3. NASTAVNO PISMO

PREDMET: OSNOVE TURIZMA

PREDAVAČ: ANKICA ĐURASEK



U trećem nastavnom pismu pojasnit ćemo činitelje turističke ponude.

ČINITELJI TURISTIČKE POTRAŽNJE

Ako turističku potražnju shvatimo kao turističke destinacije, koje u većoj mjeri privlače i prihvaćaju turiste, možemo reći da postoje činitelji nužni za razvoj turizma.

U te činitelje ubrajamo:

1. TURISTIČKE ATRAKCIJE
2. INFORMATIVNU I PROMETNU DOSTUPNOST
3. PRIHVATNE KAPACITETE
4. TURISTIČKO POSREDOVANJE

TURISTIČKE ATRAKCIJE

Turističke atrakcije su glavni privlačni činitelji turističke ponude.

Atrakcije su temelj za turistički razvoj nekog mjesta u turističku destinaciju.

Turističke atrakcije mogu biti:

* reljef- sve atraktivnosti vezane uz geološka obilježja prostora (planine, zaljevi ,špilje, kanjoni i sl.)
* vode- najznačajniji su atraktivni činitelj (more, rijeke, jezera, ljekoviti izvori)
* klima
* biljni i životinjski svijet- potiče razvoj lova, ribolova, safari turizma, te promatranja rijetkih vrsta biljaka i životinja
* zaštićena prirodna baština- to su područja nacionalnih parkova i parkova prirode
* materijalna kulturno-povijesna baština- obuhvaća pokretne i nepokretne spomenike
* kulturne i vjerske ustanove- obuhvaća muzeje, koncertne dvorane, različite crkve)
* znamenite osobe i događaji- u Slatini se tradicionalno obilježavaju Dani Milka Kelemena, posvećeni skladatelju Milku Kelemenu i njegovom glazbenom opusu, sa trajnom muzejskom postavom u gradskom muzeju
* kultura života i rada- uključuje folklor, narodne rukotvorine, obrte, vinarstvo
* priredbe
* športsko-rekreacijske građevine i tereni
* turističke staze, putovi i ceste
* objekti, parkovi i prijevozna sredstva

Podjela turističkih atrakcija:

1. prema načinu postanka razlikujemo prirodne i stvorene atrakcije. Prirodne su stvorene utjecajem prirode, a stvorene utjecajem čovjeka.
2. prema stupnju privlačnosti razlikujemo primarne i sekundarne atrakcije. Primarne potiču turista na turističko putovanje, a sekundarne su sve atrakcije koje posjetimo uz primarne.
3. prema obliku pojavljivanja razlikujemo atrakcije mjesta ili lokaliteta i atrakcije događaje. Atrakcije mjesta su, primjerice, katedrala u Đakovu, a atrakcije događaji su Đakovački vezovi.

INFORMATIVNA I PROMETNA DOSTUPNOST

Objasnimo za početak informativnu dostupnost. Svaka turistička destinacija dostupna je informativno, što znači da pomoću različitih sredstava možemo doći do potrebnih informacija o destinaciji. Važne informacije su prometna dostupnost, osobna sigurnost, vremenska prognoza, zdravstvena sigurnost i slično. Izvori informacija za turiste mogu biti: turistički posrednici, turistička literatura, promidžbeni materijal, internet, ali i preporuke drugih turista.

Prometna dostupnost destinacije uključuje svu prometnu infrastrukturu, koja omogućuje dolazak u destinaciju. To su prometnice, prometna sredstva, terminali, parkirališta, te prometna signalizacija.

Vrste prometa:

* kopneni, koji se dijeli na cestovni i željeznički
* vodeni može biti riječni, jezerski i pomorski
* zračni

Pri odabiru načina dolaska u destinaciju turisti vrednuju ova obilježja:

\*cijenu

\* brzinu

\* sigurnost

\* udobnost

\* osobne sklonosti

Razlikujemo vanjsku i unutarnju prometnu dostupnost. Vanjska dostupnost uključuje dolazak do destinacije i iz destinacije, a unutarnja prometovanje unutar same destinacije.

U RH najveći broj turista dolazi osobnim vozilima i autobusima, a manji broj vlakovima, zrakoplovima i brodovima.

