

Kristina Ilić¹

UPOTREBA MOBILNIH APLIKACIJA ZA TURIZAM U BOSNI I HERCEGOVINI

Apstrakt: Sam turizam predstavlja jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu. E-turizam digitalizuje sve procese i lance vrijednosti u turizmu, hotelijerstvu, turističkim i ugostiteljskim djelatnostima. Lanac vrijednosti predstavlja organizaciju kao lanac aktivnosti koje dodaju vrijednost proizvodu ili usluzi čiji je krajnji rezultat profit. Pojava interneta i digitalne tehnologije doprinosi većoj efikasnosti i efektivnosti poslovanja. Na mobilne aplikacije u turizmu se mora ozbiljno računati, jer su one u svijetu već počele da zamjenjuju tradicionalne turističke vodiče u velikoj mjeri. Budućnost će obilježiti veći broj putovanja i povećane turističke aktivnosti. Kako raste broj putovanja, tako raste i potreba da ta putovanja budu ispunjena novim mogućnostima. Tu se najviše misli na stvaranje novih, pouzdanijih i jeftinijih načina rezervacija i obilaska turističke destinacije. U radu je prikazano istraživanje trenutnog stanja razvijenosti mobilnih aplikacija za turizam, koje pokazuje da je Bosna i Hercegovina tek na početku razvoja svojih mobilnih aplikacija. Ali, svakako treba istaći napor turističkih subjekata koji imaju mobilne aplikacije za turizam kao jedan iskorak u jačanju turizma Bosne i Hercegovine.

Ključne riječi: e-turizam, internet, mobilne aplikacije, Bosna i Hercegovina

USE OF MOBILE APPLICATIONS FOR TOURISM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Abstract: Tourism is one of the fastest-growing sectors in the world. E-tourism digitalizes all processes and value chains in tourism, hospitality, and tourism and service activities. A value chain represents an organization as a chain of activities that add value to a product or service whose final result is profit. The advent of the Internet and digital technology contributes to greater efficiency and effectiveness of business. Mobile applications in tourism must be seriously counted on because they have already started to replace traditional tourist guides to a large extent all around the world. The future will be marked by more travelling and increased tourist activity. As the number of trips grows, so does the need for those trips to be filled with new opportunities. This is mostly about creating new, more reliable, and cheaper ways of booking and touring a tourist destination. The paper presents a study of the current state of development of mobile applications for tourism, which shows that Bosnia and Herzegovina is at the very beginning of the development of its mobile applications. However, the efforts of tourism entities that have mobile applications should certainly be emphasized as a step forward in strengthening the tourism of Bosnia and Herzegovina.

Keywords: e-tourism, internet, mobile applications, Bosnia and Herzegovina

UVOD

Turizam je jedna od najvažnijih djelatnosti danas i jedan od najvažnijih pokretača razvoja privrede, kao i jedina djelatnost koja povezuje ljude i zemlje bez ikakvih predrasuda. To su glavni razlozi koji omogućavaju turizmu brz razvoj. Kako tehnologija i konkurencija svakim danom sve više raste, tako raste i sve veća potreba za što boljom promocijom turističkih destinacija. U današnje vrijeme je sve popularnija promocija preko interneta, kako preko sajtova, tako i preko mobilnih aplikacija. One predstavljaju popularan način promocije turističkih destinacija i imaju određene prednosti u odnosu na ostale medije kada se donose odluke o izboru turističke destinacije, jer osiguravaju brže povratne informacije. Informacione tehnologije i internet su jedan od glavnih posrednika između svih zainteresovanih učenika u turizmu i osnova su za razvoj e-turizma. Razvoj turizma doprinosi kako privrednom razvoju jedne države, tako i unapređenju životnog standarda stanovnika iste.

¹ Student master studija na Ekonomskom fakultetu Pale ✉ kristinailic504@gmail.com

1. E-TURIZAM I INFORMACIONI SISTEMI

Turizam predstavlja jednu od djelatnosti koja se stalno širi pod uticajem savremenih informacionih tehnologija i čini najveći dio svjetske industrije. Poslovanje u savremenim uslovima danas je nezamislivo bez primjene savremenih informacionih tehnologija. Razvoj informacionih tehnologija je doveo i do promjene u komunikaciji između preduzeća na strani ponude i potrošača na strani tražnje. Glavna prednost se odnosi na brzinu i dostupnost informacija. Potrošačima je omogućeno da sami biraju, planiraju i rezervišu svoje usluge bez posredničkih usluga turističke agencije. Sve veći broj preduzeća se odlučuje za prelazak na elektronski način poslovanja i upotrebu novih informacionih tehnologija. Turizam je postao dinamičan sistem zbog promjena ponašanja turista, razvoja saobraćaja i informacionih tehnologija. Zbog toga dolazi do nastanka novog poslovnog okruženja koje obuhvata turizam, različite procese i poslove u menadžmentu, finansijama i marketingu i informacione tehnologije. Tako nastaje pojam elektronskog turizma (e-turizam). Glavni element u ovoj vrsti turizma jesu informacione tehnologije i internet koji posreduje između zainteresovanih učesnika. (Njeguš; 2010)

U bilo kojem trenutku i na bilo kojem mjestu, svakom pojedincu su dostupne sve neophodne informacije putem interneta i savremenih informacionih tehnologija, što doprinosi većem učešću ljudi na tržištu. Internet je jedan od sastavnih elemenata informaciono-komunikacionih tehnologija i predstavlja mrežu koja povezuje korisnike i mreže širom svijeta. To je pogodna platforma za elektronsko poslovanje, na osnovu koje se razvija i e-turizam. Kako raste tražnja za turizmom, tako se širi ponuda i rastu očekivanja, pa turističke organizacije uvode nove metode privlačenja turista koristeći informacione tehnologije. (Šarenac, 2019)

