

SEMINARSKI RAD

PRODUKTI TURIZMA

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

5.1 UVOD

Prethodno poglavlje istaklo nam je faktore koji stimulisu razvoj pojedinih mesta -turistickih destinacija, i opisalo status turizma u najvećim svetskim regionima kroz kontekst ovih faktora. Poglavlje 5 nastavlja da ispituje nabavnu stranu turistickog sistema, fokusirajući se na turisticke proizvode koji se mogu definisati kao kombinacija turistickih atrakcija i turisticke industrije. Dok su neke komercijalne atrakcije kao sto su zabavni parkovi, kazina i muzeji, elementi turisticke industrije, drugi, kao sto su nekomercijalni pejzazi i klima nisu. Iz ovog razloga i zbog toga sto su bitne i razlice komponente turistickog sistema, atrakcije se ispituju zasebno od industrije. Odeljak 5.3 objasnjava, kroz diskusiju, druge glavne komponente turisticke industrije ukljucujuci putne agente, transport, smestaj, hranu, pice, vodice i marketing. Poglavlje zakljucujemo, uzimajući u obzir strukturne promene unutar savremene turizma.

5.2 *TURISTICKE ATRAKCIJE*

Turisticke atrakcije su bitan faktor i zato bi destinacije trebale da doprinose odlikujući se raznolikim resursima. Kompilacija ponude atrakcija je osnovni korak koji obezbedjuje da odrediste ostvari svoj potpuni potencijal u tom smislu. U danasnje vreme nema sistema po kom se klasifikuju atrakcije tj. Ne postoje univerzalne atrakcije na turistickoj berzi. Kako god razlika izmedju glavne "prirodne" i glavne "kulturne" je zajednicki napravljena. Klasifikaciona sema je izlozena u tablici 5.1 i ona se drzi prirodnih-kulturnih razlika za ciljeve diskusije i pravi dalju razliku izmedju vidjenja prizora i dogadjaja. Cetiri kategorije atrakcija su prema tome podeljene: prirodni prizori i dogadjaji, i kulturni prizori i dogadjaji. Upotreba isprekidane linije u semi 5.1 kako bi razdvojila ove kategorije govori o tome da razlika izmedju "prirodnih" i "kulturnih", i izmedju "prizora" i "dogadjaja" je cesto bleđa. Upotreba ovih kategorija prema tome ne treba da zanemari cinjenicu da mnoge ako ne cak i sve atrakcije su hibridi u kategoriji. Nacionalni park npr.moze da kombinuje topograficke kulturne, biljne i zivorinjske elemente prizora. Sa tom kvalifikacijom turisticke atrakcije i povezane aktivnosti unutar svake od ove cetiri kategorije su objasnjene ispod.

Sledeci materijal ne pruza iscrpne informacije o ovoj ogromnoj i slozenoj temi, vec je pre namenjen da ilustruje pitanja menadzmenta u vezi sa razlicitim tipovima atrakcija. Jedna od tema je velika razlicitost turistickih atrakcija i mogucnost da vecina mesta ne razvijaju adekvatno njihov potencijal. Srodna tema je uloga kreativosti imaginacije u transformisanju

ociglednih obaveza destinacija u turističke resurse odrazavajući subjektivnu prirodu kasnijeg koncepta.

5.2.1 PRIRODNI PRIZORI

Prirodne atrakcije, kao što samo ime kaže su više povezane sa prirodnom sredinom nego sa kulturnom. Atrakcija prirodnog prizora može se podeliti na topografiju, klimu, vodu, divljinu, vegetaciju i lokaciju. Unutar jednog australijskog konteksta na turiste veliki utisak ostavljaju prirodni prizori kao što su plaze i pejzazi. Ovi utisci se odrazavaju na popularnost plaza, botaničkih basti, zooloških vrtova i nacionalnih parkova kao mesta koje posećuju ovi turisti. Destinacije imaju malu mogućnost da menjaju svoja prirodna bogatstva - to znači, da ili imaju visoke planine i tropsku klimu ili ne. Izazov je, prema tome, manipulirati tržištem tako da neatraktivni prirodni fenomeni postanu turistički resursi.

TOPOGRAFIJA

Topografija se odnosi na geološke karakteristike zemljišta kao što su planine, dolina, visoravni, ostrva, kanjoni, delte, stene, plaze, vulkani i pećine. Bogate stene i fosili su posebne vrste topografskih osobina od lokalne važnosti u Australiji kao što je Coober Pedy u južnoj Australiji (opal), O'Briens Greek u Kvinslendu (topaz) i Novo Engleski region u novom južnom Wellsu.

PLANINE

Planine prikazuju subjektivnu i promenljivu prirodu turističkih resursa. Kao rezultat pozorišno-dramski Alpski region kao što su evropski Alpi i Severno Američke Stene pojavljuju se kao poželjna mesta za turističke aktivnosti i postepeno su se spajale u globalno zadovoljavajuću periferiju. Sličan proces se trenutno odvija u azijskim Himalajima, južno-američkim Andima, južnim Alpima Novog Zelanda i arfičkim Atlas planinama - svi prethodno nerazvijeni kao turističke destinacije zbog njihove relativne nepristupačnosti. Nize i manje dramatični planinski venci kao što su američki Apalaci, ruski Ural, obalski venci Australije su također visoko cenjeni za turističke svrhe. Određene individualne planine zbog svoje izuzetne visine, estetike ili religioznog značaja poseduju simboličnu vrednost kao takozvane ikonske atrakcije koje turisti rado povezuju sa osobenim destinacijama. U Luru (nakadašnje Ajers stene) su najbolji Australijski primer dok ostali poznati primeri uključuju Mont Everest,

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

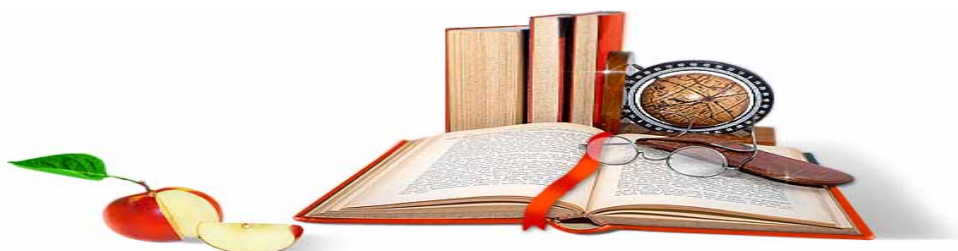
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM

[FORUMU](#) ILI NA maturskiradovi.net@gmail.com