

## **I. UVOD- STANJE TRENDOVA U TURIZMU**

Kod pripreme i izrade studija, strateških i planskih dokumenata čiji je cilj dalje unapređenje i razvoj turizma određenih destinacija, nužno je i uobičajeno sagledati stanje i odnose u širem, globalnom okruženju.

Turizam kao izuzetno složen sistem (ekonomski, socijalno, ekološki...) iziskuje da se na svakom nivou istraživanja sagleda i ocijeni prema raspoloživim pokazateljima i u korelaciji sa globalnim trendovima, a prvenstveno onim koji dominiraju tržištem turističke potražnje. Turizam je u istoriji čovječanstva bio najuže vezan uz razvoj društvenih odnosa, koji su vladali na određenoj razini razvoja čovjeka i njegove kulture<sup>1</sup>.

Usporedbom i istraživanjem međusobne zavisnosti globalnog i lokalnog turizma dolazimo do zajedničkih imenitelja i istorodnih zakonitosti u nastajanju i razvoju ove vrste privređivanja. Ujedno proces utvrđivanja mogućnosti razvoja turističke ponude destinacija koje se prirodno nastoje priključiti širim regionalnim trendovima, pretpostavlja sagledavanje stanja u širem okruženju, nakon čega se mogu relevantnije prepoznati i analizirati vlastite vrijednosti i potencijali.

Turistički trendovi u svijetu i Evropi direktno utiču na turizam u Bosni i Hercegovini. Bosna i Hercegovina kao destinacija koju karakteriše raznolikost i univerzalnost prirodnih resursa, turističkih potencijala, istorijskih spoznaja, razmeđa civilizacija, kultura i običaja, u istinu treba postati model turističkog pohodišta šireg regionalnog značaja, odnosno tačka na turističkoj mapi svijeta.

U radu ću upotrebljavati informacije dobijene na osnovu razgovora sa aktivnim nosiocima turističke politike Bosne i Hercegovine (Ministarstva prostornog uređenja i turizma, turističkih organizacija, menadžera, profesora iz oblasti turizma) i na temelju anketa, urađenim u i na izabranim destinacijama i turističkim organizacijama. Ankete će biti izrađene na reprezentativnom uzorku, da bi se jasno sagledalo mišljenje navedenih učesnika u turizmu o dosadašnjim, trenutnim i budućim pravcima razvoja turizma u Bosni i Hercegovini što će se dovesti u korespondenciju sa osnovnom temom rada.

U prvom dijelu rada ću koristiti prije svega stručnu literaturu, na osnovu koje ću definisati temeljne pojmove turističke djelatnosti (turistička ponuda, turistički proizvod, turistički sistem) i odrediti metodološki nivo, na kojem ću obrađivati turistički proizvod u radu.

U drugom dijelu rada ću, osim stručne literature koristiti planske dokumente, kao što su strategije razvoja turizma, razvojne rezolucije, izvještaje o prometu hotelsko-turističkih preduzeća, statističke godišnjake, zakone o turističkoj djelatnosti iz zemalja u bližem okruženju (Srbija, Hrvatska, Crna Gora) itd. Takođe, koristit ću i usvojene planove (prostorne i druge), koji se odnose na pojedine teritorijane cjeline (turističke destinacije) nacionalnih parkova, gradova, jezera, rijeka, planina, itd. Ovdje ću još konsultovati i zakonske dokumente sa područja turizma.

---

<sup>1</sup>. Cerović, Z., *Hotelski menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija 2003, str. 63.

## **1. GLOBALIZACIJA I TURIZAM**

Pojam globalizacije podrazumijeva razvoj i zaživljavanje novih organizacionih, privrednih i brojnih drugih procesa. Globalizacija je jednostavno faktor i simbol novog svjetskog poretka, model za prilagođavanja novih strukturnim formama, privrednim sistemima. Djelovanje globalizacije kao opšteg procesa i stanja se osjeti kako na globalnom, tako i na lokalnom nivou. Na globalnom nivou ogleda se kroz formiranje međunarodnih standarda udobnosti, prikladnosti i kvalitete.

Na lokalnom nivou se iskazuje kao kohezioni faktor snažnim djelovanjem na potpunu integraciju elemenata i sadržaja karakterističnih za lokalnu sredinu, koji su osnovni elementi za formiranje i stvaranje integralnog turističkog proizvoda.

Globalizacija i turizam suštinski predstavljaju jedan složen međuodnos koji se gradio i dalje razvija u skladu s opštim i specifičnim uslovima.

Budućnost turizma na globalnom nivou podrazumijeva:

- ❖ Konstantno praćenje tehnoloških pretpostavki, kao imperativ da se bude i u toku sa svime što se događa, kroz traženje pravovremenih informacija;
- ❖ Društvena pažnja i angažovanost na praćenju ponašanja, socioloških, kulturnih svih drugih potreba potrošača, te realna i analiza time izazvanih društvenih promjena;
- ❖ Konkurentska spremnost za praćenje: evolucije raspodjele kapitala i prihoda, uloge cijena, problema uključivanja novih tipova i metoda poslovanja, događanja u zemljama s kojima se najviše posluje što ima uticaja na opšte poslovanje i društveno-političkih kretanja koja neminovno utiču na ukupna ekonomska kretanja;
- ❖ Geopolitička pozornost kao potreba poznavanja zona uticaja i međunarodne Regulative.

Razvojem međuodnosa između globalizacije i turizma sve više dolazi do izražaja potreba i oblik globalizacije djelatnosti. Turizam, za razliku od svih drugih privrednih grana u sebi sadrži socijalno-kulturnu sastavnicu kao značajan faktor u procesu ostvarivanja prihoda. To ukazuje na potrebu i nužnost integracija u putničkoj industriji. Kroz turizam i globalizacija postaje sociološki i društveni fenomen koji postepeno ovladava ekonomskim procesima u cjelini. Turističko gospodarstvo ima složen i pozitivan utjecaj na cjelokupan privredni i društveni život određene turističke zemlje<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Radišić.F., Poduzetnički menadžment u turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija 1997., str.6