Prilikom kupovine turističkog proizvoda, potrošač najčešće nema mogućnost da isproba proizvod koji želi i zbog toga će se prije svake kupovine informisati o željenom proizvodu. U tom procesu, značajnu ulogu ima internet (društvene mreže, web sajtovi, mobilne aplikacije). Putem interneta turisti su u mogućnosti da istraže i ocjene destinacije i turističke proizvode koje žele kupiti. Veliki značaj imaju i utisci i komentari drugih potrošača (recenzije). Pozitivni komentari za destinacije mogu uticati pozitivno na odluku potrošača da posjeti istu. Ako potrošač nema dovoljnu količinu informacija o nekoj destinaciji, može je lako eliminisati iz svog izbora, posebno ako mu je na internetu dostupna veća količina informacija o nekim drugim destinacijama za koje je zainteresovan. Sa druge strane, internet nudi prednosti i pružaocima usluga, jer oni na taj način mogu mnogo brže i na vrijeme da reaguju i ispune potrebe i želje potrošača, kao i da efikasno sprovedu internet marketing. Razlikujemo šest glavnih prednosti koje proizilaze iz upotrebe internet marketinga u turizmu: brzina, ciljanje na specifične tržišne segmente, sakupljanje informacija o pojedinačnim korisnicima, uloga potrošača u promociji proizvoda i usluga, mogućnost izbora pojedinaca koji pristupaju informacijama i kreiranje profila potrošača, mogućnost da se informacije pružaju u svakom trenutku kada ih potrošač zatraži. (Oliver, Livermore, Sudweeks, 2009). Kako se internet i informacione tehnologije stalno razvijaju, tako dolazi i do porasta broja ljudi koji ih koriste. Prema istraživanjima iz 2014. godine, 62% turista je koristilo internet za istraživanje i prikupljanje podataka o destinacijama koje žele posjetiti, dok je u 2019. godini to radilo 90% turista. (izvod: statista.com, 2014. i 2019.)

3. MOBILNO POSLOVANJE I MOBILNE APLIKACIJE

Mobilno poslovanje je elektronsko poslovanje koje se obavlja u bežičnom okruženju uz pomoć bežičnog uređaja i predstavlja novog predvodnika elektronskih komunikacija i poslovnih mogućnosti. (Coursaris and Hassanein, 2002). Mobilno poslovanje je proces primjene mobilnih tehnologija u poslovne svrhe, za pružanje usluga, trgovine i vršenja plaćanja, u cilju što bolje poslovne efikasnosti. (Ivanović i dr., 2015.). Glavna prednost mobilnog poslovanja je što podrazumijeva niže troškove poslovanja i može se odvijati bilo gdje uz primjenu interneta. Mobilni telefon je lako prenosiv uređaj malih dimenzija koji je dostupan široj populaciji. Njegove glavne prednosti su te što omogućava mobilnost prilikom korištenja i velika dostupnost. Mobilnost podrazumijeva to da korisnici sa sobom nose mobilne uređaje i uvijek mogu da ostvare kontakt sa drugim uređajima koji se nalaze na bilo kojem mjestu, dok dostupnost znači da se može pristupiti uređaju u svakom trenutku.

Mobilne aplikacije su aplikacijski softveri koji su napravljeni da rade na pametnim telefonima (engl. *smartphones*), tablet računarima i drugim mobilnim uređajima. (Reiner and Turban, 2009)

Mnoge aplikacije se nalaze već instalirane na uređajima, a ostale se mogu preuzeti iz prodavnica aplikacija. Te aplikacije su najčešće besplatne i stalno bilježe rast broja preuzimanja. Pojava interneta i njegovo svakodnevno korištenje dovelo je do razvoja proizvodnje "pametnih telefona". Danas 90% ljudi koristi mobilni telefon u različite svrhe, a mobilne aplikacije predstavljaju jedan od pomoćnih alata. Tako da većina turista danas koriste internet i mobilne aplikacije za planiranje svojih putovanja. Putem njih turisti dobijaju mogućnost da lakše i brže organizuju svoja putovanja. Mobilne aplikacije počinju polako da zamjenjuju turističke vodiče, jer pružaju sve neophodne informacije kako bi turistima putovanje bilo što bolje.

Vrste mobilnih aplikacija u turizmu

Turističke aplikacije se, prema Grievu i ostalima, mogu podijeliti u deset osnovnih grupa (Grieve et al.2010):

- *aplikacije za planiranje putovanja* (pružaju mogućnost za kreiranje cijelog itinerera putovanja uz mogućnost rezervacije smještaja, karte i ostalih usluga);
- *aplikacije za rezervaciju smještaja* (daju sve potrebne informacije o hotelima i ostalim smještajnim objektima i njihovim kapacitetima, kao i mogućnost rezervacije);
- *aplikacije za planiranje prevoza* (omogućavaju korisnicima pronalaženje informacija o prevozu ili transportu, mogućnost rezervacije i prodaje karata);
- *aplikacije sa informacijama o događajima* (daju informacije o događajima i aktivnostima u odabranoj destinaciji uz mogućnost slanja preporuke ostalim korisnicima);
- *aplikacije za satelitsku navigaciju* (ove aplikacije pružaju usluge satelitske navigacije);
- *interaktivni elektronski vodiči* (virtuelni vodiči kroz destinacije koji posjeduju mogućnost razmjene iskustva sa ostalim korisnicima iste aplikacije);
- *socijalne mreže bazirane na lokacijama* (pruža mogućnost pronalaska odnosno tačnog lociranja znamenitosti i usluga koje odabrana destinacija nudi);
- *specijalizovane aplikacije kreirane za turistička preduzeća* (aplikacije kreirane za posebne potrebe određene kompanije i njenih klijenata, najviše se koriste u aviosaobraćaju);
- *specijalizovane aplikacije za muzeje i ustanove kulture* (predstavljaju zamjenu za lokalne turističke vodiče);
- *aplikacije sa korisnim informacijama za turiste* (nude usluge prevođenja, daju razne informacije o vremenskoj prognozi i slično).

Kako industrijski standard raste, tako raste i potreba za internet prezentacijama za mobilne platforme. Najveće prednosti mobilnih aplikacija su te što povećavaju interakciju i angažovanje korisnika i imaju konstantan pristup uslugama u *online* i *offline* korištenju. Uloga aplikacije jeste da ona pojednostavi pristup uslugama i da se one putem mobilnih platformi mogu brzo realizovati. U većini slučajeva, kada su u pitanju mobilne aplikacije za turizam, internet je potreban samo da bi se ta aplikacija preuzela iz prodavnice. Još jedna pozitivna strana mobilnih aplikacija jeste ta što je statistika javna i dostupna svima u pretraživaču. Ta statistika sadrži informacije vezane za: broj preuzimanja, broj ocjena, prosječna ocjena, koliko je aplikacija "ažurna" i slično. Većina aplikacija za turizam je besplatna, međutim postoje i neke koje se trebaju platiti, što predstavlja jednu vrstu nedostatka, posebno kada je u pitanju sigurnost prilikom finansijskih transakcija. Nedostatak kod mobilnih aplikacija bio bi taj što se korisnici prilikom planiranja putovanja mogu previše osloniti na aplikaciju, što bi kasnije dovelo do razočarenja prilikom putovanja i samim tim krivac bi bila aplikacija. (Mišković et al.2015)

4. MOBILNE TURISTIČKE APLIKACIJE U SVIJETU

Razvojem same tehnologije i rasprostranjenosti mobilnih telefona ljudi dobijaju mogućnost da lakše, brže i jeftinije organizuju svoje putovanje i provedu se na njemu. U moru informacija, neophodno je informisati se i naći ono što odgovara kako potrebama turista, tako i mobilnom uređaju.