PRIHVATNI KAPACITETI

U prihvatne kapacitete ubrajamo ugostiteljske objekte, bez kojih nema kvalitetne turističke ponude. Ugostiteljske objekte prema zaradi možemo podijeliti na komercijalne i nekomercijalne. Komercijalnim objektima je svrha poslovanja ostvarivanje dobiti, a to su objekti hoteli, restorani i slični. Nekomercijalni objekti imaju druge ciljeve poslovanja, kao što su kantine u školama, bolnicama, odmarališta i slični objekti.

Prema vrstama usluga koje pružaju razlikujemo:

1. ugostiteljske objekte za pružanje usluga smještaja, prehrane i točenja pića, osnovni predstavnik je hotel
2. ugostiteljske objekte za pružanje usluga hrane, pića i napitaka, osnovni predstavnik je restaurant
3. ugostiteljske objekte za pružanje usluga pića i napitaka, osnovni predstavnici su kavane i barovi

Za ugostiteljske objekte važna obilježja su lokacija, cijena te kvaliteta usluga. Stoga se svi smještajni ugostiteljski objekti KATEGORIZIRAJU, što znači da se svrstavaju u kategorije prema kvaliteti.

Vrednuju se uređenje i oprema, vrsta i kvaliteta usluge, te kvaliteta održavanja. Za određenu kategoriju dodjeljuju se zvjezdice, od 1 do5.

Poslovanje ugostiteljskih objekata je većinom sezonsko, jer je različit intenzitete potražnje u različitim periodima.

Osim toga, ugostiteljstvo karakterizira nezamjenjiv ljudski rad, o kojem ovisi ukupan imidž određenog objekta, ali i cjelokupne destinacije, pa čak i zemlje.

Osim ugostiteljskih objekata, važni činitelji u destinaciji su i objekti, službe i sadržaji, kojima se turisti koriste u destinaciji, poput uslužnih djelatnosti, medicinske službe, banaka, poštanskih i telekomunikacijskih usluga i slično.

TURISTIČKO POSREDOVANJE

Još od vremena Thomasa Cooka-a i osnutka prve turističke agencije, možemo govoriti o važnosti posredničkih činitelja u svrhu organizacije putovanja ili davanja informacija, potrebnih turistima.

Najvažniji posrednici u turizmu su turističke agencije i internet.

Turističke agencije su gospodarski subjekti, kojima je osnovna djelatnost organizacija turističkih putovanja i posredovanje u prodaji usluga vezanih uz putovanja i boravak turista.

Funkcije turističkih agencija su:

1. propagandna funkcija – najstarija je i vrlo važna, jer turističke agencije mogu utjecati na stvaranje ukusa, motiva i želja turista
2. organizatorska funkcija – turistička agencija organizira putovanja, snoseći pri tome svu odgovornost za kvalitetu pruženih usluga
3. posrednička funkcija – turistima je važna zbog sigurnosti i jednostavnosti u organiziranju putovanja
4. informacijsko-savjetodavna funkcija – stručni savjet je vrlo važan

Vrste turističkih agencija:

* prema predmetu poslovanja razlikujemo organizatore putovanja (turoperatore)

i posrednike (retailere)

* prema položaju na turističkom tržištu razlikujemo emitivne i receptivne turističke agencije
* prema prostornom obuhvatu poslovanja razlikujemo lokalne, regionalne, nacionalne i međunarodne turističke agencije

Pitanja za ponavljanje i provjeru

1. Što su turističke atrakcije?
2. Navedi podjelu turističkih atrakcija prema načinu postanka i načinu pojavljivanja.
3. Navedi primjere za navedene podjele turističkih atrakcija.
4. Što obuhvaća informativna dostupnost, koji su izvori informacija?
5. Što obuhvaća prometna dostupnost?
6. Navedi vrste prometa.
7. Koja su važna obilježja prometa za turiste?
8. Kako dijelimo ugostiteljske objekte prema zaradi, a kako prema vrstama usluga koje pružaju?
9. Koji su osnovni predstavnici pojedinih vrsta ugostiteljskih objekata?
10. Što je kategorizacija?
11. Što su turističke agencije?
12. Koje su funkcije turističkih agencija?
13. Kako dijelimo turističke agencije prema predmetu poslovanja?

Literatura: 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