

ADAPTIBILNOST MENADŽMENTA TURISTIČKE DESTINACIJE U ODNOSU NA AKTUELNE TRŽIŠNE TRENDOVE

ADAPTABILITY OF TOURIST DESTINATION MANAGEMENT IN RELATION TO CURRENT MARKET TRENDS

Ivo Županović¹

Rezime

Aktuelna kompetitivnost u turističkoj industriji zahtijeva i određene inovacije u destinacijskom menadžmentu, u svim fazama destinacijskog razvoja. To se prvenstveno odnosi na prihvatanje koncepta održivog razvoja turističke destinacije, odnosno stvaranja sinergije između ekološke, ekonomske i sociološke komponente, kao i insistiranja na carrying capacity konceptu, odnosno konceptu maksimalne nosivosti turističke destinacije u smislu ukupnog kvantuma turističkih konzumenata koje destinacija može da prihvati u receptivnom smislu, ali i u smislu pritiska na komunalnu infrastrukturu. Pritom posebno treba obratiti pažnju da destinacija, a na osnovu parametara maksimalne nosivosti, ne dođe u fazu saturacije, a potom i u fazu degeneracije. S obzirom na brojnost i raznolikost interesnih grupa na turističkoj destinaciji, uspostavljanje saradnje i partnerstava među njima predstavlja ključni faktor uspjeha svake destinacije. Ovaj novi stil poslovanja zahtjeva timski pristup - funkcionalni klusterski pristup. Takođe, kao odgovor na globalna turistička kretanja, turističke destinacije teže integrisanju i stvaranju prostornog klastera, koji će objedinjavanjem turističkih proizvoda zainteresovanih destinacija pospješiti konkurentnost istih. Formiranje koncepta klastera neminovno inicira i stvaranje novih menadžment organizacija na nivou pomenutih destinacijskih formi, odnosno dovodi do koncipiranja destinacijskih menadžment organizacija (DMO). Prisutne su i nove tendencije i u marketing menadžmentu turističke destinacije, prvenstveno u pogledu adekvatne upotrebe informacionih tehnologija, stvaranjem koncepta e-destinacija, digitalizacijom smještajnih kapaciteta ali i formiranjem logističkih baza podataka, u okviru kojih su integrisane sve relevantne informacije za potencijalne investitore na destinaciji.

Ključne reči: turistička destinacija, održivi razvoj, klasteri, destinacijske menadžment organizacije, e-destinacije, investicioni logistički sistemi

Summary

The current competitiveness in the tourism industry requires a certain innovation in destination management in all phases of destination development. It primarily refers to the acceptance of the concept of sustainable tourism destination, and the creation of synergies between environmental, economic and social components, and insisting on the concept of carrying capacity, in terms of the

¹ Fakultet za menadžment, Herceg Novi i Fakultet za biznis i turizam, Budva

total quantum of tourist consumers which destination can accept in the receptive sense, but also in terms of pressure on the utilities infrastructure. Particular attention should be paid to the fact that destination, based on the parameters of maximum carrying capacity, do not come to the stage of saturation, and afterwards in the stage of degeneration. Baring in mind the number and diversity of stakeholders on the tourist destination level, establishment of cooperation and partnership among them is a key success factor in any destination. This new style of business requires a team approach i.e. functional-cluster approach. Also, as a response to global tourism trends, tourist destinations strive to integrate and create spatial clusters, which will by merging the interested destination and tourist products enhance the competitiveness of the above mentioned. The cluster formation concept necessarily initiates the creation of new management organization at the level of the aforementioned forms of destination, that leads to conceiving destination management organizations (DMO). There are also new trends in marketing management of a tourist destination, primarily in terms of appropriate use of information technology by creating the concept of e-destination, digitization of accommodation capacities but also with formation of logistics databases, in which are integrated all relevant information to potential investors at the destination.

Keywords: tourist destination, sustainable development, clusters, destination management organization, e-destinations, investment support systems