Mobilne turističke aplikacije u svijetu se mogu podijeliti u nekoliko grupa:

- *aplikacije za navigaciju* (kada se u aplikaciju ukuca bilo koja destinacija, dobije se detaljan pregled putovanja od trenutne lokacije do željene destinacije, što može olakšati i ubrzati vožnju; najpoznatije su: *Google Maps, HereWeGo, Maps.me, Offline Maps, Waze*);
- *aplikacije za smještaj* (najpoznatije aplikacije preko kojih se može rezervirati smještaj u nekoliko koraka su: *Booking.com, TripAdvisor, AirBnB, Trivago*);
- *aplikacije za prevoz* (to su aplikacije namijenjene za rezervacije letova, preglede redova vožnje, statusa leta i slično; najpoznatije su: *Lufthansa, Turkish Airlines, Flixbus, BlaBla car, Moovit, The train Line*);
- *aplikacije za informisanje o destinacijama i aplikacije kao turistički vodiči kroz gradove* (uz pomoć ovakvih aplikacija se može upoznati grad, saznati sve bitne informacije o znamenitostima koje treba obići; najpoznatije su: *Culture Trip, Localeur, RoadTrippers, Lonely Planet Guides, What3Words, Field Trip*).

5. MOBILNE TURISTIČKE APLIKACIJE U BOSNI I HERCEGOVINI

5.1. Feel Jahorina

Feel Jahorina je aplikacija dizajnirana za turiste koji posjećuju Olimpijski centar Jahorina i grad Istočno Sarajevo. Aplikacija je kompletan turistički vodič koji obuhvata servisne informacije, kulturna i prirodna bogatstva regije. Aplikacija je dostupna na srpskom i engleskom jeziku. Objavljena je 18.6.2020.godine i do sada broji preko 500 preuzimanja, a prosječna ocjena je 4,8. Kada su u pitanju recenzije, do sada nema negativnih. Aplikacija je za sada dostupna na *Google Play* prodavnici, a radi se na tome da bude dostupna i za *App Store*. Povezana je sa svim zvaničnim kanalima turističkih destinacija, sadrži kalendar događaja i informacije o ski liftovima podjeljene na zimski i ljetni period.

Slika br.1. Aplikacija Feel Jahorina



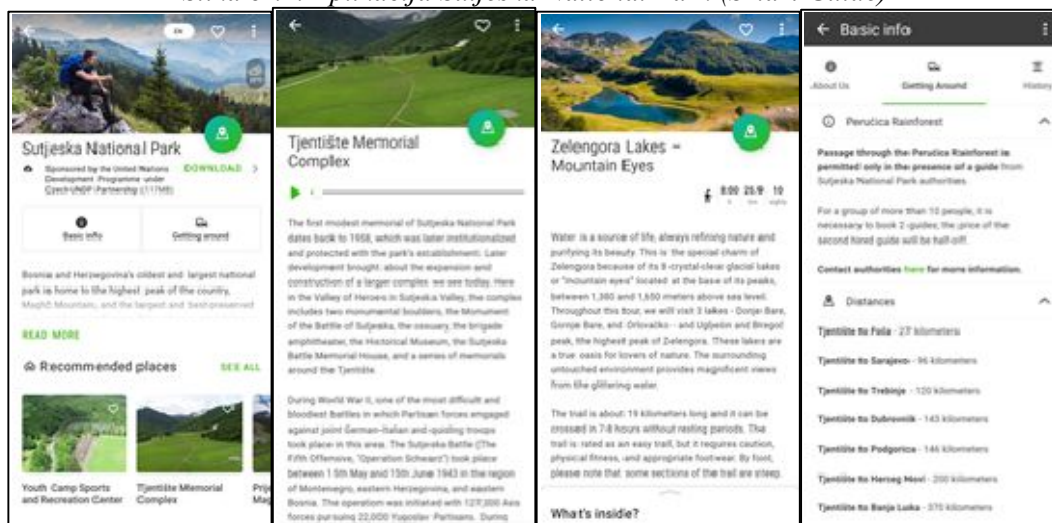
Izvor: Google Play Store 2020.

5.2. Sutjeska National Park

Aplikacija *Sutjeska National Park* se nalazi u sklopu aplikacije *Smart Guide- Offline Guide and Map* i u dijelu Vodič na srpskom jeziku i Vodič na engleskom jeziku. Kada je u pitanju cijela aplikacija, ona je ocjenjena ocjenom 4,2 i nema negativnih recenzija. Aplikacija se sastoji iz tri dijela: "idi i istraži", osnovne informacije o nacionalnom parku i dio gdje se nalaze informacije vezane za ulaznice, radno vrijeme i cijene. Aplikacija je dostupna na srpskom i engleskom jeziku. Ono što je karakteristično za ovu aplikaciju je da ima audio vodič, ali i mogućnost čitanja. Aplikacija ima mogućnost slušanja vodiča sa zanimljivim pričama koje se automatski reprodukuju kada se dođe do

zanimljivog pogleda. Koristi navigaciju i ne postoji mogućnost da se možete izgubiti i dostupna je i van mreže.

Slika br.2. Aplikacija Sutjeska National Park (Smart Guide)



Izvor: Google Play Store 2020.

5.3. Trebinje City Guide

Trebinje City Guide je zvanična aplikacija Turističke organizacije grada Trebinja i predstavlja njegov turistički vodič. Aplikacija sadrži sve informacije o turizmu i turističkoj ponudi. Aplikacija je objavljena 2015.godine i do sada ima preko 500 preuzimanja sa ocjenom 4,6. Aplikacija nema negativnih recenzija. Dostupna je na engleskom, srpskom i ruskom jeziku i može se koristiti i bez internet konekcije.

Slika br.3. Aplikacija Trebinje City Guide



Izvor: Google Play Store 2020.

5.4. Banja Luka Travel Guide

Banja Luka Travel Guide je zvanična Android aplikacija Turističke organizacije grada Banja Luka. Ova aplikacija sadrži sve neophodne informacije o turističkim atrakcijama, izletima koji se organizuju, smještajnim kapacitetima, kao i sve druge informacije koje bi bile korisne za posjetu Banja Luci. Aplikacija je dostupna na dva jezika: srpski i engleski. Besplatna je i za sada ima preko 1000 preuzimanja. Sadrži mapu grada, brojne fotografije kao i kontakt informacije važnih institucija i hitnih službi.

