U V O D

Želja svih ljudi ja da žive udobno, sigurno, da svojoj djeci osiguraju ljepšu buduć nost i zbog toga se svi trudimo da dovedemo svoj život do te tač ke.

Poljoprivreda i turizam su znač ajne oblasti ukupne ekonomije B i H. posebno je značajno u Republici Srpskoj jer ova oblast daje skoro trećini društvenog proizvoda. Procjenjuje se da 40 % stanovništva najdirektnije zavisi od poljoprivrede, a za to je potrebno da se subvencijom već eg broja proizvoda, subvencijom kamata na podignute kredite za poljoprivredni razvoj stvore uslovi da je naš proizvođač sa cijenom konkurentan istim proizvodima iz evropske unije.

Moj predmet istraživanja je bio razvoj turizma u našoj zemlji koji zauzima veoma bitno mjesto. Cilj ovoga rada je podstaknuti naše institucije da privuku strane turiste da posjećuju našu zemlju, a ujedno dati priliku populaciji koju čini seosko stanovništvo da se kroz osmišljene projekte razvija seoska sredina, da ljudi mogu da žive od svoga rada. Time bi se zaposlio veliki broj seoskog stanovništva i dio onih koji su otišli u grad i č ekaju posao na birou, a na selu imaju zapuštena imanja. Tada, mladi neć e poželjeti da napuštaju svoja ognjišta i bježe u grad.

1. Definisanje turizma

„Turizam je skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost".

O pojmu turiste bić e opširno riječ i pri razmatranju kategorije potrošač a u turizmu. Međutim, na ovom mjestu treba konstatovati da je pojam turiste prije svega vezan za pojam putovanja, ali ne za sva, nego samo za putovanja koja su motivisana željom za odmorom ili razonodom u fizič kom i psihič kom smislu. Samo se takva putovanja mogu smatrati turističkim. U turistička putovanja mogu se ubrojati i ona koja su motivisana željom da se zadovolje kulturne potrebe u smislu psihič ke rekreacije. Znač i, pri određivanju pojma turiste treba imati u vidu sledeć a dva uslova:

- putovanje koje omogućava privremeni boravak u mjestima van mjesta
- stalnog boravka, i
- da je ta promjena mjesta boravka uslovljena željom za odmorom i razonodom u fizičkom i psihičkom smislu.

Polazeći od ovoga, u izučavanju turizma treba da se primjenjuju sledeće naučne oblasti i discipline: ekonomija, psihologija, sociologija, organizacija rada, statistika i matematika, geografija, istorija, antropologija, etnologija, istorija umjetnosti, medicina, tehnič ke nauke itd. Turista, kao potrošač turistič kih usluga, može teorijski da se definiše kao „privremeni posjetilac" koji se nalazi u mjestu van svog mjesta stalnog boravka najmanje 24 časa, s tim što je promjena mjesta njegovog boravka motivisana ovim razlozima:

- željom za fizičkim i psihičkim odmorom,
- željom za razonodom i zabavom,
- željom za sticanjem znanja putem upoznavanja kulturnog i istorijskog nasleđa određenih zemalja ili mjesta (ovdje nisu uključ eni studenti i uč enici u stranim zemljama ili mjestima, kao

ni osobe na specijalizaciji u inostranstvu) i upoznavanjem prirodnih ljepota,

- zdravstvenim razlozima (preventivna zdravstvena zaštita) koji uslovljavaju korišćenje klimatskih i vazdušnih lječilišta ili odmarališta, amaterskim sportskim takmičenjima i drugim oblicima takmičenja ili amaterskim manifestacijama kulturno-umjetnič kih ostvarenja u drugim mjestima ili zemljama,
- kružnim putovanjima turista brodovima, koji se zadržavaju u određenim mjestima i kraće od 24 časa itd.

2. Heterogenost turizma kao privredne djelatnosti

Imajuć i u vidu specifičnosti turizma kao djelatnosti sa aspekta njene heterogenosti, u djelu grupe eminentnih autora iz Meksika „El Turismo como medio de Communication Humana" kaže se sledeće:

„Turizam se može definisati kao kombinacija odnosa, usluga i ostalih pogodnosti koje koriste turisti, stvorenih iz potrebe za privremenim premještanjem ljudi.

