4. NASTAVNO PISMO

PREDMET: OSNOVE TURIZMA

PREDAVAČ: ANKICA ĐURASEK



Poštovani polaznici, zadnjim nastavnim pismom iz osnova turizma pojasnit ćemo oblike i vrste turizma, te položaj Republike Hrvatske na turističkom tržištu.

TURISTIČKI MOTIVI, OBLICI I VRSTE TURIZAM

Ponovimo najprije pojam turističkih motiva. Turistički motivi su psihički procesi, koji ljude pokreću na određene aktivnosti vezane uz turizam. Obilježja turističkih motiva su:

!. brojnost i različitost – turiste na putovanje potiču brojni i međusobno različiti motivi

2. međuovisnost i stupnjevitost – jedan motiv ne isključuje drugog, ali nisu svi jednako važni turistu

3. različita razina usmjerenosti – motivi mogu biti opći, ali i vrlo specifični (npr. ronjenje)

Pravilno poimanje motiva vrlo je važno za turističku destinaciju, jer što više motiva zadovoljava, turistička destinacija bit će uspješnija i posjećenija.

U današnje vrijeme vrlo su važni specifični turistički motivi, koji formiraju tržište od posebnih interesa. To su turisti sa specifičnim motivima poput onih koji promatraju ptice, ljubitelja špilja, planinarenja i još mnogi drugi.

Zbog mnogobrojnih turističkih motiva, ali i sve veće konkurentnosti turističke destinacije mijenjaju svoju ponudu. Tako se uz odmorišni turizam, koji je najčešći javljaju i mnogi drugi oblici turizma prema kojima se turističke destinacije pozicioniraju na tržištu.

U posebne oblike turizma ubrajaju se:

* zdravstveni turizam – istaknut je motiv očuvanja zdravlja
* kulturni turizam – motiv posjeta i upoznavanja novih kultura i kulturno-povijesne baštine
* kongresni turizam – vezan je uz održavanje seminara i stručnih skupova
* poticajni ili incentive turizam – motiv su nagradna putovanja u svrhu motiviranja djelatnika na još produktivniji rad
* vjerski turizam – obuhvaća vjerske, kulturne i društvene motive
* naturizam – određen je motivom slobodnog odnosa prirode i čovjeka
* nautički turizam – motivira ga boravak na plovilima na moru
* ekoturizam – oblik, vezan uz provođenje slobodnog vremena u očuvanoj prirodi
* lovni i ribolovni turizam – motiviran lovom i ribolovom
* sportsko- rekreacijski turizam – određuju ga sportski motivi, bilo da se radi o bavljenju sportom ili o praćenju sportskih aktivnosti

Za razliku od posebnih oblika turizma, razlikujemo i podjelu turizma na pojedine vrste, koje donose različite gospodarske i društvene rezultate.

Kriteriji za podjelu turizma:

1. duljina boravka – razlikujemo boravišni turizam i turizam kraćih boravaka
2. stupanj mobilnosti – razlikujemo stacionarni i mobilni turizam
3. zemlja prebivališta – razlikujemo domaće i strane turiste
4. organizacija putovanja – razlikujemo individualni i organizirani turizam
5. dob turista – razlikujemo dječji, omladinski, obiteljski i umirovljenički turizam
6. obilježja turističkog prostora – razlikujemo primorski, jezerski, termalno-kupališni, planinski, gradski i seoski turizam

Osnovna obilježja turizma u Republici Hrvatskoj

Podaci UNWTO ( Svjetska turistička organizacija ) pokazuju kako turistička putovanja u današnje vrijeme premašuju milijardu turističkih dolazaka u jednoj godini.

To nam pokazuje važnost turizma kao vodeće gospodarske djelatnosti za pojedine zemlje. Međunarodni turizam stvara godišnje prihode veće od bilijun dolara, a na putovanja najviše troše stanovnici najrazvijenijih zemalja poput Njemačke, SAD, KIne .

Najomiljenija turistička regija svijeta je Europa, gdje prednjači područje Sredozemlja.

Hrvatska je u turističkim kretanjima 6. destinacija Sredozemlja, a 14. destinacija u Europi, te 24. u svijetu. Hrvatska je omiljena destinacija za ljetni obiteljski odmor.

Razmotrimo konkurentnost Hrvatske u odnosu na druge zemlje. Pojasnimo najprije pojam konkurentnosti.

Konkurentnost destinacije podrazumijeva sposobnost destinacije da bude atraktivnija, cjenovno pristupačnija i uspješnija od konkurencije..

U skladu s navedenim možemo reći da je Hrvatska konkurentna po turističkoj infrastrukturi, ali zaostaje po kvaliteti ljudskih potencijala.

Prosječno je konkurentna po raspoloživosti kulturnih atrakcija, kvaliteti zdravstvene zaštite i osobnoj sigurnosti, a nešto bolje po cjenovnoj konkurentnosti.

U pogledu imidža Hrvatska je dobro pozicionirana na Sredozemlju zbog ljepote krajolika i ekološke očuvanosti zemlje.