Slika br.4. Aplikacija Banja Luka Travel Guide



Izvor: Google Play Store 2020.

Aplikacija radi i bez internet konekcije, sadrži mape i sve druge bitne podatke. Objavljena je 2015.godine i prosječna ocjena je 4,7. Kada su u pitanju recenzije, aplikacija nema mnogo recenzija. Negativne su vezane za neredovno ažuriranje aplikacije i izostavljanje nekih događaja kao što su Banjalučki dani piva. Ova aplikacija ima mogućnost ostavljanja komentara, prijedloga i kritika. Ima spisak svih neradnih dana, različitih savjeta i preporuka. Isto tako, na aplikaciji se nalaze i podaci i informacije vezane za razgledanje grada, kao što su lokacija turističkih vodiča, cijena po satu, lista svih atrakcija koje će se obići i slično.

5.5. Sarajevo Smart Guide- Audio Guide& Offline Maps

Slika br.5. Aplikacija Sarajevo Smart Guide-Audio Guide&Offline Maps



Izvor: Google Play Store 2020.

Sarajevo Smart Guide- Audio Guide & Offline Maps je audio vodič sa mapama koje se mogu koristiti i kada telefon nije povezan na internet ili ako ste u romingu. Koristi GPS navigaciju i nudi informacije o najboljim lokacijama na putu. Aplikacija je kreirana 10.9.2019. i od tada broji više od 500 preuzimanja. Pogodna je za obilazak grada, a ima i audio vodiča.

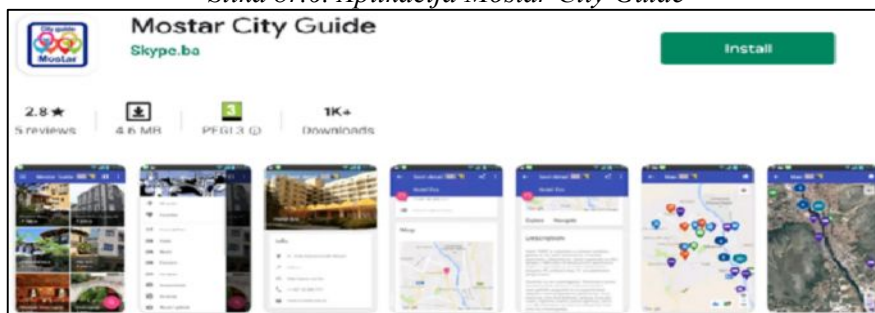
Aplikacija nudi sve informacije o gradu, kao i o njegovim kulturno-istorijskim znamenitostima. Te se informacije mogu ili čitati ili slušati uz pomoć audio vodiča. Takođe, mogu se pronaći i podaci o izletima, aktivnostima, ulaznicama i slično, gdje su navede cijene, a može se vidjeti i ocjena.

5.6. Mostar City Guide

Mostar City Guide je zvanična Android aplikacija Turističke zajednice Hercegovačko-neretvanskog kantona. Aplikacija je dostupna na Google Play prodavnici i može se besplatno preuzeti i koristiti u offline mood-u. Ova aplikacija je najbolji način da se upozna grad. Nudi važne informacije o smještaju, restoranima, turističkim atrakcijama, kulturno-istorijskim spomenicima. Dostupna je na tri jezika: srpski, engleski, bosanski. Pozitivne karakteristike su to što vodič radi bez internet konekcije i sadrži mape koje mogu pomoći da se dođe do odredišta automobilom ili pješke. Ova aplikacija ima opcije: sve lokacije; favoriti; hoteli; moteli; pansioni; kampovi; restorani; caffe&bar; noćni život;

znamenitosti; atrakcije; muzeji i galerije; kulturni centri; sport; kupovina; turističke agencije; transport; javne službe; bankomati; apoteke; benzinske pumpe, informacije o gradu.

Slika br.6. Aplikacija Mostar City Guide

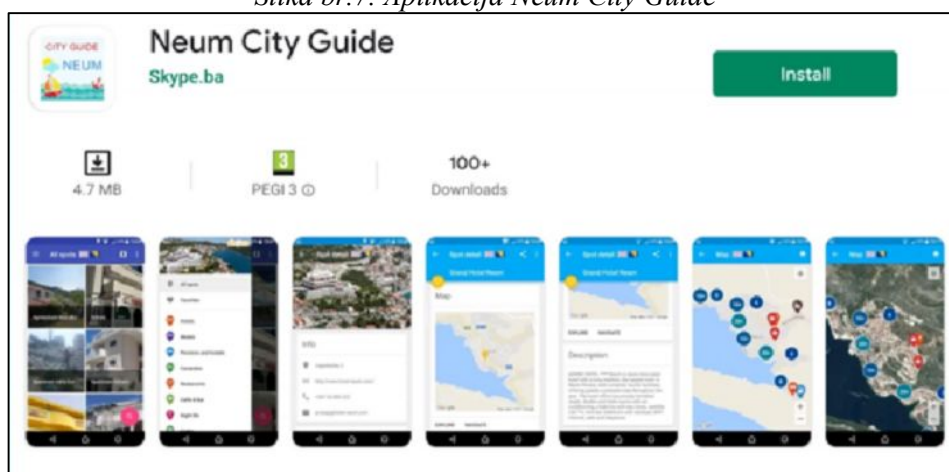


Izvor: Google Play Store 2020.

5.7. Neum City Guide

Neum City Guide je vodič za slobodne turiste. Sadrži sve potrebne informacije koje turisti mogu zatrebati. Ova aplikacija je službena Android aplikacija Turističke zajednice Hercegovačko-neretvanskog kantona-županije. Na njoj se nalaze sve važne informacije o smještaju, restoranima, kulturno-istorijskom naslijeđu kao i turističkim atrakcijama. Ova aplikacija nudi informacije o: smještajnim objektima (hoteli, moteli, pansioni, kampovi); objektima za ishranu i piće (restorani, kafići); objektima za noćni provod; znamenitostima; atrakcijama; muzejima i galerijama; kulturnim centrima; crkvama; sportu; kupovini; turističkim agencijama; transportu; javnim službama; bankomatima; apotekama; benzinskim pumpama; servisima za automobile; informacija o gradu.

Slika br.7. Aplikacija Neum City Guide



Izvor: Google Play Store 2020.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

6.1. Istraživanje korištenja mobilnih aplikacija za turizam u Bosni i Hercegovini

Istraživanje korištenja mobilnih aplikacija za turizam u Bosni i Hercegovini izvršeno je sprovođenjem anketnog upitnika.

