**V Savremeni trendovi u hotelijerskom poslovanju**

Turizam predstavlja najvažniju komponentu međunarodne trgovine i najveći globalni fenomen. Kreiranje novih industrija, uticaj na zaposlenost, veća urbanizacija, preraspodela kapitala iz razvijenih u nerazvijene zemlje su samo neke od pozitivnih posledica razvoja turizma po nacionalnu ekonomiju.

Industriju u najširem značenju reči, možemo predstaviti kao sistem koji povezuje ljude, procese, podatke, usluge. Industrijska revolucija do sada je prošla tri velike transformacije i u toku je četvrta. Obzirom da se radi o razvoju informacionih tehnologija, četvrtu industrijsku revoluciju možemo nazvati pametna industrija. Pametni proizvodni sistemi se mogu definisati kao potpuno integrisani i kooperativni proizvodni sistemi koji reaguju u realnom vremenu da zadovolje promenljive potrebe kupaca i promene zahteva i uslova u fabrikama i mrežama snabdevanja (Zheng, et al., 2018). Ova digitalna transformacija, imala je značajan uticaj na sektor turizma.

U tom kontekstu, korišćenjem informacionih tehnologija, koncepta pametnog turizma, pametan grad, uvedene su i pametne destinacije (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016; Buhalis & Amaranggana,2013; Khan, et al., 2017). Termin pametni turizam podrazumeva turistički sistem koji upotrebljava prednosti informacione tehnologije u stvaranju i isporuci turističkog proizvoda.

Pametni turizam fokusira se ne samo na lokalno stanovništvo već i na iskustva turista i kvalitet života lokalnog stanovništva, kao i mobilnost, lak pristup i održivost resursa koji su takođe važni (Gretzel, et al., 2015). Tehnološke platforme povezuju informacije o turističkim proizvodima i putem njih se ima uvid u pametne turističke destinacije. Veća dostupnost navedenih platformi, krajnjim korisnicima, otvara mogućnost veće interakcije između posetilaca i željene destinaccije. Na ovaj način stvaraju se pametni gradovi, koji predstavljaju bazu pametnih turističkih destinacija.

Slika 40. SWOT analiza turizma Republike Srbije

|  |  |
| --- | --- |
| Snage | Slabosti |
| * Prirodna bogatstva
* Geografski položaj
* Kulturno i istorijsko bogatstvo
* Bezbednost
 | * Nedovoljno razvijena saobraćajna infrastruktura
* Neinvetivna ponuda
* Zastareo proizvod
* Nedostatak propratnog sadržaja
 |
| Šanse | Pretnje |
| * Razvijanje ruralnog turizma
* Inovativni sadržaji
* Osavremenjavanje opreme i poslovanja
* Turizam tokom cele godine
 | * Globalizacija i promene preferencija turista
* Nedostatak sredstava za razvoj
* Prirodne nepogode
 |

Srbija ima veliku turističku snagu u praćenju modernih tokova turizma. Prednost je mogućnost rada turističkih atrakcija tokom cele godine. Slika 40. nam prikazuje koje performanse i faktore treba poboljšati, kako bi turizam u Srbiji pratio tokove međunarodnog turizma.

1. **Uticaj informacionih tehnologija na razvoj poslovanja**

U uslovima globalizacije primena savremenih tehnologija sve će više uticati na ukupno hotelsko poslovanje. U skladu sa novim trendovima u turizmu koje odlikuje promena demografske strukture, promene u strukturi srednje i visoke klase, nameću se pitanja stvaranja novog načina poslovanja hotela. Digitalizacija i informacione tehnologije su osnovne odlike savremenog poslovanja hotela. Dve su velike oblasti primene informacionih tehnologija u hotelskom poslovanju.

1. **Sistem okrenut ka hotelskom poslovanju koji možemo podeliti na:**
	1. **Upravljanje i vođenje hotelskog** **poslovanja** putem informacionih tehnologija podrazumeva umrežavanje poslovanja svih hotelskih jedinica po funkcionalnoj organizaciji. Rezultat je kompletna informisanost gostiju i bolji uvid i upravljanje zalihama.
	2. **Savremeni sistem rezervacija** koji se odnosi na interni sistem rezervisanja i umrežavanje sa globalnim rezervacionim sistemom, koji omogućava efikasniju organizaciju gosta od prevoza do rezervacije usluge hotela.
2. **Sistem okrenut ka okruženju koji povezuje hotel sa njegovom okolinom**

Turistička tražnja opredeljuje delatnost hotela koja je u neprekidnim tokovima modernizacije i prilagođavanja poslovanja zahtevima gostiju. Trend prihvatanja novih tehnologija u obavljanju radnih zadataka, koji doprinose većoj produktivnosti i snižavanju troškova rada je neophodan kako bi se pratili novi zahtevi tržišta. Informacione tehnologije omogućavaju i bolji uvid u promene i kretanja na globalnom tržištu. Usavrđavanje veština efikasnog upravljanja, takođe zahteva proces modernizacije.