U skladu sa naprijed navedenim, smatramo da turističk i agregat ili sistem sač injavaju sledeć i elementi:

- Q - sredstva transporta: avioni, automobili, željeznice, pomorski i riječ ni brodovi itd;
- C2 - objekti za smještaj i ishranu: hoteli, moteli, pansioni, privatna domać instva itd.
- C3 - putnič ke agencije;
- C4 - turistič ki vodič i;
- C5 - ostali objekti za ishranu turista;
- C6 - prodavnice za prodaju specifič nih artikala koje kupuju turisti (suveniri i sl);
- C7 - proizvođač i specifič nih turistič kih artikala i suvenira;
- C8 - folklorna umjetnost;
- C9 - razni oblici i organizacione forme obezbjeđenja zabave i razonode".

U okviru svakog od navedenih elemenata agregata ili sistema može se vršiti dalja klasifikacija, kao na primjer:

C1 = A1, A2, A3,... An.

To znač i da se svaka od pojedinač nih aktivnosti koje sač injavaju turistič ki agregati ili sistem sastoji od velikog broja homogenih podgrupa ili podsistema.

Turizam je raznorodna privredna djelatnost, koja se sastoji iz različ itih privrednih i neprivrednih aktivnosti, a sve zajedno uč estvuju u zadovoljenju potreba domać ih i stranih turista. Osnovu turistič ke privredne djelatnosti č ine: ugostiteljstvo, saobraćaj, turističke i putničke agencije, trgovina na malo, zanatstvo i razne vrste komunalnih djelatnosti.

Od neprivrednih djelatnosti treba istać i kulturno-umjetnič ke, sportske i druge aktivnosti, zatim rad raznih turističkih organizacija i organa na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, koje na direktan ili indirektan nač in uč estvuje u formiranju turistič ke ponude.

Znači, turizam ne predstavlja posebnu privrednu djelatnost, kao što je to sluč aj sa ostalim privrednim djelatnostima (industrijom, poljoprivredom, trgovi- nom, saobraćajem, zanatstvom itd.) i ne postoje mogućnosti za striktno kvalitativno i kvantitativno determinisanje turističke privrede kao zasebne i nezavisne cjeline.

Ovu karakteristiku turizma posebno treba imati u vidu pri postavljanju osnova turističke politike,

planiranju razvoja turizma i određivanju strukture investicionih ulaganja u ovu privrednu djelatnost, zatim pri određivanju karaktera rada ove djelatnosti sa stanovišta njene proizvodnosti i uloge u formiranju i raspodjeli društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

2. 1. Karakter rada u turizmu kao djelatnosti

Turizam se sastoji iz već eg broja privrednih i neprivrednih djelatnosti, koje sve zajedno uč estvuju u podmirenju potreba domać ih i stranih turista. Prema tome, u analizi karaktera rada ove djelatnosti, sa stanovišta njene proizvodnosti, može se u osnovi poći od analize karaktera rada, najvažnijih privrednih djelatnosti, koje direktno učestvuju u podmirenju potreba turista (ugostiteljstvo, saobrać aj, trgovina, turističk ke organizacije - putničk ke i turističk ke agencije i sl. razne vrste komunalnih djelatnosti i zanatske radnje i preduzeć a).4

Turističke organizacije - (putničke agencije i ostale) u cjelini predstavljaju djelatnosti koje pružaju lične usluge turistima, drugim privremenim posjetiocima i lokalnom stanovništvu. Kao takva, ova djelatnost nema proizvodni karakter i ne bi se mogla smatrati stvaraocem društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

2. 2. Društveni značaj i uticaj turizma

Osnovni motivi turističk kih putovanja u okviru rekreacije vezani su i za želju da se upozna kulturno i istorijsko nasleđ e određenih zemalja i regiona. Isto tako, oni su vezani za razne vrste obrazovnih potreba, upoznavanje navika, običaja i uslova života stanovništva drugih zemalja i krajeva.