Развој туризма у оквиру Стратегије развоја Бање Луке 2007-2015 године, заснива се на развоју одабраних грана туризма примјерених расположивим ресурсима Града (посебан акценат се ставља на развој конгресног, здравственог, авантуристичког, религијског и етно туризма, лова и риболова као и посјете везане за едукативне, културне и спортске садржаје).

У сврху унапређења и диверзификације туристичке понуде Града, у Стратегији су дефинисани следећи приоритети и потребне мјере за њихову реализацију:

- **Јачање капацитета туристичког сектора Града:** Израда стратегије развоја туризма; прилагођавање правне регулативе; формирање туристичког кластера
- **Обогаћивање туристичке понуде Града:** Изградња туристичке инфраструктуре; развој сервиса за подршку сектору туризма; подршка развоју малих и средњих предузећа; увезивање туристичке понуде Града са понудом ширег региона
- **Квалитетан и конкурентан туристички производ:** Креирање и унапређење туристичког производа, сертификација туристичког производа; управљање и заштита туристичких ресурса
- **Иzlазак Бање Луке на свјетско туристичко тржиште:** Истраживање тржишта; израда маркентишке стратегије; пласман туристичких производа; позиционирање туристичког производа на тржишту
- **Успостављање сарадње са туристичким субјектима у окружењу:** Удруживање и формирање разних асоцијација; остваривање чланства у домаћим и међународним тијелима; реализација пројеката од регионалног туристичког значаја.

На основу дефинисаних приоритета и наведених мјера, у наредном периоду, развој туризма ће се заснивати на јачем умрежавању и координацији учесника на страни понуде, увезивању понуде Града са понудом ширег региона у циљу значајнијег побољшања квалитета туристичке понуде Града. При томе је неопходно водити рачуна о очувању традиционалних аутохтоних вриједности и обичаја, заштити и унапређењу туристичких ресурса те интензивирати маркетиншке активности у правцу снажнијег изласка Бање Луке на свјетско туристичко тржиште.

3.3. Осврт на Стратегију руралног развоја Града Бања Лука 2009-2015. године

Стратешки циљеви руралног развоја Града Бање Луке дефинисани су у складу са Директивом Европске комисије која регулише рурални развој у земљама које су чланице ЕУ, као и начин подршке руралном развоју из Европског фонда за пољопривреду. Као посебни приоритети развоја руралног подручја, у Стратегији су издвојени:

- Прилагођавање пољопривредних структура потребама туристичке привреде
- Индустрија хране, квалитет, здравље, излазак на тржиште
- Развој сеоског простора
- Развој сеоског екотуризма

У Стратегији је препознат значај који туризам има за развој руралних подручја, извршена је анализа искориштености смјештајних капацитета и обима туристичког промета у посљедњих неколико година на територији Града, а идентификовани су и одређени туристички потенцијали руралног простора. Такође је уочено, да туристичка кретања на руралном простору града Бање Луке, изузев малих помака на подручју Крупе на Врбасу, немају значајнији интезитет. Туристички потенцијали руралних простора су углавном стављени у функцију туристичке понуде града, али недостатак пратеће инфраструктуре знатно умањује економске ефекте од туристичке дјелатности за домаће становништво.

Као највриједнији туристички потенцијали истакнути су кањон и водени потенцијали ријеке Врбас, Крупа на Врбасу, језеро Бочац а разноврсне природне и културно-историјске вриједности пружају солидне основе за развој разних видова туризма а посебно: авантуристичког, сеоског, вјерског, здравственог, излетничког, транзитног, манифестационог, планинског. Посебан акценат се ставља на развој сеоског туризма, који се реализује на сеоским пољопривредним имањима. Окосницу развоја ове врсте туризма чине сеоска домаћинства, која своју егзистенцију заснивају првенствено на пољопривредној дјелатности.

Као слабости за развој туризма на руралном подручја града, у Стратегији су наведени: непостајање смјештајних капацитета, недовољна искориштеност постојећих туристичких потенцијала, недостатак туристичке синализације и инфо-центра на терену, лоша инфраструктура, електро и водоснабдијевање, одлив локалног становништва (посебно младих) са сеоских имања, недостатак финансијских средстава за развој туризма, недовољна туристичка промоција. Аплицирањем на одговарајуће програме подршке, инициране од стране ЕУ, као и подстицаје за међуопштинску сарадњу, могла би се обезбиједити новчана средства која су неопходна за интензивнији развој туризма на руралном подручју.

Као пријетње развоју туризма на руралном подручју, осим загађења околине стварањем дивљих депонија, уочени су и, недостатак финансијских средстава за развој туризма, сезоналност туристичке дјелатности, велика конкуренција на туристичком тржишту, миграције сеоског становништва у град, низак ниво образовања, те старосна структура сеоског становништва.

3.4. Осврт на друге релевантне планске документе (локалне, ентитетске, државне, регионалне и друге планове...)

3.4.1. Просторни план Републике Српске 2001-2015. године

У Просторном плану Републике Српске, издвојене су потенцијалне туристичке регије Републике Српске. Бања Лука је саставни дио Врбаско-мотајичке зоне, у којој се као најзначајнији туристички потенцијали, уз Бањалуку, издвајају и бање у Српским Толицама, Лакташима и Слатини, међународно афирмисан природни резерват Бардача, значајно културно-историјско наслеђе (археолошко налазиште Доња долина, средњовјековни градови Звечај и Гребен), потенцијални спортско-рекреативни центар на Мањачи, планирани заштићени преддио Мотајица, планирани паркови природе Крупска ријека и Осмача-Тисовац, манастир Гомионица, туризам у долини Врбаса (ловни, риболовни, рафтинг)...

Такође, подручје врбаско-мотајичке зоне граничи са козарско-поунском и горњо-санско-пливском зоном које обилују готово нетакнутим природним крајолицима, који могу бити значајна ресурсна основа у формирању излетничке понуде града уз фокусирање на снажан развој еко туризма (*natural-based tourism*¹).

У Просторном плану је истакнуто да се простор потенцијалних туристичких регија мора развијати и градити за потребе туризма уз очување, природних и културно-историјских вриједности. Развој туристичких простора би требао бити усклађен са интересима аутохтоне популације. Туристичка подручја се морају планирати паралелно са обезбјеђењем потпуне контроле изградње простора. Било би пожељно да се подручја у почетку отварају sukcesивно-етапно са тенденцијом развијања комплексних подручја односно подручја са диверсификованом понудом.

3.4.2. Урбанистички план Бање Луке 2008-2020. године

Скупштина Града је на 55. сједници одржаној 14.02.2008. године донијела Одлуку о измјени и допуни одлуке о ревизији Урбанистичког плана Бање Луке (Сл. гл.о. Бл. 17/86) којом је, поред осталог, дефинисан плански период од 2008-2020. године, рок за израду преднацрта и којом су наведена релевантна документа за израду Плана.

До тада, као основа планерског развоја је служио Урбанистички план из 1975. године са временским хоризонтом до 1990. године, док су се измјене, прихваћене 1993. године користиле као планерске смјернице. Многобројне промјене у свим сегментима живота и рада које су обиљежиле протекли период, наметале су потребу наставка започетих активности на изради новог урбанистичког плана у циљу утврђивања актуелног стања урбаног уређења града, као и дефинисања праваца урбаног развоја за наредни плански период. Активности око израде новог урбанистичког плана града Бање Луке су настављене 2003. године. Улога носиоца припреме плана повјерена је Градоначелнику, а за носиоца израде Плана изабран је Урбанистички завод Републике Српске, који је аутор плана из 1975. године и Нацрта из 1993. године, Просторног плана из 1990. године као и највећег броја регулационих планова који су донесени за простор урбаног подручја града.

¹ Туризам базиран на очуваној природној средини

Свако планирање, па тако и туристичко и просторно, треба да буде усклађено са конкретним развојним циљевима локалне заједнице. У складу са поставкама Просторног плана Републике Српске и Стратегије развоја града Бања Лука, у Урбанистичком плану града Бање Луке су наведени сљедећи планирани садржаји и капацитети:

- **Зграда Националног театра** са три ансамбла (драма, опера, балет)
- **Народна библиотека Републике Српске**, уз задржавање постојећих капацитета у Дому солидарности, у оквиру Урбанистичког плана резервисан је и дио простора између Народног позоришта и Културног центра „Бански двор“
- **Мултимедијални културни центар** као нова градска институција из области визуелне, музичке и позоришне умјетности.
- **Концертна дворана** са минимално 2400 мјеста, чија изградња се планира непосредно уз новоизграђени РТВ дом.
- **Конгресни центар** као мултифункционалан комплекс намјењен првенствено потребама конгресног туризма.
- **Ревитализација комплекса тврђаве „Кастел“** у складу са културно-историјским вриједностима тврђаве и града.

Урбанистичким планом је предвиђено просторно издвајање сљедећих туристичких развојних зона:

- a) Туристичка зона у ужем градском средишту са одређеним атракцијама попут: културно-историјске знаменитости (тврђава Кастел, Господска улица, Музеј савремене умјетности, Бански двор, Банска управа), објекти у улици Краља Петра I Карађорђевића као и остали планирани културно-умјетнички садржаји.
- b) Туристичка зона са одређеним природним атракцијама као што су обале ријека Врбас, Врбања, Сутурлија, локалитети Медено поље, Бањ брдо, Шибови, бања у Српским Топлицама, парк шума Траписти.

4. Оквир за развој туризма Града

Општина Бања Лука је некада била, по површини и броју становника, једна од три највеће општине у бившој Југославији, десети град по величини у групи највећих југословенских градова и други град по величини у Босни и Херцеговини. У садашњој политичко-територијалној организацији Републике Српске, која се састоји од општина и градова, град Бања Лука (некада општина) је највећа политичко-територијална јединица, универзитетски, привредни, економски, политички и административни центар Републике Српске.

Прије рата Бања Лука је била значајан привредни центар са развијеном машинском, електро, текстилном, прехрамбеном, целулозном индустријом, а у послеријатном периоду Бања Лука своју шансу види у развоју трговине, туризма и пољопривреде.

Због великог броја зелених површина (паркова и алеја) носи епитет “града зеленила”, а називају је и градом младих, спорта и лијепих дјевојака.

Град Бања Лука је члан многих међународних удружења и асоцијација као што су: *BALCINET* (Мрежа највећих градова Балкана); *EUROCITIES* (Асоцијација европских градова); *PHILIA* (Асоцијација мултиетничких градова); *NALAS* (Мрежа асоцијација локалних власти Југоисточне Европе). Такође има потписане споразуме о сарадњи са градовима партнерима

(Београд, Нови Сад, Сремска Митровица, Патра, Москва, Кајзерслаутерн, Грац, Лавов, Крањ, Бари, Битонто, Модин Хакабим Реута) у циљу афирмације и побољшања имиџа на међународном плану

4.1. Природно-географски оквир

4.1.1. Географски положај

Бања Лука је смјештена у сјеверозападном дијелу Босне и Херцеговине, односно у центру западног дијела Републике Српске на $44^{\circ}46'27''$ сјеверне географске ширине и $17^{\circ}11'44''$ источне географске дужине.

Са југа и југоистока омеђена је планинама Мањача (1.338 m), Тисовац (1.172 m), Осмача (948 m), Црни Врх (548 m); са сјеверозапада планином Козара (421 m) а са сјевера Панонским басеном.

Територија Града покрива површину од 1.239 km² што представља 4,9 % укупне територије Републике Српске те граничи са општинама Градишка, Лакташи, Челинац, Мркоњић Град, Рибник, Оштра Лука и Приједор.

Рурално подручје Града има површину од 1.055,68 km² што чини 85,18 % од територије града (општине) Бања Лука. Састоји се од 40 цјеловитих насеља и два дијела насеља и то: Агино Село, Барловци, Бистрица, Бочац, Борковићи, Бронзани Мајдан, Церићи, Чокори, Добрња, Драгочај, Дујаковци, Голеша, Кмећани, Кола, Кола Доња-дио, Крмине, Крупа на Врбасу, Локвари, Лусићи, Љубачево, Мелина, Мотике, Обровац, Павићи, Перван доњи, Перван Горњи, Пискавица, Пријаковци, Поткозарје (Ивањска), Прњавор Мали, Радманићи, Радосавска, Рекавице-дио, Славићка, Стратинска, Стричићи, Суботица, Шимићи, Шљивно, Верићи, Вилуси и Зеленци.

Скоро цијели град је смјештен у сливу ријеке Врбас, а мањи дио припада сливу ријеке Сане. Ријека Врбас ствара мање долине-поља (Бочачко, Дуципоље, Новоселијско и Бањалучко). На ушћу Врбање у Врбас се простире Медено поље док се Бањалучко поље према сјеверу шири у Лијевче поље које се пружа све до ријеке Саве.

Максимална удаљеност крајње сјеверне и јужне тачке територије Града је 55 km а западне и источне тачке 40 km.

4.1.2. Рељефне карактеристике

Подручје града Бање Луке у геоморфолошком смислу припада Панонском ободу и Унутрашњим Динаридима. Општа карактеристика овог подручја у орографском смислу је постепено издизање рељефа, од савске котлине на сјеверу према југу. Вертикални распон града креће се од 140 m н.в./обала Врбаса-Залужани до 1339 m.n.v./Голи вис –Чемерница, док средишњи дио града лежи на надморској висини од 163 m. Град се развио на јужном рубу бањалучке котлине која се пружа у правцу југозапад-сјевероисток у дужини од 15 km са највећом ширином од 5 km. Котлина је окружена брежуљцима и брдима терцијарне старости. Са јужне стране су брда Старчевица (433 m), Понир (589 m), Бањ-брдо (403 m), Крчмарице

(302 m), а на југозападу Шибови (333 m). На сјеверу се истичу ниске брежуљкасте планине Мотајица, Просара и Козара а између њих је смјештено Лијевче поље, надморске висине 90-100 m. На југозападном и јужном дијелу територије Бање Луке су смјештене планине Мањача, Осмача, Тисовац и Чемерница.

Брежуљке и планинска подручја карактерише рељефна разноликост која представља добру основу за њихову туристичку валоризацију кроз развој излетничког и спортско-рекреативног туризма. Југозападни дио Бање Луке, због конфигурације терена и повољних вјетрова, је идеална дестинација за параглајдинг. Долина кањона Врбаса, плато Мањаче и планина Козара, су изузетно атрактивна подручја за љубитеље пјешачења и брдског бициклизма.

Такође, разноврсно геонаслијеђе, као резултат геолошких процеса, нуди обиље могућности за развој све популарнијих авантуристичких спортова. Многобројне пећине и јаме, богате различитим пећинским украсима, пружају истраживачима незаборавна искуства.

Најзначајнији објекти геонаслеђа² на подручју Бање Луке су :

- ПЕЋИНЕ: Антићи (спелеолошки објекти), Бадњица-Гашићи (Крупа), Љубачево каменолом, Пољице и Грабеж (кањон Тијесно), Стрике, Леденице на Чемерници, Крмине у непосредној близини Дјевојачког моста, Леденице-Крупа
- ПОНОРИ: Добрња I, Добрња II, Поповићи, Леденице, Антонићи, Грабовачка р. – Кадина Вода
- ПРЕРАСТ Крмине, геоморфолошки феномен- остатак некадашњег подземног тока ријеке
- ВРТАЧЕ: Љубачево, Стричићи
- КАЊОНИ: Звечајски, дуж. 12 km; дубина >350 m, Гребенски, дуж. 10 km; дубина >450 m
- ВИСОВИ: Голи вис (1339 m); М. чемерница (1329 m); Стари вис (1251 m) на Чемерници, Тисовац (1173 m), Осмача (949 m), В. Мањача (1236 m), М. Мањача (1162 m), Преплетењак (1117 m)

Објекти геонаслеђа, осим што су атрактивни, представљају и значајна научна документа из геолошке прошлости. Нажалост, до сада је извршена инвентаризација, валоризација и заштита само малог броја објеката ове врсте.

4.1.3. Климатске карактеристике

Подручје града Бање Луке се налази у појасу умјерено-континенталног поднебља, с преовлађујућим утицејем панонског простора, који карактеришу топла лjeta и оштре зиме али и одређена диференцијација климатских обиљежја појединих дијелова града. Разлике у климатским обиљежјима сјеверног, средњег и јужног дијела углавном су узроковане разликама у надморској висини, степену урбанизације те орографским и вегетацијским елементима.

² Наведени објекти прузети из Стратегије руралног развоја подручја града Бање Луке од 2009-2015. године.

Табела 11: Просјечне мјесечне температуре ваздуха у Бањој Луци

	јан.	феб.	март	април	мај	јуни	јули	авг.	септ.	окт.	нов.	дец.
T °C	-0,1	2,1	6,5	11,1	16,1	19,5	21,1	20,6	16,1	11,2	6,2	1,4

Извор: Републички хидрометеоролошки завод Бања Лука³

Графикон 5: Просјечне мјесечне температуре ваздуха у Бањој Луци



Извор: Републички хидрометеоролошки завод, Бања Лука

Просјечна годишња температура ваздуха износи $10,8^{\circ}\text{C}$, а за вегетациони период (од марта до новембра) $17,2^{\circ}\text{C}$. Највише средње мјесечне температуре су у јулу ($20,7^{\circ}\text{C}$) и августу ($20,5^{\circ}\text{C}$) а најниже у фебруару ($-1,4^{\circ}\text{C}$) и јануару ($0,4^{\circ}\text{C}$). Апсолутни минимум је забиљежен у фебруару 1956. године и износио је $-27,4^{\circ}\text{C}$, а апсолутни максимум од $41,4^{\circ}\text{C}$ забиљежен је два пута, у августу 1957. и у јулу 2007 године.

Бања Лука има годишње 116 љетних дана, унутар којих се јавља 31 дан са тропским температурама преко 30°C . Мразеви, временске ситуације када се температура ваздуха спушта испод 0°C , се могу очекивати у периоду од октобра до априла. Просјечан годишњи број мразних дана је 71 а највише мразних дана се јавља у јануару (20 дана), фебруару (15 дана) и децембру (13 дана). Ледени дани су карактеристични за период од новембра до фебруара, са просјечно 18 ледених дана годишње.

Просјечна годишња количина падавина износи 1.017 mm/m^2 . Висина падавина расте у прољеће и јесен, а опада преко зиме и љета.

³ Приказане вриједности се односе на период од посљедних 40 година.

Од октобра до маја јављају се падавине у облику снијега, највише у мјесецима децембар, јануар и фебруар. Шире подручје Бање Луке, има просјечно око 52 дана са сњежним покривачем. У планинским областима, изнад 1000 m н.в., број дана са сњежним покривачем је двоструко већи.

Подручје града Бање Луке има просјечно око 1825 сунчаних сати годишње. Најмање сунчаних сати има мјесец децембар (45 сати), а највише љетни мјесеци јуни (233 сата), јули (274) и август (242).

Клима Бање Луке није примарни мотив на коме је заснива туристичка понуда, али је свакако један од фактора који погодује развоју туризма на овом подручју. Дуга и топла лjeta омогућавају купалишну сезону и до три мјесеца, а период од прољећа до јесени је повољан за одржавање бројних манифестација на отвореном, излете и рекреацију у природи. Током зиме, ниске температуре погодују развоју ловног туризма чиме се стварају услови за туристичке активности током цијеле године.

4.1.4. Хидрогеографске карактеристике

Територију града Бање Луке карактерише разуђена површинска хидрографска мрежа силикатних и флишних терена и крашка хидрологија.

Хидрографску мрежу чине веће и мање ријеке те повремени и стални потоци који граде два слива, врбаски и сански.

Већи дио подручја града припада сливу Врбаса који обухвата источни дио са површином од 891 km² а мањи дио сливу Сане, којем припада западни дио површине од 342 km². Слив ријеке Врбас представља најзначајнији водни ресурс западног дијела Републике Српске, три четвртине града смјештене су у његовом сливу а најдуже притоке на подручју града су Врбања и Сутурлија.

Сливу ријеке Сане припада подручје Бронзаног Мајдана, Вилуса и Павића са већим ријекама Козицом и Гомјеницом те њиховим притокама Стратинска, Мелина, Бистрица и Пискавичка ријека.

Ријека Врбас

Површина сливног подручја ријеке Врбас износи око 6000 km² а дужина главног тока 256 km. Врбас извире под планином Зећ (обронак Вранице) на надморској висини од 1700 m а улијева се у Саву, 50 km сјеверно од Бање Луке на надморској висини од 95 m. Врбас има 36 директних притока дужих од 10 km а највеће су Врбања дужине 85,3 km; Угар 44,9 km и Плива 29 km. На свом путу ка ушћу Врбас усијеца композитну долину пролазећи кроз Скопљанску котлину, Виначку клисуру, Јајачку котлину, кањонску долину Тијесно, бањалучку котлину и Лијевче поље.

Кроз подручје града Бање Луке, Врбас је направио 45 km корита, дужином свог тока. Његове назначајније притоке су: Врбања, Сутурлија, Крупа, Швракава, Широка ријека, Драгочајска ријека и Црквена.

Ријека Врбас представља изузетан туристички потенцијал града Бање Луке. Љубитељи екстремних спортова попут рафтинга, кајакинга, кањонинга, хидроспида и слободног пењања

ће доживјети незаборавна искуства на овој ријеци. Просјечна температура воде износи 10,6 °C, а у току љетних мјесеци 17°C, што је довољно за активности у води попут купања. Разноликост биодиверзитета са фантастичном морфолошком грађом, ствара атрактивне услове за развој подводног рођења.

Термо-минерални извори у Српским Топлицама

Подручје града Бање Луке и њене околине обилује термоминералним изворима који су били кориштени још у давна времена. У подножју Бањ брда, на 5 km удаљености од центра града смјештене су Српске Топлице. Ово насеље представља најстарији дио града, пронађени римски новац доказује да су ови минерални извори били познати и старим Римљанима. На подручју од 500-600 m² постоји неколико извора са топлом водом и један затворени базен. Вода је сулфична, муријатична и земноалкална, просјечне температуре од 24-34°C. Позната је њихова љековитост у лијечењу реуматизма, неуралгије и разних кожних обољења. Интересантно је и да ови извори представљају станиште популације вилине власи (*Adiantum Capillus Veneris*), реликтог фосила терцијара који је иначе врло риједак у континенталном дијелу Европе. Вриједност локалитета допуњававају и објекти велике амбијенталне вриједности. Локалитет има огроман потенцијал за инвестирање у бањски туризам, јер постојећи ресурси омогућавају креирање јединствене бањске понуде, због специфичности шехерских кућа, у којима су смјештене бање.

4.1.5. Биљни свијет

Подручје града Бања Лука, у погледу вегетацијске структуре припада Средњевропској провинцији у сјеверном дијелу, док јужни дио припада Илирској провинцији.

Широко бањалучко подручје припада зони храста китњака и обичног граба (*Quercus-Carpinetum illiricum*), а изнад овог појаса надовезује се појас мезофилних састојина букве (*Fagetum montanum*). Појас букових шума је нарочито присутан у јужном дијелу града, с обје стране Врбаса (планине Осмача, Тисовац, Чемерница, Мањача), гдје се у вишим зонама јављају шуме букве и јеле (*Abieti-Fagetum*; Чемерница и Мањача) односно мјешовите шуме букве, јеле и смрче (*Piceo-Abieti-Fagetum*; подручје Мањаче). Уз уске појасеве ријечних токова развијена је вегетација поплавних шума са структуром дендрофона коју чине бијела топола, црна топола, бијела врба, јавор, крта врба, јасен.

У кањону Врбаса је заступљена ендемична и реликтна кањонска вегетација у којој су идентификоване чак 32 врсте са приједлога Црвене листе БиХ.

Рурална подручја града карактеришу и разноврсне љековите биљке и шумско воће попут медвећег лука, лазаркиње, глога, дивље јагоде, дивље јабуке, плућњака, зове, дријена, слатке папрати, јагорчевине, а у зависности од станишта и временских прилика, могуће је пронаћи и неке цијењене врсте јестивих гљива попут благве, вргања, сунчанице, лисичарке и пољског шампињона.

Међутим, и поред одличних станишних услова за раст и развој великог броја љековитог биља и шумског воћа, ови ресурси, услед неадекватног искориштавања шума, остају неискориштени. Није организовано сакупљање поменутог биља од стране привредних организација, а појединачна сакупљања се одвијају стихијски, без контроле и надзора стручних лица.

Вегетацијска слика урбаног дијела града је знатно измијењена у односу на аутохтону. Први формиран облици пејзажне архитектуре датирају из времена владавине Аустро-Угарске, а оно што им је давало специфичну ноту, су били дрвореди, по којима је Бања Лука још увијек позната. У дрворедима, данас преовладавају дивљи кестен, платан, липа и јавор. Садња дрвореда је започела још 1882. године, под надзором генерала Јелсона, а до 1885. године је засађено 17 km алеја са 4714 стабала. Царски друм је тако постао широка репрезентативна алеја изграђена по узору на сличне велике саобраћајнице у градовима Средње Европе.

Естетски изглед града допуњавају бројни паркови, а најпопуларнији су Парк „Младена Стојановића“ и Парк „Петар Кочић“. Парк „Младена Стојановића“ са својим тениским теренима, разноврсном вегетацијом, бројним клупама, дјечијим игралиштима, широким пјешачким стазама и рестораном представља идеално мјесто за рекреацију на отвореном.

Градски парк (Парк „Петра Кочића“), је смјештен у самом центру града, насупрот Трга Крајине. Парк је уређен још давне 1931. године у француском стилу, са оградом, капијама, стазама и његованим растињем, фонтаном и клупама, а већ сљедеће године је постављен споменик Петра Кочића. Након Другог свјетског рата, парк је реновиран и изграђена је округла фонтана која је деценијама била један од најпрепознатљивијих мотива Бање Луке. У 2006. години, парк је реновиран, а сада се у њему истиче неколико водених површина и Музички павиљон.

Околина Бање Луке обилује бројним излетиштима као што су: Бањ брдо, Шибови, Крупа на Врбасу, Делибашино село. У широј околини смјештени су изузетно занимљиви туристички садржаји: бањски рекреативни центри – бање “Слатина” и “Лакташи”; манастир Гомионица; Меморијални центар на Козари...

4.1.6. Животињски свијет

Равничарски и брдски предјели стварају повољне биоеколошке услове за развој великог броја ловне и неловне фауне: дивља свиња, срнећа дивљач, фазан, пољска јаребица, зец, лисица, јазавац, птице селице. Протекла ратна дешавања су довела до знатних оштећења ловног фонда, али су примјетни позитивни кораци у његовом обнављању, захваљујући повећаним напорима ловачких удружења и локалног становништва.

С аспекта лова, веома је атрактивно подручје Чокорских поља, због близине урбаном дијелу града. Подручје посједује одличне станишне услове за бројну високу и ниску дивљач, а погодно је и за насељавање јелена лопатара.

Ријека Врбас и њене притоке су богате бројним врстама риба, међу којима су најзаступљеније: поточна пастрмка, калифорнијска пастрмка, младица, липљен, плотица, клен, скобаљ, ријечна мрена и лињак.

4.2. Културно-историјско наслеђе

За први помен града заслужан је угарски краљ Владислав II Јагеловић. Он је 06. фебруара 1494. године, у Будиму, издао исправу на латинском језику, у којој се први пут спомиње име

Бања Лука-мало угарско утврђење у саставу Јајачке бановине. Премда се име града везује за 1494. годину, његова прошлост сеже у много старија времена.

Археолошка налазишта свједоче да је на овим просторима човјек обитивао још прије 50.000 година. Најважнији локалитети који то потврђују су Пећине у Клашницама (50.000-35.000 године п.н.е.); Брдашце у Лакташима (34.000-24.000 год. п.н.е.) и Кастел у Бањој Луци (2.000-1.800 год. п.н.е.). Ове крајеве, у предримско доба, су насељавала племена Илира (Мезеји) и Панона, о чему свједоче остаци у селима Доња Долина, Радмановци, Карановац, Шушњари, Хрваћани и Ламинци. На подручју самог града је живјело илирско племе Осеријати. Остаци материјалне културе из тог периода, пронађени су и на Кастелу.

Првих година нове ере, ова племена су поразили Римљани, послје познатог Батоновог устанка (6-9 год. н.е.) када Бања Лука постаје дио римске провинције Илирик и важна станица на тзв. Путу соли⁴. Римски период карактерише градња војних утврђења (Castrа) и цивилних насеља (Municipium) уз друмске саобраћајнице. На мјесту данашњег Кастела је изграђен војни логор (Castrum, Castra), а око логора је никло и цивилно наслеђе. Занимљиво је да је Римљанима била позната и љековитост термоминералних извора у Српским Топлицама. Пронађени римски новчићи указују на обичај бацања новца (Stipem jacere) у љековиту купку, као знак захвалности. Трагови римске владавине су пронађени на више локалитета: Кастел, Ханиште, Српске Топлице, села Радмановићи, Шарговац и Рамићи.

Са пропашћу Римског царства наступа и вријеме пустошења, стагнације и замирања ових простора. Продори и пустошења варвара и насељавање Јужних Словена током V, VI и VII вијека, за последицу су имали разарање тековина античке културе, а само насеље губи значај. Бања Лука тек крајем XV вијека излази из вишевијековне стагнације и то као угарско утврђење у саставу Јајачке бановине, која је формирана 1463. године након пада Босне ради спречавања турске најезде. Међутим, слом Угарске у Мохачкој бици (1526. године) означио је и крај Јајачке бановине, а Бања Лука 1528. године прелази у турске руке.

Турском владавином (1528.-1878. године) почиње процес израстања Бање Луке у велики и важан центар, а оријентални утицај се осјећа у свим сферама живота. Већ 1553. године Бања Лука постаје сједиште Босанског санџака (Софи Мехмед-паша), а највећи процват доживљава за вријеме Ферхад-паше Соколовића. Он је 1580. године Босански санџак подигао у ранг беглербеглука (пашалука), а Бања Лука постаје сједиште пашалука.

Ферхад-паша остаће упамћен као велики задужбинар, за вријеме његове владавине (1574.-1588. године) саграђени су чувена џамија, тврђава, мектеб (муслиманска основна школа), шадран, караван-сарај (преноћиште), топхана (тополивица), хамам, дрвена ћуприја преко Врбаса, мост на Црквеној, дом за чиновнике, калдрмисане су двије улице, дуж којих је изграђено преко 200 дућана. Претпоставља се да је он наредио и подизање чувене сахат куле, која је била први велики градски сат у цијелој Босни.

Град Бања Лука почиње да стагнира 1639. године, када престаје да буде сједиште пашалука. Наредних неколико вијекова означили су честе буне и ратови, пожари, поплаве и заразне болести. Нарочита страдања су забиљежена за вријеме Великог бечког рата (1683.-1699.

⁴ Пут соли је био римски друм дуг 167 миља који је водио од Salone (код данашњег Сплита) преко Гламоча, Млиништа, Подрашничког поља, Шљивна, Бање Луке (Castrа), Трна (Ad Ladios), Маховљана (Ad Fines) па до Градишке (Servitium). Овим путем је често превожена со од Јадранског мора до Паноније, па одатле и његов назив.

године) када су, при упаду војске грофа Лудвига Баденског, порушене готово све задужбине Софи Мехмед-паше.

Постепен опоравак Бање Луке и њено укључивање у модерне европске токове, започиње у другој половини XIX вијека. Бања Лука је 1866. године, била телеграфски повезана са Сарајевом и Бихаћем, а 1873. године пуштена је у саобраћај прва пруга нормалног колосјека, Бања Лука-Добрићин.

Пред сам крај турске владавине, 1869. године у ове крајеве се досељавају калуђери из реда реформисаних цистерцита, познатији као траписти-по француском самостану Ла Трапе, западно од Париза. Ови необични, гологлави редовници у сиво-бијелим мантијама, чувени по свом геслу „Моли и ради” (*Ora et Labora*), развијају јаку привредну дјелатност. Осим најсавременијих алатки, у ове крајеве су донијели хмељ, репу, винову лозу и за кратко вријеме стварају велико газдинство, подижу самостан Марија Звијезда, праве млин, силос, циглану, пекару, клаонице, фабрике и друго, а касније мост, електрану и ортопедски завод. Сасвим оправдано их сматрају пионирима бањалучке индустрије, а најпознатији су постали по „Трапистичком пиву“ и сиру „Траписту“. Након Другог свјетског рата, комунистичка власт им је одузела највећи дио посједа, тако да се њихово садашње имање своди на цркву Узнесења блажене Дјевице Марије и пар објеката у којима живи неколико калуђера.

Нагодбом великих сила на Берлинском конгресу (1878. године), БиХ је дата на управу Аустро-Угарској, мада је и даље формално била под влашћу султана. Ова смјена господара доводи до снажног привредног и културног развоја Бање Луке. Из тога периода датирају контуре данашњег центра, односно Господске улице. Упркос значајној индустријализацији и културном напретку града, домаће становништво, а нарочито сељаци, су остали неповјерљиви према аустро-угарској власти. Додатно незадовољство је изазвала и одлука о анексији Босне и Херцеговине, Хабзбуршкој монархији, а врхунац нетрпељивости је био чувени Бањалучки велеиздајнички процес (1915-1916)⁵

По завршетку Првог свјетског рата, 1918. године, Бања Лука привредно стагнира све до 1929. године, када постаје сједиште Врбаске бановине. Златно доба града започиње доласком првог бана, Светислава Тисе Милосављевића (1929.-1934. године) када се подижу многа репрезентативна здања: Банска палата (Општина), Бански двор, Соколски дом, Дом краља Петра I Ослободиоца (Позориште), хотел Палас, Хигијенски завод, а касније и Хипотекарна банка.

Други свјетски рат (1941.-1945. године) доноси нова ратна разарања. Већ 9. априла 1941. године, град је бомбардован, а сутрадан је проглашена Независна Држава Хрватска, у чији састав улази и Бања Лука. Ратна страдања трају све до 22. априла 1945. године, када су партизанске јединице ослободиле град.

Обнова града након Другог свјетског рата, текла је споро и трајала је скоро двије деценије, док град поново није задесила катастофа- земљотрес 1969.године.

⁵ Организован у згради Више дјевојачке школе (касније кино Козара) ради суђења 156-ци виђенијих Срба, оптуженима за сарадњу са тајним организацијама у Србији, односно велеиздају. Овај монтирани процес изазвао је огромну пажњу и притиске европске јавности, шпанског краља Алфонса XIII, папе Бенедикта XV, швајцарске, шведске и српске владе. Под њиховим притисцима, нови хабзбуршки цар Карло V је помиловао осуђенике на смрт. Краљ Алфонсо XIII се посебно заузео за затворенике, и као знак захвалности, по њему се у доба југословенске краљевине, звало главно бањалучко шеталиште (Господска), а данас његово име носи једна од најљепших бањалучких улица.

Земљотрес, који је у два дана нанио огромну материјалну штету и оштетио око хиљаду привредних објеката, саобраћајнице, стамбене зграде, мостове, измјенио је друштвену и економску слику Бање Луке у потпуности. Уз велику помоћ свих република бивше СФРЈ, Бања Лука је у веома кратком року поново стала на ноге, постала богатија у броју становника, добила нова стамбена насеља, вјерске објекте, предузећа, те постала је спортски и универзитетски центар. Ипак, ситуација се измјенила осмдесетих година, када је Бањалука у односу на друге градове СФРЈ, почела заостајати. Данас је Бања Лука главни административни, културни, образовни, финансијски и политички центар Републике Српске.

Покретно културно-историјско благо града је изложено у Музеју Републике Српске, у простору величине 1500 m², гдје се може погледати стална изложбена поставка као и тематске изложбе. Музеј савремене умјетности РС је смјештен у згради старе жељезничке станице из 1891-1892. године и у њему су изложени радови домаћих и свјетских аутора. Фондус данашњег музеја броји око 2000 експоната који су подијељени у три најважније збирке: Збирка босанско-херцеговачке умјетности, Збирка југословенске и Збирка свјетске умјетности (слике, акварели, цртежи, скулптуре, пастели, инсталације, видео...). Са вриједним умјетничким благом располажу и вјерски објекти попут манастира Гомионице, који је регистрован као споменик културе. Ријетке и вриједне иконе, рукописне и штампане књиге и други предмети се чувају у манастирској ризници, а изузетно су вриједне и гомионичке царске двери из 18. вијека и дрворезбарени крст из 17 вијека. Посебан значај и највећу вриједност има икона Пресвете Богородице Одигитарије с краја 15. и почетка 16. вијека. Изузетно вриједном умјетничком збирком располаже и самостан Марија Звијезда.

Вриједност културно-историјског наслеђа Бање Луке, посматрано с аспекта туристичког ресурса, се заснива на разноврсности и испреплетености различитих културних и вјерских утицаја. Прожимање и асимилација разноврсних утицаја почиње још у периоду касне антике, а наставља се и у средњем вијеку, који карактеришу византијски и романо-готички стилски утицаји. Период османлијске владавине даје овим просторима печат специфичне исламске религије и културе, а велики траг у културно-историјском наслеђу оставља и аустро-угарска окупација.

4.3. Социо-економски оквир

4.3.1. Становништво

Демографски развој Бање Луке се одвијао у доста промјенљивим и нестабилним политичким и друштвено-привредним односима, што је непосредно утицало на природан прираштај становништва и његове виталне карактеристике, а посебно на миграциона кретања и укупан миграциони салдо.

Према процјенама Републичког завода за статистику РС, Бања Лука је 2010. године имала 226.459 становника, а просјечна густина насељености је износила 183 становник/km².

Табела 12: *Процјена броја становника Града Бања Лука у периоду од 2000-2010. године*

ГОДИНА	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.
ПРОЦЈЕНА	220.466	221.096	222.450	222.407	222.403	222.393	222.390	222.400	223.641	225.123	226.459

Извор: Републички завод за статистику РС

Недостатак вјеродостојних статистичких показатеља везаних за демографску статистику града, онемогућава детаљнију анализу становништва, али је могуће уочити неке негативне демографске трендове који посебно забрињавају:

- Опадање наталитета, као и изједначавање стопе наталитета и морталитета у периоду од 2003. до 2007. године, одразило се и на промјену старосне структуре, и то на штету старосне групе од 0-19 година, а у корист старосне групе 40 година и више.
- Висока стопа незапослености, мада знатно нижа од просјека у РС, појачава тежњу ка економској емиграцији, не само младог, већ све више и старијег, квалификованог становништва.
- Удио сеоског становништва у укупном броју становника се непрекидно смањује. Већ од давне 1961. године, јавља се карактеристичан демографски тренд (урбани дио-раст становника; рурални дио-пад популације), који доводи до неуравнотеженог развоја села и града

Дугогодишње заостајање у развоју и слабљене економске моћи села на подручју Бање Луке тражи интервенције у готово свим областима социоекономског развоја. Ревитализацију и достизање одрживог развоја сеоских подручја је могуће достићи кроз снажнији развој пољопривредне производње и туризма, који би омогућили максималну валоризацију расположивих потенцијала. Стварање препознатљиве туристичке понуде, која ће на прави начин валоризовати природне и културне вриједности сеоских подручја, у садашњој ситуацији, не може да иде брзо. Међутим, у догледно вријеме, туризам би могао бити значајан генератор нових радних мјеста, чиме би допринио економском опоравку и демографској обнови сеоских подручја, што бих их учинило трајно атрактивним и привлачним за живот и рад. То би допринијело и уравнотеженијем развоју урбаног и руралног подручја, а самим тим и квалитетнијем задовољавању потреба свих грађана Бање Луке.

4.3.2. Привреда

До 1992. године Бања Лука је била снажан привредни центар у земљи, са 63.000 запослених и развијеном привредном, те посебно индустријском структуром. Национални доходак *per capita* износио је 1.850 US \$, а стопа запослености 32,6%.

Привредни развој града био је заснован на развоју индустрије, уз доминацију секундарног сектора, у којем је било ангажовано 54% укупног броја запослених. Основна карактеристика садашњег привредног система је радикална промјена привредне структуре града и смањење економске активности. У периоду транзиције је дошло до престанка рада већег броја индустријских капацитета, који су били носиоци технолошког напретка и развоја. Истовремено, долази до повећања броја услужних дјелатности, посебно трговине и друштвених дјелатности (државна управа, здравство, наука, култура) што је и разумљиво, с обзиром да Бања Лука постаје политички, образовни и финансијски центар Републике Српске. Анализа тренутног стања привреде, је показала да нису искориштене потенцијалне компаративне предности и погодности које Бања Лука пружа, а привреду карактеришу ниска привредна активност, посебно у руралним дијеловима, слабо искориштени капацитети некадашњих предузећа, слаб прилив инвестиција, велики број незапослених и све више социјално угрожених лица. На тржишту рада је присутан велики раскорак између понуде и тражње радне снаге, по квалификационој, полној и старосној структури.

Индустрија

Садашња структура индустрије Бање Луке је знатно измијењена у односу на стање прије рата, услед стагнације у производном и технолошком смислу као и губитка тржишта. Прије рата, у граду су доминирали велики пословни системи, а индустрија града је била изразито извозно оријентисана и остваривала је позитиван спољнотрговински биланс. Најважнији извозни производи су били алатне машине за обраду деформацијом („Јелшинград“), целулоза, папир и хемијска влакна („Инцел“), производи намјенске индустрије („Чајавец“, „Космос“), хладноваљане траке („Унис“), намјештај („Врбас“), текстилна конфекција („Блик“), кожна галантерија и обућа („Босна“), прехранбени производи („Витаминка“, „Босанка“, бањалучка пивара) те професионалне услуге. Посљедице рата и постратна транзиција најтеже су погодиле електронску индустрију, машинску, хемијско-целулозну индустрију, које су раније пласирале 3/4 свог производног програма ван БиХ, а тешко су погођене и традиционалне индустријске гране - дрвна, прехранбена и текстилна индустрија, које су некада извозиле више од половине свог производног асортимана. Управо ради излака из таквог стања, будуће смјернице развоја индустрије града Бање Луке су замишљене као дио развојних трендова индустрије Европске уније, уз посебан осврт на искуства нових чланица ЕУ у којима је процес реструктурирања завршен.