6.2. Prikupljanje podataka

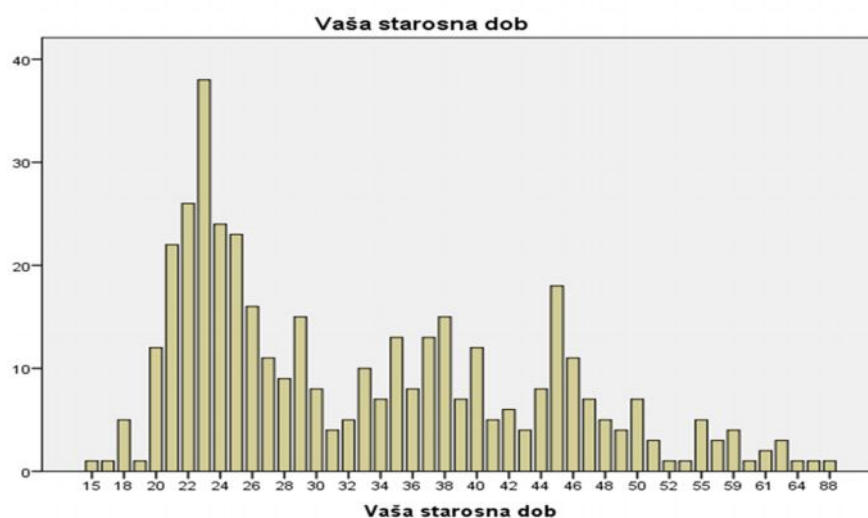
Anketa je sprovedena elektronskim putem i zahvatila je: Istočno Sarajevo, Sarajevo, Bijeljenu, Banja Luku, Trebinje, Višegrad, Mostar, Brčko, Doboj, Zvornik, Zenicu, Bratunac, Nevesinje, Gacko, Teslić, Srebrenicu, Rudo, Ljubinje, Rogaticu, Miliće, Vlasenicu, Kalinovik, Foču, Kneževu, Derventu,

Maglaj. Anketirano je 407 osoba i anketa je bila anonimna. Pitanja u anketi se tiču navika prilikom putovanja ljudi u Bosni i Hercegovini i korištenja mobilnih aplikacija za turizam. Od ukupno 32 pitanja, pet se odnosi na demografske podatke, pet su da/ne pitanja, sedam pitanja se odnose na pitanja formulirana pomoću Likertove skale i ostala pitanja su pitanja sa ponuđenim odgovorima. Glavni cilj ankete jeste istražiti da li i u kojoj mjeri ljudi u Bosni i Hercegovini koriste mobilne aplikacije za turizam, kako domaće tako i svjetske. U nastavku biće izdvojena određena pitanja i rezultati dobijeni na osnovu istraživanja anketom.

6.3. Analiza ankete na temu korištenja mobilnih aplikacija za turizam u Bosni i Hercegovini

Osnovne karakteristike ispitanika- Od ukupnog broja ispitanika, 74,9% čine osobe ženskog pola, dok 25,1% su osobe muškog pola. Kada je u pitanju starosna dob najveći broj su osobe između 20 i 35 godina i između 36 i 45 godina (grafikon 1.).

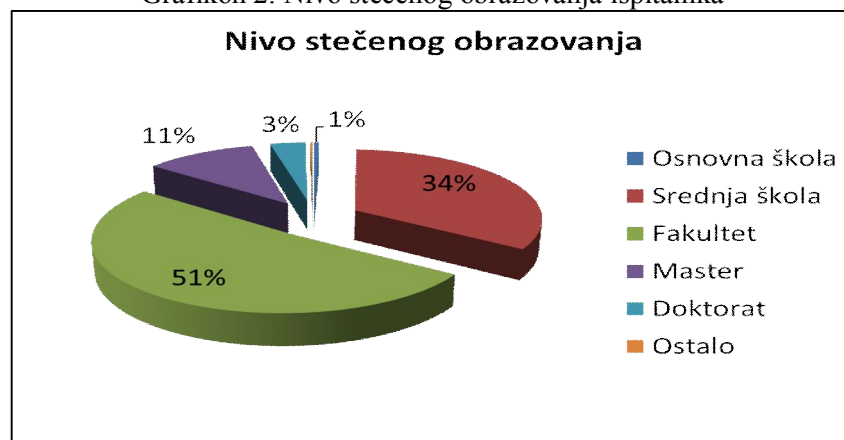
Grafikon 1. Starosna dob



Izvor: istraživanje autora

Prema grafikonu 2. može se zaključiti da je najveći broj ispitanika završio fakultet, zatim srednju školu, pa master, doktorat i osnovnu školu, što pokazuje da je obrazovna struktura ispitanika na zavidnom nivou.

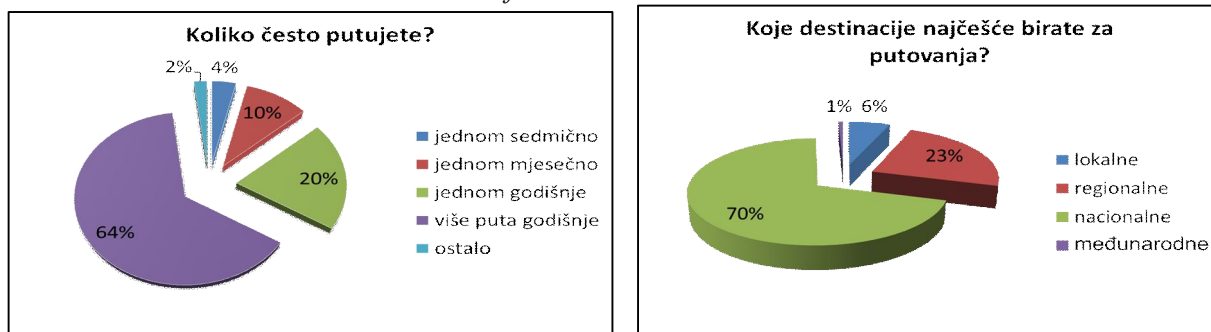
Grafikon 2. Nivo stečenog obrazovanja ispitanika



Izvor: istraživanje autora

Naredna pitanja u anketi su bila vezana za navike i preferencije turista. Na grafikonu 3. su prikazani odgovori na pitanja "koliko često putujete" i "koje destinacije najčešće birate za svoja putovanja", gdje je najveći broj ispitanika na pitanja odgovorilo da putuju više puta godišnje (64%) i da u najviše slučajeva biraju nacionalne destinacije (70%).