U sferi gastronomije dolazi do značajne uštede u pripremi hrane, upotrebom softvera za pripremanje hrane. Informaciona tehnologija omogućava skraćivanje vremena u obavljanju aktivnosti i na taj način doprinosu da zaposleni mogu više da se posvete gostu i stvore konkurentsku prednost. Pronalaženje potencijalnih gostiju i identifikacija njegovih potreba na brz i efikasan način se obavlja uz pomoću uvida u globalne mreže poslovanja. Smanjivanje razlike između očekivanja gostiju i stvarnog zadovoljenja njihovih potreba se postiže boljem i većem pristupu informacijama od strane gosta. Integracijom poslovanja svih hotelskih službi smanjuje se birokratska procedura i olakšava se obavljanje operativnih poslova u hotelu.

Upravljački informacioni sistem omogućava lakši i brži prenos informacija. Upravljačke aktivnosti se zasnivaju na protoku informacija unutar i van preduzeća. Informaciona tehnologija služi kao pomoć za donošenje poslovnih odluka u okviru menadžment informacionog sistema u aktivnostima:

* omogućavanja efikasnijeg planiranja, odlučivanja i kontrole,
* obezbeđuivanja prikupljanja, obrade, čuvanja podataka i prezentacije informacija koje su neophodne za donošenje poslovnih odluka.

Upravljanje informacionim sistemom podrazumeva brigu o svim njegovim elementima:

* hardveru;
* softveru;
* bazi podataka;
* ljudima;
* pravilima i procedurama.

Uloga i zadatak menadžera u informacionom sistemu je da planira ulaganje u hardver tako da se postigne optimalan efekat između ulaganja u sistem i performansi sistema a potrebno je obezbediti i kompatibilnost uređaja, odnosno, njihovu povezanost u jedinstven informacioni sistem. Menadžment mora da vodi računa da se prikupljaju važni podaci, da je metodologija njihovog prikupljanja ispravna i da su troškovi prikupljanja prihvatljivi. Briga o strukturi i kvalitetu zaposlenih u cilju dobrog funkcionisanja sistema, podrazumeva zaposlene različitih specijalnosti, kao što su:

* administrator sistema,
* administrator baze,
* projektant sistema,
* operater.

Upravljanje informacionim sistemom zahteva planiranje, organizovanje i kontrolu funkcionisanja svih njegovih delova. Menadžeri informacionog sistema moraju stalno da obnavljaju informatička znanja koja brzo zastarevaju da informacioni sistem ne bi postao kočnica poslovanju preduzeća.

Osnovni zadatak informacionog sistema je prikupljanje svih važnih podataka i njihova prerada u informacije. Za različite nivoe upravljanja potrebne su različite informacije, podeljene prema nivou menadžmenta. Operativnu kontrolu zadovoljavaju detaljne i precizne informacije. Srednji nivo upravljanja obrađuje informacije koje su potrebne za tekuće i buduće rezultate. Strateško planiranje zahteva precizne i koncizne informacije za najviši nivo upravljanja. Korisna informacija mora biti blagovremena, da ima pravi oblik i da njena obrada prati tehnološke inovacije u cilju smanjenja troškova obrade.

Sa razvojem interneta razvila se i elektronska trgovina. Danas je moguće ne samo predstaviti se na internetu već i istog časa obaviti i prodaju. Menadžer informacionog sistema treba da brine i o kvalitetu i načinu prezentacije preduzeća na elektronskim medijima.

Efikasno upravljanje informacionim sistemom sadrži sledeće faze:

* planiranje
* organizovanje i
* kontrolu.

Planiranje se sastoji iz:

* analize zahteva korisnika,
* planiranja razvoja,
* projektovanja informacionog sistema i
* planiranja tekućeg rada.

U fazi organizovanja obavljaju se poslovi:

* programiranja,
* testiranja,
* eksploatacije i
* održavanja sistema.