Индустрија развијених земаља још увијек зависи од динамике индустријског развоја, а та зависност у мање развијеним земљама је још израженија. Град Бања Лука израста у препознатљив индустријски центар, али ту улогу може задржати и унапређивати само уколико више партиципира у новој индустријској стратегији Европске Уније. До 90-их година концепција развоја привреде се заснивала на приступу развоја искључиво са државног нивоа. Међутим, упоредо са процесом глобализације, мијења се и улога и значај државе. Активности и мјере које предузима држава сада сведене на стварање правних, финансијских и информатичких услова пословања, а кључну улогу у концепцији развоја имају општине и локално прихватљиве развојне иницијативе. Електронска индустрија, алатне машине, прехранбена, хемијска, индустрија грађевинског материјала и даље остају најзначајније индустријске гране за економију града, уз одређена прилагођавања у начину пословања. Нова савремена предузећа ће бити знатно мања по броју радника, а такође доћи ће до искључивања индустријске производње из ужег урбаног дијела града (капацитети у кругу „Чајевца“, „Космоса“, „Фруктоне“, Фабрике дувана).

Пољопривреда

Садашње стање пољопривредне производње, по обиму и структури је изразито природног карактера. Домаћинства претежно производе за сопствене потребе, а релативно мале количине сточарских производа (млијеко, месо, јаја) и нешто воћа, су намијењене тржишту. Наведено стање је посљедица запостављања пољопривреде у руралним дијеловима Бање Луке, величине и структуре посједа, ниског степена механизације, непотпуне примјене агротехничких, биотехничких и др. мјера те неадекватне организације.

Ради превазилажења свега наведеног, у Стратегији развоја Града су дефинисани приоритети везани за пољопривредну производњу. Најзначајнији је промјена концепта пољопривредне производње, која би убудуће требала да се заснива на робном произвођачу, што није могуће без изласка на европско тржиште и сертификације пољопривредних и прехранбених

производа. Око 40% укупне легислативе Европске уније се односи на пољопривредну производњу, а сложеност примјене компликује непрекидно прилагођавање легислативе новим ситуацијама.

Пољопривреда је, уз туризам, једна од основних развојних полуга руралних подручја и неопходно је предузети све мјере да се успостави пољопривредна производња, усмјерена на очување околине и сеоског крајолика, промоцију руралне баштине, производњу органске хране и стварање препознатљивих пољопривредних брендова.

4.4. Комунална инфраструктура

Основни предуслов за настанак и развој туристичке привреде у одређеном туристичком мјесту јесте изграђена, развијена и функционална комунална инфраструктура, која својим капацитетима може испунити потребне стандарде квалитетног живота домаћег становништва, а с друге стране обезбиједити све потребне услове за долазак и боравак туриста.

4.4.1. Саобраћајна инфраструктура

Бања Лука је одувјек била важно средиште путева, а још у античко доба је кроз њу пролазио пут који је спајао римске провинције Далмацију и Панонију (*Salona -Servitium*). Године 1873. у рад је пуштена жељезница Бања Лука-Добрљин, као прва пруга нормалног колосијека у БиХ.

С обзиром на низак степен развијености жељезничког и авио саобраћаја, може се рећи да друмски саобраћај има примарну улогу у повезивању Бања Луке са регионалним и ширим окружењем.

Друмски саобраћај

Простор града Бање Луке има солидну друмску саобраћајну мрежу, коју чине 94 km регионалних те 298 km локалних путева, као и релативно добру повезаност са осталим подручјима. Изграђене саобраћајнице примарног значаја, имају правац пружања сјевер-југ, што је првенствено условљено топографским карактеристикама.

С аспекта положаја Бање Луке у односу на значајније емитивне регије и важније туристичке токове, за Бањалуку је важна близина Паневропског коридора 10 и његових кракова (Салзбург-Љубљана-Загреб-Београд-Солун-Истанбул). Магистрални пут М-16, са међународном ознаком Е-661 (Градишка-Бања Лука-Црна Ријека) је најзначајнија транзитна друмска саобраћајница јер спаја Бања Луку са Паневропским коридором 10 (удаљеност око 60 km). Преко Паневропског коридора 10 се остварује добра повезаност са Београдом (315 km), Загребом (186 km), Љубљаном (315 km), Будимпештом (500 km), Бечом (570 km), те даље са осталим земљама источне и западне Европе. Такође, овај путни правац чини и једну од веза са Јадранским морем те уједно представља најкраћи пут између средње и сјевероисточне Европе и Јадрана. Саобраћајница је у функционалном смислу орјентисана ка кањоњу Врбаса, а стањем и елементима задовољава захтјеве везане за ранг ове саобраћајнице као и оптерећење које се јавља. Кроз Бања Луку пролази и магистрални пут М-4 (Нови Град-Добој) који се пружа у смјеру исток-запад и спаја Бања Луку са ширим окружењем.

Од регионалних путева значајни су:

- Регионални пут П-411, саобраћајница оријентисана ка платоу Мањаче, која повезује магистралне путеве М-16 и М-5, односно Бања Луку са југозападним дијелом Републике Српске.
- Регионални пут П-414 представља дио путног правца који повезује Бањалуку са Сарајевом
- Регионални пут П-405 је оријентисан ка Бронзаном Мајдану, протеже се ка западу и спаја магистралне путеве М-16 и М-415 односно Бања Луку са западним дијелом Републике Српске.
- Регионални пут П-480 протеже се паралелно са магистралним путем М-16 (стара градишка цеста) и повезује град Бања Луку са Клашницама.

Рурална подручја града Бање Луке повезана су, претежно локалним путевима како са градском језгром тако и са постојећим магистралним и регионалним путним правцима.

Може се закључити да је друмски саобраћај најразвијенији вид транспорта са густином саобраћајне мреже од 12,9 km/1.000 km². Бања Лука је испресијецана мрежом магистралних, регионалних и локалних путева који јој омогућавају солидну повезаност, како са непосредним, тако и са ширим и регионалним окружењем. Као кључни проблем саобраћајне инфраструктуре Бање Луке јавља се адекватно рјешавање градског саобраћаја, с обзиром на широко разуђено урбано језгро града. Нагли пораст броја моторних возила и мобилности становника, те неадекватан развој саобраћајне мреже чији капацитет није усаглашен са постојћим саобраћајним оптерећењем, узроци су стварања саобраћајних гужви. Отежаном саобраћају доприноси и навика грађана да користе индивидуална возила умјесто јавног превоза, као и недостатак квалитетне мреже попречних путева у виду трансверзала између Источног и Западног транзита, јер су постојеће недовољног капацитета.

Жељезнички саобраћај

Жељезнички саобраћај у Републици Српској је на ниском нивоу, како у погледу инфраструктуре тако и у погледу просторне развијености. Тренутно је заступљенији теретни саобраћај и евидентна је његова експанзија, што намеће потребу за квалитетнијом мрежом пруга али и изградњом квалитетнијег робно-транспортног терминала.

С аспекта путничког саобраћаја, за Бањалуку је значајно постојање жељезничке мреже која спаја град са источном и западном Европом као и осталим дијеловима Републике Српске.

За долазак туриста, важни су жељезнички путни правци **Загреб - Плоче** (Загреб-Сисак-Приједор-Бања Лука-Добој-Зеница-Сарајево-Коњиц-Мостар-Плоче), те **Београд - Бања Лука** (Бања Лука-Добој-Модрича-Шамац-Винковци-Шид-Рума-Београд).

Повећање улоге жељезничког саобраћаја у развоју туризма града и осталих дијелова Републике Српске, захтјева модернизацију жељезничке мреже јер је њено садашње стање, у техничком погледу, испод европског просјека.

Авио саобраћај

На удаљености од 23 km сјеверно од Бање Луке, између аутопута и пута М-16, који спаја Бањалуку са Градишком, налази се међународни аеродром Маховљани. Смјештен је између

44° 56' 29" с.г.ш. и 17° 17' 51" и.г.д. Надморска висина му је 122 m, а магнетна деклинација 2° источно.

Премда авио саобраћај у савременим туристичким кретањима има незамјењиву улогу, аеродром у Маховљанима нема значајног удјела у обиму туристичког промета. Наиме, поставља се питање његове рентабилности, имајући у виду тренутан број летова и промет путника. Од 2010. године, на бањалучком аеродрому, у функцији су биле само двије ваздушне линије Бања Лука – Љубљана и Бања Лука – Цирих. У плану је било отварање још неколико линија према европским градовима, али у међувремену су укинута и летови за Љубљану.

Јавни превоз

Јавни превоз у Бањој Луци се обавља редовним аутобуским линијама и такси-превозом.

У Бањој Луци су тренутно регистроване 22 градске и 30 приградских линија. Превоз врши 9 предузећа, на четири групе линија, које су превозницима дате на коришћење путем јавног надметања.

Превозничка предузећа су: „Аутопревоз“ а.д, „Бочац-турс“ д.о.о, „Централ-компани“ д.о.о, „Павловић-турс“ д.о.о, „Рале-турс“ д.о.о и „Алдемо-турс“ д.о.о.

Са свим превозницима је потписан уговор на период од 5 година и то до 31. маја 2013. године, у којем су дефинисане обавезе превозника у поменутом периоду.

Такси-превоз је јавни индивидуални ванлинијски превоз путника, који се најчешће обавља на градско-приградском а понекад и на међуградском подручју, по унапријед утврђеној тарифи и релацији коју одређује корисник такси услуге – путник.

На подручју Града је тренутно регистровано 7 такси-удружења и 2 такси-предузећа.

Бициклистички саобраћај

У Бањој Луци постоји око 7500 m бициклистичких стаза, које су највећим дијелом изведене као посебне бициклистичке траке у профилу саобраћајница. Постојеће бициклистичке стазе не чине јединствену мрежу већ се састоје из дијелова који нису повезани. Стање функционалности бициклистичких стаза је различито, у појединим дијеловима постоје нове, недавно изграђене бициклистичке стазе, које су у одличном стању, док су поједине бициклистичке стазе неупотребљиве.

Бициклистичка инфраструктура града није на задовољавајућем нивоу када су у питању бициклистичке стазе, бициклистички коридори и паркинг простори за бицикле. То је један од разлога због чега се грађани не одлучују за ову врсту превоза. Развијенији бициклистички саобраћај, би допринио смањивању гужви у саобраћају и мањем загађењу ваздуха, а исто тако би омогућио Бањулуци да се значајније развија као град зеленила, младих, спорта и здравља. Због тога је и Одјељење за стамбено-комуналне послове и послове саобраћаја покренуло пројекат изградње и уређења паркинга за бицикле у урбаној зони града. Такође, на руралном простору града нису означене нити картиране брдске бициклистичке стазе, иако је Туристичка организација града Бања Лука још 2009. године извршила идентификацију и мјерења 200 km стаза за брдски бициклизам.

Закључак:

На основу анализаране саобраћајне инфраструктуре може се закључити да Бања Лука има повољан географско-саобраћајан положај јер јој постојећа мрежа саобраћајница омогућава добру повезаност, како између градског језгра и руралног дијелова града, тако и са ширим регионалним и међународним окружењем. У смислу туристичког развоја, ова мрежа саобраћајница је значајна али не и довољна за квалитетну доступност и обимнија туристичка кретања. Потребна су додатна побољшања и улагања у саобраћајну инфраструктуру ради ефикаснијег укључивања града у туристичке токове. Посебно треба имати у виду нарочито да преко подручја Бање Луке пролазе важни магистрални и регионални путеви који спајају централну и источну Европу са Јадранским приморјем, чиме се отварају велике могућности за формирање туристичке понуде која би привукла туристе у транзиту.

Неки од приједлога, који би допринијели превазилажењу идентификованих проблема у саобраћајној инфраструктури који се негативно одражавају на развој туризма, су:

- Ревитализација постојеће жељезничке мреже у циљу интензивирања и популарисања жељезничког путничког саобраћаја
- Повећање авио доступности. Имајући у виду да је авио саобраћај готово незамјенљив у савременим туристичким токовима неопходно је осмислити на који начин Бањалуку учинити лако доступном дестинацијом – у смислу времена и новца. На повећање броја летова и обима путника могло би се утицати и повезивањем са тзв. *low-cost* компанијама као и увођењем додатних повољних линија, у љетним мјесецима, за земље у којима живи значајан број исељеника из Републике Српске (Босне и Херцеговине).
- Адекватно рјешавање градског саобраћаја. Побољшање би се могло постићи кроз стимулисање возача да мање користе властита возила, а више јавни превоз; проширивање и побољшавање постојеће бициклическе мреже, постављање одговарајуће сигнализације и паркиралишта за бицикле
- Обогаћивање туристичке понуде кроз креирање туристичких бициклических тура и осмишљавање аутобусне линије за обилазак туристичких атракција Града.
- Изградња аутопута Бања Лука – Добој и Бања Лука – Сплит, као и унапређење мреже локалних путева на територији Града Бања Лука.

4.4.2. Комуналне дјелатности

Комуналне дјелатности обухватају водоснабдијевање, одвод отпадних вода, снабдијевање електричном и топлотном енергијом а у оквиру комуналних дјелатности ће бити обрађен поштански и телефонски саобраћај, јер заједно са претходно набројаним дјелатностима има кључну улогу у стварању основних претпоставки за друштвени и привредни развој односно иницирање туристичког развоја.

Водоснабдијевање

Први организовани водоводни систем којим је вода доведена у градско подручје Бање Луке датира из 1908. године када је каптирано извориште „Суботица“ из којег се и данас црпи 15-20 l/sek воде. Међутим, данас је за подручје града најзначајније извориште ријека Врбас, чија се вода користи за снабдијевање потрошача из три општине. Највећи дио потрошача се налази у општини Бања Лука а мањи дио на подручју општина Лакташи (Трн и Слатина) и Челинац.

Поред становништва, са водоводног система се снабдијевају индустријски потрошачи, мала привреда и разни комунални потрошачи (болнице, школе и вртићи).

У руралним подручјима, водоснабдијевање је дјелимично ријешено са 32 водовода мањих капацитета које контролише Центар за развој и унапређење села, а поједина домаћинства се снабдијевају из локалних водовода.

Канализациона мрежа

Први канализационин системи су се почели градити још 1912. године, а данашњи систем канализационе мреже на подручју града Бање Луке је мјешовитог и сепаратног типа у укупној дужини од 150 километара.

Постојећа канализациона мрежа покрива туристичке локације и садржаје у урбаном подручју града, али су потребна одређена улагања за изградњу и доградњу канализационог система на ширем, руралном дијелу Града.

Снабдијевање електричном енергијом

На подручју града Бање Луке снабдијевање електричном енергијом се врши путем електродистрибутивне мреже, од хидро и термоелектрана у Босни и Херцеговини. Нисконапонском мрежом до крајњег корисника се испоручује електрична енергија напона од 230 V на фреквенцији од 50 Hz остварена кроз утичницу типа „С“ и „F“ које су прилагођене Европским стандардима и које користе већина европских земаља.

Топлификација

Услуге централног гријања обезбјеђује Градска топлана, примарном вреловодном мрежом дужине 45 километара и секундарном топловодном мрежом дужине око 110 километара. Испорука топлотне енергије се врши у само у току грејне сезоне која траје од 15. октобра до 15. априла, али се у складу са временским условима сезона гријања може продужити или скратити.

Управљање чврстим отпадом

За одлагање отпада на подручју бањалучке регије се још од 1976. године користи депонија у Рамићима. Предузеће „Чистоћа“ а.д. је управљало депонијом до јула 2004. године а након тога надлежност над депонијом је преузело Ј.П. „ДЕПОТ“. Санацијом и проширењем, постојећа депонија је доведена на ниво савремене депоније с циљем задовољења свих критерија Закона о управљању отпадом РС и ЕУ у погледу одлагања отпада.

Поштански и телекомуникацијски саобраћај

Главне услуге које се обављају путем поштанског саобраћаја су: пренос поштанских пошиљки, услуге новчаног пословања, услуге електронске поште и пренос података за кориснике поштанских услуга. Ове услуге чине 82% од укупно извршених услуга. У руралним подручјима поштанске услуге се врше преко јединица поштанске мреже, које су

смјештене у Бронзаном Мајдану, Шимићима и Пискавици. Међународни поштански саобраћај одвија се преко измјеничне поште у Бањој Луци путем пошта у Сарајеву, Мостару и Београду.

У телекомуникацијској мрежи Бање Луке нуде се услуге фиксне телефонске мреже, мобилне телефонске мреже, интернета као и информационе технологије-широко појасне услуге телевизија.

Постојећа комунална инфраструктура на урбаном подручју града у потпуности задовољава потребе туристичког тржишта док је на руралним подручјима ситуација нешто неповољнија. У циљу побољшања туристичке понуде у руралним просторима потребна су додатна улагања у водоводну и канализациону мрежу.

4.5. Људски ресурси

Туризам је једна од најперспективнијих грана привреде, глобално, и врло важан генератор нових радних мјеста. По свим показатељима значај туризма за цјелокупни привредни раст је неоспоран.

Атрактивност туристичке дестинације темељи се понајприје на јединственим обиљежјима природних и културних ресурса. Ипак, потребно је истакнути да је кључни фактор успјеха у туризму квалитет и расположивост људског потенцијала.

Желећи подићи квалитет услуга, субјекти у туристичкој понуди улажу у изградњу туристичких капацитета и инфраструктуре, али оно што је јако битно јесте да се, истовремено, посвете значају људских ресурса у туризму.

Раст запошљавања у туристичком сектору чланица ЕУ протеклих је година била знатно већа у односу на друге гране привреде.

За одрживи развој туристичког сектора потребно је развити мјере за успостављање равнотеже доброг осјећаја туриста, потреба природног и културног окружења и развоја, те конкурентности дестинације и предузећа. На тај начин посљедишно се остварују: осигурање привредног раста и благостања, социјална једнакост, те очување природне средине. За остварење тих циљева треба одговорити многим изазовима, међу којима и веома значајном и захтјевном: побољшању квалитета радних мјеста у туризму.

Квалитетан развој туризма није могућ без дјелотворне политике развоја људских ресурса.

Свима онима који желе своју професионалну будућност пронаћи у туризму, али и свима онима који већ раде у туризму, потребно је осигурати нова знања и професионални развој.

На територији Града Бања Лука, кадрове из области туризма школује Средња угоститељско трговачко туристичка школа. Ученици по завршетку четворогодишњег школовања стичу звање хотелско- туристичког техничара или кухара. Такође, ученици се током трогодишњег школовања могу школовати за образовне профиле конобара и посластичара.

Високошколске установе, које образују дипломиране стручњаке из области туризма, током трогодишњих и четворогодишњих студија, су Факултет за туризам и угоститељство при Универзитету за пословне студије у Бањој Луци и Факултет за туризам и хотелијерство у Требињу.

4.6. Правни оквир

У тачки 5.4. било је говора о начину организовања туризма на локалном и државном нивоу. Ту је наведено да је правни оквир туризма заснован на одлукама које доноси Министарство трговине и туризма.

Министарство трговине и туризма, у оквиру своје правно-нормативне надлежности, израђује и у форми нацрта предлаже, Народној скупштини или Влади Републике Српске, законска и подзаконска акта као и друга акта од интереса за Републику Српску, а која произлазе из надлежности Министарства трговине и туризма.

Законски прописи из ресорне надлежности Министарства трговине и туризма за Сектор туризма и угоститељства су:

- Закон о туризму (Службени гласник РС 70/11)
- Закон о угоститељству, Службени гласник РС 15/10 и 57/12);
- Закон о боравишној такси, (Сл. гласник РС 78/11);
- Закон о јавним скијалиштима, (Сл. гласник РС 15/10);
- Закон о бањама, (Сл. гласник РС 24/09);

Подзаконски прописи :

- Правилник о програму и начину полагања стручног испита за туристичког водича, садржају и начину вођења евиденције о положеном стручном испиту за туристичког водича, садржају и начину вођења регистра издатих одобрења за пружање услуга туристичких водича о облику и о садржају легитимације туристичког водича („Службени гласник Републике Српске“, број: 114/05)

- Правилник о минимално-техничким условима у погледу пословног простора, уређаја и опреме за обављање дјелатности туристичких агенција („Службени гласник Републике Српске“, број: 119/11)

- Правилник о облику, садржају и начину вођења Књиге утисака у путиничким агенцијама („Службени гласник Републике Српске“, број: 36/12)

- Правилник о ближим условима и поступку за издавање лиценце за организацију туристичког путовања ("Службени гласник Републике Српске", број: 119/11)

- Правилник о садржају и облику Књиге утисака туристичких субјеката ("Службени гласник Републике Српске", број: 117/11)

- Правилник о облику, садржају и начину вођења Књиге утисака у угоститељским објектима („Службени гласник Републике Српске“, број: 108/11)

- Правилник о облику, садржају и начину вођења Књиге гостију („Службени гласник Републике Српске“, број: 101/11)

- Правилник о условима за пружање услуга у апартманима, собама за изнајмљивање и кућама за одмор („Службени гласник Републике Српске“, број: 85/10)

- Правилник о условима за пружање услуга у сеоском домаћинству („Службени гласник Републике Српске“, број: 77/10)

- Правилник о облику и садржају регистра угоститељства („Службени гласник Републике Српске“, број: 21/12)
- Правилник о садржају и изгледу регистра туризма („Службени гласник Републике Српске“, број: 36/12)
- Одлука о оснивању ТОРС-а („Службени гласник Републике Српске“ број: 6/05, 107/07)
- Правилник о начину и условима за пружање услуга рафтинга као туристичке дјелатности („Службени гласник Републике Српске“ број: 10/11)
- Упутство о облику и садржају изјаве о испуњености услова за обављање туристичке дјелатности ("Службени гласник Републике Српске", број 93/11)
- Одлука о давању сагласности за план утrophка средстава ("Службени гласник Републике Српске", број 101/11)

Једна од дјелатности Министарства трговине и туризма је да предлаже и спроводи законске прописе који регулишу област туризма на државном и локалном нивоу.

Закон о туризму Републике Српске односи се на :

- планирање и развој туризма,
- туристичку дјелатност и субјекте у туризму,
- туристичке агенције,
- туристичке водиче, пратиоце и аниматоре,
- услуге у туризму,
- промоцију у туризму,
- регистар туризма,
- финансирање туризма
- надзор и казнене одредбе

Планирање и развој туризма обухвата доношење стратешких планова о будућем развоју туристичке привреде, проглашење и одрживо коришћење туристичких простора и мјеста. У планска документа у туризму спадају:

- Стратегија развоја туризма Републике Српске,
- План промоције туризма Републике Српске,
- мастер-план,
- маркетинг план,
- Стратегија развоја туризма јединице локалне самоуправе и
- Програм развоја туристичког производа.

Туристичком дјелатношћу сматра се пружање услуга туристичких агенција, туристичких водича, туристичких пратилаца, туристичких аниматора и осталих пружаоца туристичких услуга према одредбама овог закона.

Туристичку дјелатност обављају привредна друштва, друга правна лица, предузетници и физичка лица који су уписани у одговарајући регистар за вршење те дјелатности, али поједине врсте туристичких услуга могу пружати и физичка лица која за пружање тих услуга нису регистровани као предузетници.

Према закону, дефинисани су и послови **туристичких агенција**, те се ту убрајају организовање, продаја и спровођење туристичких пакет-аранжмана, излета, осталих путовања, као и обављање других послова уобичајених у туристичком промету.

Према врсти послова које обављају, агенције могу бити:

- организатор туристичког путовања
- посредник у организацији путовања –субагент

Туристички водич, према Закону о туризму, је физичко лице које корисницима туристичких услуга показује и стручно објашњава, по унапријед утврђеном програму, природне, културно-историјске, археолошке, етнографске, друштвено-политичке и друге туристичке знаменитости.

Туристичка организација града Бања Лука има у евиденцији око 20 лица, која обављају послове туристичког водича. Већина захтјева за туристичким вођењем долази у току јесени и прољећа, јер у то вријеме наш град углавном посјећују организоване групе, док је за вријеме љетне сезоне, сезоне годишњих одмора, примјетан већи број индивидуалних долазака у склопу којих туристи, углавном, сами себи организују путовање и боравак. Постојећи водичи задовољавају потребе за неколико страних језика као што су енглески, њемачки, италијански, француски, шпански и руски. Осим тога, ради се о хонорарном послу, којим се углавном баве стално запослена лица, што понекад узрокује проблеме који се односе на расположивост водича у току радног времена.

Туристичке услуге у оквиру закона су: туристичке услуге у сеоском туризму, туристичке услуге у ловно-риболовном туризму, туристичке услуге на водама, туристичке услуге које укључују спортско-рекреативне активности, остале туристичке услуге и туристичке услуге које се могу пружати у здравственом, културном, конгресном, омладинском, планинском, вјерском, бањском и у осталим облицима туризма.

Промоцију туризма врше институције, тј. туристичке организације, које се и оснивају са циљем да промовишу туристички производ на државном или локалном нивоу, да се унаприједи развој постојећег туристичког производа и подстакне развој новог. По Закону, туристичке организације могу бити на нивоу државе (ТОРС), на нивоу града или општине и међуопштинске туристичке организације.

Регистар туризма је електронска база података у којој се води евиденција о броју:

- а) организатора туристичког путовања,
- б) субагената,
- в) пружалаца ловно-туристичких услуга,
- г) пружаоца услуга у туризму који укључује спортско-рекреативне активности,
- д) пружаоца туристичких услуга у сеоском туризму,
- ђ) туристичких водича,
- е) туристичких мјеста,
- ж) субјеката који пружају услуге изнајмљивања возила,
- з) пружаоца услуга у осталим облицима туризма и
- и) туристичких организација.

Финансирање туризма У циљу усмјеравања и подстицања развоја туризма у буџету Републике могу се планирати средства за:

- а) учешће у финансирању израде Стратегије, Плана промоције, мастер-плана, маркетинг плана, програма развоја туристичког производа, студија изводљивости туристичких пројеката, урбанистичких и просторних планова, планова туристичких мјеста и мјеста за одмор,
- б) учешће у финансирању промотивних активности туристичких дестинација као и учешће на туристичким манифестацијама у земљи и иностранству,
- в) подстицање изградње туристичке инфраструктуре и туристичке супраструктуре,
- г) унапређивање постојеће туристичке понуде,
- д) подстицање домаћег и рецептивног туризма и
- ђ) финансирање пројеката из области туризма или других области сродних туризму, као што су угоститељство, услужне дјелатности, културне, спортске и остале сродне дјелатности које се могу туристички валоризовати.

Инспекцијски надзор у примјени Закона из области туризма и угоститељства врше тржишни инспектори на републичком и локалном нивоу, а инспекцијске дјелатности су у дјелокругу Републичке управе за инспекцијске послове.

Казнене одредбе су, такође, прецизно дефинисане у Закону, у то зависно од тежине прекршаја законске одредбе.

5. Анализа садашњег стања у туризму Града Бање Луке

5.1. Постојећи туристички производи

Анализа туристичког производа се може посматрати са различитих нивоа и аспеката. Постоје различите дефиниције производа, али се у свим јављају исте одреднице које ближе одређују појам производа, а то су:

- Производ је резултат људског рада
- Има своју употребну вриједност
- Задовољава људске потребе било које врсте
- Представља предмет примјене маркетинга
- Представља основни сегмент тржишта и остваривања прихода и профита
- Сваки производ има своју просторну и временски компоненту

У односу на наведене одреднице, може се закључити да и туристички производ представља специфичан производ, настао на одређеном простору, у одређеном времену, који се одликује специфичним условима настанка и дјеловања туристичког тржишта, те специфичностима туристичке тражње и понуде. Туристички производ настаје као резултат активности актера туристичке понуде у циљу задовољења идентификованих туристичких потреба туриста, односно комбиновањем различитих производа и услуга могу се задовољити идентификоване туристичке потребе (формирањем туристичког производа).

Туристички производ Бање Луке, као и других туристичких дестинација, се може посматрати као дио туристичког система. Туристички систем се састоји од подсистема туристичке тражње и подсистема туристичке понуде, а туристички производ представља најзначајнији

дио подсистема туристичке понуде. Истовремено, туристички производ представља главну спону између туристичке понуде и туристичке тражње, односно представља мјесто и вријеме сусрета и интеракције туристичке тражње и туристичке понуде, па би без постојања туристичког производа било бесмислено причати о туристичким кретањима.

Туристички производ се може посматрати и са становишта произвођача, продавца и туристе. Сагледавањем туристичког производа кроз призму продавца могу се сагледати одређени дјелимични (парцијални) и обједињени (интегрални) туристички производи, односно, видови туризма који представљају основне или потенцијалне туристичке производе.

Интегрални туристички производ подразумјева производе на нивоу конкретне туристичке дестинације, док парцијални туристички производ представља производ појединих предузећа туристичке привреде (туристичке агенције, хотели, превозничка предузећа и др.)

При разматрању туристичког производа Бање Луке биће обрађени само интегрални туристички производи јер се само са њима у потпуности могу задовољити потребе туриста. Облик и степен развијености интегралног туристичког производа говори о степену развијености парцијалних туристичких производа, о степену изграђености друштвених и финансијских односа и степену координисаног дјеловања свих учесника дестинације у циљу задовољења потреба туриста.

Интегрални туристички производ сваке дестинације, па тако и Бања Луке, се састоји од сљедећих елемената:

- Атрактивни фактори
 - природни: клима, хидрографија, рељеф, флора и фауна
 - друштвени: културно-историјски споменици, догађаји, антропогени фактори
- Рецептивни фактори
 - Хотели
 - Ресторани
 - Трговине
 - Разни сервиси
 - Поштанске и телекомуникацијске услуге
 - Комуналне услуге
- Комуникативни фактори
 - Прометна инфраструктура: путеви, аеродром
 - Развијеност прометне структуре: друмски, жељезнички и авио саобраћај

Природне и друштвене атрактивности дестинације, представљају основу туристичког производа и основни импулс (мотив) за иницирање настанка туристичке тражње.

Рецептивни фактори обухватају објекте за смјештај и исхрану, као и остале робе и услуге, неопходне за угодан боравак у дестинацији, па представљају неопходну допуну туристичким атрактивностима.

Комуникативни фактори подразумјевају просторну удаљеност туристичке дестинације од емитивних подручја, брзину и удобност неопходну за транспорт до туристичког одређишта као и цијену превоза насталу реализацијом путовања.

5.1.1. Основни интегрални туристички производи Бање Луке

У складу са обликом и степеном атрактивности у Бањој Луци, те робама и услугама утрошеним у том путовању, издвојили су се сљедећи основни интегрални туристички производи:

1. Авантуризам као туристички производ
2. Култура као туристички производ
3. Религија као туристички производ

Наведени туристички производи су, до сада, највише промовисани и развијани као саставни дио туристичке понуде града, а имајући у виду да су рецептивни и комуникативни фактори заједнички елементи туристичког производа авантуризма, културе и религије, њихова анализа ће важити за све основне и потенцијалне туристичке производе Бање Луке.

Авантуризам као туристички производ

Основу за настанак и развој авантуризма као интегралног туристичког производа града Бање Луке, представљају специфичне природне околности које су омогућиле развој авантуре на копну, авантуре у ваздуху и авантуре на земљи.

Авантура на води се може подјелити на парцијалне туристичке производе и то на рафтинг, кањонинг, хидроспид и вожња кајаком, кануом и дајаком.

Авантура на копну је у виду слободног пењања, брдског бициклизма, јахања, пјешачења и вожње квадовима.

Авантура у ваздуху се може презентовати у виду параглајдинга, панорамског лета и тандем скока падобраном.

Сваки од наведених парцијалних туристичких производа се може појединачно нудити на туристичком тржишту, али само кроз формирање туристичких аранжмана, може се на прави начин валоризовати авантуризам као основни интегрални туристички производ града Бање Луке.

Изражен је висок степен атрактивности авантуризма као туристичког производа, јер подручје града Бања Лука посједује повољне природне и атропогене мотиве за развој и унапређење тог облика туризма.

Скуп свих облика авантуризма на малом географском подручју представља велику предност Бање Луке у односу на сличне дестинације аватуристичког туризма у регији. На формирање и развој авантуризма уложено је доста средстава од стране Европске комисије, државних и градских институција, што је резултирало изграђеном инфраструктуром, која у многим сегментима превазилази остале елементе туристичког производа. Од изграђених капацитета посебно је потребно истакнути инфраструктуру која омогућује ноћни рафтинг, јер освјетљена рафтинг стаза представља свјетски раритет и основу дугорочних планирања развоја авантуризма као туристичког производа.

Култура као туристички производ

Основу културе као интегралног туристичког производа, представљају бројни догађаји, културно-историјски споменици, традиција и институције културе. С обзиром на њихов број, може се рећи да се култура као интегрални елемент туристичке понуде града Бање Луке одликује високим степеном атрактивности.

Многа бањалучка села чувају традицију и народне обичаје који су се овдје стварали вјековима. Специфична пјесма и игра, народна ношња, кухиња и традиционалне активности у пољу и кући, дају јединствене одлике бањалучким селима, гдје се уз гостољубивост домаћина и богаство културног и природног наслеђа могу доживјети нова искуства и доживљаји.

На подручју града Бање Луке постоје материјални и духовни трагови цивилизација које су живјеле на овим просторима. Бројни културно – историјски споменици имају различит степен атрактивности и различито се могу туристички валоризовати, али постојање споменика из различитих временских периода, представљају компаративну предност за развој туризма Бање Луке. Римски миљоказ, Јупитеров жртвеник, остаци славенских насеобина у тврђави Кастел, тврђава Кастел, Сафикадин гроб, Господска улица, Банска управа, Бански двор, Споменик палим Крајишницима, Музеј савремене умјетности РС, Предсједничка палата и Архив РС су неки од основних мотива и елемената у формирању туристичког производа.

У граду Бањој Луци се налази Музеј Републике Српске, Музеј савремене умјетности, Народно и Дјечије позориште, бројне галерије које представљају додатни елемент у формирању интегралног туристичког производа, под именом култура.

Бројне манифестације, од којих су неке регионалног карактера, представљају сегмент културног туристичког производа и елемент који се може највише развијати, те додатно обогатити културни туристички производ.

Религија као туристички производ

На подручју града су се кроз историју смјењивале различите културе тако да је Бања Лука увијек била мултиетнички и мултирелигијски град. Бањалуку, као микс истока и запада, хришћанства и ислама, чини богаство споменика и религијских обичаја, који представљају основу развоја религијског туризма.

Најзначајнији објекти на којима се базира религијски туризам Бање Луке су: Храм Христа Спаситеља, Манастир Св.Илија, манастир Гомионица, Катедрала Св. Бонавентуре, Самостан Марија Звијезда и џамија Ферхадија. Као неизоставан фактор религијског туризма Бање Луке, јављају се легенде и митови, који су везани за настанак одређених грађевина, као и за значај који су оне имале у очувању културног идентитета народа који су живјели на овим просторима.

Имајући у виду бројност, разноврсност и значај вјерских објеката на подручју Бање Луке, може се говорити о великом степену атрактивности наведених туристичких мотива.

Закључак

Робе и услуге као саставни дијелови наведених интегралних туристичких производа, под којима се подразумјева допуна основног производа и све остале погодности које омогућују туристима боравак у дестинацији, обрађене су у осталим поглављима Стратегије, а тичу се објеката за смјештај и исхрану туриста, транспорт, забаву, шопинг и сл. Из тих поглавља се може закључити да наведене робе и услуге својим бројем, структуром и квалитетом могу задовољити потребе туриста и степен атрактивности интегралног туристичког производа.

Парцијални туристички производи, као саставни дио интегралног туристичког производа могу се самостално продавати кроз одређени туристички аранжман.

Наведени дијелови интегралних туристичких производа се могу међусобно повезивати и преплитати што у крајњој мјери доводи до стварања услова за развој нових (потенцијалних) туристичких производа града Бање Луке.

5.1.2. Потенцијални интегрални туристички производи града Бања Лука

Основни интегрални туристички производи својим развојем треба да услове стварање основе за настанак и развој нових туристичких производа у циљу обogaћивања туристичке понуде града.

С обзиром на постојеће природне, културне, политичке и социјалне факторе, као и стратешке оријентације локалне заједнице, у Бањој Луци се могу идентификовати потенцијали за сљедеће туристичке производе: пословни туризам, рурални туризам, градски одмори (*City Break*), туризам догађаја (манифестациони туризам) и здравствени туризам.

Пословни туризам

Под појмом пословног туризма се подразумјева путовање предузето ради присуствовања неком састанку, семинару, конференцији, конвенцији или неком другом догађају. Због тога је у пракси уобичајна употреба акронима **MICE** – *Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions (Events)*.

М-састанци (*Meetings*), подразумијевају краћи боравак пословних људи (око 50 учесника) у некој дестинацији, ради обављања одређених пословних активности-састанака. Организују их компаније и јавне установе које уједно и промовишу састанке и бирају мјесто одржавања.

И-подстицајна путовања (*Incentives*) су врста путовања која за циљ имају промоцију пословања неке компаније или повећање продаје, нуђењем бесплатних путовања или путовања са попустом оданим купцима. У ова путовања спадају и мотивациона путовања којима послодавци стимулишу своје раднике на добре пословне резултате.

С - конгреси, конвенције, конференције (*Congresses, Conventions, Conferences*)

Конгреси - домаћи и међународни скупови који окупљају учеснике из једне привредне гране или области. Најчешће се организују сваке 4 године и просјечно трају око 4 дана.

Конвенције - су скупови које организује једна институција или компанија а намјелене су ислјучиво члановима или запосленима тих институција или компанија. Планиране су и координисане веома детаљно, било да их организују саме институције (компаније) или пак спољни сарадници-експерти.

Конференције - су скупови на којима се обрађују унапријед дефинисане теме од стране, углавном уже специјализованих лица. Временски су ограничене на максимално три дана.

Е-изложбе, сајмови, догађаји (*Exhibitions, Trade Fairs, Events*) подразумевају одлазак пословних људи на сајмове и изложбе у земљи и иностранству, ради пословних повезивања и уговарања. Термином „догађаји“ су обухваћени јубилеји, прославе, компанијски промотивни скупови, додјелљивање награда и сл.

Да би се одређена дестинација развила као дестинација пословног туризма, неопходно је да поред атрактивних, комуникативних и рецептивних фактора има развијену и специфичну групу фактора, под којом се превентивно мисли на материјално – технолошке капацитете и специјализоване кадрове.

Значај Бање Луке као регионалног центра, повећава њену привлачност за одржавање бројних пословних састанака, конференција, семинара, сајмова и изложби. Тренутни материјално-технолошки капацитети (хотели, Универзитетски центар, Дом омладине, Привредна комора..) омогућавају одржавање пословних скупова и конференција већег броја учесника (до 400 учесника за пленарне активности). Међутим, ове капацитете не прате и адекватне пратеће услуге типа смјештаја, одвајања учесника неког семинара од осталих хотелских гостију, постојања посебно креираних пакета за пословне туристе и сл. Садашњи капацитети омогућавају пружање конгресне понуде „све на једном мјесту“, за оптимално 150 учесника.

Изградња конгресног центра или хотела високе категорије који би имали све потребне услове за организацију једног већег међународног скупа омогућили би значајније ефекте од пословног туризма. С друге стране, Бања Лука има атрактивне ресурсе, градске знаменитости, повољну климу, ријеку Врбас, разноврсне спортске и рекреативне садржаје, лијепу околину, који могу да на изузетно квалитетан начин употпуне конгресну понуду. Снажнији развој пословног туризма подразумијева и велика улагања у побољшање инфраструктуре, образовање и припрему кадрова у циљу обезбјеђења адекватне понуде, ангажовање стручњака из различитих области, оспособљавање квалификованих кадрова те адекватну промоцију и пропаганду одређених простора и капацитета који треба да привуку пажњу конгресне јавности.

Рурални туризам

Околина Бање Луке има изузетно повољне услове за развој туризма на селу. Прије свега, то су посебно повољни услови очуване природе, уз благу климу, чист ваздух, незагађене ријеке и језера, богату флору и фауну. Ове погодности су нарочито изражене у брдско-планинским предјелима, на подручју кањона Врбаса, платоа Мањаче и Поткозарја.

Боравак у селу, туристима пружа могућност за шетње, рекреацију, бављење спортом, организовање излета до оближњих пећина, извора, водопада, културно-историјских споменика и археолошких налазишта, могућност лова и риболова, јахања, планинарења, брања шумских плодова и љековитог биља и друге рекреативно-забавне активности у

природи. Туристи, који за то покажу интересовање, могу учествовати и у активностима сеоског домаћинства.

Изузетну културну вриједност имају и грађевине традиционалне архитектуре, са карактеристикама одређеног подручја, као и производи старих заната и кућне радиности, кроз које се упознаје богато наслеђе овог краја. Пружа се могућност организованих посјета умјетничким колонијама које се организују у окружењу током лjeta, као и присуствовање туристичким манифестацијама и традиционалним приредбама преко којих се упознају народни обичаји и обиљежја сеоског живота. Богатство културног наслеђа употпуњује гостољубивост и срдачност локалног становништва, које у складу са традицијом, сваког госта прима као пријатеља и износи пред њега богату трпезу здраве, домаће хране. Кроз сеоски туризам запослило би се сеоско становништво, што би кроз остварење прихода, задржало миграцију према граду и сачувало идентитет сеоског живота.

У Бањој Луци је реализовано више пројеката у циљу развоја руралних заједница, највише од стране Града Бања Лука и њених служби као што су Туристичка организација града Бања Лука, Центар за развој и унапређење села и Градска развојна агенција. Ове три градске институције су иницирале и израду Стратегије руралног развоја Бање Луке, која је усвојена од стране Скупштине Града.