Turistička ponuda i potražnja u Hrvatskoj

Turistička ponuda Hrvatske sastoji se od prirodnih i kulturno-povijesnih atrakcija, nacionalnih parkova i parkova prirode, različitih kulturnih dobara pod zaštitom UNESCO-a, prometne infrastrukture, te smještajnih kapaciteta.

Glavni oblici turizma su ljetni odmorišni, nautički, kongresni, kulturni, zdravstveni,eko-, te sportsko-rekreacijski turizam.

Turističku potražnju Hrvatske obilježava:

* dominacija stranih turista
* sezonalnost
* dominantan je ljetni odmorišni turizam
* turisti su većinom srednje životne dobi

Potrošnja turista u RH

Razlikujemo novčane izdatke i potrošnju turista. Novčani izdaci nastaju kada turisti novcem plaćaju neku uslugu ili proizvod. Potrošnja je šira kategorija, a uključuje sve što turisti koriste na svom putovanju, a da za to ne plaćaju novčani iznos. Novčane izdatke turista jednostavnije je izmjeriti od ukupne turističke potrošnje.

Ukupna godišnja turistička potrošnja stranih i domaćih turista posljednjih je godina više od 7 milijardi eura. Struktura potrošnje domaćih i stranih turista međusobno se razlikuju, jer strani turisti najviše novca potroše na smještaj, hranu, domaći najviše troše na zabavu i kulturu, a tek zatim na smještaj i hranu.

Gledano s makroekonomskog stajališta turizam je vrlo važan dio gospodarstva, u koji su uključene i mnoge druge gospodarske djelatnosti. Turizmom se potiču i druge gospodarske djelatnosti, turizam je generator proizvodnje u tim djelatnostima (poljoprivreda, prehrambena i druge industrije).

Gospodarski učinci turizma u Hrvatskoj vezani su uz povećanje proizvodnje, investicije i zapošljavanje.

Gospodarske učinke dijelimo na:

* izravne ili direktne – učinci koji nastaju u djelatnostima koje proizvode dobra i usluge za izravno zadovoljenje turističke potražnje
* neizravne ili indirektne – učinci koji nastaju kada gospodarski subjekti koji se bave djelatnostima koje proizvode dobra i usluge za izravno zadovoljenje turističke potražnje naručuju sirovine od drugih gospodarskih subjekata koji se bave drugim djelatnostima
* inducirane – učinci koji nastaju kada vlasnici i zaposlenici gospodarskih subjekata koji uzrokuju izravne i neizravne učinke u gospodarstvu troše zarađeni novac u gospodarstvu

Učinci turizma mjerivi su različitim metodama i iskazuju se putem udjela u bruto domaćem proizvodu.

Provođenje turističke politike potrebno je planirati, a planiranje obuhvaća način korištenja turističkih resursa, predviđanje turističke potražnje i očekivane potrošnje.

Planiranjem se određuju ciljevi, izvršitelji aktivnosti i sredstva za postizanje ciljeva. Razvojni planovi su podloga za izradu akcijskih planova teritorijalnih jedinica i pojedinih subjekata.

U Hrvatskoj se planiranje razvoja turizma provodi sustavom državnih institucija, gospodarskih interesnih udruženja, strukovnih udruga te različitih drugih organizacija.

Upravljanje turizmom i turističko poslovanje u Hrvatskoj uređeni su dokumentima:

* Zakon o pružanju usluga u turizmu
* Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti
* Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
* Zakon o članarinama u turističkim zajednicama
* Zakon o boravišnoj pristojbi
* Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu, neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije
* Zakon o igralištima za golf

Važne institucije za planiranje razvoja turizma su:

1. Ministarstvo turizma
2. Hrvatska turistička zajednica
3. Hrvatska gospodarska komora
4. Hrvatska udruga poslodavaca
5. Hrvatsko udruženje ugostiteljskih djelatnost
6. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu i sl.

Pitanja za provjeru

1. Navedite obilježja turističkih motiva.
2. Navedite posebne oblike turizma i njihova obilježja.
3. Navedite podjelu turizma.
4. Što je UNWTO?
5. Koje je najznačajnija turistička regija u svijetu?
6. Čime je određena konkurentnost neke regije?
7. Čime je Hrvatska konkurentna, a čime nije?
8. ¸Koja su obilježja turističke ponude i potražnje u Hrvatskoj?
9. Što su novčani izdaci, a što potrošnja?
10. Kako dijelimo učinke turizma u gospodarstvu?
11. Što obuhvaća planiranje u turizmu?
12. Navedite zakone koji uređuju poslovanje u turizmu.
13. Koji su subjekti važni u turizmu RH?

Popis literature:

Ćorak, S., Mikačić, V., Kožić, I., Trenzer, Ž., 2014. Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb  
Birin, L., Kasum, Z., Rodin, I., 2013. Osnove turizma, MATE, Zagreb  
Mikačić, V., Weber, S.,2002. Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, vol. 7  
Internet stranice