A u fazi kontrole vrši se:

* kontrola bužeta i vrednosti informacija,
* kontrola rada zaposlenih i kontrola ispravnosti.

Informacioni sistem treba da služi prvenstveno menadžmentu kompanije, kao sredstvo koje će im pomoći u odlučivanju, informisanju i sprovođenju poslovne politike. Karakteristike i prednosti sistema su poslovna logika u organizaciji i tehnologiji rada, mogućnost da više kompanija povezanih u holding ili poslovni sistem dele jedan informacioni sistem, povećanje informisanosti, efikasnosti i brzine poslovanja, kao i mogućnost istovremenog korišćenja sistema od strane velikog broja zaposlenih, uz jednostavnost upotrebe. Implementacija informacionog sistema svodi se na postepeno uvođenje modula opšte namene i navikavanje zaposlenih na nov način poslovanja.

Sledeći korak je analiza i unapređenje postojećih poslovnih i prodajnih modela iz ugla novih tehnologija i izrada novih modula informacionog sistema, koji pokrivaju određenu specifičnu oblast poslovanja. Integracijom sa postojećim softverskim paketima dolazi se do konačnog cilja - integrisanog informacionog sistema. Direktni efekti njegove primene su oslobađanje zarobljenih informacija i njihovo prosleđivanje do menadžmenta i zaposlenih. Informacioni sistem, doprinosi smanjenju troškova komunikacije, kao i njenoj brzini i efikasnosti. Ukoliko je dobro postavljen, on obezbeđuje veću proizvodnju informacija u jedinici vremena, kao i bržu cirkulaciju podataka kroz preduzeće.

MIS omogućavaju da se ostvari isti nivo zadovoljenja informatičkih potreba uz manje troškove informisanja. Velikim i decentralizovanim preduzećima pomaže da se informacije rasute po manjim organizacionim delovima integrišu u logičnu celinu.

Preduzeće brže prepoznaje šanse u okruženju, potencijalne opasnosti svodi na minimum, maksimalno koristi prilike koje mu se ukazuju, brže reaguje na zbivanja u okruženju i po tom osnovu povećava svoj profit.

Problemi koji prate uvođenje informacionog sistema je najznačajniji problem menadžera informacionog sistema. Najčešći problemi su:

* inercija,
* pogrešan pristup automatizaciji,
* čuvanje informacija,
* promena odnosa moći,
* manipulacija informacija,
* nerazumevanje projektanata i korisnika sistema.

Zadatak menadžera je da planski radi na prevazilaženju prepreka. Upravljanje informacionim sistemom je i dalje najznačajniji deo zaduženja menadžera informacionog sistema. Uspeh informacionog sistema je otklanjanje barijera u poslovanju i razmeni informacija, kako bi se zaposleni povezali brže a sistem imao različite tipove korisnika.

Slika 41. Uticaj informacionih tehnologija na stvaanje tražnje



Kada govorimo o informacionim tehnologijama u okviru poslovnih funkcija, tu možemo izdvojiti službu rezervacija, prijema gostiju, boravak i odlazak gostiju. Informacione tehnologije se primenjuju na aktivnosti prijavljivanja, knjiženja i naplate troškova usluga, odjave gosta i plaćanje računa, izveštajima o prihodima. Prvi korak saradnje gosta i hotela je uz pomoć rezervacionog sistema, čiji je cilj da popuni smeštajne kapacitete i ostvari najveću cenu za usluge tokom boravka gosta. Rezervacije se mogu vršiti na više načina: interni sistem rezervacija u hotelu, centralni rezervacioni sistem, globalni sistem distribucije, web stranice hotela i preko posrednika. Jedan od aktuelnih kanala distribucije je putem sajta booking.com.

Slika 42. Podela informacionih sistema po funkcijama



* 1. **Marketing informacioni sistemi**

Marketinške aktivnosti preduzeća uglavnom su usmerene na planiranje, promociju i prodaju robe i usluga, uz težnju da se potrebe kupca zadovolje na najbolji mogući način, pri čemu se ostvaruju i definisani ciljevi kompanije. Osnovne aktivnosti podrške informacionih sistema se odnose na to:

koje proizvode ponuditi, koju cenu tražiti za ponuđene proizvode i usluge, gde proizvode i usluge ponuditi, kojim kanalima, kako reklamirati proizvod i uslugu.