У посљедњих 10-так година, значајно је побољшана рурална инфраструктура, комуналне услуге, водоснабдијевање на селу. Започети су пројекти руралног развоја туризма као што су „Сеоски туризам Бање Луке“, Козарски етно, Зелена брда и сл.

Потенцијални локалитети за развој руралног туризма су:

Плато Мањаче

Мањача је крашка планина која има пејзаже јединствене у БиХ. На њој се посебно истиче етнолошки идентитет њеног становништва који се задржао све до данашњих дана. Ово подручје је, због војне базе, било деценијама изоловано, па је крај успио сачувати своје изворне еколошке вриједности. Мањача је посебно позната по сточарству и производњи меда. Туристички потенцијали планине Мањача погодују развоју туризма базираног на природи (Велико Језеро, еко села, школе у природи) али и сеоског (аутентична културна обиљежја, етно села, манифестације), спортско-рекреативног (скијалишта, трим стазе, бициклизам, јахање, планинарење...) и авантуристичког (планинарење, јахање, летење, бициклизам, спелеологија...) туризма. Уз развој инфраструктуре, посебно путева и водовода, треба наставити са активностима развоја села прије свега кроз туризам и органску пољопривреду у складу са Одлуком Скупштине града за подршку развоју малим и средњим предузећима у туризму и пољопривреди. Тако би и урбанистичка инфраструктура требала бити подређена овим працима развоја уз задржавање традиционалне архитектуре (змијањска кућа) и укупног амбијента еко туристичке дестинације.

Крупа на Врбасу

Смјештена на око 25 км јужно од Бање Луке, између двије клисуре, Крупа на Врбасу представља прави бисер долине Врбаса. Мјеста која свакако плијене пажњу туриста су слапови и воденице на ријеци Крупа, манастир Св. Илије, средњовјековна руина Гребен, извори ријеке Крупе и црква брвнара. На ушћу ријечице Крупа у Врбас налази се ауто камп, а у близини је један од најбоље опремљених фудбалских стадиона на територији града Бања Лука са

вјештачком травом. У Крупи на Врбасу су уређене лаке и средње тешке пјешачке стазе које повезују знамените туристичке мотиве у окружењу. Туристичка организација града Бања Лука планира да ради на даљем унапређењу овог излетишта, као центра авантуристичког туризма Бање Луке. С тим у вези потребно је иницирати формирање смјештајних јединица, како по домаћинствима тако и намјенским објектима за ту врсту услуге, изградити јавне тоалете за посјетиоце, унаприједити пјешачке и бициклистичке стазе као и туристичку сигнализацију, изградити додатне капацитете за спортске припреме, одржавати постојеће и изградити нова пристаништа и прилазе ријеци, извршити ревитализацију и валоризацију тврђаве Гребен, поставити додатна одморишта, видиковце и канте за отпатке.

Козара и Поткозарје

Подручје са специфичним потенцијалима који се огледају у културним и природним вриједностима превасходно погодних за развој руралног туризма и пољопривреде. Подручје карактеришу брежуљкасти предјели са тимарско-санским етнолошким карактеристикама чије вриједности треба да буду и основа будућег развоја туризма. Туристичка организација града Бања Лука на овом подручју реализује пројекат „Козарски етно“ који има за циљ развој руралних подручја на бази културних и традиционалних вриједности становништва Козаре и Поткозарја. Пројекат се реализује кроз различите активности усмјерене на заштиту и унапређење локалне културе, обичаја и животне средине, едукацију и обуку локалног становништва, унапређење привредних дјалтности и туристичке понуде, као и организацију фестивала. Кроз пројекат „Козарски етно“ покушавају се ријешити и неке инфраструктурне потребе, те је у складу са тим, у Пискавици, асфалтиран централни трг, направљена је етно кућа у којој се налази етнолошка поставка са коларом, ладаром и окућницом и направљена је позорница у стилу традиционалне поткозарске куће. У будућем периоду је за ово подручје неопходно ријешити питања водоснабдијевања, третмана отпадних вода, израду недостајуће планске документације (регулационих планова), путне инфраструктуре и санацију објеката друштвених активности. Такође, требало би заштитити простор бањалучке Козаре те прописати посебне мјере по питању изградње стамбених објеката и заштите животне средине како би се сачувала и унаприједила аутентичност подручја и на тај начин створила додатна вриједност и конкурентска предност на туристичком тржишту.

Чокорска Поља

Подручје Чокорских поља има потенцијале погодне за развој руралног туризма и пољопривреде. На овој локацији се налази центар коњичког клуба „Чокорска поља“ који поред спортских развија и туристичке садржаје. Неопходно је обезбједити инвестициона улагања у реализацију регулационог плана за ово подручје, чиме би се створила основа будућег развоја туризма овог локалитета. Подручје карактеришу змијањске етнолошке карактеристике на чијим основама треба пројектовати рурални простор и туристички развој локалитета.

Градски одмори (City Break)

Подизањем квалитета парцијалних туристичких производа Бања Луке и њиховим комбиновањем стварају се нови туристички производи, а најзначајнији од њих је градски

одмор (*City Break*). Градски одмори представљају кратке одморе који трају од два до пет дана и они по дефиницији представљају други или трећи одмор у години. Мјесто реализације таквих путовања су већи градови у којима туристи могу да реализују културне потребе, као и потребе за забавом и шопингом. Бања Лука са свим својим исказаним атрактивностима представља мјесто које у будућности, са плански усмјереним активностима, може значајније унаприједити сегмент туризма под називом градски одмори. У Бањауци је смјештена и већина републичких институција из области културе, као и велики број културно-историјских споменика које својим активностима обогаћују и унапређују туристичку понуду града. Оно што доприноси атрактивности градског туризма, као туристичког производа, је и саобраћајно географски положај Бање Луке, који омогућава дуже или краће задржавање туриста у граду на путу ка јадранском приморју и другим континенталним градовима у окружењу. Транзит, иако није званично прихваћен као туристички производ може се третирати као мобилни сегмент међународног туристичког тржишта тражње, гдје туриста у кретању према изабраној дестинацији, може бити успјешно заустављен и информисан о могућностима које нуди Бања Лука, како би се слједећи пут управо она нашла на списку могуће посјете.

Туристичка организација Града Бања Лука је осмислила туристичку понуду која обезбјеђује ноћење, обилазак знаменитости пјешачењем и аутобусом, гастро понуду у бањалучким ресторанима, авантуристичке активности, шопинг, ноћни живот, појесту институцијама културе као и актуелним дешавањима. Током обиласка туристима је омогућена стручна интерпретација од стране лиценцираних водича. Програм разгледања траје од 120 до 180 минута и прилагођава се потребама туриста.

Туризам догађаја (манифестациони туризам)

Манифестације се одржавају једном годишње и могу да самостално привлаче туристе или да се јаве као допуна одређеном интегралном туристичком производу. Оно што чини одређену манифестацију туристичком, јесте њена особина да привуче туристе из других градова, регија или држава.

У Бањој Луци се током године одржава низ манифестација различитих карактера које употпуњују туристичку понуду града као што су: Бањалучке хорске свечаности, Дани Владе Милошевића, Међународни фестивал кратког филма „Краткофил“, Ђурђевдански фестивал, Међународни фестивал тамбурашких оркестара, Међународни фестивал дјечијих позоришта, Театар фест, Међународна вајарска колонија „Крупа“, Сликарска колонија „Шестић“, Међународни фестивал анимираног филма, Међународни фестивал фолклора „Дукат“, Демофест, Љето на Врбасу, Бањалучки љетни фестивал и др. Поред културних, забиљежена су и многа спортска дешавања - АТП Челенџер турнир, Еуро куп у рафтингу, Ауто трке и друге спортске манифестације.

Од наведених манифестација можемо издвојити само „Демофест“ који поред своје примарне улоге и функције може да носи епитет туристичка, јер је претходних година забиљежен значајнији долазак туриста на поменути фестивал. Остале манифестације тренутно нису у функцији развоја туристичке понуде, али са побољшањем квалитета и одговарајућим маркетиншким приступом, неке од њих се могу издвојити и дјелимично трансформисати у туристичке.

Поред бројних манифестација које промовишу етно наслеђе бањалучке регије, потребно је посебно истакнути спортске манифестације које би могле значајно утицати на повећање

туристичког промета. Организовање регионалних такмичења у различитим спортским дисциплинама су основа за организовани долазак група туриста. Велики потенцијал је у организовању ауто и мото трка регионалног карактера. Саобраћајна приступачност града Бања Лука и повољан положај ауто-мотодрома Залужани, као и изграђена инфраструктура, представљају значајну основу за организацију ауто и мото трка. На поменутој стази се већ организују такмичења, али без довољно пропагандне активности, не може се очекивати значајнији долазак туриста.

Здравствени туризам

Данашњи друштвено-економски трендови указују да здравствени туризам постаје један од најбрже растућих сегмената туристичке потражње.

У оквиру здравственог туризма, можемо разликовати више различитих врста туристичких производа: *wellness* туризам, љечилишни туризам као и болнички или медицински туризам.

Wellness туризам је појам који се употребљава у новије вријеме, а подразумејева пакет услуга којима се побољшава физичко и психичко здравље. *Wellness* понуда се може реализовати и без коришћења природних љековитих фактора и стручног надзора и по томе се овај производ и разликује од медицинског туризма. Љечилишни туризам се спроводи у природним љечилиштима, а базира се на лијечењу и рехабилитацији различитих болести или болесних стања. Медицински туризам подразумејева путовања која се предузимају ради обављања одређених медицинских захвата (зубарских, естетских и сл) и болничког лијечења.

Бања Лука има веома повољне ресурсе за развој здравственог туризма. Велики потенцијал за развој здравственог туризма имају бање у Српским Топлицама, чија вриједност не лежи само у љековитим природно-минералним водама већ и у самим објектима, који имају карактеристике шехерских кућа и представљају веома атрактивну амбијенталну цјелину⁶. Термална врела, која се налазе на подручју насеља Српске Толице, и која се већ вијековима користе као топле купке су: Ебин хауз, Маслин хауз (или Гушића бања), Хекерин хауз у башти Бисере Шеранић, хауз уз кућу Бисере Шеранић, Демировића бања, Османчевића бања, базенчић уз кућу Зеире Шеранић, Жбана, Диреклија, Шугавица, Краљичина Илица. Ова љековита врела, која су се користила још у римско доба, одликују се сулфатичном, муријатичном и земноалкалном водом, температуре од 25-30 °C. Ова вода помаже у лијечењу кожных, реуматских и срчаних обољена.

Стављање ових атрактивних ресурса у функцију развоја здравственог туризма, подразумејева низ активности које је неопходно предузети у циљу тржишне комерцијализације, овог до сада, неискоришћеног потенцијала. У циљу трајне заштите амбијенталних вриједности, потребно је инвестирати у реновирање и рестаурацију ових објеката и вратити им аутохтони изглед, уз коришћење оригиналних материјала и технологија грађења, у мјери у којој је то могуће. Инвестирање би требало бити у форми јавно-приватног партнерства јер се ради о објектима у приватном власништву, који су од националног интереса. Валоризација љековитих вода и уобличавање туристичке понуде, подразумејева и санацију просторија у којима су смјештене бање и обезбјеђивање несметаног самодотока воде у њих. Коришћење ових природних

⁶ Комисија за очување националних споменика БиХ је објавила у Службеном гласнику БиХ бр. 90/06 одлуку којом се Градитељска цјелина – Бање у махали Илица у Горњем Шехеру, Бањалука проглашава националним спомеником Босне и Херцеговине.

ресурса би се требало одвијати на принципима одрживог управљања како се не би угрозио овај национални споменик.

Бања Лука има и развијену материјално-техничку и кадровску основу за развој медицинског туризма. Путовање у иностранство ради коришћења здравствених услуга, које су јефтиније него у матичној земљи, све више предузимају туристи западноевропских земаља и САД, али и других земаља. Међу здравствено-туристичким услугама предњаче стоматолошке услуге и естетска хирургија.

Посљедних година на подручју града, се знатно повећао број приватних специјалистичких ординација, стоматолошких амбуланти и апотека, које су савремено опремљене и пружају услуге на високом здравственом нивоу.

Бања Лука, као регионални здравствени центар, може да понуди квалитетне услуге и здравствени кадар, а своју шансу би требала да тражи у цијенама здравствених услуга, које су и до три пута ниже у односу на земље Западне Европе, као и близини емитивних тржишта у Европској унији. За сада, почеци ове врсте туризма, су везани за дијаспору, али циљ требају да буду тзв. „прави здравствени туристи“ односно странци, који би долазили ради медицинских услуга, а уједно користили и остале туристичке услуге као што су смјештај, разгледање града, куповина, забавни садржаји и сл.

Закључак

Када се одређени туристички производи као скуп међузависних елемената, који се организује као посебни вриједносни ланац, искажу као уговорени посао и продају по јединственој цијени, тада говоримо о туристичком аранжману, које туроператори или агенције продају на туристичком тржишту. Потребно је рећи да кроз туристички аранжман није могуће исказати искуство и доживљај приликом конзумације интегралног или парцијалног производа одређене туристичке дестинације, те самим тим аранжман представља цјеновно исказану вриједност скупа услуга и роба, али не и доживљаја и искуства.

У овом процесу потребно је анимирати локалне туристичке агенције да прихвате значај формирања туристичких аранжмана, јер су оне законски носиоци економске валоризације туристичких производа, понуђених као аранжмани на туристичком тржишту.

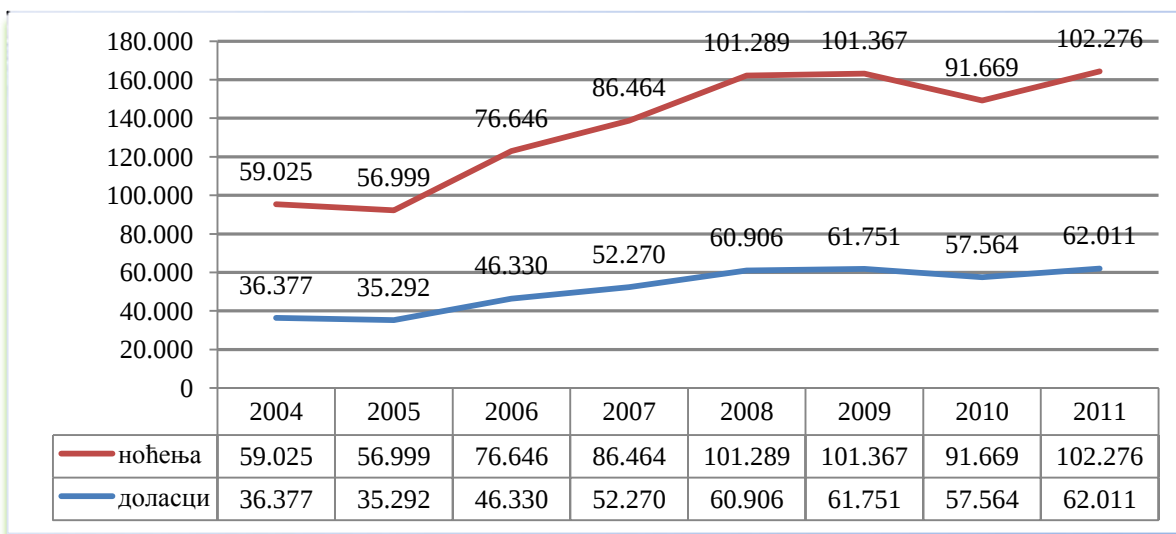
5.2.Туристички промет

Посљедних година (период од 2004. до 2011. године), стопе раста туристичког промета у Бањој Луци варирају. Током 2005. и 2010. године забиљежене су негативне стопе раста, а у осталим годинама, забиљежен је позитиван раст туристичког промета.

Током посматраног периода забиљежена је просјечна стопа раста од 8,5 % а највише долазака је остварено у 2011. години. У истом преиоду, туристи су се просјечно задржавали 1,64 дана у Бањој Луци (графикон 4). Глобалне тренденције савременог туризма карактерише већи број путовања али са краћим трајањем. Туристички промет, нема сезонски карактер као што је то случај са неким дестинацијама који нуде класичан производ „сунце и море“. Међутим, примјетно је значајније повећање туристичког промета приликом одржавања неких значајнијих такмичења и конференција међународног карактера, попут одржавања Свјетског првенства у рафтингу у мају 2009. године или Дебиан конференције у јуну 2011. године

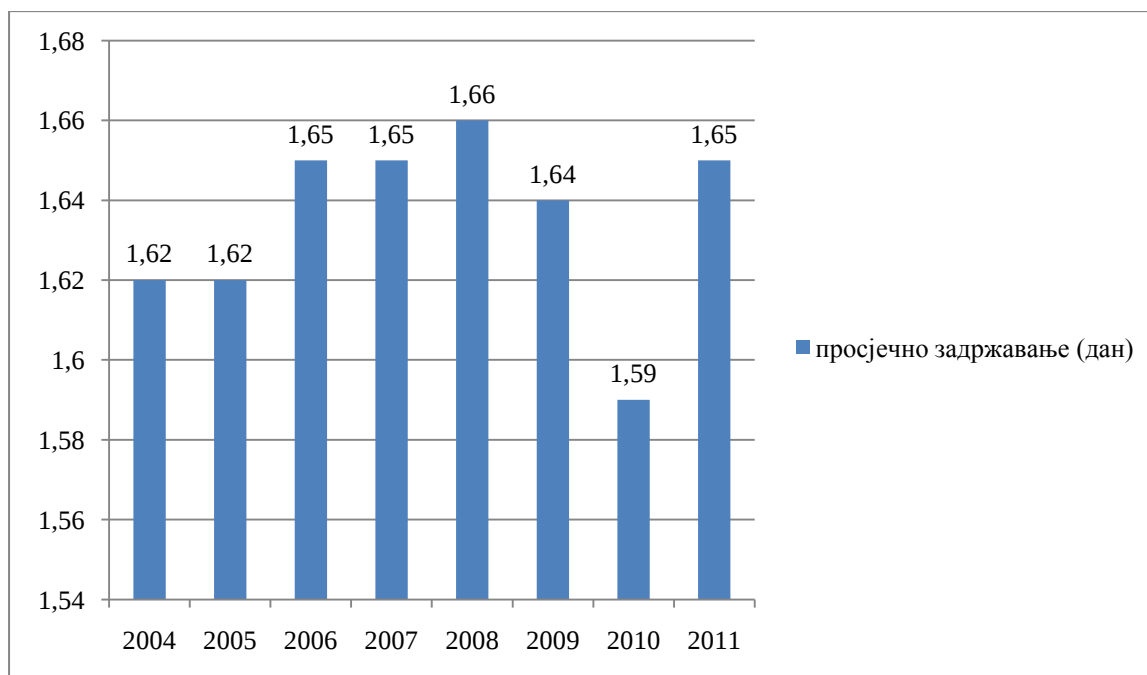
(детаљнији преглед броја туристичких долазака и ноћења по мјесецима, за период од 2004. до 2011. године, дат у прилогу 1).

Графикон 3: Број долазака и ноћења на подручју града Бања Лука у периоду од 2004-2011.



Извор: Републички завод за статистику РС

Графикон 4: Просјечно вријеме задржавања туристе у Бањој Луци у периоду од 2004-2011. године



У 2011. години, град Бањалуку је посјетило 62.011 туриста који су остварили 102.276 ноћења, са просјечним задржавањем од 1,65 дана (табеле 8 и 9).

Табела 8: Број долазака на подручју територије Града Бања Лука

МЈЕСЕЦ	ДОЛАСЦИ - 2010			ДОЛАСЦИ - 2011			Инд. 11/10	Инд. 11/10	Инд. 11/10
	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Д	С	У
Јануар	1.644	1.618	3.262	1.540	1.530	3.070	94	95	94
Фебруар	2.355	1.810	4.165	2.166	1.928	4.094	92	106	98
Март	2.898	2.112	5.010	2.949	2.581	5.530	100	122	110
Април	2.288	2.763	5.051	2.639	3.012	5.651	115	109	112
Мај	2.637	2.836	5.473	2.699	3.002	5.701	102	106	104
Јун	2.476	2.878	5.354	2.707	3.387	6.094	109	118	114
Јул	1.768	2.488	4.256	1.916	3.261	5.177	108	131	122
Август	1.353	1.974	3.327	1.349	2.248	3.597	100	114	108
Септембар	2.638	2.853	5.491	2.755	2.820	5.575	104	99	101
Октобар	2.637	2.694	5.331	2.952	3.260	6.212	112	121	116
Новембар	2.897	2.532	5.429	3.124	2.433	5.557	108	96	102
Децембар	3.268	2.147	5.415	3.223	2.530	5.753	99	118	106
УКУПНО	28.859	28.705	57.564	30.019	31.992	62.011	104	112	108

Извор: Републички завод за статистику РС

Табела 9: Број ноћења на подручју територије Града Бања Лука

МЈЕСЕЦ	НОЋЕЊА - 2010			НОЋЕЊА - 2011			Инд. 11/10	Инд. 11/10	Инд. 11/10
	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Д	С	У
Јануар	2.417	2.592	5.009	2.214	2.378	4.592	92	92	92
Фебруар	3.433	2.868	6.301	3.255	3.017	6.272	95	105	99
Март	4.524	3.561	8.085	4.673	4.109	8.782	103	115	109
Април	3.445	4.235	7.680	4.217	4.700	8.917	122	111	116
Мај	4.239	4.755	8.994	4.138	5.027	9.165	98	106	102
Јун	3.673	4.441	8.114	4.212	5.302	9.514	115	119	117
Јул	2.944	4.709	7.653	2.869	9.149	12.018	97	194	157
Август	1.948	3.162	5.110	2.001	3.808	5.809	103	120	114
Септембар	4.018	5.230	9.248	4.116	4.559	8.675	102	87	94
Октобар	3.796	4.553	8.349	4.496	5.437	9.933	118	119	119
Новембар	4.850	4.445	9.295	5.356	4.212	9.568	110	95	103
Децемба	4.556	3.275	7.831	4.970	4.061	9.031	109	124	115
УКУПНО	43.843	47.826	91.669	46.517	55.759	102.276	106	117	112

Извор: Републички завод за статистику РС

Ако се подаци везани за укупан број долазака и ноћења туриста током 2011. године, упореде са подацима за претходну годину, може се примјетити да је дошло до повећања броја долазака за 8% у 2011. години, док су укупна ноћења повећана за 12% у односу на ноћења из 2010. године. Домаћи туристи су остварили 46.517, а страни 55.517 ноћења, што значи да су се домаћи туристи задржавали око 1,55, а страни 1,74 дана. Бања Лука је била водећа дестинација у Републици Српској по броју долазака, како домаћих тако и страних туриста, као и по броју ноћења који су остварили страни туристи.

5.3. Смјештајни капацитети

Услуге смјештаја на подручју града Бања Лука пружају хотели, мотели, хостели, преноћишта и собе за изнајмљивање.

По потреби, за вријеме школских распуста и викенда, користе се смјештајни капацитети Средњошколског дома, Самачког дома, Дома „Раде Врањешевих“ и Центра „Заштити ме“ са око 530 лежајева распоређених у 118 соба.

Бања Лука је, у 2011. години, располагала са 1158 лежајева што је за 45 % више у односу на 2004. годину (табела 10).

Табела 10: Број лежајева и искориштеност смјештајних капацитета Бање Луке

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Број лежајева	800	788	927	1000	1052	1046	1175	1158
Проценат попуњености	20,21%	19,82%	22,65%	23,74%	26,37%	26,55%	21,37%	24,20%

Извор: База података ТОБЛ-а према подацима Републичког завода за статистику РС

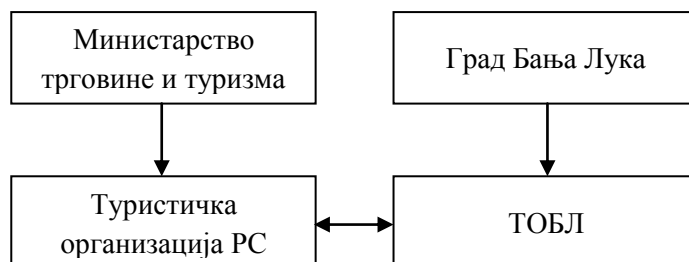
На основу табеле бр. 10, може се закључити да Бања Лука, у посматраном периоду, биљежи повећање укупног броја лежајева, уз незнатна негативна одступања у 2005, 2009. и 2011. години. У децембру 2011. године, Бања Лука је располагала са 1136 лежајева, што је чинило 13 % укупних смјештајних капацитета Републике Српске.

Мора се константовати, да и поред повећања броја лежајева и броја остварених ноћења, искориштеност смјештајних капацитета остаје на веома скромном нивоу. Просјечна искориштеност смјештајних капацитета, за период од 2004. до 2011. године, износи 23,11 % , што на годишњој основи, представља око 84 дана пуне заузетости. Премда, неке анализе указују да је економска одрживост објеката за смјештај могућа, уколико су расположиви капацитети попуњени најмање од 40-50 % на годишњем нивоу, остаје чињеница да се објекти са смјештај не затварају и поред ниске искориштености. Због тога, остаје упитно да ли се боравак гостију статистички прати у складу са Законом о угоститељству (Сл. Гласник РС 15/10) и Правилником о категоризацији објеката за смјештај, односно да ли се врши пријављивање у складу са Законом о боравишној такси (Сл. Гласник РС 78/11).

Бања Лука има потребу за једним луксузним хотелом високе категорије који би у свом оквиру имао и конгресну салу. Исто тако, недостају и смјештајни капацитети у приватним апартманима и собама, као и сеоским домаћинствима. Од 14. новембра 2011. године уклоњене су административне препреке за регистрацију услужних дјелатности на пољопривредним газдинствима. Лица која желе да обављају наведену врсту дјелатности региструју се у организационим јединицама Агенције за посредничке, информатичке и финансијске послове према мјесту обављања угоститељске дјелатности, на начин да АПИФ-у поднесу захтјев за упис у регистар и пратећу документацију у складу са Уредбом о упису у регистар сеоских домаћинстава и пружаоца угоститељских услуга у апартманима, кућама за одмор и собама за изнајмљивање („Службени гласник Републике Српске“, број 87/10). Након уписа у Регистар, АПИФ доноси рјешење о упису у Регистар на основу којег дата лица могу обављати угоститељску дјелатност. Изражена је и потреба за ауто кампом у складу са свјетским стандардима с обзиром да је авантуристички туризам на подручју града већ афирмисан у европским оквирима (рафтинг и сл.).

5.4. Институционални оквир за развој туризма

Босна и Херцеговина је подијељена на два ентитета (Републику Српску и Федерацију Босне и Херцеговине). Оба ентитета имају министарства за туризам, као и своје законе. У Републици Српској постоји Министарство трговине и туризма, које је надлежно за припрему правних аката у туризму. Правне акте више важности, као што су закони, на приједлог Министра, усваја Скупштина РС, а акте мање важности, као што су правилници, усваја Министар. Туристичка организација РС је кровна туристичка организација на ентитетском нивоу, док у РС дјелују и туристичке организације општина, односно градова.



Министарство трговине и туризма је самостални орган управе који обавља управне и друге послове у области трговине, туризма и угоститељства и непосредно је потчињен Влади. Министарство трговине и туризма, у оквиру своје правно-нормативне надлежности, израђује и у форми нацрта предлаже, Народној скупштини или Влади Републике Српске, законска и подзаконска акта, као и друга акта од интереса за Републику Српску, а која произлазе из надлежности Министарства трговине и туризма.

У Министарству трговине и туризма дјелују два сектора: Сектор трговине и Сектор туризма и угоститељства, с тим да се дјелатности сектора туризма и угоститељства односе на:

- предлагање политике и стратегије развоја туризма и угоститељства;
- праћење и предлагање системских мјера и мјера текуће економске политике за остваривање задатка утврђених планским и другим актима;
- предлагање закона и других прописа који регулишу област туризма и угоститељства и праћење њиховог извршавања;
- организовање истраживачког рада за потребе вођења туристичке политике;
- предлагање смјерница за планирање и програмирање развоја туризма и сарадња на тим пословима са одговарјућим републичким органима и организацијама;
- праћење дејства привредно-системских мјера и мјера текуће економске политике на услове привређивања и економски положај угоститељства и туристичког посредовања и предлагање мјера за унапређивање стања и развоја у овој области;
- праћење, усмјеравање и предлагање мјера за реализацију инвестиција у туризму, кретање и појава на туристичком тржишту, конкурентности туристичке понуде и предлагање мјера за повећање домаћег и иностраног туристичког промета и девизног прилива од туризма;
- предлагање и предузимање мјера за развој и унапређење билатералне и мултилатералне сарадње у области туризма;
- обезбјеђење потребних података и статистичке документације од значаја за туризам и угоститељство;
- обављање послове управног надзора и нормативно - правних послова из области туризма и угоститељства.

Послови на промоцији и унапређивању туризма односе се на послове информативно-пропагандне дјелатности у туризму, формирање и развој информационог система у туризму Републике и остваривање регионалне и међународне сарадње у области туризма. Институције које обављају поменуте послове су туристичке организације, које се и оснивају са циљем да промовишу туристички производ на државном или локалном нивоу, да се унаприједи развој постојећег туристичког производа и подстакне развој новог. По Закону, туристичке организације могу бити на нивоу државе (ТОРС), на нивоу града или општине и међуопштинске туристичке организације.

Локалне туристичке организације усклађују своје активности са активностима ТОРС-а, док истовремено одлуке из Статута морају ускладити са уредбама Закона којег је на снагу донијело Министарство трговине и туризма.

Туристичка организација града Бања Лука је основана Одлуком Скупштине града Бања Лука 25.09.2003. године у циљу валоризације, очувања и заштите туристичких вриједности на подручју града Бања Лука. Почела је са радом 24.08.2004.године. Неке од дјелатности Туристичке организације града Бања Лука су:

- Усмјеравање активности носилаца туристичке понуде на обогаћивању и подизању нивоа квалитета туристичких и туризму комплементарних садржаја и стварању атрактивног туристичког амбијента на територији Града;
- Организовање туристичке, информативно-пропагандне дјелатности, културних, спортских и других манифестација од интереса за унапређење туризма Града;
- Унапређење и промоција изворних вриједности (традиција, обичаји, етнолошко благо и др.) туристичког подручја којем припада Град и стварање услова за њено коришћење;
- Организовање конгреса и других облика пословног туризма;
- Промоција и организовање акција у циљу очувања туристичког простора, унапређења туристичког окружења и заштите животне средине на подручју Града;
- Посредовање у пружању услуга туристичког водича и услуга смјештаја (првенствено у приватном смјештају);
- Оснивање туристичко-информативних центара за информативно-пропагандну дјелатност Града у циљу обавјештавања посјетилаца о туристичким, културним и другим вриједностима Града;
- Обављање и других послова и радњи од интереса за промоцију и развој туризма на подручју Града у складу са Законом, Статутом и захтјевом оснивача

У Бањауци послује већи број туристичких агенција (преко 20). Већина њих се бави искључиво или претежно иницијативним туризмом. Треба напоменути да туристичке агенције, углавном, немају припремљене програме за туристе који би посјетили Бањулуку, иако је то по Закону о туризму у дјелокругу њиховог посла. На рецептивном туризму до сада је највише урадила агенција „*Zepter passport*“, која нуди услуге рафтинга на Врбасу и риболова/мушичарења на подручју сјеверозападне Босне, као и агенција „*Guideline*“, специјализована за авантуристички туризам. Туристичка агенција „Унис Турс“ се ангажовала у изради туристичких рецептивних програма (аранжмана) усмјереним првенствено ка потенцијалним туристима из градова са којима је Туристичка организација града Бања Лука потписала Споразуме о пословно-техничкој сарадњи.

6. Анализа конкурентности

6.1. Дефинисање основа конкурентности

Конкурентност туристичке дестинације се заснива на ставу да је искуство, односно доживљај који туриста стиче у туристичкој дестинацији, основни производ у туризму.

Конкурентност туристичке дестинације је способност дестинације да повећа туристичку потрошњу, да привлачи више туриста обезбјеђујући им задовољавајућа искуства која се памте и да то чини на профитабилни начин, уз побољшање добробити локалног становништва и очување природних и културних блага дестинације за будуће генерације.

Може се констатовати да је нека туристичка дестинација конкурентна онда, када инвестиције повезане с туризмом имају вишу стопу профитабилности, него што је то случај у другим туристичким дестинацијама. На тај начин ове дестинације постају привлачне за инвеститоре, за запослене привреднике и за цјелокупну локалну популацију.

Конкурентност неке туристичке дестинације на глобалном тржишту је најуже повезана с различитим елементима туристичке понуде као што су нпр. бројност и квалитет смјештајних капацитета, разноврсност и квалитет угоститељске понуде, природна и културна баштина, стање комуналне инфраструктуре, али и гостољубивост, вриједност за новац, законска рјешења која регулишу туристичку дјелатност, доступност, туристичка сигнализација и сл. Другим ријечима, да би нека туристичка дестинација била конкурентна, потребно је да многобројни елементи туристичке понуде буду сложени на адекватан начин.

Свјетски економски форум је у свом извештају за 2011. годину извршио рангирање према конкурентности у туризму за 139 земаља свијета. Увид у конкурентност у туризму појединих земаља добија се на помоћу истраживања која сваке године израђује Свјетски економски форум.

Индекс туристичке конкурентности мјери факторе који потичу развој туристичке и индустрије путовања у појединим земљама, а састоји се од три категорије које обухватају правну регулативу, повољно окружење за развој пословања, те квалитет људских ресурса уз богатство културних и националних добара. Дobar пласман на љествици конкурентности указује на важност подршке економске и законске регулативе, као и квалитет транспорта и туристичке инфраструктуре. Свака од категорија оцјењује се додатним индикаторима.

КАТЕГОРИЈЕ

1. ПРАВНИ ОКВИР (подиндекс А)
2. ИНФРАСТРУКТУРА И ПОСЛОВНО ОКРУЖЕЊЕ (подиндекс Б)
3. ЉУДСКИ, КУЛТУРНИ И ПРИРОДНИ РЕСУРСИ (подиндекс Ц)

ИНДИКАТОРИ ЗА ПРАВНИ ОКВИР

1. Правна регулатива:

- 1.1 Учесталост страног власништва
- 1.2 Имовинска права
- 1.3 Пословни утицај правила о директним страним улагањима
- 1.4 Захтјев за визу
- 1.5 Отвореност билатералних споразума ваздушног промета
- 1.6 Транспарентност државне политике
- 1.7 Вријеме потребно за покретање посла

- 1.8 Трошкови за покретање посла
- 1.9 ГАТС обавезе
- 2. **Одрживост животне средине:**
 - 2.1 Строгоћа прописа заштите животне средине
 - 2.2 Извршење прописа заштите животне средине
 - 2.3 Одрживост развоја индустрије туризма и путовања
 - 2.4 Емисија угљен диоксида
 - 2.5 Концентрација
 - 2.6 Угрожене врсте
 - 2.7 Уговор о ратификацији заштите животне средине
- 3. **Сигурност:**
 - 3.1 Трошкови проузроковани пријетњом тероризма
 - 3.2 Поузданост полицијске службе
 - 3.3 Трошкови проузроковани насиљем и криминалом
 - 3.4 Саобраћајне несреће на путевима
- 4. **Здравство и хигијена:**
 - 4.1 Број лекара на 1000 становника
 - 4.2 Приступ напредним санитарним чворовима
 - 4.3 Приступ побољшаним изворима питке воде
 - 4.4 Болнички кревети
- 5. **Приоритет дат туризму:**
 - 5.1 Владин приоритет индустрији туризма
 - 5.2 Државна потрошња на индустрију путовања и туризма
 - 5.3 Ефикасност маркетинга и брендирања
 - 5.4 Опсежност годишњих података о туризму и путовања
 - 5.5 Правовременост пружања мјесечних / кварталних података

ИНДИКАТОРИ ЗА ИНФРАСТРУКТУРУ И ПОСЛОВНО ОКРУЖЕЊЕ

- 1. **Инфраструктура ваздушног саобраћаја**
 - 1.1 Квалитет инфраструктуре ваздушног саобраћаја
 - 1.2 Број слободних сједишта по пређеном километру (домаћи летови)
 - 1.3 Број слободних сједишта по пређеном километру, (страни летови)
 - 1.4 Поласци на 1000 становника
 - 1.5 Густина аеродрома
 - 1.6 Број оперативних авиолинија
 - 1.7 Међународна мрежа ваздушног саобраћаја
- 2. **Инфраструктура копненог саобраћаја**
 - 2.1 Квалитет путева
 - 2.2 Квалитет жељезничке инфраструктуре
 - 2.3 Квалитет лучке инфраструктуре
 - 2.4 Квалитет мреже копненог саобраћаја
 - 2.5 Густина путева
- 3. **Туристичка инфраструктура**
 - 3.1 Хотелске собе
 - 3.2 Присутност великих *rent-a-car* компанија
 - 3.3 Банкоматско прихватање платних картица
- 4. **Инфраструктура информационо-комуникационих технологија**
 - 4.1 Обим кориштења интернет пословања

- 4.2 Интернет корисници
- 4.3 Телефонске линије
- 4.4 Широкопојасни интернет претплатници
- 4.5 Претплатници мобилне телефоније
- 5. **Цијеновна конкурентност у Т&Т (Путовања и Туризам) индустрији**
 - 5.1 Цијена карте и аеродромски трошкови
 - 5.2 Паритет куповне моћи
 - 5.3 Обим и ефекти наплате
 - 5.4 Нивои цијена горива
 - 5.5 Хотелски цијеновни индекс

ИНДИКАТОРИ ЗА ЉУДСКЕ, КУЛТУРНЕ И ПРИРОДНЕ РЕСУРСЕ

- 1. **Људски ресурси:**
 - 1.1 Упис у основно образовање
 - 1.2 Упис у средњошколско образовање
 - 1.3 Квалитет образовног система
 - 1.4 Локална доступност истраживања и обуке
 - 1.5 Обим обуке кадрова
 - 1.6 Праксе запошљавања и отпуштања
 - 1.7 Једноставност запошљавања стране радне снаге
 - 1.8 ХИВ учесталост
 - 1.9 Утицај ХИВ-а на пословно окружење
 - 1.10 Животни вијек
- 2. **Афинитет према туризму:**
 - 2.1 Отвореност туризма
 - 2.2 Однос становништа према страним посјетиоцима
 - 2.3 Продужење препоручених пословних путовања
- 3. **Природни ресурси:**
 - 3.1 Број локација природне културне баштине
 - 3.2 Заштићена подручја
 - 3.3 Квалитет природног окружења
 - 3.4 Број познатих врста
- 4. **Културни ресурси**
 - 4.1 Број мотива Свјетског културног наслеђа
 - 4.2 Спортски терени
 - 4.3 Број међународних сајмова и изложби
 - 4.4 Извози креативне индустрије

Мјесто које заузимају земље чији су градови одабрани као конкурентски сет за дестинацију Бање Луке дати су у следећој табели:

Табела 13: Рангирање по конкурентности земаља чији су градови изабрани за конкурентски сет

Ранг	Држава	Укупан пласман	Правни оквир		Инфраструктура		Ресурси	
			Пласман	Оцјена	Пласман	Оцјена	Пласман	Оцјена
1.	Словенија	33.	29.	5.19	33.	4.70	53.	4.03
2.	Хрватска	34.	42.	5.02	36.	4.58	43.	4.23
3.	Србија	82.	67.	4.57	87.	3.39	94.	3.60
4.	БиХ	97.	92.	4.42	97.	3.14	103.	3.49

Извор: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum, 2011.

Из горње табеле се може видјети да је по укупној конкурентности туризма, Босна и Херцеговина заузела 97. мјесто, од чега по подиндексу А - 92. место, подиндексу Б – 97. место и подиндексу Ц – 103. место. На основу дате табеле, уочава се да је БиХ у односу на земље у окружењу добила најлошију оцјену у укупном индексу конкурентности. Посматрано по категоријама, најбољи пласман остварила је у правном оквиру гдје је заузела 93. мјесто, док ју је оцјена природних, културних и људских ресурса од 3.49 сврстала на сами крај табела, тачније на 103. мјесто.

Такође, исти извјештај СЕФ⁷ о индексу конкурентности за 2011. годину показује да се БиХ, у односу на претходне године, попела са 103. мјеста на 97. што је охрабрујући податак. Упркос томе, БиХ је далеко од земаља које имају развијену индустрију туризма.

Индикатори, по којима је БиХ високо рангирана, су присуство rent-a-car компанија, превенција HIV-а, политика запошљавања и давања отказа, квалитет животне средине, број угрожених врста, број спортских терена, правовременост добијања информација о туризму и путовањима.

С друге стране, индикатори који су Босну и Херцеговину пласирали на само зачеље љествице су имовинска права, строгоћа прописа о заштити животне средине, транспарентност државне политике, приоритет који Влада даје туризму, ефекти маркетинга и брендирања, квалитет инфраструктуре ваздушног саобраћаја, квалитет саобраћајница и др.

6.2 Основе конкурентности Бање Луке као туристичке дестинације

У табели испод, а на основу изабраних индикатора, извршена је процјена постојеће ситуације на подручју града Бања Лука.