Grafikon 3. Navike turista

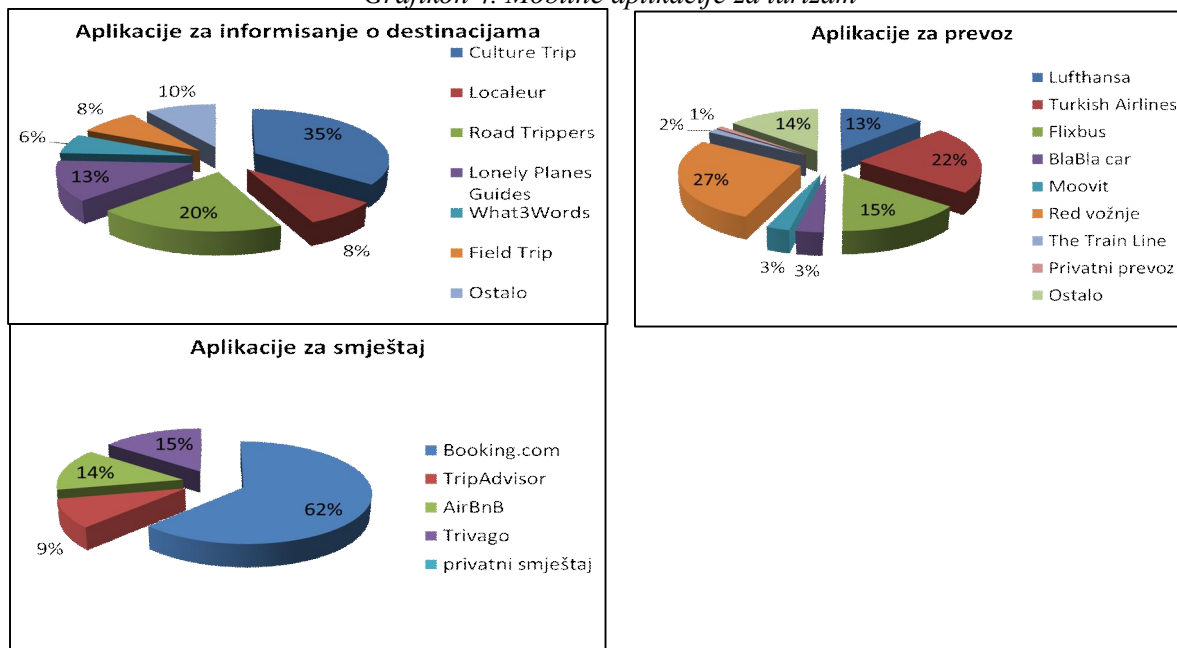


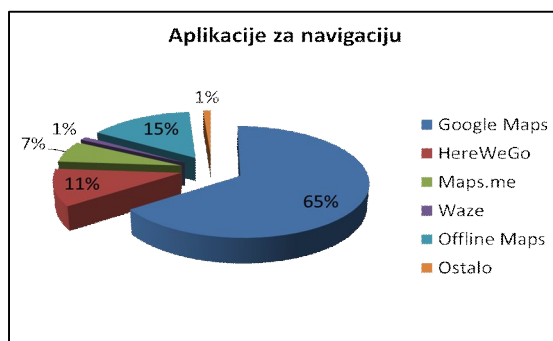
Izvor: istraživanje autora

Iz analize odgovora na pitanja iz ankete dolazi se do zaključka da najveći broj ispitanika koji putuje i koristi mobilne aplikacije ima završen fakultet (52%), zatim srednju školu (31%), master (12%), doktorat (4%) i na kraju osnovnu školu (1%). Ispitanici prema odgovorima, bez obzira na obrazovanje, najviše posjećuju međunarodne destinacije i putuju više puta godišnje. Jedini izuzetak su ispitanici koji imaju završenu osnovnu školu, oni posjećuju nacionalne destinacije. Na osnovu ovih istraživanja mogu se izvesti osnovne karakteristike osoba koje koriste mobilne aplikacije za putovanja, a to su: preovladava ženski pol, nivo obrazovanja je fakultet (52%), prosječna starosna dob je od 20 do 30 godina, putuju jednom ili više puta godišnje i posjećuju nacionalne i međunarodne destinacije.

Korištenje mobilnih aplikacija za turizam u Bosni i Hercegovini- Ostala pitanja u anketi su vezana za mobilne aplikacije i da li ih ljudi u Bosni i Hercegovini koriste. Na pitanje "da li koristite mobilne aplikacije u turizmu" 195 ispitanika je odgovorilo da koristi (48%), dok je 212 ispitanika odgovorilo da ne koristi mobilne aplikacije za turizam (52%). Takođe, ispitanicima je bilo postavljeno i pitanje "da li smatraju da mobilne aplikacije mogu olakšati planiranje i realizaciju putovanja", gdje je 391 ispitanik odgovorio da smatra da mobilne aplikacije mogu olakšati planiranje i realizaciju putovanja, a 16 ispitanika da ne može. Nakon pitanja "da li koriste mobilne aplikacije za turizam" anketa se razdvaja na dva dijela na osnovu ispitanikovog odgovora. U koliko je odgovor bio "da", naredna pitanja su koje aplikacije se koriste, svjetske i aplikacije vezane za turizam Bosne i Hercegovine. Na narednim grafikonima su prikazani odgovori.