Marketinški IS koriste eksterne informacije daleko više nego ostali IS u preduzeću.

Pomoću WEB-a i elektronske trgovine se istražuje ponašanje potencijalnih kupaca što pomaže marketing informacionim sistemima. Putem podsistema za okruženje dobijaju se obaveštenja o konkurentima (privredna špijunaža). Do ovih informacija se dolazi iz godišnjih izveštaja o poslovanju pojedinih kompanija. Internet i u ovom slučaju se koristi kao dobar izvor informacija.

Marketinški podsistem koristi interne podatke kompanije koji su u neposrednoj vezi sa računovodstvenim informacionim sistemima.

Informacije koje se koriste odnose se na:

* informacije o tekućoj prodaji
* informacije o nabavci
* informacije o zalihama
* informacije o troškovima
* informacije o potraživanjima
* informacije o dugovima
* informacijama o gotovini u banci i blagajni i sl.

Marketinški podsistem sa komponentama za proizvod, distribuciju, promociju, cene i predviđanje, svoju aktivnost uspešno obavljaju, kroz sledeće faze:

* planiranje prodaje proizvoda po vrstama i uvođenje novog proizvoda
* planiranje distribucije u pogledu načina, vremena i mesta distribucije
* promociju pri planiranju prodaje i reklamiranju proizvoda
* cenu proizvoda i njeno pravilno utvrđivanje usled promena na tržištu
* predviđanje prodaje na osnovu predhodno utvrđenih elemenata.

Značajni web alati koji doprinose promociji i prodaji hotelskih aranžmana su: blogovi, društvene mreže, onlajn video aplikacije i alati za deljenje fotografija.

Blogove vode pojedinci koji iznose svoje misli, kritiku o određenoj temi. U hotelima se koriste blogovi kada su gosti neke poznate ličnosti, koje lako mogu da prošire informaciju o hotelu.

Putem sadržaja koji se objavljuju na društvenim mrežama o hotelu, ohrabruju se budući gosti za izbor prikazanog hotelskog sadržaja. Web stranice sadrže aplikacije koje pomažu uređivanju video sadržaja u promotivne svrhe. Youtube je jedan od navedenih servisa.

Objavljivanje fotografija na internetu i mogućnost da se dele sa drugima pomoću aplikacija Picasa, Instagram, Facebook je jedan od vidova upotrebe informacionih tehnologija u promotivne svrhe.

Ukoliko postoji jedinstvo i koordinacija obrade podataka o troškovima gosta, počev od broja rezervacija, popunjenosti kapaciteta, prosečne cene sobe, ukupnog Prihoda, obrade podataka u službi računovodstva, možemo reći da su aktivnosti službe prodaje i marketinga podržane informacionim tehnologijama.

Uspešnost poslovanja i primene informacionih tehnologija u službi marketinga i prodaje, ogleda se u ispunjavanju plana prodaje smeštajnih kapaciteta, stvaranje baza podataka gostiju i poslovnih partnera, cenovnici po tipovima gostiju, statistike o realizovanim i rezervisanim uslugama hotela.

Slika 43. Marketing informacioni sistemi



Prethodna grupa IS odnosi se uglavnom na njihovu implementaciju u fabričkoj hali. Druga grupa se odnosi na:

* IS za proizvodni dizajn i inženjerstvo sa softverom (pomaže pri računarskom projektovanju proizvoda, osiguranju kvaliteta, bezbednosti i niskoj ceni)
* IS za proizvodno planiranje (obezbeđuju u pravo vreme prave alate i materijal da bi se proces proizvodnje obavljao na optimalan način)
* IS za kontrolu kvaliteta (osigurava da proizvod zadovolji standarde)
* IS za planiranje kapaciteta (odabir lokacije, odlučivanje o veličini fabrike, raspored mašina, prostorija i sl.)
* IS za upravljanje troškovima (pomoć pri praćenju troškova proizvodnje, produktivnosti radnika, amotrizacija)
* IS za logistiku i upravljanje zalihama (planiranje i kontrola dolaska materijala u fabriku dostava proizvedene robe potrošačima)

Još uvek nije ostvarivo ali se teži da se uvedu IS u procesu proizvodnje, putem kompletne automatizacije. Proces bi započinja projektovanjem putem CAD-a (računarsko projektovanje), a nastavljao sa pripremom za proizvodnju pomoću CAE (0siguranje kvaliteta, bezbednosti), a završavao izradom od strane robota sa kontrolisanim numeričkim podacima. Cilj je da se i male serije proizvodnje dobiju sa istim cenama proizvoda kao i kod velike serije.