Табела 14: Процјена постојеће ситуације на подручју града Бање Луке (1 лош, 2 задовољавајући, 3 добар, 4 врлодобар и 5 одличан)

Процјена постојеће ситуације	Оцјена				
	1	2	3	4	5
Географски положај					x

⁷ Свјетски економски форум

Урбана естетика и уређеност јавних површина			x		
Чиста и очувана природа и љепота пејзажа				x	
Ресурси и атракције које могу да привуку туристе			x		
Контрола нивоа загађења и буке			x		
Информације о атракцијама, услугама, производима и активностима на страним језицима			x		
Доступност из других земаља				x	
Доступност унутар земље			x		
Хоризонтална и вертикална саобраћајна сигнализација				x	
Систем туристичког означавања/обилежавања				x	
Ниво личне и комерцијалне сигурности				x	
Квалитет комплементарних услуга и јавни транспорт				x	
Паркиралишне зоне			x		
Квантитет и квалитет смјештајне понуде			x		
Квалитет и разноврсност угоститељских објеката			x		
Локална гастрономија и њено коришћење као туристичког производа				x	
Организација дестинацијског менаџмента	x				
Професионализам и квалитет људских потенцијала			x		
Спремност људског потенцијала да прихвати нове производе и активности			x		
Гостољубивост					x
Интерес за инвестирање у туризам Бање Луке		x			
Свијест локалне популације о значају очувања природне и културне баштине града			x		

У склопу пројекта *Vrbas Adventure Resort* извршено је анкетирање посјетилаца града Бање Луке са циљем прикупљања информација о структури туриста и њиховим интересовањима према постојећој туристичкој понуди града Бања Лука. Анкета је проведена у периоду од 17.03.2009. до 01.05.2009. године. Анкетирање је вршено на дешавањима и манифестацијама које су организоване на подручју града Бања Лука, угоститељским објектима, хотелима и на улицама града Бање Луке.

Анкетни узорак

У року од 44 дана анкетирано је укупно 504 испитаника. Заступљени су испитаници свих узраста, и то 25,20% младих до 25 година, 57,54% испитаника од 25-40 година и 16,27% испитаника у доби од 40-60 година, док је број старијих од 60 година био занемарив (0,99%). Што се тиче полне структуре, 55,56% испитаника је било мушког пола и 44,44% женског

пола. Потребно је напоменути да је анкетање вршено ван туристичке сезоне. Из тог разлога већина анкетирања је рађена на разним манифестацијама и догађањима у граду.

Циљ анкете био је да се формира јасна и реална слика о туристима који долазе у Бањалуку, како о њиховој образовној и старосној структури, тако и о начину организовања њиховог путовања. Такође, од испитаника се жељело сазнати које их туристичке активности занимају, а с друге стране, требали су оцјенити постојећу туристичку понуду града Бање Луке, квалитет смјештаја, гостопримство домаћина и становништва. Сазнања о интересима и жељама туриста требала су да служе као смјернице и извор за унапређење и прилагођавање туристичке понуде града Бање Луке.

У наставку текста приказан је дио статистичких података до којих се дошло након обраде анкета, а који ће бити од помоћи у дефинисању основа конкурентности Бање Луке као туристичке дестинације.

Резултати анкете

Општи подаци о туристима:

Земља вашег сталног боравка	БиХ	Србија	Словенија	Хрватска	Италија	Остали	Укупно
Број	143	82	66	58	16	139	504
Процентуално	28,37%	16,27%	13,10%	11,51%	3,17%	27,58%	100%
Пол	Мушки		Женски		Укупно		
Број	280		224		504		
Процентуално	55,56%		44,44%		100%		
Старосна доб	До 25 година	Од 25 до 40 година	Од 40 до 60 година	Преко 60 година	Укупно		
Број	127	290	82	5	504		
Процентуално	25,20%	57,54%	16,27%	0,99	100%		
Ниво образовања	Основно	Средња стручна спрема	Виша/висока стручна спрема	Магистар/Доктор	Укупно		
Број	11	181	260	52	504		
Процентуално	2,18%	35,91%	51,59%	10,32%	100%		

Оцјена туристичке понуде града Бања Луке:

Путна комуникација до одређишта	Врло лоша	Лоша	Добра	Врло добра	Одлична	Укупно
Број	2	102	280	83	37	504
Процентуално	0,40%	20,24%	55,56%	16,46%	7,34%	100%
Смештај	Врло лоша	Лоша	Добра	Врло добра	Одлична	Укупно
Број	-	23	126	259	96	504
Процентуално	0%	4,56%	25%	51,39%	19,05%	100%
Гастрономска понуда	Врло лоша	Лоша	Добра	Врло добра	Одлична	Укупно
Број	1	18	55	208	222	504
Процентуално	0,20%	3,57%	10,91%	41,27%	44,05%	100%

<i>Понуда културних дешавања и манифестација</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	7	111	168	172	46	504
Процентуално	1,39%	22,02%	33,33%	34,13%	9,13%	100%
<i>Понуда активности у слободно вријеме</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	38	104	152	156	54	504
Процентуално	7,54%	20,64%	30,16%	30,95%	10,71%	100%
<i>Доступност информација</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	26	125	198	113	42	504
Процентуално	5,16%	24,80%	39,28	22,42%	8,34%	100%
<i>Туристичка сигнализација</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	27	133	203	113	28	504
Процентуално	5,36%	26,39%	40,28%	22,42%	5,55%	100%
<i>Понуда културно-историјских садржаја</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	34	152	165	124	29	504
Процентуално	6,75%	30,16%	32,74%	24,60%	5,75%	100%
<i>Гостопримство локалног становништва</i>	<i>Врло лоша</i>	<i>Лоша</i>	<i>Добра</i>	<i>Врло добра</i>	<i>Одлична</i>	<i>Укупно</i>
Број	-	5	25	217	257	504
Процентуално	0%	0,99%	4,96%	43,05%	51,00%	100%

Чести коментари испитаника:

У анкети су биле и рубрике "Шта вам се свидјело за вријеме посјете", "Шта вам се није свидјело за вријеме ваше посјете" и рубрика "Шта мислите да недостаје у туристичкој понуди града Бања Лука". Те рубрике нису биле обавезне приликом попуњавања анкета. У том дијелу анкете туристи су могли написати своје позитивне и негативне импресије о граду Бањој Луци и мишљење о томе шта недостаје у туристичкој понуди.

Сљедећи коментари испитаника су били најчешћи:

<i>Позитивни:</i>	<i>Негативни:</i>
- ријека Врбас,	- густ саобраћај и гужва у граду,
- тврђава Кастел,	- стање тврђаве Кастел,
- гостољубивост,	- кратко радно вријеме угоститељских објеката,
- зеленило у граду,	- ноћни живот.
- уредност,	
- разнолика понуда у центру града,	
- храна.	

Закључак

Спроводићи оцјењивање постојеће туристичке понуде града Бање Луке на бази 9 параметара, дошло се до следећих резултата:

	Врло лоша	Лоша	Добра	Врло добра	Одлична	Укупно
Број	135	773	1372	1445	811	4536
Процентуално	2,98%	17,04%	30,25%	31,85%	17,88%	100%

Најчешћи одговор у анкети је био Врло добра (31,85%), а иза њега Добра (30,25%).

Након тога долази оцјена **одлична** (17,88%), док **лоша** (17,04%) и **врло лоша** (2,98%) остају на крају. Важно је нагласити да се за оцјену **врло лоша** одлучио веома мали, занемарив број испитаника. Из ове табеле видимо да Бања Лука увелико задовољава потребе туриста и да је потребно уложити мало труда и побољшања да би туристи били у потпуности задовољни.

Убједљиво највишу оцјену је добила категорија **гостопримство становништва**, коју је чак 51,00% испитаника оцјенило са **одлична** и 43,05% са **врло добра**.

Након тога, највећи плус нашем граду је **храна**, 44,05% одличних оцјена и 41,27% врло добрих, иако смо добили мали број коментара да је недовољан број ресторана у граду.

Смјештај је следећа најбоље оцјењена категорија са 51,39% врло добрих оцјена, са много позитивних коментара о гостопримству домаћина.

Остале категорије су углавном оцјењене као **добре**, с тим да су највише негативних оцјена добила **понуда** културно-историјских садржаја и **активности у слободно вријеме**.

Захваљујући анкети дошло се до сазнања да млади до 25 година углавном долазе туристички у групама од 2-5 особа, занимају их многе авантуристичке активности и у просјеку се задржавају од 1-3 дана. Највеће примједбе имају на ноћни живот, гастрономска понуда их увелико задовољава, као и гостопримство домаћег становништва.

Особе од 25 до 40 година углавном долазе због пословних обавеза, а мали дио свраћа у посјету родбини и пријатељима. Најчешће долазе сами или у паровима, остају до 2 дана и углавном се жале на гужву у граду и недостатак ознака и сигнализације.

Особе од 40-60 година су најмање заступљена категорија туриста у граду и углавном су то високо образовани људи који долазе туристички, путем путничких агенција. Већином се задржавају од 5 до 7 дана, а неколицина њих је само у пропутовању и остаје максимално 2 дана. У ову групу спада и занемариви број особа преко 60 година.

Свеукупно гледајући, из ове анкете се може закључити да град Бања Лука углавном задовољава већину потреба страних туриста. Велики потенцијал је у становништву, чије је гостопримство од већине испитаника добило највећу оцјену. Велики број туриста види Бањалуку као зелен и чист град и жељели би да такав и остане. Храна је, такође, један од елемената који је добио високу оцјену код туриста. Главни недостатци су лоша сигнализација, а велики број испитаника се жалио и на непостојање латиничног писма, јер им је ћирилично непознато. Иако је било много позитивних коментара на љепоту Кастела, велики број испитаника је критиковао што је Кастел у лошем стању и констатовао да је то срамота за град.

6.3. Конкурентске дестинације

Приликом одабира конкурентског сета дестинације Бања Лука коришћени су следећи критеријуми:

- Главни градови – административни, трговински, културни и универзитетски центри својих земаља
- Градови који се профилишу као дестинације авантуристичког, градског, руралног, вјерског, МІСЕ туризма и градови који, као дестинације у развоју, у понуди ових сегмената туризма представљају снажну конкуренцију Бањој Луци
- Развијеност туристичке и саобраћајне инфраструктуре
- Градови који у оквиру својих земаља, спадају међу назначајније туристичке дестинације
- Велики број туристичких, културних и спортских манифестација
- Богата гастрономска понуда (велики број ресторана националне и интернационалне кухиње)
- Велики број кафеа, пабова, клубова, дискотека – богат ноћни живот
- Градови за које смо у могућности добити неопходне информације за мјерење и анализе.

На основу наведених критеријума, одабран је слиједећи сет конкурентских дестинација:

1. Крагујевац (Србија)
2. Београд (Србија)
3. Суботица (Србија)
4. Осијек (Хрватска)
5. Загреб (Хрватска)
6. Мостар (БиХ)
7. Крањ (Словенија)
8. Бања Лука (Република Српска)

Подаци су прикупљани коришћењем званичних интернет презентација туризма наведених градова и на основу упитника који је достављен надлежним организацијама за туризам свих градова.

Конкурентност посматраних дестинација на међународном туристичком тржишту у великој мјери је повезана са конкурентношћу земаља чији су градови.

6.4. Бенчмаркинг

Бенчмаркинг је алат који помаже у побољшању пословања субјеката и представља широко распрострањену праксу у пословноме свијету. Бенчмаркинг је врло значајан процес којим се добијају кључни елементи за успостављање ефикасног пословног процеса у формирању финалног производа и његовог тржишног позиционирања.

Постоје различите врсте бенчмаркинга, од интерног до екстерног, али је за успјех значајан избор стандарда. Ако се одлучимо за конкуренцијски бенчмаркинг и изаберемо партнера чије су перформансе лошије од субјекта који се упоређује, резултати ће изостати, што, свакако, није циљ.

Појашњење значења ријечи бенчмаркинг јесте компаративна анализа с поређењем, али пошто се ради о описном поређењу појмова, прихватљивије је користити се туђицом која је већ дубоко заживјела у нашем говорном подручју. Закључује се како је бенчмаркинг поступак

постављања циљева, дефинисања програма и политика ради постизања резултата бољих од осталих у сектору и/или код конкуренције.

Иако се у туризму релативно мање користи, фокусирање бенчмаркинга у подручје туризма указује на следеће приступе:

- Бенчмаркинг профитно оријентисаних субјеката
- Бенчмаркинг непрофитно оријентисаних туристичких организација
- Бенчмаркинг дестинације

Када је ријеч о туризму, показатељи мјерења могу се такође раздвојити на квантитативне и квалитативне показатеље. Будући да се говори о услужном сектору, квантитативни су показатељи прецизнији, али свакако, треба обратити већу пажњу на квалитативне и то на оне који се односе на задовољство госта, а који су подложни високом нивоу субјективности. За потребе бенчмаркинга туризма Бање Луке коришћена је комбинација приступа по принципу екстерног конкурентског бенчмаркинга (поређење са директним конкурентима, у овом случају Загреб, Осиек, Мостар, Суботица, Београд, Крагујевац, Крањ) и по принципу конкурентског функционалног бенчмаркинга (поређење не само са конкурентима већ и са најуспешнијим у сличним дјелатностима, у овом случају Загреб и Београд).

Квалитативном поређењу су подвргнута туристичка искуства у дестинацијама које су предмет бенчмаркинга, најважнија емитивна тржишта за ове дестинације и организација туризма у анализираним дестинацијама.

Приликом анализе конкурентских дестинација, поред основних података о земљи, разматране су следеће карактеристике:

- Туристичке атракције
- Развијеност МІСЕ: Број организованих скупова у 2011. години
- Доступност: Повезаност *low-cost* летовима
- Туристичка инфраструктура: Број смјештајних објеката, по категоријама
- Туристички промет у 2011. години са процентом страних туриста
- Најважнијих пет тржишта по броју долазака туриста
- Буџет
- Организација туризма на нивоу дестинације и буџет за промоцију
- Лого и слоган

Табела 15: Основне карактеристике дестинације

Назив града:	Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука
Држава:	Србија	Србија	Србија	Хрватска	Хрватска	БиХ	Словенија	БиХ
Регион:	Шумадија	Западни Балкан	АП Војводина, Сјеверна Бачка	Славонија	Сјеверна Хрватска	Херцеговачко-неретвански кантон/жупанија	Горењска	Република Српска
Површина државе (km ²)	88.361	77.508	77.508	56.594	56.542	51.129	20.273	51.129
Број становника државе:	7.120.666 (попис 2011.)	Око 7.700.000	Око 7.700.000	4.290.612	4.290.612	Око 3.850.000	2.040.788	Око 3.850.000
Члан ЕУ:	не	не	не	од 2013.	од 2013.	не	да	не
Број становника града:	177.468 (попис 2011)	Око 1.700.000	140.538 (попис 2012)	107.784	792.875	Око 120.000	53.000	Око 250.000
Ријека:	Лепеница	Сава и Дунав	-	Драва	Сава	Неретва	Сава и Кокра	Врбас
Туристичке атракције:	Културно-историјски комплекс “Милошев венац”	Авала	Градска кућа - сецесијска архитектура	Барокна градска језгра Тврђа	Комплекс Катедрале и Надбискупс-ког двора	Стари мост у Мостару, саграђен 1566. год.	Старо градско језгро	Тврђава Кастел
	Спомен парк “Крагујева-чки октобар”	Топцидер	Синагога – сецесијска архитектура	Конкатедрала	Тржница Долац	Стара градска језгра под заштитом UNESCO-а	Кањон ријеке Кокре	Рафтинг Врбасом
	Акваријум “Крагујевац”.	Калемегдан	Рајхл палата – сецесијска архитектура	Сецесија	Црква Св. Марка	Бишћевећа кућа, саграђена 1635. год.	Тунели под старим Крањем	Самостан Марија Звјезда
	Манастири	Скадарлија	Катедрала Св Терезије Авилске,	Музеј Славоније	Кула Лотршчак	Кајтазова кућа из 18. вијека	Познате личности (песник Франце Прешерен, изумитељ фотографије на стаклу Јанез Пухар, сликар са краја 18. века Леополд Лауер)	Споменик палим Крајишницима
		Ада Циганлија	Фрањавачка црква св.Михвила	Археолошки музеј	Зграда ХНК	Карађозбегова џамија из 16. вијека	Црква св.Канцијана, једна од најлепших готских цркава у Словенији	Храм Христа Спаситеља
		Земун	Православна црква Вазнесења Господњег	Стална изложба шкољки	Мештровићев павиљон	Коски Мехмед-пашина џамија изграђена 1617. године	Град Кхислстеин	Џамија Ферхадиджа

		Спавови на Сави и Дунаву	Плава фонтана и парк испред Градске куће	Градске галерије	Мирогојске аркаде с куполама	Крива Ћуприја , изграђена 1558. године	Горењски музеј	Вожња дајаком
		Музеји	Улица М. Корвина – улица кафића	Градски паркови	Парк Максимир	Стара православна црква , изграђена 1833. год.	Пирчева барварна	Музеји
		Краљевски комплекс на Дедињу	Језеро Палић	Ријека Драва	Парк Зрињевац	Партизанско спомен гробље , изграђено 1965. год.	Лауерјева кућа	Манастири Крупа и Гомионица
		Храм Светог Саве	Сецесијске грађевине (Женски шtrand, Велика терса, Водоторањ), Палић	Копачки рит	Трг бана Јосипа Јелачића	Дервишка Текија на Врелу Буне у Благају	Прешернов гај	Слапови и воденице на Крупи
		Ноћни живот	Зоо врт - Палић	Барања	Трг краља Томислава	Муслибеговића кућа из 18. вијека	Трбојско језеро	Приказ народних обичаја
		Национална кухиња	Спец. резерват природе Лудашко језеро	Казалишта	Језера Јарун и Бундек	Рујиште- зимско излетиште	Парк Брдо	Тандем скок падобраном

У табели 15 су приказани упоредни подаци конкурентских дестинација у односу на њихов значај за државу и регион, површину и број популације, као и главни ријечни токови с обзиром да је туристичка понуда Бање Луке умногоме оријентисана на ријеку Врбас.

Из прегледа датог у табели 15 види се да све посматране дестинације располажу низом туристичких атракција, прије свега богатим културно-историјским наслеђем, сакралним објектима и сакралном архитектуром, природним знаменитостима као и понудом у културном туризму, што их чини дестинацијама занимљивим за провођење кратких одмора или обилазака у оквиру кружних путовања.

У поређењу са конкурентским градовима, Бања Лука не заостаје много или уопште по вриједности туристичких атракција, али је примјетан заостатак у начину представљања тих атракција туристима и недостајући пратећи садржај.

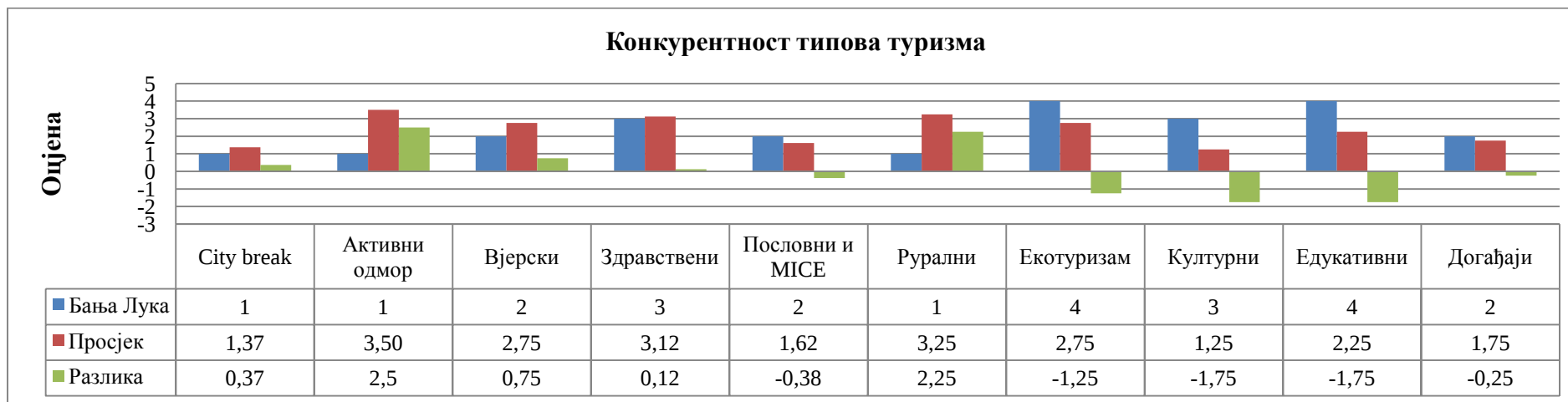
Подаци из табеле показују да се Бања Лука заједно са Мостаром налази у држави средње величине по површини и броју становника, а спада и у ред средњих градова по броју становника у дестинацији. Све конкурентске дестинације имају ријеку, осим Суботице која има језеро Палић.

Табела 16: Оцјена типова туризма према важности: 1 – веома важан, 2 – важан, 3 – довољно важан, 4 – дјелимично важан, 5 - неважан

Оцјена типова туризма дестинације по важности:	Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука	Средња оцјена
City break	1	1	1	1	1	3	2	1	1,37
Авантуризам	4	3	4	5	4	4	3	1	3,50
Вјерски туризам	2	2	4	4	2	2	4	2	2,75
Здравствени туризам	3	2	1	4	3	5	4	3	3,12
Пословни и MICE туризам	1	1	1	2	1	3	2	2	1,62
Етно и сеоски туризам	2	4	2	3	5	3	3	4	3,25
Екотуризам	2	1	2	2	4	3	4	4	2,75
Културни туризам	1	1	1	1	1	1	1	3	1,25
Едукативни	1	3	2	1	2	3	2	4	2,25
Догађаји	2	1	1	1	2	3	2	2	1,75

Табела 16 показује да су City break и културни туризам најважнији типови туризма за посматране дестинације. Бања Лука има мању конкурентност у едукативном и културном туризму, али авантуристички и вјерски туризам су најконкурентнији типови туризма за Бањалуку, али не и за већину конкуретских дестинација, што може бити компаративна предност на регионалном тржишту.

Графикон 6: Конкурентност типова туризма у односу на изабране дестинације



Табела 17: Број скупова и ваздушни саобраћај

Назив града:	Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука
Број организованих скупова и учесника (MICE) у 2011. години:	50 скупова 2000 учесника 18 сајамских манифестација и стручних изложби	100 скупова	непознато	око 30, са 5.000 – 6.000 учесника	223 скупа 39.361 учесника	Неких 20-есетак скупова	1 467 скупова	Око 80 скупова
Авио компаније и повезаност low-cost летовита:	Удаљеност од аеродрома “Никола Тесла” је 150 km, од аеродрома “Константин Велики” у Нишу око 150 km, од аеродрома “Морава” у Лађевцима око 50 km	Lufthansa, Fly Niki, Norwegian, Easy jet...	Све компаније које лете из Београда и Будимпеште (180 km од Суботице) Germanwings, Norwegian Air Shuttle, Fly Niki, Wind Jet, Wizzair, Air Baltic, Spanair, Aer Lingus, EasyJet, Jet2, Ryanair – low budget kompanije	Ryanair – аеродром Осијек-Клиса	Aeroflot, Air france / KLM, Austrian airlines, Croatia airlines, Čsa, Easyjet, Germanwings, Lufthansa, Norwegian, Malev, Spanair, Tap, Turkish airlines	Nema low-cost летова	Adria Airways Air France ČSA Czech Airlines Easyjet Finnair Montenegro Airlines Turkish Airlines	BH Airlines, Air Srpska; Нема low-cost летова

Табела 17 показује да се Бања Лука са 80 скупова у 2011. години налази иза лидера конкурентности, односно регионалних главних градова Загреба и Београда као и иза Крања. Нешто лошија ситуација је са ваздушним саобраћајем јер бањалучки аеродром сарађује само са једном авио компанијом и нема low-cost летове.

Табела 18: Поређење основних карактеристика тијела одговорног за развој туризта

Информације о тијелу одговорном за развој туризта на нивоу града/општине:								
	Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука
Назив:	Градска туристичка организација “Крагујевац”	Туристичка организација Београда	Туристичка организација града Суботице	Туристичка заједница града Осијека	Туристичка заједница града Загреба	Туристичка заједница Херцеговачко-неретванског кантона/жупаније	Завод за туризем Крањ	Туристичка организација града Бања Лука
Облик регистрације:	установа	Туристичка организација	Јавна служба; оснивач град Суботица;	Туристичка заједница	Туристичка заједница	Квази владина непрофитна организација, тијело основано по Владином закону,	Јавна установа	Јавна служба

Основне активности:	промоција града и његових туристичких вриједности, информативно-пропагандна функција, сарадња са привредним и осталим туристичким субјектима у циљу побољшања туристичке понуде, организација манифестација и догађаја	Промоција и развој туристичке понуде града	Унапређење и допринос успешнијем пословању привреде за обављање послова у функцији промоције и пропаганде туризма	Општа туристичка промоција	Остварења и промоција туристичких знаменитости и идентитета главног града, подизања квалитете туристичке понуде, његове промоције и обављања промотивних активности у земљи и иностранству од заједничког интереса за све субјекте у туризму Града.	Промоција и унапређење туризма на подручју ХНК/Ж	Развој и промоција туризма; организација догађаја у граду; развој града	Стварање атрактивног туристичког амбијента на територији Града; Организовање туристичке, информативно-пропагандне дјелатности, културних, спортских и других манифестација; Унапређење и промоција изворних вриједности; Организовање конгреса и других облика пословног туризма; Промоција и организовање акција у циљу очувања туристичког простора.
Буџет у 2011. години:	/	1.253.375,00 EUR	142.347,00 EUR	399.249,00 EUR	/	576.160,00 EUR	800.000,00 EUR	528.880,00 EUR
Структура прихода:								
Боравишна такса	/	/	70.00%	10.00%	/	24.00%		14,00%
Туристичка такса	/	/	/	75.00%	/	76.00%	5 %	
Буџет града	67,82%	/	5.00%	5.00%	/	/	70%	70,00%
Маркетинг активности	0,67%	/	/	/	/	/		13,73%
Донације	/	/	23.00%	/	/	/	1%	
Спонзори	/	/	/	/	/	/	10%	
Остало	31,51%	/	2.00%	10.00%	/	/	14%	2,27
Расподела буџета:								
Маркетинг	0,93%	/	25.00%	65%	/	20%	10%	8,40 %
Особље	66,09%	/	40.00%	27%	/	31 %	25%	70,03 %
Инфраструктура	0%	/	25.00%	0%	/	43%	8%	0,00 %
Административн и трошкови	4,96%	/	5.00%	8%	/	3%	10%	10,72 %
Остало	28,02%	/	5.00%	0%	/	3%	47%	10,85 %

Сва тијела одговорна за развој туризма конкурентских дестинација су јавне службе, непрофитне организације основане на основу државних закона. За основну активност тијела одговорних за развој туризма, у свим конкурентским дестинацијама, је наведена промотивна активност као и друге активности на развоју и унапређењу туризма. Буџет Туристичке организације града Бања Лука у односу на конкурентске организације из региона, има средње вриједности и заостаје за Туристичком организацијом Београда, Туристичком заједницом Херцеговачко-неретванског кантона, Заводом за туризам Крањ, а вјероватно и Туристичком заједницом Загреба које дјелују у водећим конкурентским дестинацијама.

Иако подаци нису били доступни за сва тијела одговорна за развој туризма конкурентских дестинација, из табеле 18 се може уочити да туристичка такса и буџет града/општине/жупаније чине основне изворе прихода, као и туристичка такса/накнада у дестинацијама у којима је она законска обавеза. Расходи свих тијела одговорних за развој туризма у конкурентским дестинацијама показују да највећи дио буџета одлази на особље, а затим маркетинг и инфраструктуру.

Табела 19: Преглед смјештајних капацитета конкурентских дестинација

Број објеката и смјештајних јединица по категоријама		Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука
Хотели	Бр. објеката	10	57	8	9	50	20	5	15
	Категорије	1 хотел *****, 3***, 2**; гарни хотели 1***, 3**		6 хотела ****, 2 **	2 хотела ****	3 хотела***** 12 **** 28 *** 7**	Није извршена категоризација		3 хотела**** 7 *** 5 **
	Бр. кревета	350	7.196	471 (собе и апартмани)	382	6 869	2 400	451	784
Мотели	Бр. објеката	/	/	/		/	18		6
	Категорије								2 мотела*** 4 **
	Бр. кревета		/				2 200		43
Хостели	Бр. објеката	/	77	/	1	11		1	6
	Бр. кревета	/	3 266	/	3	864		28	121
Пансиони	Бр. објеката	8	/	16 преноћишта	8	2 преноћишта	35		3
	Категорије		/	2/****, 1/***, 2/**, 11/*	2/****				121
	Бр. кревета	61	/	231	44	91	2 300		
Кампови	Бр. објеката	/	1	/	/	1	10		

	Бр. кревета		50			300			
Приватни смјештај	Бр. објеката	3	104	69	14	194	120	9	8
	Категорије	собе и апартмани за издавање		11/****, 34/***, 21/**, 3/*	2/ ****	1*,2*,3*,4*			26 соба*** 10 соба** 1 соба*
	Бр. кревета	9 соба, 3 апартмана	662	306	44	930	1 138	120	90
Сеоски	Бр. објеката	13	/	1	/	1	/	1	2
	Категорије		/		/				
	Бр. кревета	33			/	6	/	10	10
УКУПНО	објеката	34	238	94	32	267	203	16	32
	Смјештаних јединица	456	11.124	1.009	531	12.053	8.038	609	1.136

Табела 19 показује да смјештајни капацитети Бање Луке имају средње вриједности у односу на посматране дестинације. Београд, Загреб и Мостар предњаче у броју објеката, хотела и смјештајних јединица, осим у појединим типским смјештајима.

Табела 20: Туристички промет конкурентских дестинација

Туристички промет у 2011. години:		Крагујевац	Београд	Суботица	Осијек	Загреб	Мостар	Крањ	Бања Лука
Долазак туриста	Домаћи	16 778	164 588	36 341	33.481	147.743	988.000	2 878	30.019
	Страни	13 895	409 274	19 568	14.312	516.433	912.000	14 824	31.992
	Укупно	30 673	573 862	55 909	47 793	549 914	1900000	17 702	62011
Ноћење туриста	Домаћи	39 828	433 093	62 716	61.040	275.044	574.200	5 180	46.517
	Страни	44 819	811 612	36 924	27.722	869.222	415.800	27 645	55.759
	Укупно	84 647	1 244 705	99 640	88 762	1.144.266	990 000	32 825	102 276
Најважнијих пет тржишта по броју долазака:	1.	Италија	Хрватска	Београд и ужа Србија	Њемачка	Њемачка	Мостар	Њемчка	БиХ
	2.	Словенија	Данска	Бивше југословенске републике	Србија	Италија	Међугорје	Италија	Србија
	3.	БиХ	Немацка	Мађарска	Словенија	САД	Неум	Хрватска	Словенија
	4.	Њемачка	Белгија	Норвешка	БиХ	Шпањолска	Благај	Француска	Хрватска

	5.	Хрватска	Турска	Земље западне Европе	Аустрија	Француска	Коњиц	Шпанија	Аустрија
Лого дестинација		Дестинација нема лого			Дестинација нема лого				
Слоган дестинације		Завичај модерне Србије	<i>Because I love Belgrade</i>		Осијек-град по мјери човјека	<i>Zagreb – the city with a million hearts</i>	<i>Mostar come discover Herzegovina come discover</i>	<i>Kranj – Prešernovo mesto</i>	

7. Стратешка оријентација развоја града Бање Луке до 2020. године

7.1. SWOT анализа

Снаге (S) • Повољан географско – саобраћајни положај, • Близина регионалних емитивних тржишта • Универзитетски, административни, политички, финансијски и културни центар РС, • Највећи град у РС и други по величини у БиХ, • Постојећа инфраструктура⁸, • Разноврсни природни и културни туристички потенцијали, • Специфично етнолошко наслеђе, • Спортска традиција, • Гостопримљивост, • Гастрономија, • Развијене јавне установе и удружења грађана (ТОБЛ, ЦИДЕА, Центар за развој и унапређење села, клубови, КУД-ови...) • Цјеновна конкурентност појединих производа и услуга • Мултикултуралност	Слабости (W) • Ниво сарадње између заинтересованих страна у туризму и увезаност туристичке привреде, • Ниска еколошка и туристичка свијест, • Усклађеност стручног образовања и потребних вјештина са постојећим туристичким трендовима • Непрепознатљив имиџ Града као туристичке дестинације, • Неорганизован дестинацијски менаџмент и одрживо управљање ресурсима, • Структура смјештајних капацитета, • Недовољна примјена информационих технологија у туризму и непостојање резервационих система. • Непотпуна база података и непостојање довољног броја индикатора за праћење развоја туризма. • Неинтегрисана туристичка понуда са окружењем, • Неодовљна улагања у туристички сектор • Мониторинг пословања привредних субјеката у туризму • Неразвијен рецептивни туризам и туристички аранжмани • Неусклађено коришћење простора са потребама туристичког развоја • Неадекватна туристичка инфраструктура • Неравномјерна развијеност урбаних и руралних подручја • Непотизам и корупција
Шансе (O) • Препознатљив туристички имиџ • Брендирани туристички производи, • ЕУ интеграција и провођење ЕУ стандарда, • Развој МСП у области туризма, • Веће инвестирање у туризам и приступ међународним развојним фондовима • Умрежавање и међународна сарадња • Стварање регионалних туристичких производа • Раст потражње туристичког тржишта за континенталним туризмом и очуваном	Пријетње (T) • Политичка и правна нестабилност у БиХ, • Лош имиџ БиХ, • Неприлагођено средње и високо образовање тржишту рада • Остале секторске политике које угрожавају развој туризма (енергетика, индустрија, урбанизам и сл.) • Глобална економска криза. • Тероризам • Климатске промјене • Ниска куповна моћ домаћих туриста

⁸ Инфраструктура подразумјева изграђене саобраћајнице, саобраћајну сигнализацију, канализациону мрежу, снабдијевање водом, струјом и топлотном енергијом, телекомуникације и сл.

животном средином • Информатизација и развој ИТ-а, • Отварање нових радних мјеста генерисаних туризмом, • Унапређење приступачности (аеродром, железница, бициклическе руте и сл.) • Образовање и усавршавање стручног кадра у туризму. • Бања Лука као нова туристичка дестинација европског туризма • Стимулисање предузетништва у туризму • Ефикасна законска регулатива	• Растућа конкуренција туристичких дестинација у окружењу.
--	--

7.2 SWOT матрица (макси-макси стратегија)⁹

Снаге (S)		Шансе (O)	
• Повољан географско – саобраћајни положај • Близина регионалних емитивних тржишта	➡	• Бања Лука као нова туристичка дестинација европског туризма	
• Универзитетски, административни, политички, финансијски и културни центар РС • Највећи град у РС и други по величини у БиХ	➡	• ЕУ интеграција и провођење ЕУ стандарда • Умрежавање и међународна сарадња • Информатизација и развој ИТ-а • Образовање и усавршавање стручног кадра у туризму • Ефикасна законска регулатива	
• Постојећа инфраструктура¹⁰	➡	• Унапређење приступачности (аеродром, железница, бициклическе руте и сл.)	
• Разноврсни природни и културни туристички потенцијали, • Специфично етнолошко наслеђе • Спортска традиција • Гостопримљивост • Гастрономија • Мултикултуралност • Цјеновна конкурентност појединих производа и услуга	➡	• Препознатљив туристички имиџ • Брендиране туристички производи • Раст потражње туристичког тржишта за континенталним туризмом и очуваном животном средином • Отварање нових радних мјеста генерисаних туризмом	
• Развијене јавне установе и удружења грађана (ТОБЛ, ЦИДЕА, Центар за развој и унапређење села, клубови, КУД-ови...)	➡	• Развој МСП у области туризма, • Веће инвестирање у туризам и приступ међународним развојним фондовима • Стварање регионалних туристичких производа • Стимулисање предузетништва у туризму	

⁹ Пошто Бања Лука спада у ред релативно слабо развијених туристичких дестинација, приликом дефинисања стратешких оријентација и циљева користили смо стратегију снага и прилика (СО) – тзв. стратегију максими-максими. Анализа стратегије снага и прилика (стратегија максими-максими), уз помоћ матрице, даје показатеље за идентификацију компаративних предности. Заправо, то су најснажнији ресурси и потенцијали за фокусирани развој. Свака прилика која произилази из SWOT анализе, која је обухваћена снагом односно снагама, треба се посматрати као темељ за идентификацију компаративних предности те као улазни податак за стратешке оријентације.

¹⁰ Инфраструктура подразумјева изграђене саобраћајнице, саобраћајну сигнализацију, канализациону мрежу, снабдијевање водом, струјом и топлотном енергијом, телекомуникације и сл.

7.3. Основне претпоставке за одређивање стратешких оријентација

- Повољан саобраћајно – туристички положај Бање Луке изражен географским и просторним карактеристикама (прелаз панонског басена у динарски планински ланац; локација између регионалних центара Загреба, Сарајева и Београда; природне и урбане вриједности простора; близина НП Козара, природног резервата Бардаче, Влашића и срењовјековних градова).
- Бања Лука као универзитетски, административни, политички, финансијски и културни центар је потенцијал за образовање кадрова у туризму, развој информационих технологија, конгресних и пословних садржаја у регији као и за значајне инвестиције у туристичку привреду. Као политички центар РС, Бања Лука слиједи политику ЕУ интеграција и улаже напоре у примјени ЕУ стандарда уз ефикасну законску регулативу. Остварена је значајна основа за унапређење међународне сарадње и умрежавање. Бања Лука има 13 партнерских градова, потписник је бројних међународних споразума и чланица је неколико мрежа као што су мрежа европских градова „Eurocities“ и мрежа градова Балкана „Balcinet“.
- Бања Лука има релативно добру изграђену комуналну и туристичку инфраструктуру која се односи на магистралне, регионалне и локалне путеве, инфраструктуру за авантуристички туризам (освјетљен кањон Тијесно, пењачки смјерови, пјешачке стазе, одморишта и сл.), водоснабдјевање, купалишта, саобраћану сигнализацију, угоститељске и спортске објекте и др. што представља добар основ за унапређење и даљи развој инфраструктуре. Посебан значај треба дати унапређењу приступачности кроз развој ваздушног, жељезничког и бициклистичког саобраћаја.
- Бања Лука је неоткривена дестинација на међународном туристичком тржишту. Разноврсни и специфични природни, културни и туристички потенцијали, као и очувана животна средина, уз континуиран раст потражње туристичког тржишта за континенталним туризмом и здравом животном средином, представљају претпоставке дугорочног одрживог развоја Бање Луке као туристичке дестинације. Уз ефикасне маркетиншке активности Бања Лука ће добити додатну вриједност као туристичка дестинација и постати конкурентнија на туристичком тржишту.
- Постојање и подршка, Административне службе града и њених развојних агенција (ТОБЛ, ЦИДЕА, Центар за развој и унапређење села), невладиних организација, удружења грађана, спортских и рекреативних клубова, инвеститора и КУД-ова и њихова координација чине развојне капацитете оспособљене за стимулисање предузетништва у туризму, развој МСП-а, приступ међународним развојним фондовима, повезивање са другим туристичким регијама у земљи и окружењу, отварање нових радних мјеста генерисаних туризмом и др.

7.4. Стратешке оријентације

- Развој одрживог туризма заснованог на високим стандардима у очувању и унапређењу животне средине.
- Оптимално кориштење саобраћајно-туристичког положаја за развој туризма Бање Луке као регионалног туристичког центра
- Оптимално кориштење предности административног, политичког, универзитетског, финансијског и културног центра РС кроз развој конгресног, пословног, образовног и културног туризма.
- Развој информационих технологија у туризму и људских ресурса како би се осигурала основа за врхунски квалитет услуга, постизање високог степена запослености и високе квалитете живота у будућности.

- Омогућити инвестирање у туризам кроз стварање повољне предузетничке климе за домаће и стране инвеститоре
- Унапређење квалитета услуга у туризму и примјена ЕУ стандарда
- Унапређење постојеће и успостављање нове сарадње на регионалном и свјетском нивоу кроз споразуме, мреже и партнерства
- Оптимално кориштење и унапређење изграђене и изградња нове туристичке инфраструктуре прилагођене потребама туристичке тражње.
- Унапређење приступачности Бање Луке као туристичке дестинације
- Профилисање Бање Луке као препознатљиве и конкурентске туристичке дестинације на међународном туристичком тржишту фаворизујући културне, историјске, природне, друштвене и туристичке вриједности.
- Стварање локалних, регионалних и међудржавних облика партнерства у склопу јавног и приватног сектора и структура цивилног друштва.
- Стварање повољне предузетничке климе за развој МСП у туризму.
- Кадровско и организационо оспособљавање за приступ међународним развојним фондовима
- Повезивање са другим туристичким регијама у земљи и окружењу и стварање регионалних туристичких производа

7.5. Стратешка визија

Бања Лука, град зеленила, младих, авантуризма и доживљаја високог квалитета је препознатљива и конкурентна туристичка дестинација у Европи. Уважавајући принципе одрживог развоја туризма, Бања Лука туристима и посјетиоцима нуди незаборавно искуство и високо квалитетне услуге, инвеститорима и предузетницима изванредне пословне шансе, а становницима квалитетан живот. Бања Лука је водећа туристичка дестинација у регији са балансираним туристичким развојем урбаног и руралног простора територије Града и изграђеним и развијеним туристичким производима и садржајима. Спој урбаног и природног, источног и западног, старог и новог, мирног и активног, даје додатну компаративну предност Бањој Луци као дестинацији европског туризма.