Grafikon 4. Mobilne aplikacije za turizam



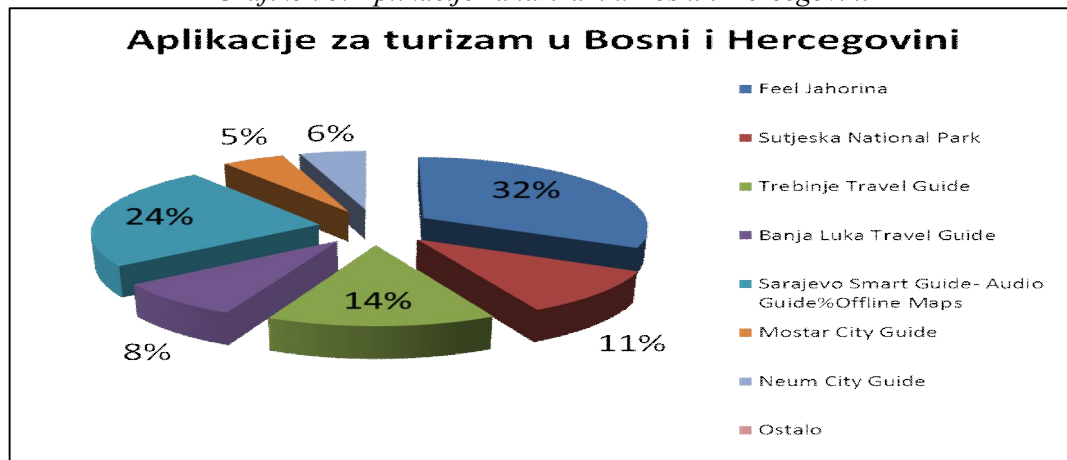


Izvor: istraživanje autora

Mobilne aplikacije su u anketi grupisane u četiri grupe. Kada su u pitanju aplikacije za smještaj, anketa je pokazala da se najviše koristi aplikacija *Booking.com* (175 odgovora), što ujedno predstavlja i jednu od najpoznatijih aplikacija za rezervaciju smještaja. Od aplikacija za navigaciju, najviše ispitanika je odgovorilo da koristi aplikaciju *Google Maps* (173 odgovora), a od aplikacija za prevoz *Red vožnje* (78 odgovora). Aplikacije za informisanje o destinacijama služe kao online vodiči i prema rezultatima ankete, najveći broj ispitanika koristi aplikaciju *Culture Trip* (83 odgovora).

Mobilne aplikacije za turizam imaju sve velike destinacije u svijetu, a polako počinje i razvoj mobilnih aplikacija u Bosni i Hercegovini. Ono što može umanjiti vrijednost aplikacija za turizam u Bosni i Hercegovini (izuzev aplikacije *Feel Jahorina*) je neredovno ažuriranje istih. Neke od njih nisu ažurirane posljednjih godina i postoji mogućnost da ne prikazuju turistima nove eventualne turističke ponude. Na grafikonu 5. su prikazani odgovori iz ankete vezani za korištenje mobilnih aplikacija za turizam koje se odnose na Bosnu i Hercegovinu, gdje se vidi da se najviše koristi aplikacija *Feel Jahorina* (107 odgovora).

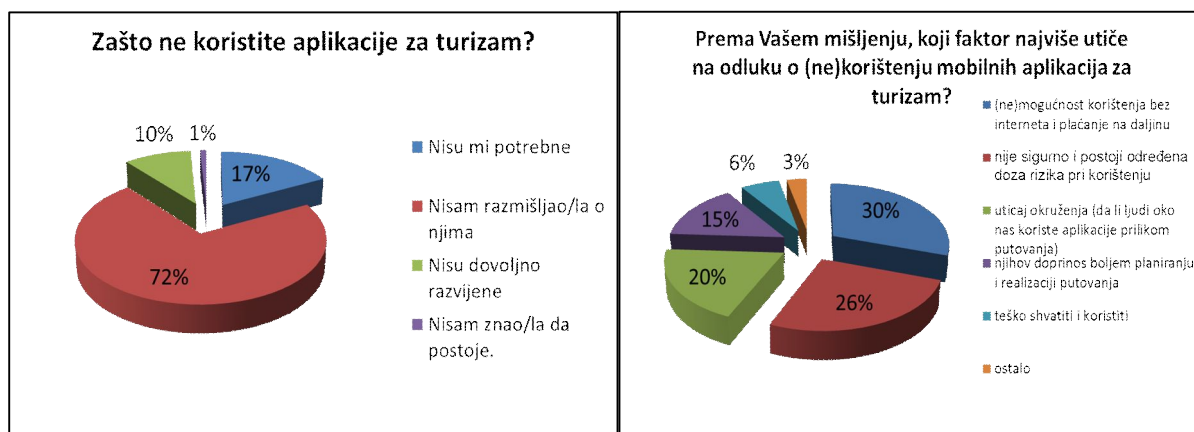
Grafikon 5. Aplikacije za turizam u Bosni i Hercegovini



Izvor: istraživanje autora

U koliko je odgovor na pitanje "da li koristite mobilne aplikacije za turizam" bio "ne", naredna pitanja su se odnosila na razloge zbog čega se ne koriste. Pitanja su formulisana na bazi pitanja sa ponuđenim odgovorima, ali je postojala i mogućnost da se napiše svoje mišljenje u ponuđenom odgovoru "ostalo". Pitanja su bila "zašto ne koristite mobilne aplikacije za turizam" i "prema Vašem mišljenju koji faktor utiče na odluku o (ne)korištenju mobilnih aplikacija za turizam". Na narednom grafikonu su prikazani rezultati odgovora.

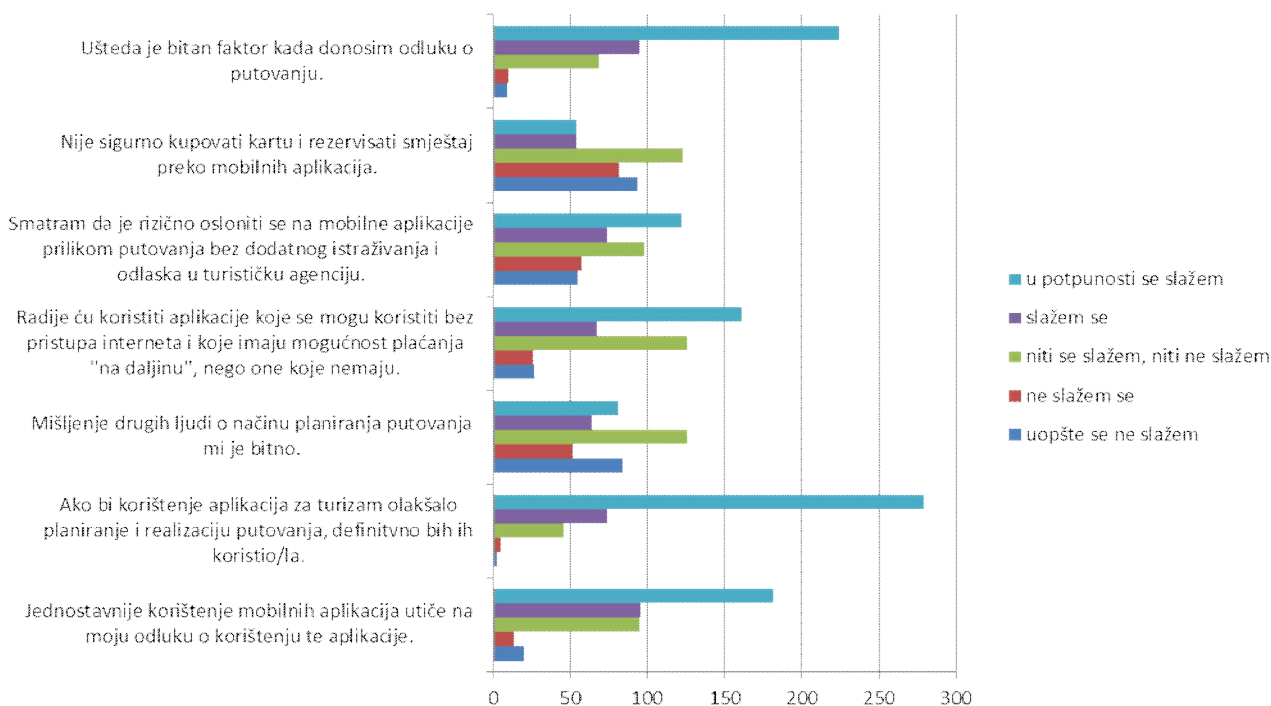
Grafikon 6. Razlozi (ne)korištenja aplikacija za turizam