Slika 44. Proizvodni informacioni sistemi



* 1. **Računovodstveni i finansijski IS**

Dokumenta koja se koriste u računovodstvu su:

* računi za isplatu (podsistem rashoda)
* računi za naplatu (podsistem prihoda)
* lista zarada zaposlenih (podsistem ljudskih resursa)
* lista zaliha (podsistem proizvodnje)
* glavna knjiga prihoda i rashoda (podsistem izveštavanja)

Finansijski IS oslanjaju se na izvore spolja, kao što su onlajn baze podataka i informacije

Glavne funkcije IS su:

* finansijsko predviđanje i planiranje
* finansijska kontrola
* upravljanje novčanim sredstvima
* interna kontrola

Slika 45. Računovodstveni i finansijski informacioni sistemi



Kadrovskim informacioni sistem se podržava kadrovska služba, za upravljanje ljudskim resursima.

Kadrovske IS koriste:

* zaposleni u kadrovskoj službi
* zaposleni u kompaniji radi dobijanja ličnih podataka
* zaposleni za potrebe dobijanja informacija o otvorenim radnim mestima
* zaposleni za dobijanje informacija o mogućnostima dodatnog obrazovanja
* menadžment kompanije za uvid u kartone zaposlenih
* direktori za donošenje strateških odluka u vezi sa kadrovskim planovima

Informacije koje se odnose na zaposlene u kompaniji mogu da sadrže između 150- 200 podataka po jednom zaposlenom.

Slika 46. Kadrovski informacioni sistemi



Pojedinačni sistemi retko kad mogu da funkcionišu nezavisno jedan od drugih. Samim tim, potrebno je da oni budu integrisani u cilju boljeg izvršavanja zadataka kompanije i postizanja konačnog sveukupnog cilja.

Mnogi informacioni sistemi služe da pomognu menadžmetu pri vršenju svakodnevnih poslovnih aktivnosti. Uglavnom informacioni sistemi specijalno namenjeni za podršku menadžerima mogu se podeliti u tri osnovne klase. To su:

sistemi za izveštavanje

sistemi za donošenje odluka i

direktorski informacioni sistemi.

Informacioni sistemi pružaju pomoć menadžmentu u sva tri nivoa:

* strategijskom
* taktičkom i
* operativnom

Osnovne funkcije menadžmenta i IS koji koji podržavaju te funkcije su:

* planiranje, uspostavljanje ciljeva i definisanje aktivnosti koje su potrebne da se ciljevi dostignu u nekom određenom vremenu;
* organizovanje, utvrđivanje organizacione strukture za efektnije i efikasnije poslovanje;
* vođenje, motivisanje ljudi koji su zaposleni u poslovnom sistemu da bi se dostigli postavljeni ciljevi kompanije;
* kontrolisanje, upoređivanje rezultata poslovanja sa planiranim i inicijalizacija korektivnih akcija ukoliko su one potrebne.

Opšte kategorije aktivnosti i informacioni sistemi koji ih podržavaju se dele u tri kategorije:

* kontakti sa ljudima (telekonferencije, kancelarijski informacioni sistemi)
* transfer informacija (sistemi za izveštavanje, direktorski sistemi i kancelarijski sistemi)
* donošenje odluka (sistemi za podršku odlučivanju, direktorski sistemi, sistemi za pomoć pri pregovaranju, krizni menadžment informacioni sistemi)

Slika 47. Informacioni sistemi za podršku menadžmentu 1.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Klasa sistema** | **Korisnici** | **Scenario****korišćenja** | **Klasa****problema** | **Izvori****podataka** | **Razmatrano vreme** |
| **MRS****Sistemi za** **Izveštavanje menadžera** | Niži i srednji menadžeri | Studiranje izveštaja | Kontrolaoperacija iupravljanje | Uglavnom interni | Prošlost i sadašnjost |
| **DSS****Sistemi za** **podršku****odlučivanju** | Niži i srednji menadžeri | Donošenje odluka | Planiranje | Interni i eksterni | Budućnost |
| **EIS****Direktorski** **Informacioni****sistemi** | Direktori | Brzi pregled | Strategijska analiza | Interni i eksterni | Prošlost sadašnjost i dugoročna budućnost |