8. Маркетинг стратегија

8.1. Дефинисање циљева на основу постојећих проблема

Проблем	➡	Циљ
Ниво сарадње између заинтересованих страна у туризму и увезаност туристичке привреде	➡	Побољшање координације туристичких субјеката
Ниска еколошка и туристичка свијест	➡	Подизање свијести кроз едукацију локалног становништва
Усклађеност стручног образовања и потребних вјештина са постојећим туристичким трендовима	➡	Додатно усавршавање кадрова, реформа постојећег образовног система из области туризма
Непрепознатљив имиџ Града као туристичке дестинације	➡	Јачање промотивних активности

Неорганизован дестинацијски менаџмент и одрживо управљање ресурсима	⇒	Успостављање дестинацијског менаџмента
Структура смјештајних капацитета	⇒	Изградња хотела високих категорија, изградња кампова, обогаћивање постојећих смјештајних капацитета додатним садржајем
Недовољна примјена информационих технологија у туризму и непостојање резервационих система.	⇒	Развој информационих технологија у туризму и примјена резервационих система
Непотпуна база података и непостојање довољног броја индикатора за праћење развоја туризма	⇒	Увођење додатних индикатора за праћење развоја туризма
Неинтегрисана туристичка понуда са окружењем	⇒	Увезати туристичку понуду кроз регионалне туристичке аранжмане
Недовољна улагања у туристички сектор	⇒	Повећање инвестиција у туристички сектор
Мониторинг пословања привредних субјеката у туризму	⇒	Оснивање туристичких инспекција
Неразвијен рецептивни туризам и туристички аранжмани	⇒	Развијање рецептивног туризма и пласирање аранжмана кроз рад туристичких агенција
Неусклађено коришћење простора са потребама туристичког развоја	⇒	Ускладити коришћење простора са потребама тур. развоја
Неадекватна туристичка инфраструктура ¹¹	⇒	Унапређење туристичке инфраструктуре
Неравномјерна развијеност урбаних и руралних подручја	⇒	Развијање руралних подручја и њихова интеграција у туристичке токове
Непотизам и корупција	⇒	Вредновање знања, труда и залагања, постављање интереса заједнице изнад интереса појединаца

8.2 Стратешки циљеви

Заштита и унапређење туристичких ресурса

Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва

Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма града

Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију

Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива

Побољшање окружења за развој туризма

Развој информационих технологија у туризму и примјена резервационих система

Повећање инвестиција у туристички сектор

Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре

Подстицање предузетништва у туризму

Јачање институционалних капацитета за развој туризма

¹¹ Туристичка инфраструктура се односи на објекте за информисање, одмор, снабдијевање, рекреацију, едукацију и забаву туриста, и то: скијалишта, купалишта и плаже, тематски и забавни паркови, туристички информативни центри, центри за прихват туриста и посјетилаца, одморишта поред путева, објекти туризма на води, терени за голф, тениски терени, отворени и затворени објекти спортске рекреације, мале вјештачке акумулације са купалиштем, базени за купање, велнес објекти, забавно-рекреативне стазе и путеви (трим-стазе, стазе здравља, видиковци, панорамски путеви, бициклистичке стазе, пјешачке стазе, стазе за моторне санке и слично), уређене обале ријека и језера, објекти за посматрање природних ријеткости, објекти за предах и краће задржавање туриста, објекти за авантуристичке активности и друго.

Образовање и оспособљавање кадрова у туризму

Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање

Унапређење туристичке понуде

Туристичко зонирање

Јачање промотивних активности у земљи и иностранству

Диверзификација туристичке понуде кроз регионалне туристичке производе и аранжмане

Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција

Одрживо управљање дестинацијом

Дефинисање потребних индикатора за праћење развоја туризма

Побољшање сарадње и координације субјеката у туризму.

Организован дестинацијски менџмент и одрживо управљање ресурсима

Препознатљив имиџ Града као туристичке дестинације

Успостава мониторинга пословања привредних субјеката у туризму

Равномјерна развијеност урбаног и руралног подручја

8.3 Преглед програмско-пројектног садржаја

Стр. циљ.	Оперативни циљеви	мјере	Пројекти/активности за 2012. годину
Стратешки циљ 1: Заштита и унапређење туристичких ресурса	ОЦ1: Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва	М1: Провођење промотивних кампања М2: Иницирање одрживог развоја и нових технологија М3: Стимулативне и репресивне мјере	М1:Пр1: Обиљежавање Свјетског дана туризма М2:Пр1: Организовање радионица „Одрживост у пракси“ М2:Пр2: Еко акције и кампање М3:Пр1: Иницирање стимулативних и репресивних мјера
	ОЦ2: Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма	М1: Иницирање израде студија заштите и проглашења заштићених подручја, амбијенталних цјелина и природних и културно-историјских споменика	М1:Пр1: Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма града М1:Пр2: Кампања „Бања Лука град зеленила“
	ОЦ3: Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију	М1: Истраживање и туристичка валоризација природних и културних ресурса М2: Израда студија изводљивости, идејних и изведбених пројеката	М1:Пр1: Пећине и јаме Бање Луке М1:Пр2: Природа Бање Луке М2:Пр1: Археолошки паркови Бање Луке М2:Пр2: Средњовјековна утврђења долине Врбаса
	ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива	М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција	М1:Пр1: Адаптација тврђаве Кастел за туристичке садржаје М1:Пр2: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Звечај М1:Пр3: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Гребен М1:Пр4: Ревитализација споменичког комплекса на Бањ брду М1:Пр5: Ревитализација Шеранића куће М1:Пр6: Храм љубави (Сафикада) М1:Пр7: Музеј енергетике

Стр. циљ	Оперативни циљеви	мјере	Пројекти/активности
Стратешки циљ 2: Побољшање окружења за развој туризма	ОЦ1: Развој информционих технологија у туризму и примјена резервационих система	М1: Развој и унапређење софтвера М2: Развој и примјена резервационих система М3: Унапређење информационо - технолошких услуга	М1:Пр1: Унапређење софтвера за централни информативни пано М1:Пр2: Развој софтвера за централну базу података М2:Пр1: Резервациони систем Бања Лука М3:Пр1: Увођење приступних тачака за бесплатан бежични интернет
	ОЦ2: Повећање инвестиција у туристички сектор	М1: Дефинисање туристичких зона, објеката и центара М2: Израда идејних и изведбених пројеката намјењених улагачима М3: Иницирање олакшица и стимулативних мјера за улагаче	М1:Пр1: Туристичке локације и објекти од интереса за улагаче М2:Пр1: Пројекти у области туризма Бања Лука М3:Пр1: Стварање повољног пословног амбијента за улагање у туризам „Стимулишимо инвеститоре“
	ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре	М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре	М1:Пр1: Одржавање и унапређење инфраструктуре за активности на дивљим водама М1:Пр2: Banja Luka Nike-Bike М1:Пр3: Туристичка валоризација дајака М1:Пр4: Изградња ауто кампова сјевер – југ М1:Пр5: Туристичка сигнализација
	ОЦ4: Подстицање предузетништва у туризму	М1: Јачање предузетништва кроз инструменте развоја људских ресурса те трансфера знања М2: Поједностављење прописа за регистрацију и пословање предузећа туристичке привреде М3: Иницирање пореских олакшица за предузетнике почетнике	М1:Пр1: Организовање семинара „Предузетништво у туризму“ М2:Пр1: Израда и штампање водича за регистрацију туристичких предузећа М3:Пр1: Финансијске олакшице за предузетнике почетнике
	ОЦ5: Јачање институционалних капацитета за развој туризма	М1: Повећање капацитета Туристичке организације града Бања Лука М2: Увезивање заинтересованх страна за развој туризма Града	М1:Пр1: Проширивање просторних капацитета ТОБЛ-а М1:Пр2: Набавка опреме и пословног инвентара М2:Пр1: Јачање сарадње између градских служби задужених за привредни развој М2:Пр2: Јачање јавно – приватног партнерства
	ОЦ6: Образовање и оспособљавање кадрова у туризму	М1: Едукација радника у туризму	М1:Пр1: Стручно усавршавање радника ТОБЛ-а М1:Пр2: Тематска студијска путовања

Стр. циљ	Оперативни циљеви	мјере	Пројекти/активности
Стратешки циљ 3: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање	ОЦ1: Унапређење туристичке понуде	М1: Креирање и развијање производа	М1:Пр1: Обогаћивање понуде авантуристичког туризма М1:Пр2: Градска туристичка картица Бања Лука М1:Пр3: Културни туризам М1:Пр4: Израда водича „Конференцијски капацитети“ М1:Пр5: Израда публикације „Туристичка понуда медицинских услуга“ М1:Пр6: Израда брошуре „Религијско наслеђе Бање Луке“ М1:Пр7: Развој сеоског туризма
	ОЦ2: Туристичко зонирање	М1: Израда студија изводљивости и пројеката за домаће и стране инвеститоре	М1:Пр1: Туристичко насеље Српске Топлице М1:Пр2: Туристички центар Медено поље-ушће М1:Пр3: Спортско-рекреативни центар Карановац М1:Пр4: Спортско - рекреативни центар Чокорска поља М1:Пр5: Туристичка зона Сутурлија М1:Пр6: Туристичка зона Делибашино село М1:Пр7: Туристички комплекс Залужани
	ОЦ3: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству	М1: Израда и дистрибуција промотивног материјала М2: Ажурирање и развој Интернет апликација М3: Промовисање туристичке понуде града Бања Лука М4: Организација студијских посјета	М1:Пр1: Промотивни материјал М2:Пр1: Побољшање Интернет странице ТОБЛ-а М3:Пр1: Туристички сајмови М3:Пр2: Оглашавање М4:Пр1: <i>Press</i> путовања и туре упознавања
	ОЦ4: Диверзификација туристичке понуде кроз регионалне туристичке аранжмане	М1: Креирање, промоција и реализација регионалне туристичке понуде	М1:Пр1: Регионални туристички производи
	ОЦ5: Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција	М1: Јачање сарадње између туристичке организације, понуђача туристичке понуде и локалних туристичких агенција М2: Подстцање домаћих туристичких кретања	М1:Пр1: Креирање и промоција тематских итинера М1:Пр2: Презентација рецептивне понуде на сајту ТОБЛ-а М2:Пр1: Едукативни туризам

Стр. циљ	Оперативни циљеви	мјере	Пројекти/активности
Стратешки циљ 4: Одрживо управљање дестинацијом	ОЦ1: Дефинисање потребних индикатора за праћење развоја туризма	M1: Иницирање примјене додатних индикатора за праћење развоја туризма M2: Развој маркетиншко-информативног система	M1:Пр1: Израда система индикатора за оцјену и праћење одрживости туризма M2:Пр1: Истраживање потреба туристичке тражње
	ОЦ2: Побољшање сарадње и координације субјеката у туризму	M1: Реализација туристичких аранжмана и интересно удруживање M2: Заједничке промотивне активности и спровођење кампања	M1:Пр1: Семинари за развој производа/пакета M2:Пр1: Организовање промоција „Домаће је најбоље“ M2:Пр2: Промоција одрживих рјешења у туризму
	ОЦ3: Организован дестинацијски менаџмент и одрживо управљање ресурсима	M1: Обезбјеђење законских претпоставки M2: Едукација особља	M1:Пр1: Формирање дестинацијског менаџмента M2:Пр1: Организовање семинара „Дестинацијски менаџмент у пракси“
	ОЦ4: Препознатљив имица Града као туристичке дестинације	M1: Развој производа и брендирање M2: Израда и штампање информативно-пропагандног материјала	M1:Пр1: Креирање имица M2:Пр1: Израда каталога туристичких производа Бање Луке и њене околине
	ОЦ5: Успостава мониторинга пословања привредних субјеката у туризму	M1: Успостава контролних механизма	M1:Пр1: Заговарање формирања туристичке инспекције
	ОЦ6: Равномјерна развијеност урбаног и руралног подручја	M1: Развој програма и производа у руралном подручју	M1:Пр1: Развој додатних туристичких услуга

8.4. Маркетиншко позиционирање

8.4.1. Приоритетни туристички производи

Валоризација тржишног потенцијала постојећих туристичких производа као и туристичких производа за чији развој и успјешно тржишно пласирање већ постоји квалитетна атракцијска основа, представља основни корак ка креирању жељеног портфолија туристичког производа на бази којег ће нека дестинација конкурисати на туристичком тржишту.

Правилно дефинисан портфолио, заснован на идеји конкурентских предности, значи не само најлакши пут до успјеха у тржишној утакмици, већ и нужност у циљу заштите дугорочних економских интереса. Избор производа који ће чинити будући туристички портфолио града Бање Луке, као и дефинисање међусобних приоритета у развоју појединих производа (одмах, кратки, средњи, дуги рок), представљају кључна развојна стратешка питања на које је потребно понудити конкретне одговоре, како би се Бања Лука успјешно представила на туристичком тржишту.

На основу извршене анализе туристичке тражње, уважавајући при томе релевантне трендове на глобалном туристичком тржишту као и постојећу ресурсну основу, за подручје Бање Луке су идентификовани следећи туристички производи:

- Авантуристички туризам
- Културни туризам
- Религијски туризам
- Градски одмор
- Пословни туризам
- Туризам догађаја
- Рурални туризам
- Здравствени туризам

Имајући у виду различита ограничења (финансијска средства, стручни кадар, постојећа инфраструктура...), било би нереално очекивати да се сви ови производи могу истовремено развијати или успјешно комерцијализовати. Потребно је препознати оне производе који, уз најмањи напор могу дати најбоље резултате у што краћем року. Истовремено, ови тзв. „*quick wins*“ производи би требали имати функцију покретача значајнијег туристичког развоја јер би се ефекти, произашли из њиховог брзог и успјешног комерцијализовања, могли постепено ширити и на друге производе који захтјевају више улагања.

Утврђивање приоритета у развоју идентификованих туристичких производе је извршено према следећој методологији¹²:

- Прво је извршена оцјена тржишне атрактивности сваког од идентификованих тржишних производа
- Други корак представља оцјењивање конкурентности производа на основу анализе кључних фактора успјеха
- На крају, на основу матрице атрактивности и конкурентности, извршено је коначно дефинисање приоритета у развоју појединих туристичких производа.

8.4.2. Оцјена атрактивности туристичких производа:

У циљу утврђивања који од идентификованих производа је тржишно најатрактивнији, кориштен је следећи методолошки приступ:

- a) Сваки туристички производ је валоризован према критеријуму очекиваног доприноса развоју туризма Бање Луке као цјелине
- b) Оцјењивање је извршено на бази претходно дефинисаних критеријума тржишних атрактивности (према М. Поретеру-Модел 5 конкурентских снага) које су допуњене додатним критеријумима који су релевантни за актуелно стање развоја туризма у Бањој Луци
- c) Претпостављено је да сваки од утврђених критеријума има подједнаку важност (нема пондерисања), а оцјењивани су на скали од 1 (најмањи допринос туристичкој атрактивности) до 5 (највећи допринос).

Оцјењивање потенцијала/атрактивности идентификованих туристичких производа извршено је на бази следећих критеријума:

Пријетња уласка нових конкурената - што је већа пријетња уласка нових конкурената, оцјена атрактивности је мања

Пријетња од супститута - што је већа пријетња, већа је и могућност губитка дијела потражње а самим тим и атрактивност се смањује

¹² Кориштена методологија Економског факултета у Београду и Horwath Consulting Zagreb

Интезитет конкуренције - јача конкуренција значи и мању продајну цијену, што смањује атрактивност производа

Преговарачка снага на страни купца - што је већа преговарачка снага купца, оцјена атрактивности производа је мања

Преговарачка снага на страни добављача - што су добављачи боље организовани и јачи, материјални трошкови су виши а оцјена атрактивности производа мања

Обим потражње - већи број потенцијалних корисника значи и већу оцјену атрактивности производа

Волумен потражње - што је већа стопа очекиваног раста потенцијалних корисника неког производа, већа је и оцјена његове атрактивности

Креирање имица - што производ више доприноси стварању позитивног имица дестинације и оцјена његове атрактивности је већа

Висина потребних улагања - већа улагања значе и мању атрактивност производа

Техничка и управљачка комплексност - што су бројније препреке (материјалне, финансијске, организационе) да се производ понуди тржишту, оцјена његове атрактивности је мања

Сам оцјењивачки поступак као и утврђивање ранга атрактивности идентификованих туристичких производа презентовани су у следећој табели:

Табела 21: Оцјена атрактивности појединих туристичких производа

ЕВАЛУАЦИОНИ КРИТЕРИЈУМИ	ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ							
	Авантур. туризам	Културни туризам	Религиоз. туризам	Градски одмор	Пословни туризам	Туризам догађаја	Рурални туризам	Здравств. туризам
Пријетња уласка нових конкурената	4	3	3	3	4	3	2	3
Пријетња од супститута	4	3	3	4	4	4	3	3
Интезитет конкуренције	4	2	3	3	4	3	2	3
Преговарачка снага на страни купца	4	4	4	4	3	4	2	2
Преговарачка страна на страни добављача	3	2	3	3	3	4	2	3
Обим потражње	4	3	4	4	4	4	3	4
Потенцијални раст тражње	4	3	3	4	4	3	4	4
Креирање имица	4	3	3	3	4	4	2	3
Висина потребних улагања	4	4	4	4	3	4	1	2
Техничка и управљачка комплексност	4	3	4	4	3	4	2	2
УКУПНО БОДОВА	39	30	34	36	36	37	23	29

На основу извршеног процеса оцјењивања, највећу атрактивност односно највиши ранг приоритета имају следећи производи:

- ✓ Авантуристички туризам
- ✓ Туризам догађаја

У наведене туристичке производе су потребна додатна улагања у промоцију и нове канале дистрибуције, а постојећи садржаји омогућавају креирање туристичких пакета.

Као нешто мање атрактивни производи, у односу на производе са највећом атрактивношћу, оцјењени су „градски одмор“ и „пословни туризам“ те „религиозни туризам“. Производи

„градски одмор“ и „рурални туризам“ су ниже оцјењени, због већег интензитета конкуренције и веће пријетње уласка нових конкурената. За ове туристичке производе као највећи конкуренти су идентификовани Сарајево и Мостар (градски одмор), односно Међугорје, манастири Херцеговине те вјерски исламски објекти из турске владавине, заступљени у федералном дијелу Босне и Херцеговине (религиозни туризам). Производ „пословни туризам“ је ниже оцјењен због веће преговарачке снаге на страни купаца и потребних улагања у побољшање конгресне понуде.

Као најмање атрактивни туристички производи оцјењени су културни, здравствени и рурални туризам. Производ „културни туризам“ карактерише значајно културно-историјско наслеђе и постојање великог броја културних институција али су потребне иновације у његовом презентовању. Здравствени туризам има велики потенцијал који није валоризован, али постоје техничке претпоставке (материјалне и кадровске) за његово развијање. У оквиру здравственог туризма, естетика и стоматологија имају кадровски потенцијал, али нису уобличени у туристичку понуду.

У развоју руралног туризма су реализоване одређене претпоставке у смислу одређивања најповољнијих локација, али недостају кључни елементи, смјештај као и институционални оквир за развој предузетништва.

8.4.3. Оцјена конкурентности туристичких производа

Након утврђивања атрактивности појединих туристичких производа од интереса за Бањалуку, потребно је оцјенити и њихов досадашњи/достигнути ниво конкурентности кроз анализу тзв. кључних фактора успјеха. Оцјењивање је извршено на скали од 1 (јако лоше) до 5 (одлично).

Табела 22: Оцјена конкурентности туристичких производа Бање Луке

КЉУЧНИ ФАКТОРИ УСПЈЕХА	ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ							
	Авантуристички туризам	Културни туризам	Религиозни туризам	Градски одмор	Пословни туризам	Туризам догађаја	Рурални туризам	Здравствени туризам
Доступност и превоз	4	4	3	4	4	4	3	4
Бројност и квалитет тур. ресурса/атракција	4	4	4	4	4	3	3	3
Разноликост тур. понуде/пакета	5	3	3	4	3	4	2	3
Смјештајни капацитети и угост. садржаји	3	4	4	4	4	4	1	4
Имиџ града као тур. дестинације	5	3	3	4	4	4	3	3
Маркетинг и промоција	3	3	2	3	3	3	2	2
Услуге информисања туриста	4	4	3	4	4	4	2	3
Људски потенцијал	4	4	3	3	4	4	3	4
Туристичка сигнализација	4	4	3	4	4	4	3	4
Специјализовани понуђачи	4	3	3	2	3	4	2	3
УКУПНО БОДОВА	40	36	31	36	37	38	24	33

На основу спроведеног оцјењивачког поступка, може се закључити да су за Бањалуку најконкурентнији сљедећи производи:

- ✓ Авантуристички туризам
- ✓ Туризам догађаја
- ✓ Пословни туризам
- ✓ Градски одмор
- ✓ Културни туризам

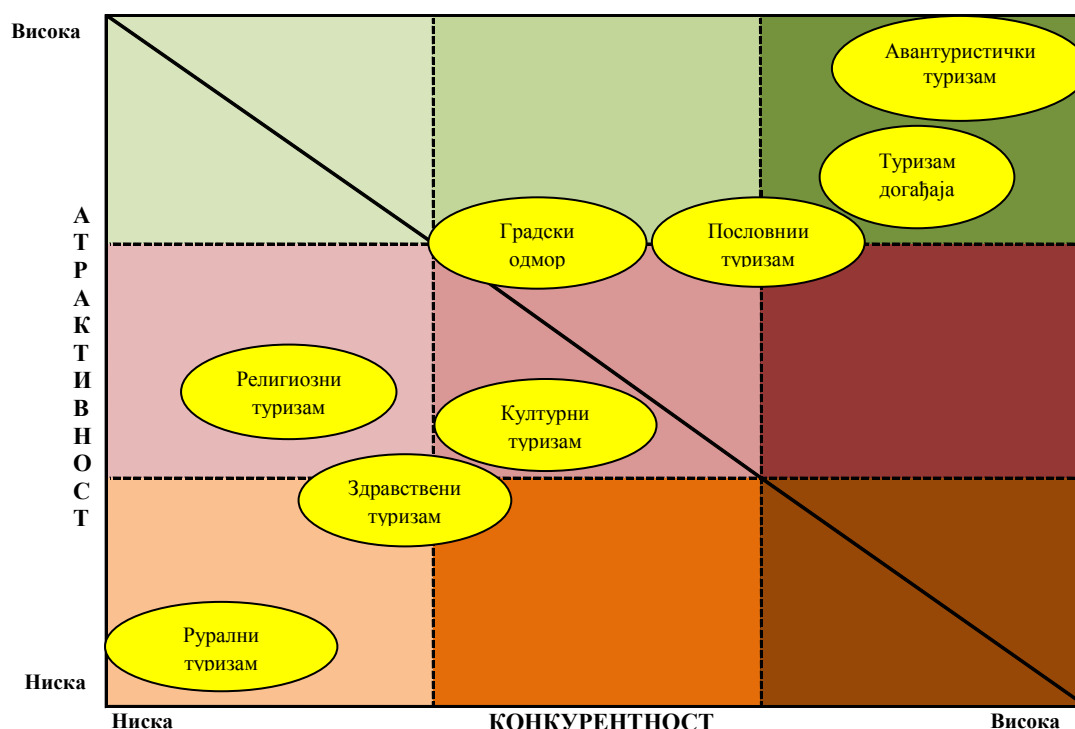
Као мање конкурентни туристички производи, оцијењени су:

- ✓ Здравствени туризам
- ✓ Религијски туризам
- ✓ Рурални туризам

8.4.4. Утврђивање приоритета у развоју/комерцијализацији туристичких производа

На основу утврђене атрактивности и конкурентности идентификованих туристичких производа који су од интереса за туризам Бање Луке, утврђивање приоритета у њиховом развоју може се најбоље исказати њиховим размјештањем унутар матрице атрактивности и конкурентности.

Слика 1: Матрица атрактивности и конкурентности туристичких производа Бање Луке



Анализа је показала да дугорочнији успјех у тржишном позиционирању Бање Луке, као пожељне туристичке дестинације, нужно изискује значајан додатни труд и улагања.

Туристички производи које би Бања Лука требала да развија и комерцијализује у што краћем року су:

- Авантуристички туризам
- Туризам догађаја

Туристички производи чији развој треба планирати на средњи рок су:

- **Пословни туризам**
- **Градски туризам**
- **Здравствени туризам**
- **Културни туризам**

Истовремено, развој туристичког производа „Рурални туризам“ због његове комплексности, неразвијене туристичке инфраструктуре и великих потребних улагања треба планирати дужи рок.

8.5. Маркетинг план туристичких производа

Маркетинг план подразумијева креирање стратегије посебно прилагођене сваком од туристичких производа који су дефинисани у портфолију. Ради успјешне комерцијализације и усмјеравања маркетиншких напора за сваки појединачни производ, потребно је дефинисати сљедеће:

- **ШАНСЕ ЗА РАЗВОЈ ПРОИЗВОДА**- како би се искористиле постојеће предности Бање Луке
- **ОБЛИКЕ ПРОИЗВОДА**- који се могу развијати у циљу диверсификације понуде
- **ГЕОГРАФСКИ РЕЛЕВАНТНА ТРЖИШТА**- на која ће производи циљати, при чему је потребно разликовати тржишта од примарног интереса у односу на секундарна тржишта, јер прва захтјевају веће напоре у промоцији и комерцијализацији.
- **СЕГМЕНТИ ПОТРОШАЧА** - потребно је идентификовати кључне потрошачке сегменте ради прилагођавања маркетиншких напора њиховим очекивањима и преференцијама
- **КОМУНИКАЦИЈА ПРЕМА ТРЖИШТУ**- укључује дефинисање најзначајнијих облика промоције које треба користити
- **КАНАЛИ ДИСТРИБУЦИЈЕ**- за сваки производ је потребно предвидјети начин дистрибуције који ће бити прилагођен карактеристикама производа и захтјевима туриста.

8.5.1. Авантуристички туризам

Врло повољна природна основа која омогућава развој разноврсних активности, као и значајна средства која су уложена од стране Европске комисије и Града у изградњу потребне инфраструктуре, пружају реалну и оправдану основу за његово категорисање као „*quick wins*“ производа односно производа који у најкраћем року може дати најбоље резултате. Томе доприноси препознатљивост Града као авантуристичке дестинације, првенствено за спортове на води, као резултат претходно одржаних свјетских и европских првенстава у рафтингу и европском првенству за јуниоре до 23. године у кајак-кануу. Међутим, ово представља тек почетне кораке у градњи позитивног, глобално препознатљивог бренда, који захтјева агилнију промоцију на међународним туристичким тржиштима и значајније увезивање са специјализованим туристичким агенцијама, првенствено на тржиштима од примарног интереса. Маркетиншке напоре везано за овај производ, треба усмјерити на професионално паковање производа односно креирање авантуристичких аранжмана у трајању од једног, два

или три дана. За сада, овај посао ради Туристичка организација Бање Луке, али прави искорак у постизању ефикасније комерцијализације ће представљати заинтересованост и спремност домаћих туристичких агенција да тај посао преузму на себе. Тренутно, на подручју Града постоји само једна агенција за коју би се могло рећи да се бави креирањем пакета ове врсте и мноштво спортских удружења и клубова који још увијек нису у потпуности тржишно спремни за задовољавање потреба туриста. Озбиљнији приступ и значајнији резултати подразумевају квалитетно увезивање свих учесника на страни понуде и креирање иновативних пакета намјењених идентификованим тржишним сегментима.

АВАНТУРИСТИЧКИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Повољна природна основа
- ✓ Изграђена инфраструктура-рафтинг стаза, тачке приступа на обалама Врбаса, приступ до неколико пећина, пењачке стазе, рустична сигнализација за планинске стазе
- ✓ Постојање великог броја различитих удружења и клубова као што су рафтинг клубови, падобрански, параглајинг, бициклистички, планинарски, спортско пењање, ронилачки, спелеолошки...
- ✓ Укључивање у европску бициклистичку мрежу (*EuroVelo*), увезивање са регионалним окружењем у циљу стварања „*trekking*“ понуде (вишедневно пјешачење)

Облици производа

- ✓ Авантура на води (рафтинг, кајак-кану, хидроспид, кањонинг, вожња дајаком, роњење, риболов)
- ✓ Авантура у ваздуху (падобранство, параглајдин, панорамски лет)
- ✓ Авантура на копну (планинарење, брдски бициклизам, спортско пењање, јахање, спелеологија, лов/фотосафари, квадинг)

ЦИЉНА ТРЖИШТА	
Примарна	Секундарна
Словенија	Италија
Хрватска	Француска
Србија	Њемачка
Македонија	Холандија
Босна и Херцеговина	Велика Британија

Тржишни сегменти

- ✓ Активни индивидуалци
- ✓ Удружења и клубови
- ✓ Групе пријатеља
- ✓ Компаније
- ✓ Рекреативци

<i>Комуникација према тржишту</i>	<i>Канали дистрибуције</i>
Интернет презентација Каталог производа посебних интереса Туристички сајмови Фото и видео материјал Туре упознавања („Fam trips“)	Директан маркетинг Инфо пултеви Специјализоване агенције Лична препорука

8.5.2. Туризам догађаја

Догађај је веома специфичан производ, јер се дешава само једном годишње и има изузетно велики утицај на креирање имица о некој дестнацији. Због тога и све развијеније дестинације настоје креирати цјелогодишњи календар догађаја у циљу повећања атрактивности своје понуде током цијеле године.

У Бањој Луци се током цијеле године одржавају различита дешавања, мада је период од априла до октобра нешто интензивнији а посебно мјесеци јуни, јули и август.

Међутим и поред помака по питању организовања разноврсних дешавања, већег броја манифестација и повећања значаја и броја посјетилаца, мора се напоменути да је развој туризма догађаја још увијек у иницијалној фази. Наиме, већина манифестација још увијек нема предзнак туристичких, већ се више одржавају као локална и регионална културно-историјска или спортско-рекреативна дешавања. Иако манифестације имају важну улогу у промоцији природних и културних вриједности (културног и фолклорног наслеђа), пољопривредне производње, може се закључити да још увијек немају снагу и значај да буду примарни мотив за долазак туристе већ су више саставни дио туристичке понуде Бање Луке ако се дешавају у тренутку посјете туристе. Због тога је неопходно посветити више пажње изграђивању имица и брендирању посебно догађаја који у свом фокусу имају приказ културе живота и рада уз значајније укључивање локалног становништва и обогаћивање етно-гастрономске понуде јер управо ову врсту догађаја карактерише изворност и аутентичност и то је оно што их може издвајати из масе разноликих дешавања

ТУРИЗАМ ДОГАЂАЈА

Развојне шансе производа

- ✓ Креирање аутентичних догађаја високог квалитета
- ✓ Изградња нових садржаја и унапређење инфраструктуре
- ✓ Разноврсна дешавања током цијеле године

Облици производа

- ✓ Културне прославе

- ✓ Умјетност и забава
- ✓ Спортска такмичења
- ✓ Образовање и наука
- ✓ Економија и трговина

<i>ЦИЉНА ТРЖИШТА</i>	
Примарна	Секундарна
Босна и Херцеговина	Италија
Србија	Пољска
Словенија	Холандија
Хрватска	Велика Британија
Македонија	Њемачка
Црна Гора	Француска
	Чешка
	Словачка

Тржишни сегменти

- ✓ Индивидуални гости
- ✓ Групе пријатеља
- ✓ Културно - умјетничка и спортска удружења

<i>Комуникација према тржишту</i>	<i>Канали дистрибуције</i>
Публицитет-оглашавање Брошуре/водич догађаја Press путовања	Туроператори Специјализоване агенције Медијска партнерства Сајтови догађаја E-mail Асоцијације и удружења

8.5.3. Пословни туризам

Изузетно атрактивне просторе за одржавање различитих пословних скупова, конференција, семинара, презентација и слично представљају хотели јер истовремено, уз просторе неопходне за рад, могу пружити и услуге смјештаја и исхране. Примјетно је да су бањалучки хотели посљедних неколико година почели да прилагођавају своје пословање и овом облику туристичког производа јер расте број хотела који у своју понуду уврштавају и издавање сала са мултифункционалном намјеном, опремљене одговарајућом аудио-визуелном опремом која омогућава квалитетно одржавање пословних састанака. Међутим, уочени су и одређени недостаци који се односе, прије свега, на капацитете броја учесника као и адекватне пратеће услуге типа смјештаја, одвајања учесника неког семинара или састанка од осталих гостију хотела као и понуду посебно креираних пакета за пословне туристе. Слична ситуација је и са другим капацитетима који могу послужити за организовање конференција, конгреса и семинара и сл. као што су Универзитетски центар и неки неспецифични објекти попут Дома

омладине, Иновацијског центра, Привредне коморе. Ови капацитети су опремељени за већи број учесника али не нуде услуге смјештаја.

Све ово наводи на закључак да су тренутне могућности Бање Луке за развој овог туристичког производа још увијек релативно скромне, ограничене по питању броја учесника (до 150 учесника) и конгресне понуде „све на једном мјесту“. Озбиљнији развој захтијева и значајна улагања у посебан конгресни центар као и градњу хотела високе класе (са пет звијездица) који би својим садржајима могли на квалитетан начин задовољити идентификоване тржишне сегменте. Ове инвестиције је потребно планирати на средњи и дужи рок а одмах би се требало започети са припремом и оспособљавањем стручних кадрова као и креирањем посебних пакета (teambuilding програми, тематска искуства-култура, гастрономија, забава, релаксациони пакети) прилагођених пословном туристи. У догледно вријеме потребно је планирати и формирање конгресног бироа или неког удружења раду промоције, унапређења и координације понуде овог туристичког производа.

ПОСЛОВНИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Бања Лука-административни и привредни центар Републике Српске
- ✓ Градња конгресног центра и хотела високе категорије
- ✓ Посебно креирани програми намијењени пословном туристи
- ✓ Специјализација кадрова, формирање конгресног бироа
- ✓ Сарадња са великим организаторима *MICE* догађаја односно тзв. meeting планерима али и са специјализираним путничким агенцијама ради уврштавања Бање Луке у њихове каталоге и базе података

Облици производа

- ✓ Индивидуална пословна путовања и састанци
- ✓ Састанци асоцијација и корпорација
- ✓ Конгреси, конвенције и конференције
- ✓ Подстицајна путовања
- ✓ Пословни сајмови и изложбе

ЦИЉНА ТРЖИШТА

Примарна

Босна и Херцеговина
Србија
Словенија
Хрватска
Македонија
Црна Гора

Секундарна

Италија
Њемачка
Аустрија
Русија
Холандија

Тржишни сегменти

- ✓ Индивидуални пословни гости

- ✓ Корпоративне компаније
- ✓ Државне институције (владе, агенције)

<i>Комуникација према тржишту</i>	<i>Канали дистрибуције</i>
Интернет странице конгресних бироа Публицитет-оглашавање Промоциони пакети Специјализовани туристички сајмови Фото-видео материјал	Сајтови конгресних бироа <i>Meeting</i> планери Специјализоване агенције Агенцијски портали Интернет странице градова и предузећа <i>E-mail</i> Корпоративни маркетинг (пошта)

8.5.4. Градски одмор

Административни, политички и културни значај Бање Луке као главног града Републике Српске у великој мјери доприноси његовој атрактивности за развој туристичког производа „city break“ (градски одмор). Али, с обзиром да је тржиште за ову врсту производа, изузетно конкурентно у Европи, уз додатну конкуренцију тзв. long-haul дестинација као што су Њујорк, Сингапур, Хонг Конг, Сиднеј, Бања Лука би своју шансу требала да тражи у новим облицима градског одмора типа „two-three city break“. Наиме ради се о томе, да се градски одмор у Бањој Луци развија као дио кружних путовања по Босни и Херцеговини. У том смислу, значајно би било маркетиншко удруживање са другим градовима Босне и Херцеговине, посебно су атрактивни Сарајево и Мостар, и заједнички наступ на глобалном туристичком тржишту. Истовремено, је потребно осмислити садржаје за индивидуалне доласке, који би требали објединити различита искуства-култура, гастрономија, забава, шопинг, излети а који би били прилагођени времену задржавања туристе било да је то пар сати или један, два или три дана. По узору на остале дестинације градског одмора, у циљу стимулација туристичке потрошње, пожељно би било увести и употребу тзв. „city card“ (привилегована картица која омогућава одређене попусте на превоз, хотеле, угоститељске објекте, улазнице , шопинг и сл.).

ГРАДСКИ ОДМОР (City break)

Развојне шансе производа

- ✓ Бања Лука-главни град Републике Српске
- ✓ Разноврсни смјештајни капацитети и угоститељски садржаји
- ✓ Бројни забавно-рекреативни садржаји
- ✓ Увезивање аеродрома Маховљани са *low-cost* компанијама

Облици производа

- ✓ Организовани пакети (превоз, смјештај)

- ✓ Индивидуално_организована_путовања

ЦИЉНА ТРЖИШТА	
Примарна	Секундарна
Словенија	Италија
Хрватска	Пољска
Чешка	Холандија
Словачка	Велика Британија
Француска	Русија
Њемачка	Ваневропске земље

Тржишни сегменти

- ✓ Млађе особе (до 30. година)
- ✓ Брачни парови без дјеце
- ✓ Групе пријатеља
- ✓ Брачни парови са одраслом дјецом („*Empty nesters*”)

Комуникација према тржишту	Канали дистрибуције
Интернет странице	Туроператори
Оглашавање	Путничке агенције
Публикације	Медијска партнерства
Промоциони пакети	Глобални резервациони системи
Сувенири	<i>E-mail</i>
	<i>Low-cost</i> компаније

8.5.5. Здравствени туризам

Данашњи друштвено-економски трендови указују на велику потражњу за здравственим и wellness/spa туризмом, која ће наставити значајно расти и у будућности. Бања Лука, као регионални здравствени центар, свакако да има потенцијал за развијање здравственог туризма базираног на стручним медицинским третманима. Осим тога, Бања Лука има и љековите минералне изворе у самом граду (бања Шехер у Српским Топлицама) а у њеној ближој околини постоје два бањска љечилишта (бање Слатина и Лакташи у лакташкој општини). Нажалост, потенцијал бање у Српским Топлицама остаје неискориштен до даљнег, услед нерјешених имовинско-правних односа. Тренутно стање, намеће закључак да ће стављање потенцијала бање у функцију развоја здравственог туризма, уз отклањање препрека

имовинско-правне природе захтијевати не само значајна инвестицијска средства већ и много времена, труда и воље.

Облик туристичког производа унутар здравственог туризма који Бања Лука може релативно брзо комерцијализовати јесте медицински туризам односно пружање стоматолошких услуга али и услуга из естетске хирургије. Маркетиншки напори везано за развој овог туристичког производа требају бити усмјерени ка увезивању понуде, стварању цјеновне предности у односу на цијене истих услуга на идентификованим примарним тржиштима и креирању посебних пакета који ће обухватати превоз, смјештај и медицинске услуге.

Шансе у значајнијем развоју здравственог туризма, доноси и праћење и прилагођавање савременим трендовима кроз осмишљавање циљаних програма са високвалитетном услугом, кобиновање spa/wellness услуга са медицинским третманима, креирање пакета са нагласком на добро здравље и изглед уз дашак луксуза, понуда правилно балансиране исхране у складу са популарним/брендираним дијетама.

ЗДРАВСТВЕНИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Бање у Српским Топлицама, чије љековите воде погодују лијечељу кожних, реуматских и сршаних обољења
- ✓ Wellness и spa третмани повезани са стручним медицинским надзором
- ✓ Нагласак на природу и холистички приступ лијечењу
- ✓ Осмишљавање разноврсних пакета (викенд пакет, релаксација, детоксикација, дјевојачко вече, медени мјесец, менаџерски пакети)
- ✓ Цјеновна конкурентност

Облици производа

- ✓ Spa/wellnes туризам
- ✓ Здравствено-љечилишни туризам
- ✓ Медицински туризам

ЦИЉНА ТРЖИШТА

Примарна

Босна и Херцеговина
 Њемачка
 Скандинавске земље
 Аустрија
 Словенија

Секундарна

Велика Британија
 Италија
 ваневропске земље

Тржишни сегменти

- ✓ Baby-boom генерација (рођени између 1946. и 1964. године)
- ✓ Посјетиоци у потрази за миром и опуштањем
- ✓ Посјетиоци који траже помоћ

- ✓ Посјетиоци у потрази за забавом

<i>Комуникација према тржишту</i>	<i>Канали дистрибуције</i>
Публицитет-оглашавање Промоциони пакети Програми лојалности Брошуре/каталог производа	Туроператори Специјализоване агенције Медицинска удружења и асоцијације

8.5.6. Културни туризам

Према предвиђанима Свјетске туристичке организације, културни туризам ће бити један од пет водећих сегмената туристичких тржишта у будућности. Његов развој омогућава низ позитивних ефеката од којих су најзначајнији финансијска подршка очувању, ревитализацији и промоцији културне баштине, финансијска и организацијска самоодрживост културних институција, јачање свијести о сопственим културним вриједностима и идентитету. С обзиром на изузетно конкурентно тржиште културног туризма и чињеницу да Бања Лука, премда има значајно културно-историјско наслеђе, тренутно нема културно-историјску баштину која би могла бити примарни разлог доласка туриста, потребно је пронаћи начин како све оно што Бања Лука има представити на један креативан и иновативан начин. Због тога би маркетиншке напоре требало преусмјерити на формирање туристичких производа који би представљали комбинацију етничког наслеђа и културне баштине. Посебно атрактивно би могло бити прожимање културе и руралног наслеђа, односно промоција културног идентитета кроз приказ традиционалних обичаја, фолклорног наслеђа и старих заната. У сарадњи са историчарима и другим стручњацима из области културе могле би се креирати културно-едукативне тематске туре базиране на животу и раду различитих народа и народности на овим просторима.

КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Богато културно-историјско наслеђе из различитих епоха
- ✓ Комерцијализација производа кроз креирање иновативних тематских пакета
- ✓ Блиска сарадња са историчарима, етнологима, конзерваторима, кустосима и осталим стручњацима из области културе и умјетности
- ✓ Култура живота и рада националних мањина

Облици производа

- ✓ Посјета културно – историјским знаменитостима
- ✓ Обилазак музеја и галерија
- ✓ Културна дешавања

ЦИЉНА ТРЖИШТА	
Примарна	Секундарна
Босна и Херцеговина	Пољска
Србија	Холандија
Словенија	Велика Британија
Италија	Француска
Њемачка	Чешка
	Словачка
	Ваневропске земље (првенствено Кина и Јапан)

Тржишни сегменти

- ✓ Организоване групе
- ✓ Особе склоне упознавању других култура
- ✓ Школске екскурзије

Комуникација према тржишту	Канали дистрибуције
Интернет странице Тематизоване брошуре Излети упознавања („Fam trips“)	Туроператори Интернет странице дестинација E-mail Асоцијације и удружења

8.5.7. Религијски туризам

Бурна прошлост и дешавања кроз минуле вијекове, довела су на подручју Бање Луке до стварања амбијента, у којем различите религије егзистирају, прожимају се и надопуњују. Бања Лука располаже са значајним потенцијалима за развој религијског туризма који до сада нису, на адекватан начин, искоришћени. Различите религијске заједнице и њихови храмови представљају посебну атракцију за туристе и посјетиоце који имају жељу да упознају сакралне споменике нашег града.