Izvor: istraživanje autora

Naredna pitanja u anketi su bila formulisana na bazi Likertove skale, gdje je ispitanik trebao da za svaku pojedinu tvrdnju izrazi stepen svog slaganja ili neslaganja ocjenama od jedan do pet (1- „uopšte se ne slažem“, 2-„ne slažem se“, 3-„nemam mišljenje“, 4-„slažem se“, 5-„u potpunosti se slažem“).

Grafikon 7. Rezultati pitanja iz ankete na bazi Likertove skale



Izvor: istraživanje autora

Jedno od pitanja u anketi je bilo „prema Vašem mišljenju da li mobilne aplikacije za turizam mogu olakšati planiranje i realizaciju putovanja“ sa mogućim ponuđenim odgovorima "da" i "ne". Najveći broj ispitanika (391) je odgovorio da mobilne aplikacije mogu olakšati planiranje i realizaciju putovanja, dok je svega 16 odgovorilo da ne mogu. Istraživanja putem ove ankete su pokazala da veliki broj anketiranih ljudi (87%) preferira da sami organizuju i planiraju svoja putovanja, dok se 13% ispitanika oslanja na usluge turističke agencije. Rezultati postavljenog pitanja "na koji način se informišete prilikom planiranja i realizacije putovanja" su sljedeći: web sajt -17%, društvene mreže -24%, internet -39%, reklame -6%, turističke agencije -3%, "od usta do usta" -1%, mobilne aplikacije -9% i ostalo -1%. Ispitanicima su postavljena i pitanja na koji način rezervišu usluge smještaja i prevoza, gdje je 12% ispitanika na oba pitanja odgovorilo da to radi preko mobilnih aplikacija za turizam. Najveći broj odgovora je putem telefona i mejla.

Na grafikonu 8. su prikazani rezultati postavljenog pitanja, gdje se može zaključiti da 98% ispitanika smatra da je Bosni i Hercegovini potrebna mobilna aplikacija za turizam koja bi sadržala informacije o svim destinacijama i turističkim atrakcijama u Bosni i Hercegovini.

Grafikon 8. Aplikacija za BiH
Da li smatrate da je Bosni i Hercegovini potrebna aplikacija sa informacijama o svim destinacijama?



Izvor: istraživanje autora

5. ZAKLJUČAK

Analizom rezultata prikupljenih anketom dolazi se do zaključka da su mobilne aplikacije u Bosni i Hercegovini još uvijek nedovoljno razvijene i da je neophodno početi sa razvojem turizma na takav način. Jasno je da mobilne aplikacije imaju dobar potencijal i dobru perspektivu kako u svijetu, tako i u Bosni i Hercegovini. Informacione tehnologije ljudima olakšavaju i približavaju mnoge stvari. U turizmu važi pravilo da je gost uvijek u pravu, da je gost najbitniji i da se njegove želje moraju slušati i po mogućnosti ispunjavati. Prije su se kritike i želje gostiju pisale u knjigama, međutim to polako počinje da izumire. Knjige utisaka gostiju su sada preseljene na internet, najviše na društvene mreže, sajtove i forume, ali isto tako i na komentare i recenzije ispod aplikacija na prodavnicama. Danas, recenzije čita mnogo više ljudi nego što bi pročitao da su u pitanju knjige. Turisti se često vode iskustvima i mišljenjima drugih turista prije nego što se odluče posjetiti neku destinaciju. Sve informacije i iskustva neophodna za dobro putovanje mogu se pronaći na mobilnim aplikacijama, koje najbolje predstavljaju tu destinaciju.

Upotreba mobilnih aplikacija je jedan od inovativnih načina da se proširi turistička ponuda i podigne na viši nivo, kao i mogućnost da se edukuju turisti. Savremena istraživanja pokazuju da će u budućnosti mobilne aplikacije (uz internet), biti glavni način kako bi se pristupilo informacijama o putovanjima (smještaj, ishrana, turističke atrakcije i zanimljivosti, mape...).

Prilikom osmišljavanja mobilnih aplikacija potrebno je primjeniti modernu tehnologiju i kreativne ideje kako bi se unaprijedila turistička ponuda i njen kvalitet. Turisti žele korisne i zanimljive sadržaje koji će u njima probuditi želju za putovanjima i koji obezbjeđuju sve potrebne informacije o destinaciji.

U slučaju Bosne i Hercegovine na odluku o korištenju tih aplikacija najviše utiče to što nisu dovoljno razvijene i veliki broj ljudi i ne razmišlja o njima kao lakšem načinu za planiranje i realizaciju putovanja.

LITERATURA

- Benckendorff, Pierre, Zheng Xiang and Pauline Sheldon. 2019. *Tourism Information Technology*, CABI.
- Coursaris, C. and Hassanein H. (2002). *Understanding m-Commerce: A ConsumerCentric Model*. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 3, 3, pp. 247-272.
- Ivanović, V., Gašić, M. i Simić, J. (2015) *Mobilna aplikacija „onlajn rezervacija kao rješenje da se pristupi elektronskoj trgovini u turizmu“*; Ekonomski pogledi, br.1/205, Ekonomski fakultet, Kosovska Mitrovica
- Mišković, Ivana, Vladimir Holodkov i Ivan Radin. 2015. *Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu*; Novi Sad. Fakultet za sport i turizam.
- Njeguš, Angelina. 2010. *Informacioni sistemi u turističkom poslovanju*; Beograd: Univerzitet Singidunum.
- Oliver, D., Livermore, C.R., & Sudweeks, F. 2009. *Selfservice in the Internet Age: Expectations and Experiences*, London
- Reiner, Keli i Efraim Turban. 2009. *Uvod u informacione sisteme*. Beograd: Data Status.
- Šarenac, Nemanja. 2019. „Uticaj nacionalnih turističkih internet prezentacija na odluke potencijalnih turista u izboru turističke destinacije,“ Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Pale