Slika 48. Informacioni sistemi za podršku menadžmentu 2.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Klasa sistema** | **Klasa problema** | **Nivo analize** | **Nivo detalja** | **Struktura problema** |
| **MRS** | Problemi koji se ponavljaju | Vrlo nizak | Vrlo visok | Vrlo visok |
| **DSS** | Adhok, specifični problemi | Visok ili vrlo visok | Srednji | Relativno niska |
| **EIS** | Adhok, specifični problemi | Nizak ili srednji | Nizak sa detaljima prema želji | Niska |

Informacione tehnologije koje se koriste u hotelima upotpunjuju procese u okviru različitih poslovnih funkcija, pružanja usluga gostima i komunikacije. Globalni distributivni sistem ima manju primenu u hotelskom poslovanju, dok je najveća zastupljenost primena informacionih tehnologija putem web stranice hotela. Aplikacije su povoljne a daju veliku efikasnost u obavljanju poslova.

Konkurentska snaga hotela se ogleda u primeni informacionih tehnologija jer poslovanje zahteva povezivanje velikog broja učesnika koji su zainteresovani za usluge. Novi trend stvaranja e-turizma nameće hotelima pružanje dinamičkog proizvoda. On podrazumeva da svaki gost stvara sopstveni paket aranžman što bi bilo nemoguće bez primene informacionih tehnologija. Oni se razlikuju od tradicionalnih ponuda jer se cena formira u skladu sa trenutnom ponudom i uključuje dodatne usluge.

1. **Proces globalizacije**

Turizam je jedna od industrija sa najvećim trendom rasta. Internacionalno znanje i iskustvo su veoma značajna tema na svetskom tržištu. Brze promene, pod uticajem informacionih tehnologija doprinose širenju znanja i procesu globalizacije.

Zdravlje i bezbednost gostiju, zaposlenih i stanovnika je prioritet koji je važan trend u celom svetu. Reputacija željene destinacije se može narušiti, ukoliko postoje bilo kakve pretnje za opasnost tokom boravka. Na taj način, dolazi do dugoročnih posledica po poslovanje hotela. Neke od negativnih događaja koje loše utiču na reputaciju destinacije su kidnapovanje putnika na aerodromima, u hotelima, pljačke i napadi. Spremnost da se reaguje u svim kritičnim situacijama, uz pomoću praktičnih planova i programa, predstavlja prednost poslovanja hotela. Na prvom mestu mora biti odgovornost za zdravlje i bezbednost svih ljudi koji su na određenoj turističkoj destinaciji.

Demografska struktura postaje sve raznovrsnija. Usled pada nataliteta, u državama koje imaju bogato turističko tržište i koji nude turističke usluge, starosna struktura gostiju ali i zaposlenih se sve više pomera.

Nivo kvaliteta usluga pomera kriterijume naviše, tako da su svetski trendovi nametnuli predviđanje očekivanih usluga gostiju.

Kada je u pitanju tehnologija, ona je ključ za brzo i efikasnko usluživanje gosta. Problemi se javljaju u obuci zaposlenih da koriste informacione tehnologije.

Održivi turizam, kao relativno nova kategorija, ali jako bitna za budućnost životne sredine. Očekuje se da zaposleni i gosti imaju sve veću svest o značaju ekološke savesti i da se pridržavaju načela čuvanja životne sredine. Zaštita životne sredine postaje imperativ savremenog poslovanja i toga su svesni i potrošači i poslodavci.

Integracija mobilnih telefona i medija je značajan trend u budućnosti. Deljenjem sadržaja putem telefona sa različitih destinacija, smatra se jako popularnim načinom komunikacije i razmene sadržaja sa putovanja. NFC predstavljaju komunikacije kratkog dometa koje u kombinaciji sa mobilnim aplikacijama mogu da vas odvedu do željene destinacije. Interakcija mobilnog telefona i drugih uređaja, omogućava da su lako dostupni video snimci, mape i drugi sadržaji od značaja za putovanje.

Klasičan odmor, koji je podrazumevao prijatan boravak na Suncu pored mora, zamenila su putovanja sa svrhom. Širenje znanja i učenje o drugim kulturama, sve češće predstavlja traženu turističku ponudu. Pored navedenog sadržaja, imamo i zahteve za učenje novog jezika, istraživanja novih kulinarskih tehnika, poseta događajima koji su autentični za željenu destinaciju.

Funkcija menadžmenta svoje tradicionalne granice upravljanja pomera ka prilagođavanju brzim promenama.