Унутар религијског туризма би се могле креирати двије различите групе туристичких производа. Прву групу би чинили производи намјењени туристима који предузимају путовања искључиво из религијских/духовних мотива. Ове врсте производа, било да су намјењана туристима православне, католичке или муслиманске вјероисповијести, би требало понудити као дио религиозних, кружних путовања по Босни и Херцеговини.

Другу групу производа би представљали специфични производи настали комбиновањем религије, културе и едукације који би били намјењени туристима које занима историја, архитектура, црквено сликарство и вајарство односно све оно што је везано за културу и вјеру различитих религијских заједница.

РЕЛИГИЈСКИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Бројни религијски објекти различитих конфесија
- ✓ Бања Лука - спој Истока и Запада односно хришћанства и ислама
- ✓ Концентрација великог броја сакралних објеката националних мањина у широј околини Бање Луке (у радијусу до 100 km)

Облици производа

- ✓ Духовни/религијски
- ✓ Културно-едукативни
- ✓ Посебно интересовање - вјерски празници и обичаји

ЦИЉНА ТРЖИШТА

Примарна

Србија
Хрватска
Словенија
Словачка
Пољска

Секундарна

Чешка
Француска
Њемачка
Италија

Тржишни сегменти

- ✓ Индивидуални гости
- ✓ Организоване групе
- ✓ Вјерске заједнице и удружења

Комуникација према тржишту

Тематске брошуре
Туре упознавања („Fam trips“)
Интернет презентација
Сајмови

Канали дистрибуције

Специјализоване агенције
Вјерске заједнице

8.5.8. Рурални туризам

Рурално подручје Бање Луке карактеришу веома атрактивно, и што је још важније, за сада очувано и незагађено природно окружење које заједно са културно-историјским

вриједностима представља значајну основу за развијање руралног туризма. Нажалост, ове потенцијално конкурентне предности прате бројни и озбиљни недостаци који у великој мјери ограничавају и успоравају искориштавање претходно наведених потенцијала за формирање тржишно спремног туристичког производа. Развој руралног туризма подразумијева његов развој, не као главне или преовлађујуће, већ као додатне активности или извора прихода локалног становништва. Због тога његов развој треба да тече упоредо са привредним развојем руралних подручја уз постепено превазилажење претходно идентификованих слабости као што су инфраструктурални проблеми, посебно водоснабдијевање и снабдијевање електричном енергијом, низак ниво образовања и старосна структура становништва, одлив младог локалног становништва, изразито ниска економска развијеност подручја. Главни носиоци развоја руралног туризма су сеоска домаћинства. Имајући у виду, садашње веома скромне финансијске и матаријалне капацитете потенцијалних пружаоца услуга у сеоском туризму, намеће се потреба стварања једног ефикасног система финансијске и савјетодавне помоћи предузетницима. Уз константну едукацију локалног становништва и стимулисања пословног амбијента, неопходно је и провођење одговарајуће законске регулативе као и већа координација између релевантних републичких и локалних институција и организација у развоју руралног туризма.

Облици туристичких производа унутар цјелокупног производа руралног туризма који се могу комерцијализовати релативно брзо су:

- рекреација у природи, нарочито у комбинацији са производима активног одмора
- гастрономија-представљање локалних јела и пића кроз организовање кушаоница или дана посвећених одређеној врсти јела или пића
- сценски прикази традиционалних обичаја као што су слава, бабине, прело и сл.
- манифестације посвећене народним обичајима и стваралаштву

На средњи и дужи рок је потребно планирати садржаје за стационарни сеоски туризам, при чему од велике помоћи могу бити примјери успјешних дестинација руралног туризма у Европи.

РУРАЛНИ ТУРИЗАМ

Развојне шансе производа

- ✓ Очувана традиционална архитектура и локални стари занати
- ✓ Производња и пласман здраве хране
- ✓ Близина руралних подручја у односу на уже градско језгро

Облици производа

- ✓ Култура живота и рада локалног становништва
- ✓ Стационарни сеоски туризам
- ✓ Гастрономија
- ✓ Рекреација у природи

ЦИЉНА ТРЖИШТА

Примарна

Секундарна

Босна и Херцеговина
Словенија
Хрватска
Дијаспора

Србија
Њемачка
Француска
Велика Британија

Тржишни сегменти

- ✓ Породице са дјецом
- ✓ Заљубљеници у аутентичност и природу
- ✓ Гастро гости
- ✓ „Outdoor“ туристи
- ✓ Викендаши

Комуникација према тржишту	Канали дистрибуције
Новине, магазини, часописи Брошуре Промоциони пакети Туре упознавања	Интернет Директни маркетинг Рурална удружења Лична препорука

8.6. Могућности регионалне интегрисане понуде

Нови трендови у туризму, са свим последицама које носе са собом, довели су до тога да туристичка понуда мора, на што оригиналнији начин, да одговори захтјевном туристичком тржишту.

Полазећи од конкурентности туристичког тржишта, важно је понудити додатне садржаје, побољшати имиџ дестинације као цјелине и тиме задржати постојеће туристе и генерисати нову потражњу.

Вођена том идејом, ТОБЛ је у марту 2011. окупила партнерске туристичке организације и заједнице из Србије, Хрватске, Словеније и БиХ. Овај скуп је од великог значаја за туризам у региону јер је отворено питање промоције континенталног туризма, стога представници ових градова у регији, како је закључено на Конференцији, могу заједно наступити и на тржишту, а отуда и идеја да се направи заједнички регионални производ или групу производа.

На овај начин жели се постићи богатија туристичка понуда, заједнички наступи на другим тржиштима који би резултирали већим бројем туриста, а самим тим даљем развоју туристичке привреде.

8.7. Успостављање дестинацијског менаџмента

Дестинацијски менаџмент се може дефинисати као пословна активност која спаја и координише рад различитих пословних и других субјеката у креирању и реализацији туристичког производа, с циљем остварења оптималог квалитета.

Овај појам, који се односи на управљање туризмом у одређеној дестинацији у посљедњих пет година се све учесталије користи.

Ријеч је о развојном и стратегијском алату који туристичком одредишту обезбјеђује успјешнији, одржив туризам кроз квалитетно управљање дестинацијом, темељено, прије свега, на координацији и синергији свих пословних, административно-управних, културних и других субјеката у одредиштима, укључујући и становништво. То је уједно и облик партнерства, односно сарадње приватног и јавног сектора у остварењу заједничког циља – квалитетном понудом услуга и садржаја привући довољан број туриста.

Под дестинацијским менаџментом подразумијевамо све оне структуре које формално или неформално управљају дестинацијом, и то: локална управа и самоуправа, тијела туристичких организација, хотелијери, ресторатери, туристичко посредовање, изнајмљивачи, водећи привредници, интересне групе...

Дестинацијски менаџмент треба да обухвати и помири краткорочне пословне интересе приватног и стратешке, дугорочне развојне интересе јавног сектора. Увођењем појма дестинацијских менаџмент компанија треба усмјерити рецептивне туристичке агенције да на себе преузму одговорност за стварање нових туристичких производа у дестинацији, а исто тако и да почну примјењивати специфичне начине рада и високе стандарде квалитета својствене дестинацијским менаџмент компанијама које данас послују у свијету.

Да се не би мијешали појмови дестинацијским менаџмент компанија и организација, непоходно је утврдити којим се дјелатностима поменути субјекти баве. Наиме, о развојном усклађивању интереса приватног и јавног сектора требају се бринути **дестинацијске менаџмент организације**, међутим, пуни обим послова **дестинацијских менаџмент компанија** на осмишљавању и провођењу сложених туристичких производа као што су излети, пакети, туре, конгреси, едукативни програми и сл. могу обављати искључиво субјекти који послују као туристичке агенције.

8.8. Могућност инвестирања

Под инвестицијом би се могло означити улагање, најчешће новчаних средстава ради стицања профита и одређене економске користи.

Савремено привређивање у туризму и угоститељству као и улагање у развојно-инвестиционе пројекте који доприносе побољшању туристичке понуде, не може се замислити без прилива инвестиција. Данас да готово и нема земље у којој носиоци јавне власти не покушавају створити повољну инвестицијску климу различитим промотивним активностима и конкретним подстицајима. Инвестирање у туризам је условљено, директно или индиректно, општим привредним развојем и стањем у коме се нека земља налази. Привреду Бање Луке карактерише присуство бројних проблема и слабости који спутавају развој привредних потенцијала. Постоје бројни фактори који ограничавају већи прилив страних инвестиција, а

највише критика се односи на огроман бирократски апарат, неефикасност правног система, висок степен корупције, непостојање адекватних тржишних механизма за брз улазак или излазак са тржишта.

У публикацији „*Doing Bussiness 2012*“ коју је израдила Свјетска банка, а тиче се погодности услова за лако започињање приватног посла, Босна и Херцеговина је заузела 125. мјесто од укупно 183. земље. За састављање листе, Свјетска банка је користила бројне индикаторе који указују на постојање бројних административних препрека које директно утичу на смањење страних инвестиција у Босни и Херцеговини. Анализа је указала да Босна и Херцеговина, не само да заостаје за развијеним земљама већ су испред ње и све бивше југословенске републике али и многе азијске и афричке земље. Уколико се разматра само регионално окружење, инвеститорима је пуно лакше започети посао у Македонији (22. мјесто), Словенији (37. мјесто), Црној Гори (56. мјесто), Хрватској (80. Мјесто) или Србији (92.мјесто) али и у Албанији (82. мјесто) и Румунији (72. мјесто) него у Босни и Херцеговини. Привлачење страних инвестиција у домаћу привреду па тако и у развој туризма подразумијева максимално поједностављење и смањивање процедура и дозвола за отпочињање посла.

У циљу привлачења потенцијалних инвеститора, Туристичка организација града Бања Лука је у прилогу Програмско-пројектни план, изнијела приједлоге туристичких локација, објеката и зона који могу бити атрактивни за успјешну реализацију „*greenfield*“ и/или „*brownfield*“ улагачких иницијатива. Такође, ТОБЛ-а ће заговарати примјену бројних финансијских и фискалних постицаја и олакшица посебно у области руралног туризма али и стимулисању одрживих рјешења у туризму као и подстицању „невидљивог извоза“ односно уграђивању прозивода домаће привреде у туристички производ.

Литература:

1. „Економски институт“ а.д. Бања Лука; „Институт економских наука“ Бања Лука и Удружење „Синергија“; Бања Лука 2006: Стратегија развоја града Бања Лука у периоду 2007-2015
2. Урбанистички завод Републике Српске а.д. Бања Лука, фебруар 2010. година: Стратегија руралног развоја Града Бања Лука 2010-2015. године (Наручилац: Градска развојна агенција града и Скупштина града Бања Лука)
3. Универзитет у Бањој Луци, 2009. година: Стратегија развоја туризма Републике Српске за период од 2010-2020. године (Наручилац: Министарство трговине и туризма)
4. Градска развојна агенција у сарадњи са Удружењем економиста : Стратегија развоја сектора Мсп-а и предузетништва на територији града Бања Лука у периоду 2010-2015. године
5. Урбанистички завод Републике Српске а.д. Бања Лука, 2009. година: Урбанистички план Бање Луке 2008-2020. године
6. Одјељење за стамбене и комуналне послове и послове саобраћаја у административној служби града Бања Лука, децембар 2009. године: Локални еколошки акциони план (ЛЕАП) за Бањалуку
7. Урбанистички завод Републике Српске а.д. Бања Лука, април 2008. година: Просторни план Републике Српске до 2015. године
8. Смлатић Сулејман; Свјетлост, Сарајево 1978 године: Бања Лука-град и његове функције
9. Зоран Пејашиновић, Град Бања Лука, АИС - Међународно удружење научних радника Бања Лука, Бања Лука: Бања Лука - Алејама прошлости и садашњости - водич

Интернет извори:

1. <http://www.unwto.org/>
2. <http://www.rhmzrs.com/>
3. www.banjaluka.rs.ba
4. www.rzs.ba
5. www.bhas.ba

Прилог 1: Број долазака и ноћења у Бањалуци у периоду од 2004-2011 године

Мјесец	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења	Доласци	Ноћења
I	1666	2596	1588	2473	2226	3282	2998	4789	3583	5485	3226	5032	3262	5009	3070	4592
II	2706	4111	2408	3604	2901	4457	3761	6132	4124	6499	4128	6943	4165	6301	4094	6272
III	3853	6060	3403	5200	4070	6672	4615	7350	4851	7710	5844	9919	5010	8085	5530	8782
IV	3447	5332	3639	5779	3693	6033	4468	6934	4970	7835	5264	9073	5051	7680	5651	8917
V	3218	5353	3402	5608	4359	6718	4614	7489	6441	11003	6407	12628	5473	8994	5701	9165
VI	3456	5745	3392	5349	4402	7199	4652	8224	6364	11285	5845	8870	5354	8114	6094	9514
VII	3219	5793	2357	3961	3134	5400	3725	6231	4735	7928	4875	7794	4256	7653	5177	12018
VIII	2020	2987	1990	3231	3079	5290	3339	6055	3717	6687	3661	5782	3327	5110	3597	5809
IX	3118	5140	3295	5686	4627	8211	4741	7422	5208	8924	5729	9848	5491	9248	5575	8675
X	3432	5610	3499	6082	4445	7734	5555	9171	6408	10807	6555	9682	5331	8349	6212	9933
XI	3170	5224	3251	5187	5042	8461	4556	8300	5444	9092	5008	7650	5429	9295	5557	9568
XII	3032	5074	3068	4839	4352	7189	5246	8367	5061	8034	5209	8146	5415	7831	5753	9031
УКУПНО	36337	59025	35292	56999	46330	76646	52270	86464	60906	101289	61751	101367	57564	91669	62011	102276
Број лежајева	800		788		927		1000		1052		1046		1175		1158	
Проценат попуњености	20,21 %		19,82 %		22,65 %		23,74 %		26,37 %		26,55 %		21,37 %		24,20 %	

Прилог 2:
Програмско – пројектни дио

СТРАТЕШКИ ЦИЉ 1.
ЗАШТИТА И УНАПРЕЂЕЊЕ ТУРИСТИЧКИХ РЕСУРСА

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ1: Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва																							
Мјера:	СЦ1:ОЦ1:М1: Провођење промотивних кампања;																								
Пројекат:	СЦ1:ОЦ1:М1:Пр1: Обиљежавање Свјетског дана туризма																								
Опис пројекта:	ТОБЛ ће 27. септембара, организовати дешавање поводом свјетског дана туризма који се увијек веже уз одређену тему коју одређује Генерална скупштина по препоруци извршног одбора Свјетске туристичке организације. Свјетски дан туризма се обиљежава како би се унутар међународне заједнице и локалних актера јачала свијест о туризму и његовом привредном, социолошком, културном и политичком значају. ТОБЛ ће сваке године орагнизовати дешавање у складу са глобалном темом на које ће бити позвани сви релевантни актери у туризму.																								
Очекивани резултати:	• Подигнута свијест о значају туризма за заједницу • Идентификовани проблеми угрожени ресурси у развоју туризма Бањалуке • Дефинисане приоритетне активности																								
Главне активности:	• Логистика • Предавања • Маркетинг																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		
Процијењена вриједност улагања:	29.000,00 КМ		Износ трошкова у првој години реализације:			3.000,00 КМ																			
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града																								

Потенцијални корисници пројекта:	• Угоститељи • Локална заједница • Туристички радници
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		<i>СЦ1:ОЦ1: Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва</i>
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ1:М2: Заговарање одрживог развоја и нових технологија</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ1:М2:Пр1: Организовање радионица „Одрживост у пракси“</i>	
Опис пројекта:	<i>Радионице „одрживост у пракси“ ће бити организоване за потенцијалне предузетнике у руралном туризму који ће на овај начин имати прилику да се упознају са начинима привређивања уз очување животне средине и уштеду ресурса. Уз примјену одрживих модела привређивања, домаћинства ће остварити додатну вриједност за своје породице али и за будуће туристе. Теме радионица ће бити обновљиви извори енергије, органска пољопривреда, еко градња, отпад и отпадне воде и сл.</i>	
Очекивани резултати:	• Подигнута свијест о заштити животне средине • Стечена знања и вјештине примјењене у пракси • Створена додатна вриједност туристичке понуде	

Главне активности:	- Организација радионица - Субвенција за одржива рјешења - Штампање и дистрибуција приручника																																																																						
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="3">2013</td><td colspan="3">2014</td><td colspan="3">2015</td><td colspan="3">2016</td><td colspan="3">2017</td><td colspan="3">2018</td><td colspan="3">2019</td><td colspan="3">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																								2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																									
2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																																																		
Процијењена вриједност улагања:	35.000,00 KM						Износ трошкова у првој години реализације:						5.000,00 KM																																																										
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Фонд за животну средину - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију - Министарство трговине и туризма - Министарство науке и технологије - Министарство пољоприврде, шумарства и водопривреде - Министарство, индустрије, енергетике и рударства - Међународни фондови																																																																						
Потенцијални корисници пројекта:	- Угоститељи - Локално становништво - Предузетници у туризму																																																																						
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Градска развојна агенција - Центар за развој и унапређење села																																																																						
Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бања Лука																																																																						

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																										
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса				СЦ1:ОЦ1: Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва																																																										
Мјера:		СЦ1:ОЦ1:М2: Иницирање одрживог развоја и нових технологија																																																												
Пројекат:		СЦ1:ОЦ1:М2:Пр2: Еко акције и кампање																																																												
Опис пројекта:		Савремени развој туризма се темељи на изворном квалитету простора и ресурса. Из тих разлога, а нарочито због обезбјеђења основе сопственог и дугорочно одрживог развоја, туристичка привреда мора имати као приоритетан задатак заштиту, унапређење и рационално коришћење простора и ресурса.																																																												
Очекивани резултати:		• Подигнута свијест о заштити животне средине • Заштићени природни потенцијали за развој туризма • Успостављени принципи одрживог развоја туризма																																																												
Главне активности:		• Припрема акција и кампања • Спровођење акција и кампања • Израда и дистрибуција промотивног материјала																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="3">2013</td><td colspan="3">2014</td><td colspan="3">2015</td><td colspan="3">2016</td><td colspan="3">2017</td><td colspan="3">2018</td><td colspan="3">2019</td><td colspan="3">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>														2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																									
2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																																									
Процијењена вриједност улагања:		42.000,00 КМ						Износ трошкова у првој години реализације:						6.000,00 КМ																																																
Потенцијални извори финансирања:		- Буџет Града - Фонд за животну средину - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију - Министарство трговине и туризма - Међународни фондови																																																												

Потенцијални корисници пројекта:	• Локално становништво • Предузетници у туризму • Доносиоци одлука
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Центар за развој и унапређење села • Удружења за заштиту животне средине
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		<i>СЦ1:ОЦ1: Подизање еколошке и туристичке свијести доносиоца одлука и локалног становништва</i>
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ1:МЗ: Стимулативне и репресивне мјере</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ1:МЗ:Пр1: Иницирање стимулативних и репресивних мјера</i>	
Опис пројекта:	Туристичке дјелатности треба да се одвијају у складу са принципима одрживог развоја тј. социјалне и еколошке одговорности јер се на тај начин ствара додатна вриједност туристичке понуде за заједницу и туристе. У складу са наведеним потребно је успоставити стимулативне механизме за предузетнике који улажу у одрживе праксе и еколошки прихватљива рјешења (енергетска ефикасност, алтернативни извори енергије, органска пољопривреда, збрињавање отпадних вода и чврстог отпада, еко градња и сл.). Такође је потребно заговарање репресивних мјера, за предузетнике који угрожавају животну средину и штете укупном имиџу дестинације, путем инспекцијских служби и адекватних законских прописа.	
Очекивани резултати:	• Подигнута свијест о заштити животне средине • Заштићени потенцијали за развој одрживог туризма • Створена додатна вриједност туристичке понуде и туристичких производа • Успостављени принципи одрживог развоја туризма	

Главне активности:	- Иницирање доношења нове и прилагођавања постојеће законске регулативе - Едукација и обуке - Формирање фонда за финансирање одрживих пракси - Израда и дистрибуција промотивног материјала - Формирање инспекцијске службе																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	14.000,00 КМ								Износ трошкова у првој години реализације:								2.000,00 КМ																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Градска развојна агенција - Фонд за животну средину - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију - Министарство трговине и туризма - Међународни фондови																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Предузетници у туризму - Локално становништво - Локална заједница - Туристи																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Градска развојна агенција - Туристичка организација града Бања Лука - Удружења за заштиту животне средине																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бања Лука																																																																																								

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса				СЦ1:ОЦ2: Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Мјера:		СЦ1:ОЦ2:М1: Иницирање израде студија заштите и проглашења заштићених подручја, амбијенталних цјелина и природних и културно-историјских споменика																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Пројекат:		СЦ1:ОЦ2:М1:Пр1: Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма града																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Опис пројекта:		Заштита простора и споменика је од изузетне важности за развој одрживог туризма, очување животне средине и подизања конкурентности туристичке дестинације. У складу са просторним планом Републике Српске као и Урбанистичким планом Бањалуке заговараћемо заштиту подручја и локација од интереса за развој туризма Бањалуке. Ту спадају подручаја као што су кањон Сутурлије, Бањ брдо, Парк шуме Траписти, кањон Тијесно, Крупа на Врбасу, Осмача-Тисовац, Вучај као и локације од интереса попут каменог моста, звечајске стијене, ушћа Врбање у Врбас, зеленог појаса,пећина и сл.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Очекивани резултати:		• Подигнута свијест о заштити животне средине • Заштићени потенцијали за развој туризма • Повећан број заштићених подручја, објеката и локација • Створена додатна вриједности туристичке понуде и туристичких производа • Успостављени принципи одрживог развоја туризма																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Главне активности:		• Иницирање израде студија заштите и елабората • Заговарање проглашења подручја, објеката и локација заштићеним • Израда планова управљања • Формирање управљачких тијела																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>														2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														

Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију - Фонд за животну средину - Међународни фондови
Потенцијални корисници пројекта:	• Локално становништво • Локална заједница • Туристи
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Туристичка организација града Бања Лука • Удружења за заштиту животне средине
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука • Донатори

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ2: Заштита подручја и мотива од интереса за развој туризма
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ2:М1: Иницирање израде студија заштите и проглашења заштићених подручја, амбијенталних цјелина и природних и културно-историјских споменика</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ2:М1:Пр2: Кампања „Бања Лука - град зеленила“</i>	
Опис пројекта:	<i>С обзиром да је као званични сувенир града Бања Лука изабран лист дивљег кестена, који се налази и на званичном грбу града Бања Лука, као и на чињеницу да је Бањалука одувјек била позната као град зеленила, те да је градско зеленило све више изложено деградацији услед урбанизације, под хитно је потребно спровести мјере заштите градског зеленила. Ово је посебно важно за квалитет живота грађана и заштиту животне средине као и за туризам у смислу брендирања Бањалуке као града зеленила и заштите овог</i>	

	куриозитета у циљу повећања конкурентности. Кампања ће бити усмјерена на повећање свијести о мултипликативном значају градског зеленила за град Бањалуку и њене грађане, заговарање правног оквира заштите, акције унапређења градског зеленила и маркетинга.																																							
Очекивани резултати:	• Подигнута свијест о заштити животне средине • Заштићени потенцијали за развој туризма • Створена додатна вриједности Бањалуке као туристичке дестинације • Бањалука брендирана као град зеленила • Побољшан квалитет живота																																							
Главне активности:	• Заговарање доношења нове и прилагођавање постојеће правне регулативе • Информисање • Акције сађења нових стабала • Заговарање изградње нових паркова и алеја • Изградња спомен чесме генералу Јелсону (заштитнику алеја) • Израда и дистрибуција промотивног материјала • Маркетинг и брендирање																																							
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																	
Процијењена вриједност улагања:	80.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:				8.000,00 КМ																															
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Фонд за животну средину - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију																																							
Потенцијални корисници пројекта:	• Локално становништво • Локална заједница • Туристи																																							
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Одјељење за просторно уређење • Одјељење за стамбено-комуналне послове и послове саобраћаја																																							

	- Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Удружења за заштиту животне средине - Универзитет у Бањалуци
Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ3: Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ3:М1: Истраживање и туристичка валоризација природних и културних ресурса</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ3:М1:Пр1: Пећине и јаме Бањалуке</i>	
Опис пројекта:	<i>Кејвинг је све популарнији туристички производ и рекреативна активност која подразумјева истраживање дивљих (углавном некомерцијалних) пећинских система. Пројекат Пећине и јаме Бањалуке подразумјева спелеолошка истраживања, валоризацију и креирање кејвинг производа на подручју територије града Бања Лука који би укључивао пећине попут Мишарице и Љубачево као и јаме на подручју планине Мањача и кањона Тијесно.</i>	
Очекивани резултати:	- Створена додатна вриједност Бањалуке као туристичке дестинације - Обогаћена туристичка понуда авантуристичког туризма - Унапређена еколошка свијест	
Главне активности:	- Спелеолошка истраживања и валоризација спелеолошких објеката на подручју града - Уређење спелеолошких објеката - Креирање производа „Пећине и јаме Бањалуке“ - Израда и дистрибуција промотивног материјала	

Трајање и динамика реализације пројекта:	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
Процијењена вриједност улагања:	200.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				20.000,00 KM							
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Међународни фондови - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа															
Потенцијални корисници пројекта:	• Научне и образовне институције • Спелеолошка друштва • Локална заједница • Туристи															
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Туристичка организација града Бања Лука • Одјељење за просторно уређење • Одјељење за стамбено-комуналне послове и послове саобраћаја • Универзитет у Бањалуци															
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука															

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса</i>	<i>СЦ1:ОЦ3: Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију</i>

Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Туристичка организација града Бања Лука • Одјељење за просторно уређење • Универзитет у Бањалуци
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ3: Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију
Мјера:	СЦ1:ОЦ3:М2: <i>Израда студија изводљивости, идејних и изведбених пројеката</i>	
Пројекат:	СЦ1:ОЦ3:М2:Пр1: <i>Археолошки паркови Бањалуке</i>	
Опис пројекта:	<i>Бањалучка регија је један од богатијих подручја када су у питању археолошки локалитети из различитих историјских епоха, од старог каменог доба па до данас. Веома мало археолошких локалитета на подручју града Бањалуке је истражено, а нити један од њих није стављен у туристичку функцију. Материјални остаци цивилизација које су се кроз историју смјењивале на бањалучком подручју још увијек повремено излазе на видјело. Археолози откривају тајне наших предака, истражујући из научних разлога, али догоди се и да и при извођењу грађевинских радова или обраде земље „нови“ археолошки бисер покаже своје лице. Та се открића не могу пренијети у музеј него ће се, у случајевима када је то могуће, конзервирати и показати на изворном мјесту. Потенцијалне локације за археолошке паркове су: тврђаве (Кастел, Звечај, Гребен), римска терма и средњовјековни град Српске Топлице.</i>	

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса				СЦ1:ОЦ3: Истраживање природних и културних ресурса и њихово стављање у туристичку функцију																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Мјера:		СЦ1:ОЦ3:М2: Израда студија изводљивости, идејних и изведбених пројеката																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Пројекат:		СЦ1:ОЦ3:М2:Пр2: Средњовјековна утврђења долине Врбаса																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Опис пројекта:		Поред низа природних споменика као што су камени мост, звечајска стијена, слапови на ријеци Крупа, водопад у Јајцу и др. на простору врбаских клисура постоји низ утврђених средњовјековних градова који до сада нису имали туристичку функцију. Такви утврђени градови су Звечај, Гребен и Бочац, тврђаве из XV вијека које се издижу на врховима клисура врбаске долине на подручју између Јајца и Бањалуке. Пројекат подаразумјева истраживање средњовјековних тврђава, њихову валоризацију, израду пројеката ревитализације.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Очекивани резултати:		- Археолошка истраживања - Израда идејних и изведбених пројеката - Створена додатна вриједности Бањалуке као туристичке дестинације - Израђена основа за развој културно-историјског туризма																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Главне активности:		- Археолошка истраживања - Израда идејних и изведбених пројеката - Израђена основа за развој културно-историјског туризма - Израда и дистрибуција промотивног материјала и стручних публикација																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>														2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					

	<i>природног наслеђа</i> - Национална комисија за заштиту споменика - Министарство просвјете и културе
Потенцијални корисници пројекта:	• Научне и образовне институције • Локална заједница • Туристи • Удружења културе • Занатлије
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Туристичка организација града Бања Лука • Одјељење за просторно уређење • Универзитет у Бањалуци
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1:Пр1: Адаптација тврђаве Кастел за туристичке садржаје</i>	
Опис пројекта:	У складу са идејним и изведбеним пројектом као и пројектом ревитализације тврђаве Кастел потребно је осмислити туристичке садржаје и понуду која би на репрезентативан начин представила историју, културу, умјетност и гастрономију Бањалуке, понудила разноврсне производе и садржаје и привукла што већи број туриста. За то је потребно координисати активности и садржаје који ће дати јединствен производ Кастела као туристичке локације.	

Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бања Лука
--	--

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1:Пр2: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Звечај</i>	
Опис пројекта:	<i>Остаци средњовјековног утврђеног града Звечај, налазе се десетак километара јужно од Бањалуке, на јужним падинама стијене над лијевом обалом Врбаса. Звечај се први пут помиње 1404. године, када је херцег Хрвоје Вукчић овдје склопио уговор са Дубровчанима против босанског краља Остоје. Претпоставља се да је утврђење старије од овог времена. Град се састојао од цитаделе, бедема који се спуштају ка Врбасу и кула од којих је једна сачувана до висине од око десет метара. На бази претходно извршених археолошких истраживања, биће урађен идејни и изведбени пројекат у циљу ревитализације тврђаве и њеног прилагођавања, културној, образовној и туристичкој функцији.</i>	
Очекивани резултати:	<i>Урађен финални идејни и изведбени пројекат ревитализације тврђаве Звечај</i> <i>Повећан интерес за улагање и инвестиције</i>	
Главне активности:	<i>Расписивање конкурса за израду идејног пројекта</i> <i>Одабир извођача и потписивање уговора</i> <i>Јавна расправа</i> <i>Усвајање</i> <i>Промоција пројекта</i> <i>Расписивање конкурса за израду изведбеног пројекта</i>	

Мјера:	СЦ1:ОЦ4:М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Пројекат:	СЦ1:ОЦ4:М1:Пр3: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Гребен																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Опис пројекта:	Средњовјековни утврђени град Гребен налази се у Крупи на Врбасу, 25 км јужно од Бањалуке. Први пут се помиње у изворима 1192. године, а потом 1322. и 1346. године када градом управља извјесни Никола. У 14. вијеку Гребен је био у посједу феудалне господе Хрватинића, господара Доњих Краја, о чему свједоче повеље потписиване у овом граду 1374. и 1375. године. Данас је у рушевном стању. Нешто боље је сачувана кула над Врбасом и дио бедема који се спуштају према кањону ријеке. Смјештен је на брду изнад манастира (гдје Врбас напушта Гребенску клисуру) са којег се пружа поглед на Крупско поље и Гребенску клисуру. Реализацијом пројекта створиће се услови за ревитализацију тврђаве и на тај начин ће бити обогачена туристичка понуда Бањалуке и повећана могућност за креирање туристичких производа.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Очекивани резултати:	- Урађен финални идејни и изведбени пројекат ревитализације тврђаве Гребен - Повећан интерес за улагање и инвестиције																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Главне активности:	- Расписивање конкурса за израду идејног пројекта - Одабир извођача и потписивање уговора - Јавна расправа - Усвајање - Промоција пројекта - Расписивање конкурса за израду изведбеног пројекта - Одабир извођача и потписивање уговора - Јавна расправа - Усвајање - Промоција пројекта																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															

Процијењена вриједност улагања:	20.000,00 КМ	Износ трошкова у првој години реализације:	5.000,00 КМ
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Министарство просвјете и културе		
Потенцијални корисници пројекта:	• Инвеститори • Локална заједница • Удружења културе		
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Град Бања Лука		
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1:Пр4: Ревитализација споменичког комплекса на Бањ брду</i>	
Опис пројекта:	Споменички комплекс на Бањ брду се налази у средишту најпопуларнијег и најпосјећенијег излетишта Бањалуке које посједује и садржаје као што су уређена мјеста за пикник, угоститељске објекте и уређене стазе за шетњу. Кроз овај пројекат је планирана обнова споменичког комплекса и музеја што ће заједно са осталим садржајима на локацији значајно обогатити туристичку понуду града.	

Очекивани резултати:	• Обогаћена туристичка и културна понуда Града • Повећан број долазака туриста на локацији • Повећан интерес за улагање и инвестиције • Унапређење осталих садржаја и туристичке понуде																																																																																								
Главне активности:	• Израда плана ревитализације • Ревитализација споменичког комплекса • Постављање инсталација и креирање садржаја • Израда и дистрибуција промотивног материјала																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	100.000,00 КМ												Износ трошкова у првој години реализације:								30.000,00 КМ																																																																				
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Министарство просвјете и културе - Министарство рада и борачко – инвалидске заштите																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	• Локална заједница • Удружења културе • Туристи																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Град Бања Лука																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука																																																																																								

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива
Мјера:	СЦ1:ОЦ4:М1: <i>Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција</i>	
Пројекат:	СЦ1:ОЦ4:М1:Пр5: Ревитализација Шеранића куће	
Опис пројекта:	<i>Шеранића кућа, која се налази на десној обали Врбаса у насељу Српске Топлице. Реализацијом пројекта, овај национални споменик биће конзервисан, рестаурисан, а недостајући дијелови реконструисани у изворном облику, исте величине, од истог или истоврсног материјала, примјеном истих технолошких приступа у највећој могућој мјери, на основу документације о изворном облику из 1989. године, а уз одобрење Министарства за просторно уређење, грађевинарство и екологију РС и стручно надзирање Републичког завода за заштиту културно-историјског и природног наслеђа РС.</i> <i>Прва етапа извођења радова обухвата хитне мјере заштите која подразумјева:</i> <i>извршити испитивање и статичку анализу конструктивних дијелова објекта;</i> <i>извршити статичку консолидацију објекта и санацију конструктивних дијелова уз употребу традиционалних материјала и истих технолошких поступака, у највећој могућој мјери;</i> <i>заштитити објекат од негативних спољних утицаја.</i> <i>Друга етапа обухвата конзерваторско-рестаураторске радове:</i> <i>уклонити накнадно дозидани улаз на мушком дијелу куће, те унутрашње зидове који су накнадно постављени као и двоструко степениште, а у циљу враћања аутентичне диспозиције куће;</i> <i>све елементе у унутрашњости објекта (сећије, мусандара и остали намјештај) санирати и обновити користећи историјску документацију;</i> <i>обезбиједити комуникацију са баштом дрвеним степеништем;</i> <i>реконструисати огњиште у “кући” – кухињи;</i> <i>обезбиједити већи простор око куће уклањањем бетонске рампе (изграђене подизањем нивоа улице, због чега је објекат дошао у нижи положај). Објекат оградити дрвеном оградом са капијом. Извршити уређење женске авлије и ружичњака.</i> <i>Кућа може да се користи за становање, или за неку другу функцију која неће довести до оштећења конструкције.</i>	

Очекивани резултати:	• Обогаћена туристичка и културна понуда Града • Повећан број долазака туриста на локацији • Повећан интерес за улагање и инвестиције • Унапређење осталих садржаја и туристичке понуде																																																																																								
Главне активности:	• Израда плана ревитализације • Ревитализација споменичког комплекса • Постављање инсталација и креирање садржаја • Израда и дистрибуција промотивног материјала																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	100.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								30.000,00 KM																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Приватни инвеститори																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	• Локална заједница • Удружења културе • Туристи																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Град Бања Лука • Власник објекта																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа																																																																																								

Потенцијални корисници пројекта:	• Локална заједница • Удружења културе • Туристи
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа • Град Бања Лука
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ1: Заштита и унапређење туристичких ресурса		СЦ1:ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива
Мјера:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција</i>	
Пројекат:	<i>СЦ1:ОЦ4:М1:Пр7: Музеј енергетике</i>	
Опис пројекта:	<i>Траписти су саградили зграду хидроцентрале на Врбасу и током љета 1899. године започели с градњом дрвене бране на Врбасу. Већ у новембру исте године фирма "Fahndrich" из Медлинга, недалеко од Беча, поставила је турбине (водене чигре) јачине 60 KS. Захваљујући томе, самостан Марија Звијезда са својим погонима у Делибашином Селу је био снабђевен електричном енергијом, а убрзо потом и неки јавни објекти града. Повећањем капацитета хидроцентрале и преносног система, електрична енергија је дошла и у центар града 1910. године, осам година прије него у Загребу. Данас је зграда хидроцентрале у рушевном стању, и поред свих претпоставки за креирање туристичких садржаја везаних за културно-историјски, амбијентални и природни потенцијал. Пројекат предвиђа израду идејног и изведбеног пројекта ревитализације, ревитализацију објекта, пуштање у погон хидроцентрале мањег капацитета, уређење музеја са угоститељским објектом и маркетиншке активности. Посебан значај Музеј енергетике ће добити у укупном производу излетишта Делибашино село, којег чине и самостан Марија</i>	

	Звјезда, млин, бањалучка пивара, зоо парк, траписке парк шуме и сл.																																																														
Очекивани резултати:	- Обогаћена туристичка и културна понуда Града - Повећан број долазака туриста на локацији - Повећан интерес за улагање и инвестиције - Унапређење осталих садржаја и туристичке понуде																																																														
Главне активности:	- Израда идејног и изведбеног пројекта - Ревитализација културно-историјског споменика Стара хидроцентрала - Оспособљавање хидроцентрале за рад - Постављање инсталација и креирање садржаја - Израда и дистрибуција промотивног материјала																																																														
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="3">2013</td><td colspan="3">2014</td><td colspan="3">2015</td><td colspan="3">2016</td><td colspan="3">2017</td><td colspan="3">2018</td><td colspan="3">2019</td><td colspan="3">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																									
2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																																										
Процијењена вриједност улагања:	1.000.000,00 KM						Износ трошкова у првој години реализације:						100.000,00 KM																																																		
Потенцијални извори финансирања:	- Буџет Града - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Електропривреда РС - Приватни сектор																																																														
Потенцијални корисници пројекта:	- Локална заједница - Туристи																																																														
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Град Бања Лука - Електропривреда РС																																																														
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђа - Град Бања Лука																																																														

СТРАТЕШКИ ЦИЉ 2
ПОБОЉШАЊЕ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма		СЦ2:ОЦ1: Развој информционих технологија у туризму и примјена резервационих система																							
Мјера:	СЦ2:ОЦ1:М1: Развој и унапређење софтвера																								
Пројекат:	СЦ2:ОЦ1:М1:Пр1: Унапређење софтвера за централни информативни пано																								
Опис пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука је реализовала пројекат постављања централног информативно туристичког паноа на Тргу Крајине, у мају 2012.године. С обзиром на развој и динамику туристичког промета на подручју Града потребно је континуирано проширивати и усавршавати базу података и софтвер инфо паноа, с циљем квалитетнијег информисања туриста о атракцијама, догађајима и осталим туристичким садржајима.																								
Очекивани резултати:	• Информисање туриста о туристичким и осталим садржајима • Повећање туристичке потрошње • Тачна и правовремена информација • Већа информатизација туристичке привреде																								
Главне активности:	• Валоризација постојећег софтверског рјешења • Утврђивање потребних садржајних и формалних промјена софтвера • Ажурирање базе података • Усавршавање постојећих софтверских рјешења у зависности од идентификованих проблема и недостатака • Праћење функционисања софтвера																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		
Процијењена вриједност улагања:	16.000,00 KM		Износ трошкова у првој години реализације:			2.000,00 KM																			
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бања Лука - Заинтересовани субјекти туристичке привреде - Град Бањалука																								

Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Локално становништво • Град Бањалука
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Специјализоване компаније из области ИТ-а
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Скупштина Града

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>	<i>СЦ2:ОЦ1: Развој информционих технологија у туризму и примјена резервационих система</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ1:М1: Развој и унапређење софтвера</i>
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ1:М1:Пр2: Развој софтвера за централну базу података</i>
Опис пројекта:	<i>Рјешење које ће бити представљено је базирано на ЈАВА платформи у облику клијент-сервер архитектуре. Рјешење је прилагођено веб-у што омогућава додатну флексибилност система, а такође омогућава приступ систему и његовим функцијама са удаљених локација путем Интернета као и приступ преко локалне мреже. Да би се осигурала сигурност приступа, систем не би требало да буде доступан директно преко интернета већ само унутар интерне мреже. Удаљени рачунари ће бити повезани преко виртуалне приватне преже (ВПН) којом ће бити гарантована побољшана сигурност у приступу апликацији и њеним функцијама.</i> <i>Осим приступа који ће бити могућ само из локалне мреже, односно са удаљених мрежа преко ВПН-а, овај систем ће имати омогућен и један приказ структуре и података који ће моћи да се интегрише преко „HTML“ странице у званичну презентацију Туристичке организације града Бања Лука, односно на све друге веб сајтове по потреби. Овај приказ ће на једноставан начин омогућити заинтересованим посјетиоцима портала увид у све аспекте туристичке понуде Бање Луке (све податке који ће у позадини бити организовани апликацијом за менаџовање) кроз хијерархијски приказ категорија, односно</i>

[illegible]

Процијењена вриједност улагања:	100.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	20.000,00 KM
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бања Лука - Министратсво трговине и туризма - Субјекти у туризму - Маркетиншке услуге (услуге рекламирања)		
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Туроператори и туристичке агенције • Струковна удружења, асоцијације, клубови... • Локално становништво		
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Специјализоване компаније из области ИТ-а • Субјекти у туризму		
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Субјекти у туризму		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ1: Развој информционих технологија у туризму и примјена резервационих система</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ1:М3: Унапређење информационо - технолошких услуга</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ1:М3:Пр1: Увођење приступних тачака за бесплатан бежични интернет</i>	
Опис пројекта:	<i>Увођењем приступних тачака за бесплатан бежични интернет на подручју одређених дијелова града са већом фреквенцијом људи (Парк „Петар Кочић“, Улица Бана Милосављевића, Трг српских јунака) би се омогућио приступ различитим информацијама и садржајима везано за боравак у граду Бањалуци.</i>	

Очекивани резултати:	• Брз и једноставан приступ траженим информацијама • Садржајни боравак у граду на Врбасу • Ефикаснија промоција актуелних дешавања • Позитиван имиџ Бање Луке као туристичке дестинације																																																																												
Главне активности:	• Дефинисање локација и зона за постављање приступних тачака • Избор специјализоване фирме за реализацију пројекта • Промоција „FREE WiFi“ зона • Одржавање инсталиране опреме																																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																	
Процијењена вриједност улагања:	24.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								24.000,00 KM																																																												
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бања Лука - Овлаштени провајдери - Маркетиншке услуге (услуге рекламирања)																																																																												
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Локално становништво																																																																												
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Овлаштени провајдери • Туристичка организација града Бања Лука																																																																												
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука																																																																												

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма				СЦ2:ОЦ2: Повећање инвестиција у туристички сектор																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
Мјера:		СЦ2:ОЦ2:М1: Дефинисање туристичких зона, објеката и центара																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Пројекат:		СЦ2:ОЦ2:М1:Пр1: Туристичке локације и објекти од интереса за улагаче																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Опис пројекта:		У пројекту ће бити дефинисани објекти, центри и зоне, који својим положајем, значајем и садржајем представљају атрактивне просторе за улагаче. При дефинисању потенцијалних туристичких простора саставиће се и приједлози одређених облика туризма који се могу развијати у њима. Пројекат подразумјева рејонизацију подручја града Бања Лука са туристичког становишта и одређивање приоритетних туристичких зона.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Очекивани резултати:		- Јасно дефинисани туристички објекти, центи и зоне од интереса за туризам - Брз и функционалан приказ туристичких локација - Већа улагања у туризам - Нова радна мјеста - Обогаћена туристаичка понуда - Повећан приход од туризма																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Главне активности:		- Формирање радне групе за пројектни задатак - Координација са заинтересованим странама - Дефинисање туристичких локација и објеката - Утврђивање облика туризма који се на њима могу развијати - Презентација и промоција дефинисаних зона																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></</td></tr></table>														2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			</
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															</																																																

Потенцијални корисници пројекта:	• <i>Инвеститори</i> • <i>Мјесне заједнице</i> • <i>Локално становништво</i>
Потенцијални имплементатори пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Струковна удружења</i> • <i>Образовне институције, заводи, агенције...</i>
Мониторинг и евалуација пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Град Бањалука</i>

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ2: Повећање инвестиција у туристички сектор</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ1:М2: Израда идејних и изведбених пројеката намјењених улагачима</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ2:М2:Пр1: Пројекти у области туризма Бања Лука</i>	
Опис пројекта:	<i>Реализацијом наведеног пројекта би саставила се листа идејних и изведбених пројеката, који би се као готови документи понудили потенцијалним инвеститорима. Листа пројеката у области туризма би настала као резултат заједничког рада и сарадње јавних институција и приватног сектора.</i>	
Очекивани резултати:	• <i>Повећана улагања у туристички сектор</i> • <i>Координисане активности јавног и приватног сектора</i> • <i>Развој зона обухваћених пројектима</i> • <i>Квалитетнији живот локалног становништва</i> • <i>Одрживо управљање ресурсима</i>	
Главне активности:	• <i>Формирање радног тијела за израду пројеката</i> • <i>Израда идејних и изведбених пројеката намјењених улагачима</i> • <i>Дефинисање приоритетних пројеката и динамике израде</i> • <i>Промоција пројеката</i> • <i>Аплицирање према различитим изворима финансирања</i>	

Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	50 000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								20 000,00 KM																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бања Лука - Остале градске и републичке институције и агенције																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	• Град Бањалука • Туристичка организација града Бања Лука • Локално становништво • Инвеститори																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Град Бањалука • Остале градске и републичке институције и агенције																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Град Бањалука																																																																																								

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма		СЦ2:ОЦ2: Повећање инвестиција у туристички сектор
Мјера:	СЦ2:ОЦ2:М3: Иницирање олакшица и стимулативних мјера за улагаче	
Пројекат:	СЦ2:ОЦ2:М3:Пр1: Стварање повољног пословног амбијента за улагање у туризам „Стимулишимо инвеститоре“	
Опис пројекта:	Реализација кампање учинили би се први кораци ка организованом и континуираним процесу осмишљавања и примјене олакшица и стимулативних мјера за потенцијалне улагаче. Пројектом ће бити дефинисани проблеми на које наилазе потенцијални улагачи, као и начини и мјере за отклањање постојећих препрека. Крајњи циљ	

	пројекта је стварање повољног амбијента за инвестирање у туризам.																																																																												
Очекивани резултати:	• Привлачење инвестиција • Јасно дефинисани механизми стимулсања и олакшица • Подстицање привредних активности • Повећање запослености • Стварње повољног пословног амбијента • Побољшање имиџа Града																																																																												
Главне активности:	• Идентификовање постојећих проблема • Дефнисање механизма стимулсања и олакшица • Примјена дефинисаних мјера • Мониторинг																																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																	
Процијењена вриједност улагања:	35.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:				5.000,00 KM																																																																
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бања Лука - Министарство трговине и туризма - Град Бањалука - Привредна комора																																																																												
Потенцијални корисници пројекта:	• Инвеститори • Турситичка организација града Бања Лука • Локални произвођачи																																																																												
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Привредна комора																																																																												
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Министарство трговине и туризма • Привредна комора																																																																												

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма		СЦ2:ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре																							
Мјера:	СЦ2:ОЦ3:М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре																								
Пројекат:	СЦ2:ОЦ3:М1:Пр1: Одржавање и унапређење инфраструктуре за активности на дивљим водама																								
Опис пројекта:	Постојећа инфраструктура, посебно у кањону Тијесно, својим капацитетом и степеном очуваности, у великој мјери задовољава тренутне потребе за сигурно и несметано одвијање активности на дивљим водама. Досадашња искуства указују на потребу континуираног одржавања али и надоградње постојеће инфраструктуре у циљу повећања безбједности и угодног боравка у кањону.																								
Очекивани резултати:	- Виши ниво безбједности туриста - Подизање нивоа квалитета услуга - Проширивање капацитета																								
Главне активности:	- Одржавање постојеће инфраструктуре - Сagleдавање стања и недостатака постојеће инфраструктуре - Дефинисање жељеног стања - Унапређење постојеће инфраструктуре - Надзор и одржавање																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		
Процијењена вриједност улагања:	40 000,00 КМ		Износ трошкова у првој години реализације:			5 000,00 КМ																			
Потенцијални извори финансирања:	- Домаћи и инострани фондови - Туристичка организација града Бања Лука - Град Бањалука																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Комерцијални понуђачи активности на води - Туристичке агенције - Турситичка организација града Бања Лука																								

Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Службе за одржавање
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Комерцијални понуђачи активности на води • Град Бањалука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ3:М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ3:М1:Пр2: Вања Лука „Hike-Bike“</i>	
Опис пројекта:	<i>На територији града Бања Лука и њеном ширем окружењу нема уређених брдских бициклистичких и пјешачких стаза, иако на само пар километара од центра града има адекватних терена за брдски и рекреативни бициклизам и пјешачење. Потребу да се изграде и означе овакве стазе су уочили и многобројни туристи који су посјетили наш град и изразили жељу за обилазак наше околине управо на овакав начин. Пројектом ће бити обухваћени најатрактивнији предјели руралног подручја града Бања Лука, а бициклистичке стазе ће пролазити поред природних и културних знаменитости, угоститељских објеката и туристичких атракција. Укључивањем и едукацијом локалног становништва, те пословним савјетовањем постојећих и потенцијалних предузетника створиће се нова радна мјеста и развити МСП на овом подручју. Бања Лука – бициклистичке и пјешачке руте, заједно са комплементарном понудом руралног подручја ће створити конкурентан туристички производ овог подручја базираног на принципима одрживости. Посебну важност пројекат ће имати у креирању нових радних мјеста, „оживљавању села“, заштити туристичких вриједности и изградњи инфраструктуре.</i>	

Очекивани резултати:	- Обогађивање туристичке понуде - Оживљавање сеоских подручја - Увезивње туристичке понуде урбаног и руралног подручја																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Главне активности:	- Дефинисање бициклистичких и пјешачких стаза - Изградња и означавање - Мапирање - Штампање и дистрибуција промотивног материјала - Промоција																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="5">2013</td><td colspan="5">2014</td><td colspan="5">2015</td><td colspan="5">2016</td><td colspan="5">2017</td><td colspan="5">2018</td><td colspan="5">2019</td><td colspan="5">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013					2014					2015					2016					2017					2018					2019					2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
2013					2014					2015					2016					2017					2018					2019					2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																															
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма				СЦ2:ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре																																															
Мјера:		СЦ2:ОЦ3:М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре																																																	
Пројекат:		СЦ2:ОЦ3:М1:Пр3: Туристичка валоризација дајака																																																	
Опис пројекта:		Дајак представља специфичано и јединствено пловно средство, које постоји само у Бањалуци и којим се може кретати само на одређеном, градском, дијелу ријеке Врбаса. Разгледати и упознати град из дајака представља својеврсну туристичку атракцију која до сада нажалост није довољно валоризована. Пројектом ће се заштити дајак као специфично насљеђе града и то кроз обуке, едукације, стандардизацију услуга и промоцију.																																																	
Очекивани резултати:		- Побољшање туристичке понуде - Повећање прихода од туризма - Побољшање туристичке супраструктуре - Заштита насљеђа - Бреднирање дајака																																																	
Главне активности:		- Обука и едукација - Изградња инфраструктуре - Стандардизација услуга - Формирање туристичких пакета - Заштита дајака као јединственог пловног објекта - Маркетиншке активности																																																	
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="2">2013</td><td colspan="2">2014</td><td colspan="2">2015</td><td colspan="2">2016</td><td colspan="2">2017</td><td colspan="2">2018</td><td colspan="2">2019</td><td colspan="2">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																	
2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																																					
Процијењена вриједност улагања:		10.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:						2.000,00 КМ																																							
Потенцијални извори финансирања:		- Домаћи и инострани инвеститори - Град Бањалука - Туристичка организација града Бања Лука																																																	

Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Локално становништво • Дајак клуб
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Дајак клуб • Туристичка организација града Бања Лука • Одјељење за просторно уређење • Одјељење за стамбене и комуналне послове и послове саобраћаја
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука • Туристичка организација града Бања Лука

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>	<i>СЦ2:ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ3:М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре</i>
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ3:М1:Пр4: Изградња ауто кампова сјевер - југ</i>
Опис пројекта:	На подручју града Бањалука не постоји ни један евидентиран ауто камп, те се изградња објеката и инфраструктуре за угодан смјештај кампера јавља као један од значајнијих туристичких пројеката Града. Ауто камп „сјевер“ би се налазио на подручју касаре Залужани. Поменута локација располаже идеалним ресурсима за изградњу кампа: близина саобраћајнице (ауто пут Бањалука – Градишка), природно окружење, постојећа комунална инфраструктура те бројни други садржаји. Ауто камп „југ“ је планиран на подручју Крупе на Врбасу, на ушћу ријеке Крупе у Врбас. На поменутој локацији већ постоје одређени услови за боравак кампера, али је неопходно учинити доста инфраструктурних, организационих и промотивних активности на подизању нивоа услуге. Пројекат ће се реализовати у двије етапе. Прва етапа обухватће изградњу и унапређење услова у кампу „југ“, а друга етапа подразумјева припрему студије изводљивости и идејног ријешења за изградњу ауто кампа „сјевер“.

[illegible]

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма				СЦ2:ОЦ3: Унапређење туристичке инфраструктуре и супраструктуре																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Мјера:		СЦ2:ОЦ3:М1: Унапређење постојеће и изградња нове инфраструктуре																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Пројекат:		СЦ2:ОЦ3:М1:Пр5: Туристичка сигнализација																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Опис пројекта:		На подручју града Бањалука укупно је постављено око 50 знакова туристичке сигнализације, које туристима олакшава сналажење у граду и омогућавају сигуран долазак до жељеног одређишта. С обзиром на пораст туристичких субјеката у граду, који су се активно укључили у понуду, неопходна је реализација пројекта „Туристичка сигнализација“ кроз коју би се означили наведени субјекти.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Очекивани резултати:		- Једноставније сналажење у дестинацији - Обиљежавање најзначајнијих туристичких мотива - Позитиван имиџ града																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Главне активности:		- Дефинисање локација - Избор извођача - Израда и постављање сигнализације																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																		2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													

Процијењена вриједност улагања:	18.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	6.000,00 KM
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука - Учесници семинара - Међународни фондови		
Потенцијални корисници пројекта:	• Постојећи и потенцијални предузетници • Субјекти у туризму • Локална заједница		
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Струковна удружења и компетентни предавачи		
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука • Министарство трговине и туризма		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ4: Подстицање предузетништва у туризму</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ4:М2: Поједностављење прописа за регистрацију и пословање предузећа туристичке привреде</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ4:М2:Пр1: Израда и штампање водича за регистрацију туристичких предузећа</i>	
Опис пројекта:	Циљ овог водича јесте обједињавање корисних информација али уједно и приказивање опитих података и објашњења везано за одређење дјелатности. На тај начин потенцијални предузетник ће бити у прилици да се информира о одређеној дјелатности, начини избор и брже се одлучи на улагање у туризам. С обзиром да у једном водичу не могу бити понуђени одговори на сва питања, водич ће садржавати и листу институција и организација које могу пружити додатна	

	објашњена зависно од дате дјелатности.																																																																																								
Очекивани резултати:	- Обједињеност потребних знања и информација за регистрацију туристичких дјелатности - Лакше и брже доношење одлуке о улагању у туризам - Стварање подстицајног привредног амбијента - Стимулисање инвеститора																																																																																								
Главне активности:	- Прикупљање података и информација - Укључивање надлежних организација и институција у припрему водича - Израда и штампање водича - Дистрибуција																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	10.000,00 КМ								Износ трошкова у првој години реализације:								10.000,00 КМ																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Постојећи и потенцијални предузетници - Субјекти у туризму - Локална заједница																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Надлежне организације и институције																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Град Бањалука - Министарство трговине и туризма																																																																																								

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																								
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма				СЦ2:ОЦ4: Подстицање предузетништва у туризму																																																																								
Мјера:		СЦ2:ОЦ4:М3: Иницирање пореских олакшица за предузетнике почетнике																																																																										
Пројекат:		СЦ2:ОЦ4:М3:Пр1: Финансијске олакшице за предузетнике почетнике																																																																										
Опис пројекта:		Средства уложена у туризам се почињу враћати тек након 7 година и та чињеница представља велику препреку за предузетнике почетнике. Пројектом би се заговарале олакшице које би требале омогућити бржи поврат уложених средстава и на тај начин стимулативно утицало на потенцијалне предузетнике. Мање камате код пословних банака за туристичку привреду, субвенционисање каматне стопе од стране државе, дужи грејс период предствљају само неке од мјера подстицања улагања у туризам, без обзира да ли је ријеч о физичким или правним лицима.																																																																										
Очекивани резултати:		• Отварање нових радних мјеста • Стимулисање предузетничке иницијативе • Стварање услова за већа улагања у туризам • Већи допринос туризма у оствареним привредним ефектима																																																																										
Главне активности:		• Идентификовање постојећих препрека и проблема • Укључивање надлежних организација и институција у ријешавање проблема • Израда приједлога пореских олакшица • Загорање примјене у пракси • Мониторинг																																																																										
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>														2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																
Процијењена вриједност улагања:		7.000,00 КМ						Износ трошкова у првој години реализације:						3.500,00 КМ																																																														
Потенцијални извори финансирања:		- Министарство трговине и туризма - Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука - Кредитна средства																																																																										

Потенцијални корисници пројекта:	• <i>Постојећи и потенцијални предузетници</i> • <i>Субјекти у туризму</i> • <i>Локална заједница</i>
Потенцијални имплементатори пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Министарство трговине и туризма</i> • <i>Министарство финансија РС</i> • <i>Пореска управа Републике Српске</i> • <i>Градска развојна агенција</i> • <i>Привредна комора Републике Српске</i> • <i>Центар за развој и унапређење села</i>
Мониторинг и евалуација пројекта:	• <i>Министарство трговине и туризма</i> • <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Пореска управа РС</i>

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ5: Јачање институционалних капацитета за развој туризма</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ5:М1: Повећање капацитета Туристичке организације града Бања Лука</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ5:М1:Пр1: Проширивање просторних капацитета ТОБЛ-а</i>	
Опис пројекта:	<i>Туристичка организација града Бањалука тренутно располаже са три пословна простора који су повезана у функционалном смислу, али удаљеност локација представља препреку у оптималном функционисању организације. Степен техничке опремљености пословних јединица је на задовољавајућем нивоу, али је евидентан недостатак простора за запослене. Простор је уједно и ограничавајући фактор при пријему нових радника. Добијањем и адаптацијом новог пословног простора би се оптимизовали просторни капацитети у односу на број и структуру радника ТОБЛ-а.</i>	
Очекивани резултати:	• <i>Нове функционалне јединице у оквиру ТОБЛ-а</i> • <i>Повећање радне ефикасности</i> • <i>Побољшање имиџа ТОБЛ-а као јавне институције</i>	

Главне активности:	- Идентификовање постојећих потреба - Проналажење адекватног пословног простора - Адаптација и стављање у функцију																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	40.000,00KM								Износ трошкова у првој години реализације:								25.000,00KM																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Туристи - Локално становништво																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука - Специјализовано предузеће за извођење радова																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бања Лука																																																																																								

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>	<i>СЦ2:ОЦ5: Јачање институционалних капацитета за развој туризма</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ5:М1: Повећање капацитета Туристичке организације града Бања Лука</i>

Пројекат:	СЦ2:ОЦ5:М1:Пр2: Набавка опреме и пословног инвентара																																							
Опис пројекта:	Брз и адекватан одговор на изазове турбулентног туристичког тржишта као и специфичности послова које обавља туристичка организација подразумјевају и континуирано модернизовање постојеће и набавку нове опреме и основних средстава.																																							
Очекивани резултати:	- Ефикасније функционисање ТОБЛ-а - Усвајање нових технологија и знању - Флексибилност у пословању - Подизање нивоа квалитета услуге																																							
Главне активности:	- Праћење савременених информатичких, техничких и дизајнерских трендова и рјешења - Имплементација примјењивих рјешења - Мониторинг																																							
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																	
Процијењена вриједност улагања:	40.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:				5.000,00 КМ																															
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука - Спонзори и донатори																																							
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Туристи - Локално становништво																																							
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - ИТ компаније - Специјализовани понуђачи услуга																																							
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Град Бањалука																																							

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма		СЦ2:ОЦ5: Јачање институционалних капацитета за развој туризма																							
Мјера:	СЦ2:ОЦ5:М2: Увезивање заинтересованх страна за развој туризма града																								
Пројекат:	СЦ2:ОЦ5:М2:Пр1: Јачање сарадње између градских служби задужених за привредни развој																								
Опис пројекта:	Под надлежношћу Града Бања Лука налазе се три локалне институције, шест јавних предузећа и шест јавних установа. Локалне институције су Центар за развој и унапређење села Бања Лука, Градска развојна агенција и Туристичка организација Града Бања Лука. Од јавних установа, Град Бањалука је оснивач следећих јавних установа: ЈКУ „Бански двор - Културни центар", ЈЗУ Дом здравља, ЈУ Центар за социјални рад, ЈУ Центар за предшколско васпитање и образовање, ЈУ Спортски центар „Борик" и ЈУ Раднички универзитет. Град Бањалука је оснивач два јавна предузећа (ОДКЈП „Градско гробље" и ЈП „Аквана"), саоснивач једног (ЈП „Деп-от"), има контролни пакет акција у "Чистоћи" а. д, а под његовом ингеренцијом су и "Топлана" а. д. и "Водовод" а. д. Поред постојеће сарадње уложиће се додатани напори у координацији и заједничком дјеловању наведених служби, а у циљу подизања квалитета туристичке понуде и привредног развоја Града. Пројекат ће иницирати стварање тимова или радних група, састављених од представника интересних институција и организација, у циљу ефикаснијег привредног (туристичког) развоја.																								
Очекивани резултати:	- Ефикасније фуункционисање јавних служби - Координисање активности у реализацији планираних задатака - Подстицање привредних активности - Квалитетније укључивање туризма у привредне токове града																								
Главне активности:	- Избор представника интересних институција и организација - Дефинисање радних група за одређене задатке - Организовање радних састанака - Реалиација постављених задатака и циљева - Мониторинг и даљње унапређење сарадње																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		

Процијењена вриједност улагања:	8.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	1.000,00KM
Потенцијални извори финансирања:	- Локалне институције, - Организације и предузећа		
Потенцијални корисници пројекта:	• Град Бањалука • Локалне институције, организације и предузећа • Туристи • Локално становништво • Привредни субјекти		
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Локалне институције, организације и предузећа • Град Бањалука		
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука • Локалне институције, организације и предузећа		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ5: Јачање институционалних капацитета за развој туризма</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ5:М2: Увезивање заинтересованх страна за развој туризма града</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ5:М2:Пр2: Јачање јавно – приватног партнерства</i>	
Опис пројекта:	<i>Јавно-приватно партнерство представља координисану активност јавног и приватног сектора у циљу обављања посла или пројекта од општег значаја у којима сваки субјект, у зависности од својих могућности, сопственим ресурсима доприноси заједничком планирању, производњи и одлучивању.</i> <i>Пројекат има за циљ јачање сарадње између јавног и приватног сектора како би се обезбједило дугорочно и квалитетно партнерство у подстицању развојно оријентисаних програма и јачању конкурентске способности туристичке привреде.</i>	

Очекивани резултати:	• Већа ефикасност привреде • Лакији притуп капиталу • Расподјела ризика између јавног и приватног сектора • Боље усмјеравање јавних прихода • Лакша реализација приоритетних пројеката																																																																
Главне активности:	• Дефинисање приоритетних пројекта • Координисање активности • Реализација развојних пројеката • Евалуација и мониторинг																																																																
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																													
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																										
Процијењена вриједност улагања:	10.000,00 KM										Износ трошкова у првој години реализације:										2.000,00KM																																												
Потенцијални извори финансирања:	- Јавни сектор - Приватни сектор																																																																
Потенцијални корисници пројекта:	• Град Бањалука • Локалне институције, организације и предузећа • Туристи • Локално становништво • Привредни субјекти																																																																
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Јавни сектор • Приватни сектор																																																																
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука • ДМО																																																																

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма		СЦ2:ОЦ6: Образовање и оспособљавање кадрова у туризму																							
Мјера:	СЦ2:ОЦ6:М1: Едукација радника у туризму																								
Пројекат:	СЦ2:ОЦ6:М1:Пр1: Стручно усавршавање радника ТОБЛ-а																								
Опис пројекта:	Имајући у виду да се највећи број услуга у туризму реализује у директном контакту са потрошачем-туристом, неопходно је велику пажњу посветити континуираном образовању и усавршавању запослених у туризму. Људски ресурси су одлучујући фактор у изградњи високог квалитета услуге и постизања ефекта задовољног госта, па представљају нужност за стицање добре тржишне позиције и компаративне предности у односу на друге. Због тога је потребно непрестано усавршавање запослених у Туристичкој организацији Града ради усвајања нових вјештина и знања те преношења истих на остале учеснике на стани туристичке понуде, у циљу стварања додатне вриједности за туристу-госта односно испуњавања али и премашивања његових очекивања.																								
Очекивани резултати:	• Виши ниво квалитета услуге • Обученост за брзу реакцију на изазове туристичког тржишта • Сатисфакција потрошача-туриста • Позитиван имиџ Града																								
Главне активности:	• Континуирано праћење трендова у савременом туристичком пословању • Усавршавање потребних знања и вјештина за пружање услуга или креирање производа • Координисане активности и тимски рад																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		
Процијењена вриједност улагања:	20.000,00 КМ		Износ трошкова у првој години реализације:			2.500,00КМ																			
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука - Министарство трговине и туризма - Град Бањалука																								

Потенцијални корисници пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Пружаоци туристичких услуга • Туристи
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Пружаоци туристичких услуга
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ2: Побољшање окружења за развој туризма</i>		<i>СЦ2:ОЦ6: Образовање и оспособљавање кадрова у туризму</i>
Мјера:	<i>СЦ2:ОЦ6:М1: Едукација радника у туризму</i>	
Пројекат:	<i>СЦ2:ОЦ6:М1:Пр2: Тематска студијска путовања</i>	
Опис пројекта:	За туристичку привреду је карактеристично да се развија у пословном окружењу које се стално мијења. Непрестане промјене у свим сегментима туристичке понуде приморавају понуђаче туристичких услуга да прате савремене трендове и развијају нове стратегије како би били конкурентни и обезбједили приходе од туризма. Пројекат тематска студијска путовања подразумијева посјету дестинација или предузећа, који су успјешно одговорили на изазове туристичког тржишта. Упознавање примјера добре праксе је нарочито значајно за предузетнике у руралном туризму, јер је овај туризам код нас тек у иницијалној фази, али и за туристичке агенције у циљу упознавања идеја и знања за развијање рецептивног туризма, који је недовољно развијен у нашем Граду.	
Очекивани резултати:	• Практична примјена примјера добре праксе • Обогаћивање туристичке понуде • Стварање додатне вриједности за госта-туристу • Стицање нових знања и вјештина	

Главне активности:	- Идентификовање приоритетних проблема и недостатака - Избор примјера добре праксе - Посјета и едукација - Практична примјена - Евалуација и мониторинг																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	30.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								10.000,00KM																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука - Министарство трговине и туризма - Град Бањалука - Постојећи и потенцијални улагачи и предузетници у туризму - Пружаоци туристичких услуга																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Постојећи и потенцијални улагачи и предузетници у туризму - Пружаоци туристичких услуга - Представници медија - Туристи																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Министарство трговине и туризма - Туристичка организација града Бања Лука																																																																																								

СТРАТЕШКИ ЦИЉ 3

УНАПРЕЂЕЊЕ САДРЖАЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ И
МАРКЕТИНШКО ПОЗИЦИОНИРАЊЕ

Потенцијални имплементатори пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Град Бањалука

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање				СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Мјера:				СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Пројекат:				СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр2: Градска туристичка картица Бањалука																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Опис пројекта:				У циљу подстицања већег туристичког промета, Бањалука ће, по узору на многе европске градске дестинације, израдити тзв. Градску картицу која олакшава али и појефтиније боравак у граду. Куповином градске картице (City card) туриста добија могућност да упозна град на најбољи могући начин, а при томе „извуче“ максималне користи за себе. Градска картица туристима омогућава уштеду и у времену и у новцу, јер нуди бројне погодности у смислу бесплатних услуга или попуста (бесплатан превоз, обилазак туристичких знаменитости, попусти за представе, смјештај, ресторане и барове, куповину и сл.)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Очекивани резултати:				- Атрактивнији боравак у граду - Повољнији туристички пакети - Већи туристички приходи - Позитиван имиџ града																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Главне активности:				- Прикупљање потребних информација - Контактирање понуђача услуга и договарање попуста - Израда и штампање картице - Дистрибуција (директно и on line)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Трајање и динамика реализације пројекта:				<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												

Процијењена вриједност улагања:	15.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	15.000,00 KM
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Туристичка организација града Бања Лука - Заинтересовани понуђачи услуга - Град Бања Лука		
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Понуђачи услуга • Град Бањалука		
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука		
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Град Бањалука		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање</i>		<i>СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде</i>
Мјера:	<i>СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа</i>	
Пројекат:	<i>СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр3: Културни туризам</i>	
Опис пројекта:	<i>Пројекат подразумијева анализу постојећих културних вриједности, процјену њихове очуваности, али и потребне мјере заштите и ревитализације. Остаци материјалне културе, ће бити систематизовати по времену настанка, и гдје је год могуће, обogaћени урбаним причама и легендама уз опис живота историјских личности које су имале удјела у њиховом стварању. У пројекту ће такође бити изложени приједлози за креирање тематских културних тура попут „Индустријско наслеђе Бањалуке“; „Живот и рад познатих у Бањалуци“; „Утицаји Отоманске империје“; „Бањалука у вријеме Аустро-угарске владавине“ и сл.</i>	

Очекивани резултати:	- Обогаћивање туристичке понуде - Јачање културног идентитета - Заштита културно-историјских вриједности - Подстицање развоја старих и умјетничких заната																																																																																								
Главне активности:	- Анализа и заштита постојећих културно-историјских вриједности - Иницирање међусобне сарадње - Едукација - Креирање нових производа и тематских тура - Презентација																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	25.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								5.000,00 KM																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Туристичка организација града Бања Лука - Град Бања Лука - Институције културе и умјетности																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Институције културе и умјетности - Локално становништво - Туристичке агенције																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Институције културе и умјетности																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Институције културе и умјетности - Град Бањалука																																																																																								

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде
Мјера:	СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа	

Пројекат:	СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр4: Израда водича „Конференцијски капацитети“																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Опис пројекта:	Пројекат ће обухватити израду базе података о капацитетима за организовање семинара и конференција, услугама смјештаја, стручним кадром за симултано превођење, аудио визуелним средствима потребним за презентације и осталим пратећим капацитетима.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Очекивани резултати:	- Доступност информацијама о конгреској поунди града - Подстицање инвестиција у конгресне капацитете - Већи туристички приходи од пословног туризма - Позитиван имиџ града																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Главне активности:	- Прикупљање потребних информација - Контактирање понуђача услуга у пословном туризму - Израда и штампање водича - Промоција и дистрибуција																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

Стратешки циљ			Оперативни циљ																				
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање			СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде																				
Мјера:		СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа																					
Пројекат:		СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр5: Израда публикације «Туристичка понуда медицинских услуга»																					
Опис пројекта:		Одлазак у иностранство на лијечење доживљава велику експанзију у претходних неколико година. Основи разлог за то је разлика у цијенама здравствених услуга, тако да је појединцима или организованим групама финансијски исплативо да на неколико дана путују у другу земљу гдје могу да исте услуге користе по доста повољнијим условима. У току реализације путовања мотивисаног медицинским разлозима туриста слободно вријеме проводи и у обиласку града, упознавању традиције, културе и обичаја локалног становништва. Пројекат подразумјева израду публикације «Туристичка понуда медицинских услуга» гдје ће се на једном мјесту систематизовати све медицинске услуге, смјештајни капацитети, превоз и приједлози додатних активности и услуга.																					
Очекивани резултати:		• Систематизована понуда медицинског туризма • Подстицање инвестиција • Повећање ванпансионске потрошње																					
Главне активности:		• Прикупљање потребних информација • Контактирање понуђача услуга у медицинском туризму • Израда и штампање водича • Промоција и дистрибуција																					
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																
Процијењена вриједност улагања:		10.000,00 KM		Износ трошкова у првој години реализације:		6.000,00 KM																	
Потенцијални извори финансирања:		- Туристичка организација града Бања Лука - Заинтересовани понуђачи услуга медицинског туризма - Град Бања Лука																					

Потенцијални корисници пројекта:	• <i>Туристи – корисници медицинских услуга</i> • <i>Медицинске клинике и ординације</i> • <i>Град Бањалука</i>
Потенцијални имплементатори пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Медицинске клинике и ординације</i>
Мониторинг и евалуација пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i> • <i>Медицинске клинике и ординације</i> • <i>Министарство здравља и социјалне заштите</i>

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање</i>		<i>СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде</i>
Мјера:	<i>СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа</i>	
Пројекат:	<i>СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр6: Израда брошуре „Религијско наслеђе Бањалуке“</i>	
Опис пројекта:	<i>На подручју града Бањалуке су се, у прошлости, смјењивале, допуњавале али и заједно егзистирале различите културе и религије, о чему свједоче бројни сакрални објекти (цркве, катедрале, џамије, манастири, сакрална гробља и сл.). У циљу подстицања развоја овог вида туризма али и обједињавања религијских знаменитости и обичаја Туристичка организација града Бањалука ће израдити брошуру „Религијско наслеђе Бањалуке“. Циљ израде брошуре јесте представљање религијских објеката као и промоција религиозног туризма уз истовремено информисање туриста о религијама и културама као и специфичним религиозним обичајима различитих религиозних заједница које дјелују на подручју Града и околине.</i>	
Очекивани резултати:	• <i>Обогаћивање туристичке понуде</i> • <i>Едукација</i> • <i>Јачање вјерске толеранције</i>	

Главне активности:	- Истраживање и прикупљање потребних података - Анализа религијских потенцијала града и околине - Контактирање представника религијских заједница - Израда и штампање брошуре - Промоција и дистрибуција																																																																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																													
Процијењена вриједност улагања:	5.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:										5.000,00 KM																																																																						
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бања Лука - Град Бања Лука																																																																																								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Вјерници - Организатори путовања																																																																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Религиозне заједнице - Удружења националних мањина																																																																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука																																																																																								

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде
Мјера:	СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр7: Развој сеоског туризма	

Опис пројекта:	Рурално подручје Града заузима површину од 1 055,68 km ² што чини 85,18 % укупне територије града Бањалука. Атрактивни природни ресурси и очувана природна средина су кључни фактори на којима треба да се заснива понуда руралног туризма. Кроз пројекат ће се идентификовати домаћини – потенцијални пружаоци услуга у сеоском туризму, изградити база туристичких подручја и њихових потенцијала, старих заната и домаће радиности. У оквиру пројекта ће се изградити приручник за сеоски туризам, те дефинисати туристички производи, који би се могли развијати на руралном подручју.																															
Очекивани резултати:	- Туристичка валоризација руралног подручја - Очување традиционалне архитектуре - Оживљавање пољопривреде и производње органске хране - Очување старих заната кроз туризам - Стварање препознатљивог туристичког производа на руралном подручју																															
Главне активности:	- Идентификовање потенцијалних пружаоца услуга - Израда базе података старих заната и домаће радиности - Туристичко мапирање руралног подручја - Дефинисање туристичких производа - Израда маркетинг плана - Израда приручника за сеоски туризам																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																									
Процијењена вриједност улагања:	30.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				10.000,00 KM																							
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бања Лука - Град Бања Лука - Међународни фондови - Приватни инвеститори																															
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Рурално становништво - Струковна удружења - Организатори путовања и агенције																															
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Рурално становништво - Градска развојна агенција - Центар за развој и унапређење села																															

Мониторинг и евалуација пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Градска развојна агенција - Центар за развој и унапређење села
--	--

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање				СЦЗ:ОЦ1: Унапређење туристичке понуде																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Мјера:		СЦЗ:ОЦ1:М1: Креирање и развијање производа																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Пројекат:		СЦЗ:ОЦ1:М1:Пр8: Организовање манифестација																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Опис пројекта:		Туристичке манифестације имају значајну улогу у промовисању природних вриједности, очувању и презентацији културних и традиционалних вриједности као обogaћивању туристичке понуде града. Туристичка организација града Бањалука организује неколико манифестација од којих су најзначајније Лјето на Врбасу, Козарски етно,Зимско прело и Козарске покладе. Манифестације су традиционалног каракрета и организоваће се у наредном периоду.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Очекивани резултати:		- Обogaћивање туристичке понуде - Повећање остварених ефеката од туризма - Очувани традиционални обичаји - Позитиван имиџ града																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Главне активности:		- Сагледавање садржаја и форме традиционалних манифестација - Уочавање недостатака и осмишљавање мјера побољшања - Припрема манифестација - Одржавање манифестација - Евалуација																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:		<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>								2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							

Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бања Лука - Град Бања Лука - Министарство трговине и туризма - Спонзори и покровитељи
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Локално становништво
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Градска развојна агенција • Центар за развој и унапређење села • Културно-умјетничка друштва • Удружења и клубови
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање
Мјера:	СЦЗ:ОЦ2:М1: Израда студија изводљивости и пројекта за домаће и стране инвеститоре	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр1: Туристичко насеље Српске Топлице	
Опис пројекта:	Српске Топлице (некада Шехер или Горњи шехер) је бањалучко насеље смјештено на обалама Врбаса у јужном дијелу града. Насеље је познато по термоминералним изворима, чија употреба датира још из римског доба, специфичној архитектури шехерских кућа те вегетацијској ријеткости-терцијарном реликту вилина влас. У циљу подстицања развоја здравственог туризма предлаже се израда пројекта «Уређење плаже Врућица», с обзиром да је то јавна површина под надлежношћу Града. Пројекат ће обухватити приједлоге за уређење и нивелисање терена, изградњу мањих тераса – одморишта поред воде, постављање дрвених клупа, кабина за пресвлачење, тоалета као и идејно рјешење пјешачког приступа.	