Višenamenski hoteli su odličan način prilagođavanja različitim potrebama gostiju kao što su banje sa rekreativnim centrima.

Segment kulinarstva je proširilo delatnost kuvara od koga se očekuje da se fokusira na održivost, lokalne sastojke, da prati trendove u kulinarstvu. Zahtevi gostiju su sve više okrenuti ka lokalnom karakteru hrane. Na ovaj način, turizam postaje još jedan kanal prodaje lokalnih proizvoda što pomaže lokalnim poljoprivrednim proizvođačima da plasiraju hranu. Na ovaj način se obezbeđuje najveći kvalitet pripremljene hrane, pošto je poreklo sirovina poznato. Kako bi ispratili ovaj trend, mnogi vlasnici restorani gaje u baštama iza restorana sirovine i na taj način brendiraju svoje kulinarske usluge.

Bitno je istaći da turizam predstavlja oblast koja je ekonomski pokretač jer se aktivnosti u okviru poslovanja obavljaju 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji, tokom čitave godine. UNWTO podržava razvoj lokalnog stanovništva koje želi da pokrene poslovanje u oblasti turizma, kroz izgradnju kapaciteta i infrastrukture.

Gojaznost kao trend zahteva veću pažnju u procesu proizvodnje hrane, kako bi se obezbedili obroci sa prirodnim sastojcima koji će uticati na bolje zdravlje ljudi.

Migracija radne snage i rastuća potražnja za radnom snagom u sektoru turizma je stvorila odnos koordinacije navedene dve pojave. Globalizacija koja je uzrokovala pojavu masovne zastupljenosti etničkih i kulturnih manjina u ponudi radne snage u turizmu razvijenih zemalja je uzrok veće ponude na tržištu rada. Globalizacija zahteva viši nivo kompetencija radne snage.

Svetska turistička organizacija (UNWTO) je odgovorna za promociju održivog i dostupnog turizma, koji će doprineti ekonomskom razvoju, prosperitetu, opštem obrazovanju i poštovanju ljudskih prava. Pored promocije turizma u zemljama u razvoju, uloga UNWTO je da promoviše transfer tehnologije, međunarodnu saradnju, primenu globalnog kodeksa etike u turizmu. Navedeni ciljevi se ostvarju uz poštovanje maksmalno profitabilnog poslovanja turističkih preduzeća, stvaranje komparativnih u konkurentske prednosti bogatih kulturno-istorijskih nasleđa pojedinih zemalja, uz minimalne negativne u oblasti ekologije. Globalni etički kodeks postavlja okvire razvoja održivog i ekološki opravdanog turizma.

Pod pritiskom globalne konkurencije došlo je do zahteva za promenom načina proizvodnje. Globalizacija tržišta zahteva da proizvodnja bude:

* efikasna (manje resursa, bolji inženjering, proizvodnju sa malim zalihama, mali otpad materijala)
* agilna (spremnost za takmičenje u brzini izrade i u kvalitetu)
* fleksibilna (prilagodljivost robe i usluga potrebama kupca, kao i da bude brza i jeftina)
* posvećena kvalitetu (kvalitet kroz celi proces proizvodnje u skladu sa svetskim standardima, pri čemu se kvalitet ne smatra za trošak već kao neophodna komponenta)

Savremeno turističko tržište karakteriše stvaranje globalne uniformne kulture usled procesa globalizacije. Usled navedenih procesa dolazi do procecsa širenja tržišta i razvoja multinacionalnih kompanija. Ravnotežu pomenutim procesima, predstavlja problem žaštite životne sredine i ljudskih prava. Razvoj nacionalne ekonomije u uslovima globalizacije otvara brojna pitanja. Uključivanjem mnogih zemalja u međunarodno tržište, stvara veću količinu i raznovrsnost roba i usluga. Usled navedenih trendova, svetski turizam dobija nove tokove gde se pojavljuju nove izazovne turističke destinacije i ubrzan rast turizma. Akcenat se stavlja na turističke destinacije koje prilagođavaju lokalne performanse globalnim kretanjima, u koje ubrajamo i jedinstvo turizma i žaštitu životne sredine. Uticaj globalizacije na turizam može se videti kroz poređenje opštih parametara globalizacije i njihov uticaj na turizam. (Koncul, N., (2004). *Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima***,** Pregledni članak, *Naše*

*more* 51(5-6)/2004, Dubrovnik, 206-213.8)

Njihove karakteristike su: koncentracija smeštajnih kapaciteta, kompletna turističke ponude, razvoj informatičke tehnologije koja pomaže u istraživanju tražnje, brzina, komfor, veća mobilnost turista.