Пројекат:	СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр2: Туристички центар Медено поље-ушће																																																																																												
Опис пројекта:	Израда пројекта обухвата анализу постојећих ресурса као и могућности формирања туристичких садржаја и њихове комерцијализације. Пројекат ће бити усклађен са Регулационим планом „Обале Врбаса“ који третира ово подручје као спортско-рекреативни центар.																																																																																												
Очекивани резултати:	• Обогаћивање туристичке понуде града • Повећање атрактивности за улагаче • Унапређење спортско-рекреативних садржаја																																																																																												
Главне активности:	• Истраживање и анализа регулационог плана и планираних пројеката • Осмишљавање додатних спортско-рекреативних садржаја • Креирање приједлога за могуће облике туризма • Промоција и привлачење инвеститора																																																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																														2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																		
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																	
Процијењена вриједност улагања:	150.000,00 КМ										Износ трошкова у првој години реализације:										40.000,00 КМ																																																																								
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Туристичка организација града Бањалука - Градска развојна агенција - Инвеститори																																																																																												
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Локално становништво • Туристичка привреда																																																																																												
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука • Градска развојна агенција • Град Бања Лука • Институције и невладине организације за заштиту животне средине																																																																																												
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука																																																																																												

Стратешки циљ			Оперативни циљ																			
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање			СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање																			
Мјера:	СЦЗ:ОЦ2:М1: Израда студија изводљивости и пројеката за домаће и стране инвеститоре																					
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр3: Спортско-рекреативни центар Карановац																					
Опис пројекта:	Вјештачко језеро настало вађењем шљунка на подручју Карановца, представља значајно станиште вегетације и орнитофауне карактеристичне за мочварне системе. У циљу очувања природних вриједности,предвиђено је његово стављање под заштиту. Пројекат ће представити еколошки одржива рјешења ради стављања потенцијала датог подручја у функцију развоја туризма.																					
Очекивани резултати:	- Заштита и очување природних ресурса - Практична примјена еколошки одрживих рјешења у туризму - Развој еко туризма - Обогаћивање туристичке понуде																					
Главне активности:	- Анализа постојећих ресурса - Дефинисање туристичких садржаја - Израда приједлога њихове изградње примјеном еколошки одрживих рјешења - Промоција и привлачење инвеститора																					
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020															
Процијењена вриједност улагања:	50.000,00 КМ		Износ трошкова у првој години реализације:		10.000,00 КМ																	
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Туристичка организација града Бањалука - Центар за развој и унапређење села - Град Бањалука																					
Потенцијални корисници пројекта:	- Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука - Институције и невладине организације за заштиту животне средине																					
Потенцијални имплементатори	- Туристичка организација града Бањалука - Центар за развој и унапређење села - Одјељење за просторно уређење																					

пројекта:	• Институције и невладине организације за заштиту животне средине • Пољопривреди и Природно-математички факултет
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање
Мјера:	СЦЗ:ОЦ2:М1: Израда студија изводљивости и пројекта за домаће и стране инвеститоре	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр4: Спортско - рекреативни центар Чокорска поља	
Опис пројекта:	Површина зоне Чокори износи 63,98 km² што чини 5,16% територије Града Бањалука. Састоји се из више села а центар зоне чини село Чокори, које је удаљено 3 km од регионалног пута Бањалука-Сански Мост. Унутар зоне чокорских поља изграђено је неколико угоститељских објеката различите намјене. Посебно се истиче Коњички клуб «Чокорска поља» са пратећом инфраструктуром, који представља солидну основу за даље развијање туристичке понуде овог краја. Израда пројекта подразумјева анализу тренутне ситуације и постојећих потенцијала, приједлоге за изградњу додатних туристичких садржаја као и мјере унапређења туристичке понуде. Зона Чокори има атрактивне природне ресурсе за креирање различитих активности на отвореном - јахање, бициклизам, пјешачење, лов што ће бити и обрађено и пројекту. Такође, кроз пројекат ће се анализирати могућност изградње етно села, које би сачињавале аутентичне ригловане куће, које још увијек постоје на датом подручју, у мање или више очуваном стању.	
Очекивани резултати:	• Оживљавање руралног простора • Нова радна мјеста • Оживљавање старих обичаја и заната • Унапређена туристичка понуда • Повећани приходи од туризма	

Главне активности:	- Истраживања туристичких потенцијала - Анализа постојеће турисичко-угоститељске понуде (предноти и недостаци) - Стварање базе података постојећих и потенцијалних пружаоца услуга у сеоском домаћинству - Израда приједлога за нове туристичке објекте - Израда идејних приједлога инфраструктуре за јахање и бициклизам - Дефинисање туристичких производа и садржаја - Промоција и привлачење инвеститора																																																																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="3">2013</td><td colspan="3">2014</td><td colspan="3">2015</td><td colspan="3">2016</td><td colspan="3">2017</td><td colspan="3">2018</td><td colspan="3">2019</td><td colspan="3">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																														
2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																																																											
Процијењена вриједност улагања:	30.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								15.000,00 KM																																																															
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Центар за развој и унапређење села - Градска развојна агенција - Туристичка организација града Бањалука - Град Бањалука - Међународни фондови и кредитна средства																																																																															
Потенцијални корисници пројекта:	- Инвеститори (домаћи и страни) - Туристичка организација града Бањалука - Локално становништво																																																																															
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Центар за развој и унапређење села - Градска развојна агенција - Туристичка организација града Бањалука - Одјељење за стамбено-комуналне послове - Пројектни бирои																																																																															
Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бањалука																																																																															

Стратешки циљ	Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање	СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање

Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука • Центар за развој и унапређење села • Одјељење за просторно уређење • Институције и невладине организације за заштиту природе
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бањалука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		<i>СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање</i>
Мјера:	<i>СЦЗ:ОЦ2:М1: Израда студија изводљивости и пројекта за домаће и стране инвеститоре</i>	
Пројекат:	<i>СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр6: Туристичка зона Делибашино село</i>	
Опис пројекта:	<i>Израда пројекта ће имати за циљ анализу природних и културних потенцијала и њихово стављање у туристичку функцију. Кроз претходно наведени пројекат СЦ1:ОЦ4:М1:Пр7 „Музеј енергетике“, планирано је уређење музеја са пратећим угостителјским садржајем, као и ревитализација старе хидроцентрале и њено пуштање у погон. Кроз пројекат „Туристичка зона Делибашино село“ обрадиће се укупни туристички потенцијали овог насеља и могућности за формирање интегралне туристичке понуде, која би уз вјерске и културно-историјске објекте обухватала и садржаје за рекреацију (парк шуме, ЗОО врт; арборетум).</i>	
Очекивани резултати:	• Туристичка валоризација потенцијала датог подручја • Формирање атрактивних рекреативних садржаја • Значајније укључивање културе живота и рада Траписта у туристичку понуду • Повећани приходи од туризма	
Главне активности:	• Анализа предности и недостатака постојеће понуде • Дефинисање нових рекреативних садржаја • Израда идејних приједлога за туристичку инфраструктуру • Креирање туристичких рута • Промоција и привлачење инвестиција	

Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																				2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ2: Туристичко зонирање
Мјера:	СЦЗ:ОЦ2:М1: Израда студија изводљивости и пројекта за домаће и стране инвеститоре	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ2:М1:Пр7: Туристички комплекс Залужани	

Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бањалука
--	---

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		<i>СЦЗ:ОЦЗ: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству</i>
Мјера:	<i>СЦЗ:ОЦЗ:М1: Израда и дистрибуција промотивног материјала</i>	
Пројекат:	<i>СЦЗ:ОЦЗ:М1:Пр1: Промотивни материјал</i>	
Опис пројекта:	У циљу јачања комуникације са тржиштима од примарног и секундарног интереса постојећи пропагандни материјал је преведен и штаман на више страних језика (енглески, њемачки, пољски, чешки, словачки). Даље развијање комуникације и јачање имица града, подразумева наставак ових активности које укључују израду и штампање додатног пропагандног материјала у зависности од потреба идентификованих тржишних сегмената. Такође, постоји потреба за израдом продајног приручника (у штампаном и електронском облику) који ће обухватати све опште информације о граду, информације о превозу, природне и културне атракције, смјештај, гастрономију као и сервисне информације. Израда и штампање пропагандног материјала је активност која треба да буде континуирана, прилагођава се и усавршава у зависности од захтјева и потреба туристичког тржишта.	
Очекивани резултати:	- Информисање тржишта тражње - Промовисање на туристичким сајмовима и другим специјалним догађајима - Боља сарадња са туроператорима и посредницима у путовању - Побољшања продаја туристичких производа и услуга - Јачање позитивног имица града	
Главне активности:	- Прикупљање потребних информација - Израда и штампање приручника - Презентација и дистрибуција - Креирање, штампање и дистрибуција потребних промотивних материјала	

Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																	
Процијењена вриједност улагања:	400.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				50.000,00 KM																															
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука - Спонзори																																							
Потенцијални корисници пројекта:	• Туристи • Организатори путовања • Појединци, удружења и организације који желе да промовишу наш град • Локално становништво																																							
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука • Специјализоване агенције																																							
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука																																							

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦЗ: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству
Мјера:	СЦЗ:ОЦЗ:М2: Ажурирање и развој Интернет апликација	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦЗ:М2:Пр1: Побољшање Интернет странице ТОБЛ-а	
Опис пројекта:	Данас информационе технологије имају кључну улогу у преносу информација и комуникацији са тржиштем, па је нужно да сајт Туристичке информације буде у складу са најновијим информационим трендовима, у циљу што бољег обезбјеђивања потребних података. Постојећа страница www.banjaluka-tourism.com захтијева стално одржавање, ажурирање и	

	допуњавање новим садржајима. Због тога је неопходно свакодневно уношење нових информација везано за актуелна догађања уз истовремено развијање додатних апликација и садржаја у зависности од потреба корисника.																																							
Очекивани резултати:	- Информисање - Промовисање туристичке понуде града - Обавјештавање о актуелним догађањима у граду - Позитиван имиџ града																																							
Главне активности:	- Прикупљање и додавање потребних информација - Ажурирање - Креирање нових садржаја, приједлога и сугестија - Праћење упитника и анкета - Мониторинг																																							
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																	
Процијењена вриједност улагања:	16.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				2.000,00 KM																															
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука																																							
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Заинтересовани субјекти - Локално становништво																																							
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Специјализоване агенције за информационе технологије																																							
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука																																							

Стратешки циљ		Оперативни циљ																	
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦЗ: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству																	
Мјера:	СЦ4:ОЦЗ:МЗ: Промовисање туристичке понуде града Бањалука																		
Пројекат:	СЦЗ:ОЦЗ:МЗ:Пр1: Туристички сајмови																		
Опис пројекта:	Учествовање на туристичким сајмовима је од великог значаја са више аспеката. Туристички сајам пружа прилику да се представи туристичка понуда града, успостави сарадња са туроператорима, сазнају нови туристички трендови, упозна понуда конкуренције и сл. Туристичка организација града Бањалука,ће бити присутна на најважнијим европским сајмовима, самостално или у сарадњи са туристичким организацијама других градова или у склопу наступа Туристичке организације Републике Српске. Поред сајмова, ТОБЛ ће представити своје производе као и новитете у туристичкој понуди на осталим манифестацијама и догађајима који омогућавају адекватну презентацију и јачање сарадње са потенцијалним туроператорима.																		
Очекивани резултати:	• Презентација туристичке понуде града • Сагледавање свог положаја у односу на конкуренцију • Успостављање и јачање сарадње са организаторима путовања • Анимирање туристичке тражње • Позитиван имиџ града • Повећани туристички промет и приходи од туризма																		
Главне активности:	• Дефинисање сајмова на којима ће се наступати • Припрема понуде, пропагандног материјала и промотивних производа • Презентација и промоција • Успостављање сарадње са организаторима путовања • Израда извјештаја																		
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020												
Процијењена вриједност улагања:	300.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	30.000,00 KM																
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Туристичка организација града Бањалука - Град Бањалука																		

Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Организатори путовања и посредници у туризму
Потенцијални имплементатори пројекта:	Туристичка организација града Бањалука
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука

Стратешки циљ			Оперативни циљ																															
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање			СЦЗ:ОЦЗ: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству																															
Мјера:			СЦ4:ОЦЗ:МЗ: Промовисање туристичке понуде града																															
Пројекат:			СЦЗ:ОЦЗ:МЗ:Пр2: Оглашавање																															
Опис пројекта:			Оглашавање је веома значајан инструмент промоције у туризму због чега и јесте једна од редовних активности ТОБЛ-е. У оглашавању ТОБЛ користи различита пропагандна средства (графичка, пројекцијска, огласна, просторно-пластична и вањска) а у зависности од намјене пропагандне поруке и изабраног тржишног сегмента врши се и избор медија.																															
Очекивани резултати:			- Промоција туристичке понуде Бањалуке - Подстицање потражње - Побољшање имица дестинације																															
Главне активности:			- Анализа и одабир циљних тржишта - Дефинисање циљева оглашавања - Израда плана стратегије оглашавања (финансијски план, обликовање поруке, избор медија, утврђивање временског оквира) - Имплементација стратегије оглашавања - Оцјена ефеката оглашавања																															
Трајање и динамика реализације пројекта:			<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																											

Процијењена вриједност улагања:	80.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	10.000,00 KM
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука		
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичка привреда града - Локална заједница		
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Специјализоване агенције за оглашавање		
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука		

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦЗ: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству
Мјера:	СЦЗ:ОЦЗ:М4: Организација студијских посјета	
Пројекат:	СЦЗ:ОЦЗ:М4:Пр1: Press путовања и туре упознавања	
Опис пројекта:	<i>Press путовања и туре упознавања су студијска путовања намијењена за организаторе путовања са емитивних тржишта, представнике медија и организаторе конгреса, семинара и подстицајна путовања, те за остале посреднике у туризму. У складу са маркетиншким планом туристичких производа press путовања и туре упознавања ће бити организовани за организаторе путовања и медије са идентификованих примарних и секундарних емитивних тржишта.</i>	

Очекивани резултати:	• Промоција туристичке понуде Бањалуке • Успостављање сарадње са организаторима путовања и посредницима у туризму са емитивних тржишта • Повећање туристичког промета и прихода од туризма																																																									
Главне активности:	• Креирање програма • Логистика • Презентација • Израда извјештаја • Добијање повратних информација																																																									
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																								2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																										
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																			
Процијењена вриједност улагања:	320.000,00 КМ						Износ трошкова у првој години реализације:						40.000,00 КМ																																													
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука																																																									
Потенцијални корисници пројекта:	• Организатори путовања и посредници у туризму • Представници медија																																																									
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука																																																									
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука																																																									

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање</i>	<i>СЦЗ:ОЦ4: Диверзификација туристичке понуде кроз регионалне туристичке аранжмане</i>

Мјера:	СЦ3:ОЦ4:М1: Креирање, промоција и реализација регионалне туристичке понуде																																											
Пројекат:	СЦ3:ОЦ4:М1:Пр1: Регионални туристички производи																																											
Опис пројекта:	Пројекат „Регионални туристички производи“ подразумејева креирање, промоцију и реализацију регионалних туристичких производа, што у условима савременог туристичког пословања постаје императив да би се адекватно одговорило на изазове све сложеније и захтјевније туристичке тражње. Успјешна тржишна комерцијализација регионалних туристичких производа подразумејева непрестана побољшања у складу са потребама циљних тржишних сегмената.																																											
Очекивани резултати:	- Изградња имиџа на глобалном новоу - Унапређење конкурентности и ефикасније тржишно позиционирање - Повећање прихода од туризма																																											
Главне активности:	- Идентификација потенцијалних сарадника/партнера - Креирање заједничких туристичких производа - Промоција и дистрибуција - Реализација - Праћење резултата																																											
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																					
Процијењена вриједност улагања:	80.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:				10.000,00 KM																															
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука - Идентификовани сарадници/партнери - Међународни фондови и кредитна средства																																											
Потенцијални корисници пројекта:	- Организатори путовања и посредници у туризму - Туристичке агенције са рецептивном дјелатношћу - Туристичка привреда града - Град Бањалука																																											
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Туристичке организације градова-партнера - Туристичке агенције са рецептивном дјелатношћу - Интересни субјекти на страни туристичке понуде																																											
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Туристичка организација града Бања Лука - Идентификовани сарадници/партнери																																											

Стратешки циљ		Оперативни циљ																							
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦЗ:ОЦ5: Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција																							
Мјера:	СЦЗ:ОЦ5:М1: Јачање сарадње између туристичке организације, понуђача туристичке понуде и локалних туристичких агенција																								
Пројекат:	СЦЗ:ОЦ5:М1:Пр1: Креирање и промоција тематских итинерера																								
Опис пројекта:	Пројекат „Креирање и промоција тематских итинерера“ подразумева јачање сарадње са локалним понуђачима услуга и туристичким агенцијама кроз организовање промоција и дефинисање облика сарадње и потребних активности за реализацију тематских итинерера. Промоције ће се вршити путем округлих столаова и радионица, гдје ће бити представљени креирани тематски итинерери, а истовремено ће се вршити избор понуђача и туристичких агенција, који заједничким снагама могу да реализују дате итинерере.																								
Очекивани резултати:	• Координација активности носилаца и реализатора туристичке понуде града • Постизање вишег нивоа квалитета услуга • Стимулисање развоја рецептивног туризма • Успостављање дестинацијског ланца вриједности • Већи туристички приходи																								
Главне активности:	• Креирање тематских итинерера • Избор понуђача услуга и локалних туристичких агенција • Дефинисање термина и садржаја округлог стола или радионице • Презентација • Дискусија • Приједлог активности за ефикасну реализацију • Дефинисање имплементатора																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>									2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																		
Процијењена вриједност улагања:	40.000,00 КМ		Износ трошкова у првој години реализације:			5.000,00 КМ																			
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Туристичка организација града Бањалука																								

Потенцијални корисници пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука • Регионални партнери • Туристичке агенције са рецептивном дјелатношћу • Понуђачи услуга • Локална привреда
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука • Локалне туристичке агенције и понуђачи услуга
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Министарство трговине и туризма • Град Бањалука • Туристичка организација града Бањалука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦЗ: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		<i>СЦЗ:ОЦ5: Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција</i>
Мјера:	<i>СЦЗ:ОЦ5:М1: Јачање сарадње између туристичке организације, понуђача туристичке понуде и локалних туристичких агенција</i>	
Пројекат:	<i>СЦЗ:ОЦ5:М1:Пр2: Презентација рецептивне понуде на сајту ТОБЛ-а</i>	
Опис пројекта:	<i>Пројекат обухвата креирање посебне апликације на сајту ТОБЛ-а, кроз коју ће бити промовисане све туристичке услуге као и туристички аранжмани који се нуде у Бањалуци и њеној ближој и широкој околини. Пројекат има за циљ да туриста на једном мјесту може да види понуду свих туристичких услуга, цијене као и листу понуђача односно понуду аранжмана коју нуде локалне агенције за подручје Града и шире околине.</i>	
Очекивани резултати:	• Обједињена понуда туристичких услуга и аранжмана • Доступност информација и олакшавање за туристу • Квалитетнији боравак туриста у граду • Оптимализација комерцијализације туристичких услуга и аранжмана • Већи туристички промет и приходи	

Главне активности:	- Прикупљање потребних информација и података - Креирање апликације - Презентација - Мониторинг																																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																									
Процијењена вриједност улагања:	8.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				1.000,00 KM																																							
Потенцијални извори финансирања:	- Министарство трговине и туризма - Туристичка организација града Бањалука - Понуђачи туристичких услуга и аранжмана - Спонзори																																															
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристи - Локално становништво - Туристичка привреда - Посредници у путовању са емитивних тржишта																																															
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Туристичка организација града Бањалука - Специјализоване агенције за информативне технологије																																															
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бањалука																																															

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ3: Унапређење садржаја туристичке понуде и маркетиншко позиционирање		СЦ3:ОЦ5: Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција
Мјера:	СЦ3:ОЦ5:М2: Подстицање домаћих туристичких кретања	
Пројекат:	СЦ3:ОЦ5:М2:Пр1: Едукативни туризам	

Опис пројекта:	Пројекат „Едукативни туризам“ подразумева организовање едукативних тура у трајању од једног или два дана. Едукативне туре ће имати разноврсну тематику у зависности од идентификованих тржишних сегмената. Првенствено су намијењене школској популацији, али исто тако, свима онима који желе да упознају природне вриједности, културно-историјско наслеђе, традиционалне обичаје, умјетничке занате, познате личности, гастрономију и сл. града Бањалуке и њене околине. У почетку ће ове туре организовати и промовисати ТОБЛ-е, у дефинисаним временским интервалима уз тенденцију, да оне послје извјесног времена постану дио понуде неке од домаћих туристичких агенција.																																								
Очекивани резултати:	• Виши ниво едукације и унапређење опште културе • Обогаћивање туристичке понуде • Подстицање домаћих туристичких кретања • Јачање рецептивног туризма																																								
Главне активности:	• Истраживање тржишта • Креирање садржаја едукативних тура • Промоција и реализација • Мотивисање локалних туристичких агенција • Мониторинг																																								
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																	
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																		
Процијењена вриједност улагања:	80.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				10.000,00 KM																																
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука - Учесници едукативних путовања																																								
Потенцијални корисници пројекта:	• Школска популација • Локално становништво • Туристи																																								
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука • Локалне туристичке организације																																								
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бањалука																																								

СТРАТЕШКИ ЦИЉ 4
ОДРЖИВО УПРАВЉАЊЕ ДЕСТИНАЦИЈОМ

Стратешки циљ				Оперативни циљ																																											
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>				<i>СЦ4:ОЦ1: Дефинисање потребних индикатора за праћење развоја туризма</i>																																											
Мјера:				<i>СЦ4:ОЦ1:М1: Иницирање примјене додатних индикатора за праћење развоја туризма</i>																																											
Пројекат:				<i>СЦ4:ОЦ1:М1:Пр1: Израда система индикатора за оцјену и праћење одрживости туризма</i>																																											
Опис пројекта:				<i>Да би туризам био снажна подршка укупном развоју одређене дестинације, његов развој треба бити усклађен са постулатима одрживости. Због тога је потребно дефинисати индикаторе одрживости туризма који би служили као алат за уопштавање и презентацију кључних информација потребних за доношење квалитетних одлука у управљању туристичком дестинацијом. Потребни подаци ће се прикупљати не само на државном и ентитетском, већ и на локалном нивоу, уз законски прописане начине прикупљања потребних података.</i>																																											
Очекивани резултати:				<i>Дугорочна еколошка одрживост природних ресурса</i> <i>Заштита социокултурних вриједности</i> <i>Економска одрживост се заснива на развоју који омогућава оптимално управљање ресурсима на начин да се њима могу користити и будуће генерације</i>																																											
Главне активности:				<i>Утврђивање тренутног стања у односу на све три димензије одрживости (еколошка, друштвена и економска одрживост)</i> <i>Континуирано праћење одрживости</i> <i>Стварање информацијске основе за управљање одрживим развојем</i> <i>Одржавање радионица и практична примјена дефинисаних параметара</i>																																											
Трајање и динамика реализације пројекта:				<table border="1"> <tr> <td colspan="2">2013</td> <td colspan="2">2014</td> <td colspan="2">2015</td> <td colspan="2">2016</td> <td colspan="2">2017</td> <td colspan="2">2018</td> <td colspan="2">2019</td> <td colspan="2">2020</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>												2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																	
2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																																	
Процијењена вриједност улагања:				6.000,00 KM				Износ трошкова у првој години реализације:				1.000,00 KM																																			
Потенцијални извори финансирања:				<i>Надлежна министарства</i> <i>Фонд за заштиту животне средине РС</i> <i>Буџет Града</i>																																											

Потенцијални корисници пројекта:	• Туристичке организације • Удружења за заштиту животне средине • Град Бањалука
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Републички завод за статистику • Туристичка организација града Бања Лука • Удружења за заштиту животне средине
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Дестинацијска менаџмент организација • Туристичка организација града Бања Лука • Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>		<i>СЦ4:ОЦ1: Дефинисање потребних индикатора за праћење развоја туризма</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ1:М2: Развој маркетиншко-информативног система</i>	
Пројекат:	<i>СЦ4:ОЦ1:М2:Пр1: Истраживање потреба туристичке тражње</i>	
Опис пројекта:	<i>Истраживања имају за циљ добијање статистички валидних података о тржишним сегментима, мотивима посјете, активностима за вријеме боравка, уочене недостатке, приједлоге и сугестије. Узорак за ову врсту истраживања чиниће 1000-1200 туриста.</i>	
Очекивани резултати:	• Упознавање трендова, понашање потрошача и ставова према Бањалуци као туристичкој дестинацији • Стварање аргументоване подлоге за дефинисање туристичке политике • Побољшање конкурентске позиције Бањалуке на емитивним тржиштима	
Главне активности:	• Прикупљање информација о карактеристикама туриста и тржишним сегментима • Идентификовање прилика и пријетњи на емитивним тржиштима • Годишњи извјештај о конкурентским дестинацијама	

Трајање и динамика реализације пројекта:	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Процијењена вриједност улагања:	8.000,00 KM			Износ трошкова у првој години реализације:			1.000,00 KM		
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација града Бањалука								
Потенцијални корисници пројекта:	- Туристичке агенције - Угоститељи - Локална заједница								
Потенцијални имплементатори пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука								
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација града Бања Лука								

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>		<i>СЦ4:ОЦ2: Побољшање сарадње и координације субјеката у туризму</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ2:М1: Реализација туристичких аранжмана и интересно удруживање</i>	
Пројекат:	<i>СЦ4:ОЦ2:М1:Пр1: Семинари за развој производа/пакета</i>	
Опис пројекта:	<i>Семинари ће се одржавати два пута годишње у трајању од два дана. Број учесника је ограничен, максимално 25 учесника. Семинари ће се односити на следеће теме: актуелни проблеми и недостаци у туристичкој понуди града; идентификација и процјена</i>	

	најпрофитабилнијих производа/тржишта; конкуренцијски бенчмаркинг, кључни фактори успјеха различитих туристичких производа, промоција и канали дистрибуције, задовољство потрошача.																																											
Очекивани резултати:	- Помоћ у развоју производа и креирању туристичких аранжмана - Информације о главним тржиштима и стратешким сегментима - Унапређивање сарадње између учесника на страни понуде - Боља тржишна комуникација - Успјешнија комерцијализација туристичких производа																																											
Главне активности:	- Процјена тренутне ситуације и тржишне профитабилности производа - Упознавање са актуелним трендовима и понудом конкурентских дестинација - Приједлози за унапређење производа																																											
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="2">2013</td><td colspan="2">2014</td><td colspan="2">2015</td><td colspan="2">2016</td><td colspan="2">2017</td><td colspan="2">2018</td><td colspan="2">2019</td><td colspan="2">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																	
2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																														
Процијењена вриједност улагања:	28.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:				4.000,00 КМ																																			
Потенцијални извори финансирања:	- Туристичка организација Града - Учесници семинара																																											
Потенцијални корисници пројекта:	- Удружења туристичких агенција - Удружења занатлија и угоститеља - Град Бања Лука																																											
Потенцијални имплементатори пројекта:	Туристичка организација града Бањалука																																											
Мониторинг и евалуација пројекта:	Туристичка организација Града																																											

Стратешки циљ	Оперативни циљ							
СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом	СЦ4:ОЦ2: Побољшање сарадње и координације субјеката у туризму							
Мјера:	СЦ4:ОЦ2:М2: Заједничке промотивне активности и спровођење кампања							
Пројекат:	СЦ4:ОЦ2:М2:Пр1: Организовање промоција „Домаће је најбоље“							
Опис пројекта:	Потенцијал туризма као извозног тржишта за домаће производе, нажалост до сада није довољно истраживан, а још мање валоризован. Познато је да пласирање домаћих производа на туристичком тржишту производи далеко веће ефекте од њиховог директног извоза, јер се уградњом производа у туристичку услугу постиже знатно веће цијена него у класичном извозу. Предности извоза домаћих производа намеће потребу да се дефинише стратегија која ће обезбиједити кориштење домаћих производа у туризму.							
Очекивани резултати:	• Промовисање аутохтоних производа • Замјена увозних производа домаћим, гдје је могуће и оправдано, генерише нова радна мјеста • Обезбјеђивање пласмана домаћих производа кроз угоститељску понуду • Веће кориштење домаћих производа подиже и укупан допринос туризма бруто друштвеном производу							
Главне активности:	• Заговарање подстицајних мјера за стимулсање кориштења домаћих производа у угоститељској понуди • Одржавање семинара о важности пласмана домаћих производа • Увезивање домаћих произвођача и субјеката на страни туристичке понуде • Креирање и промоција домаћих гастрономских брендова							
Трајање и динамика реализације пројекта:	The timeline shows implementation starting in Q3 2013 and continuing through all quarters of 2020. The first three quarters of 2013 are greyed out as pre-project periods.							
Процијењена вриједност улагања:	30.000,00 KM		Износ трошкова у првој години реализације:			5.000,00 KM		

Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Град Бањалука - Туристичка организација града Бањалука
Потенцијални корисници пројекта:	• Домаћи произвођачи • Привредна комора • Угоститељски објекти • Туристи • Локално становништво
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Привредна комора • Туристичка организација града Бањалуке
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Надлежно министарство • Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>		<i>СЦ4:ОЦ2: Побољшање сарадње и координације субјеката у туризму</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ2:М2: Заједничке промотивне активности и спровођење кампања</i>	
Пројекат:	<i>СЦ4:ОЦ2:М2:Пр2: «Промоција одрживих рјешења у туризму»</i>	
Опис пројекта:	Уважавање еколошких компоненти, односно развој туризма темељен на очуваној природи и социјалној одговорности, све више добија на цијени. Због тога је неопходно едукација свих чланова локалне заједнице, а посебно субјеката на страни туристичке понуде, о значају социјалне одговорности, мјерама енергетске ефикасности и примјени одрживих рјешења у туризму. Пројекат ће се организовати предавања и радионице, током којих ће се обрађивати практична примјена одрживих рјешења у туризму.	

Очекивани резултати:	- Прилагођавање пословања привредних субјеката савременим туристичким трендовима - Побољшање разноврсности и квалитета туристичке понуде - Јачање имиџа дестинација - Већа заштита ресурса на којима се заснива туристичка понуда																																																																
Главне активности:	- Избор примјера добре праксе примјене одрживих рјешења - Гостовања еминентних стручњака из датих области - Организовање радионица и семинара																																																																
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="3">2013</td><td colspan="3">2014</td><td colspan="3">2015</td><td colspan="3">2016</td><td colspan="3">2017</td><td colspan="3">2018</td><td colspan="3">2019</td><td colspan="3">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																											
2013			2014			2015			2016			2017			2018			2019			2020																																												
Процијењена вриједност улагања:	70.000,00 КМ						Износ трошкова у првој години реализације:						10.000,00 КМ																																																				
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Град Бањалука																																																																
Потенцијални корисници пројекта:	- Угоститељи - Произвођачи хране која се пласира на туристичко тржиште - Сеоска домаћинства - Произвођачи сувенира - Локална заједница																																																																
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Привредна комора бањалучке регије - Градска развојна агенција - Центар за развој и унапређење села - Туристичке организације																																																																
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Надлежна министарства - Град Бања Лука																																																																

Стратешки циљ		Оперативни циљ																	
СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом		СЦ4:ОЦ3: Организован дестинацијски менаџмент и одрживо управљање ресурсима																	
Мјера:	СЦ4:ОЦ3:М1: Обезбјеђење законских претпоставки																		
Пројекат:	СЦ4:ОЦ3:М1:Пр1: Формирање дестинацијског менаџмента																		
Опис пројекта:	У циљу обезбјеђивања веће конкурентности, малих и средњих предузећа, у тржишном наступу, неопходно је успостављање дестинацијског менаџмента, који ће обухватити формирање дестинацијске менаџмент организације и дестинацијских менаџмент компанија. Улогу дестинацијске менаџмент организације ће преузети Туристичка организација града Бањалуке, а дестинацијске менаџмент компаније ће формирати туристичке агенције и остали понуђачи услуга.																		
Очекивани резултати:	- Одржив развој туризма - Контрола над активностима у ланцу вриједности - Интегрисана туристичка понуда - Веће задовољство потрошача																		
Главне активности:	- Јачање законског и регулативног оквира - Подстицајне мјере за формирање и развој туристичких кластера - Развој система индикатора и мониторинг система - Надзор над туристичким ресурсима																		
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020												
Процијењена вриједност улагања:	20.000,00 KM	Износ трошкова у првој години реализације:	10.000,00 KM																
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Град Бања Лука																		

Потенцијални корисници пројекта:	• Субјекти у туризму • Локална заједница • Туристи
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Град Бања Лука • Туристичке организација • Туристичке агенције и остали пружаоци услуга у туризму
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>		<i>СЦ4:ОЦ3: Организован дестинацијски менаџмент и одрживо управљање ресурсима</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ3:М2: Едукација особља</i>	
Пројекат:	<i>СЦ4:ОЦ3:М2:Пр1: Организовање семинара „Дестинацијски менаџмент у пракси“</i>	
Опис пројекта:	<i>Пројекат обухвата организовање више једнодневних семинара током 2013. и 2014. године. Семинари на тему Дестинацијски менаџмент у пракси ће омогућити стицање потребних сазнања у подручју пословања дестинацијских менаџмент организација и компанија. Семинари ће бити организовани у виду презентација и радионица, у оквиру којих ће се проучавали и случајеви из праксе са најбољим примјерима.</i>	
Очекивани резултати:	• <i>Стицање специфичних знања и вјештина како би се повећала атрактивност понуде</i> • <i>Дефинисање основних појмова из области дестинацијског менаџмента</i> • <i>Разматрање успјешних примјера из праксе</i> • <i>Иницирање формирања дестинацијских менаџмент компанија као главних носилаца вриједности и садржаја дестинације</i> • <i>Развојно усклађивање јавног и приватног сектора</i>	

Главне активности:	- Избор теме и примјера добре праксе - Састављање списка учесника и потнцијалних предавача - Утврђивање термина одржавања семинара и израда финансијског плана - Одржавање семинара - Добијање повратних информација																																																																																											
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td><td colspan="4"></td></tr></table>																												2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																			
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																																
Процијењена вриједност улагања:	20.000,00 КМ								Износ трошкова у првој години реализације:								10.000,00 КМ																																																																											
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежна министарства - Град Бањалука - Дестинацијска менаџмент организација - Учесници семинара																																																																																											
Потенцијални корисници пројекта:	Интересни субјекти у јавном и приватном сектору																																																																																											
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Дестинацијска менаџмент организација - Локална удружења и асоцијације																																																																																											
Мониторинг и евалуација пројекта:	Град Бања Лука																																																																																											

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>	<i>СЦ4:ОЦ4: Препознатљив имиџ Града као туристичке дестинације</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ4:М1: Развој производа и брендирање</i>

Пројекат:	СЦ4:ОЦ4:М1:Пр1: Креирање имица																																																																												
Опис пројекта:	Имици се заснива на промоцији дестинације/туристичког производа и њене/његових атракција. Изградња имица је дуготрајан процес који захтјева повлачење пажљиво планираних потеза. Имици је потребно континуирано развијати и прилагођавати захтјевима тржишта, што често захтијева модификацију стратегије. Планирано вријеме и динамика реализације датог пројекта се односе на период најинтезивнијих активности, с тим, да ће се процес креирања имица наставити и у сљедећим годинама.																																																																												
Очекивани резултати:	- Креирање тржишно препознатљивог туристичког производа - Формирање позитивног става - Стварање потребе за одређеном активношћу - Олакшавање избора дестинације																																																																												
Главне активности:	- Анализа ситуације-избор циљних сегмената - Одређивање циљева промоције - Креирање пропагандне поруке и дефинисање промотивног микса (туристичка пропаганда, односи са јавношћу, унапређење продаје, лична продаја) - Израда терминског плана промотивних активности и планирање укупног буџета - Одређивање канала комуникације-избор медија - Дефинисање финасијског плана - Утврђивање ефикасности промоције																																																																												
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="4">2013</td><td colspan="4">2014</td><td colspan="4">2015</td><td colspan="4">2016</td><td colspan="4">2017</td><td colspan="4">2018</td><td colspan="4">2019</td><td colspan="4">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																
2013				2014				2015				2016				2017				2018				2019				2020																																																	
Процијењена вриједност улагања:	15.000,00 КМ								Износ трошкова у првој години реализације:								5.000,00 КМ																																																												
Потенцијални извори финансирања:	- Надлежно министарство - Туристичка организација града Бањалука - Специјализовани понуђачи																																																																												

Потенцијални корисници пројекта:	• Специјализовани произвођачи • Туроператори • Туристи
Потенцијални имплементатори пројекта:	• Агенција за оглашавање • Туристичка организација града Бања Лука
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Туристичка организација града Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>		<i>СЦ4:ОЦ4: Препознатљив имиџ Града као туристичке дестинације</i>
Мјера:	<i>СЦ4:ОЦ4:М2: Израда и штампање информативно-пропагандног материјала</i>	
Пројекат:	<i>СЦ4:ОЦ4:М2:Пр1: Израда каталога туристичких производа Бањалуке и њене околине</i>	
Опис пројекта:	Каталог ће детаљније презентовати туристичке производе града, као и приједлоге активности и предложене тематске итинерере за сваки производ појединачно. Такође у каталогу ће бити наведени специјализовани понуђачи, оквирне цијене као и опште сервисне информације. Дистрибуција каталога ће се вршити преко специјализованих агенција, директним маркетинг акцијама на сајмовима, промотивним акцијама у координацији са туроператорима и путничким агенцијама на емитивним тржиштима и сл. Крајњи комуникациони циљ израде каталога јесте упознавање туристичке понуде Бањалуке и буђење жеље за посјетом и доживљајем.	
Очекивани резултати:	• Прецизне информације о туристичким производима и њиховој комерцијалној понуди • Буђење интереса циљних скупина за доживљајем туристичког	

	<i>производа</i> • <i>Повећање туристичког промета</i>																																															
Главне активности:	• <i>Прикупљање потребних иформација</i> • <i>Састављање текста, избор слика, стварање базе података специјализованих понуђача</i> • <i>Одређивање техничких карактеристика каталога</i> • <i>Штампа и дистрибуција</i>																																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td colspan="2">2013</td><td colspan="2">2014</td><td colspan="2">2015</td><td colspan="2">2016</td><td colspan="2">2017</td><td colspan="2">2018</td><td colspan="2">2019</td><td colspan="2">2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																	
2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020																																		
Процијењена вриједност улагања:	10.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:				5.000,00 КМ																																							
Потенцијални извори финансирања:	- <i>Туристичка организација града Бањалука</i> - <i>Специјализовани понуђачи</i>																																															
Потенцијални корисници пројекта:	• <i>Туроператори и путничке агенције</i> • <i>Туристи</i> • <i>Локално становништво</i>																																															
Потенцијални имплементатори пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i>																																															
Мониторинг и евалуација пројекта:	• <i>Туристичка организација града Бања Лука</i>																																															

Стратешки циљ	Оперативни циљ
<i>СЦ4: Одрживо управљање дестинацијом</i>	<i>СЦ4:ОЦ5: Успостава мониторинга пословања привредних субјеката у туризму</i>

Мјера:	СЦ4:ОЦ5:М1: Успостава контролних механизма																															
Пројекат:	СЦ4:ОЦ5:М1:Пр1: Иницирање формирања туристичке инспекције																															
Опис пројекта:	Пројекат ће обухватити организовање семинара о значају заштите потрошача и подизању општег нивоа квалитета услуга у туризму и угоститељству. Туристичка инспекција ће имати кључну улогу у контроли примјене законских и подзаконских аката којима се регулише туристичка дјелатност и заштита потрошача.																															
Очекивани резултати:	- Заштита туристичких потрошача - Осигурање квалитета туристичких услуга - Већа наплата боравишне таксе - Побољшање имиџа дестинације																															
Главне активности:	- Контрола рада угоститеља (ресторани, кафићи, роштиљнице, фаст фудови, хотели, мотели, пансиони и остали смјештајни капацитети) - Контрола рада туристичких агенција, туристичких водича, пратилаца и осталих професионалаца који пружају туристичке услуге - Испитивање пријава-писмених, усмених или анонимних - Подношење прекршајних и кривичних пријава, изрицање привремене забране рада - Састављање извјештаја о активностима																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020								
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																									
Процијењена вриједност улагања:	1.000,00 КМ				Износ трошкова у првој години реализације:				1.000,00 КМ																							
Потенцијални извори финансирања:	- Град Бања Лука - Туристичка организација града Бањалуке																															
Потенцијални корисници пројекта:	- Републички завод за статистику - Туристичка организација РС - Туристичка организација града Бања Лука - Локална заједница - Туристи																															

Потенцијални имплементатори пројекта:	• Град Бања Лука • Туристичка организација града Бања Лука
Мониторинг и евалуација пројекта:	• Надлежно министарство • Град Бања Лука

Стратешки циљ		Оперативни циљ
СЦ4: <i>Одрживо управљање дестинацијом</i>		СЦ4:ОЦ6: <i>Равномјерна развијеност урбаног и руралног подручја</i>
Мјера:	СЦ4:ОЦ6:М1: <i>Развој програма и производа у руралном подручју</i>	
Пројекат:	СЦ4:ОЦ6:М1:Пр1: <i>Развој додатних туристичких услуга</i>	
Опис пројекта:	<i>Да би рурално подручје града постало атрактивније неопходно је промовисање одрживог развоја, генерисање нових радних мјеста, посебно за младе и жене, као и већа примјена најновијих информационо-технолошких рјешења. Имајући у виду тренутне скромне капацитете за дужи боравак туриста на селу, у првој фази ће се подстицати развој додатних туристичких услуга (јахање, тимарење животиња, учествовање у неким пољопривредним активностима, школе кухања, бицилистичке туре, риболов и сл.). Постепено, економски ефекти произашли из ових активности, довести ће до проширивања садржаја и стварања услова за дужи боравак туриста на селу.</i>	
Очекивани резултати:	• <i>Оживљавање руралног простора</i> • <i>Очување традиционалних вриједности</i> • <i>Обогаћивање и проширење туристичке понуде</i> • <i>Повећање прихода услед већег туристичког промета</i> • <i>Генерисање нових радних мјеста</i>	

Главне активности:	- Идентификовање постојећих садржаја и туристичких зона - Предлагање нових садржаја и активности - Организовање едукација и семинара - Израда и штампање водича „Активности на селу“ - Приједлози за тематске туре - Формирање интегралног производа (одмор на селу)																																																															
Трајање и динамика реализације пројекта:	<table><tr><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																												
2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020																																																									
Процијењена вриједност улагања:	120.000,00 KM								Износ трошкова у првој години реализације:								15.000,00 KM																																															
Потенцијални извори финансирања:	- Ресорна министарства - Агенција за развој и унапређење села - Градска развојна агенција - Туристичка организација града Бањалука																																																															
Потенцијални корисници пројекта:	- Сеоска домаћинства - Локално становништво - Туристи																																																															
Потенцијални имплементатори пројекта:	- Агенција за развој и унапређење села - Градска развојна агенција - Туристичка организација града Бањалука																																																															
Мониторинг и евалуација пројекта:	- Град Бања Лука - Надлежно министарство																																																															

Прилог 3:
Рекапитулација
програмско - пројектног дијела

[illegible]

ОЦ4: Рестаурација, ревитализација и адаптација туристичких мотива	М1: Израда идејних и изведбених пројеката, привлачење инвестиција	Пр1: Адаптација тврђаве Кастел за туристичке садржаје	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													100.000,00
		Пр2: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Звечај	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													20.000,00
		Пр3: Идејни пројекат ревитализације тврђаве Гребен	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													20.000,00
		Пр4: Ревитализација споменичког комплекса на Бањ брду	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													100.000,00
		Пр5: Ревитализација Шеранића куће	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													100.000,00
Пр6: Храм љубави (Сафикада)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020					
											100.000,00		
Пр7: Музеј енергетике	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020					
											1.000.000,00		
											23.340.000,00		

ОЦ2: Туристичко зонирање	М1: Израда студија изводљивости и пројеката за домаће и стране инвеститоре	Пр5: Туристичка зона Сутурлија	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											50.000,00
		Пр6: Туристичка зона Делибашино село	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											50.000,00
		Пр7: Туристичка зона Залужани	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											30.000,00

ОЦ3: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству	М1: Израда и дистрибуција промотивног материјала	Пр1: Промотивни материјал	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											400.000,00
	М2: Ажурирање и развој Интернет апликација	Пр1: Побољшање Интернет странице ТОБЛ-а	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											16.000,00
	М3: Промовисање туристичке понуде града Бањалука	Пр1: Туристички сајмови	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											300.000,00
		Пр2: Оглашавање	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											80.000,00
	М4: Организација студијских посјета	Пр1: Press путовања и туре упознавања	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											320.000,00

ОЦ4: Јачање промотивних активности у земљи и иностранству	М1: Креирање, промоција и реализација регионалне туристичке понуде	Пр1: Регионални туристички производи	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											80.000,00

ОЦ5: Развијање рецептивног туризма и дистрибуција аранжмана преко локалних туристичких агенција	М1: Јачање сарадње између туристичке организације, понуђача туристичке понуде и локалних туристичких агенција	Пр1: Креирање и промоција тематских итинерера	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											40.000,00
	М2: Подстцање домаћих туристичких кретања	Пр2: Презентација рецептивне понуде на сајту ТОБЛ-а	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											8.000,00
	М2: Подстцање домаћих туристичких кретања	Пр1: Едукативни туризам	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
											80.000,00

3.262.000,00

ОЦ 6: Равномјерна развијеност урбаног и руралног подручја	М1: Развој програма и производа у руралном подручју	Пр1: Развој додатних туристичких услуга	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			
													120.000,00
												2.398.000,00	

Укупна финансијска вриједност предложених пројеката

СТРАТЕШКИ ЦИЉ	ПРОЦЈЕЊЕНА ВРИЈЕДНОСТ УЛАГАЊА (КМ)
Стратешки циљ 1	23.340.000,00
Стратешки циљ 2	3.870.000,00
Стратешки циљ 3	3.262.000,00
Стратешки циљ 4	2.398.000,00
УКУПНО	32.870.000,00