Iskorišćavanje resursa na efikasan način je zadatak organizacije rada u hotelijerstvu.

Globalizacija je uticala i na same turiste kroz podelu godišnjih odmora, individualna putovanja nasuprot masovnom turizmu, specijalni odmori uz sadržaje zabave, obrazovanja, istraživanja na turističkoj destinaciji, veća interakcija turista i domaćina, veća potreba za avanturističkim odmorom. Razvoj turizma od sredine prošlog veka do razvoja turizma u budužnosti analizirao je Poon, gde opisuje cikluse razvoja od starog turizma, koga je karakterisala masovnost, do savremenog turizma gde su novi uslovi u očekivanjima turista u međunarodnom turizmu. (Poon, J., (1993), Tourism, Tehnology and Competetive Strategies, Wallingford: CAB International, str. 12.)

Procesi koje su određivale razvijene zemlje tokom sedamdesetih i osamdesetih godina dvadesetog veka, uticale su na ubrazani razvoj turizma. Prilagodljivost socioekonomskim procesima, predstavlja uspeh poslovanja u budućnosti.

Konkurentnost turizma je izraz novijeg datuma, koga pored klime, kulture, informacija, inovacija i znanja, određuje:

* Sličnost turističke tražnje
* Koncentracija turističke ponude

Uzroci novih kretanja u turizmu su:

* Novi motivi putovanja
* Viši nivo prihoda
* Nove turističke destinacije
* Novi turistički proizvodi
* Demografske promene
* Duži životni vek

Eko ili zeleni hoteli su jedan od trendova budućnosti poslovanja hotela. Održivi razvoj koji propagira racionalnu upotrebu resursa, nameće trend očuvanja prirode. Navedeni uslov određuje lokaciju, opremu i sadržaj usluga hotela. Uštedu električne energije postižemo izgradnjom pametnih soba koje racionalno troše energiju na klimatizaciju, potrošnju struje i vode, pristupa hotelu. U cilju mentalnog i fizičkog oporavka gosta sve je veži trend izgradnje SPA hotela, koji su bogati sadržajima poboljšavanja zdravlja i razonode. Istraživački duh gosta se zadovoljava formiranjem brod hotela (kruzera), koji nude sadržaje u vezi sa uživanjem u morskim dubinama.

Mladi ljudi koji nemaju visoka primanja su zainteresovani za nisko budžetne hotele u kojima su sobe manje, a postoje i radnje sa uslugom brze ishrane, gde se gosti sami služe i konzumiraju hranu van radnje. Navedeni turistički tokovi se nazivaju omladinski turizam.

Karakteristiku četvrte naučno-tehnološke revolucije je stvaranje nove ekonomije koja determiniše nova tržišta, proizvode i usluge, gde se poslovanje zasniva na upotrebi računara i interneta.

Strane investicije i međunarodna komponenta su karakteristike turizma u budućnosti. Ovaj trend daje mogućnost za napredak zemalja u razvoju. Globalni distributivni sistemi su elektronska tržišta za putovanja, hotele, iznajmljivanje autombila i rezervisanje poseta atraktivnim mestima. Primer jednog takvog sistema je Delphi system koji predstavlja lidera u isporuci keteringa, banketa, uz posedovanje softvera za putovanja i organizovanja animacije za goste. Pored navedenog, on može da kontroliše u svakom trenutku stanje inventara jer je povezan sa sistemom upravljanja imovinom.

Uspešno poslovanje restorana zavisi od same postavke lokacije, od ponude hrane, atmosfere i usluga koje nudi.

Međunarodni karakter turizma, zahteva uključivanje države po nekim pitanjima regulisanja opštih tokova. Turizam kao skup saobraćajne industrije, ugostiteljstva, smeštaja, zabave i rekreacije čini obimnu delatnost. Multiplikacija pozitivnih efekata poslovanja delatnosti turizma se odražava na delatnosti koje su indirektno uključene u sektor turizma. Posredinci kao što su turističke agencije, veletgovci, kompanije za upravljanje destinacijama i drugi imaju ulogu posrednika između turističke destinacije i posetilaca. Zemlje u razvoju, mogu imati šansu za ekonomski rast kroz razvoj turizma, uz vođenje računa o održivom turizmu.