

SADRŽAJ:

1. UVOD

1.1. Definiranje pojma turističkog proizvoda

Sve proizvode i usluge što ih turisti kupuju na određenom području delimo u 3 kategorije (kriterijum – mesto koje zauzimaju u proizvodnoj politici proizvođača):

1. Proizvodi koje su proizvođači namenili tržištu za široku potrošnju (stanovnici, ali i turisti): zdravstvene usluge, usluge komunalnih organizacija...

2. Proizvodi i usluge standardnog proizvodnog programa koji su donekle prilagođeni prodaji najčešće turistima: suveniri, proizvodi za plažu, iznajmljivanje sportske opreme...

3. Proizvodi namijenjeni pretežno ili isključivo turistima, a koji čine osnovu proizvodnih programa pojedinih proizvođača: usluge turističke agencije, zanatski proizvedeni suveniri, usluge ugostiteljskih objekata...

Najveći deo turističke potrošnje usmeren je prema trećoj kategoriji.

Ono što turist zahteva je za njega kompleksni ili složeni proizvod tog područja, a pojedinačne usluge i proizvode vidi kao komponente tog složenog proizvoda

Turistički proizvod je skup raspoloživih dobara, usluga i pogodnosti što ih turisti na određenom području i u određenom vremenu mogu koristiti za zadovoljenje svojih potreba

1.2. Formiranje turističkog proizvoda

2 vrste ponuda turističke destinacije:

-primarna: ambijente vrednosti, lepota destinacije, ugodna klima, kulturna i istorijska baština...→ temeljni razlog za posjetu

-sekundarna (konkretne usluge i proizvodi kojima se turisti mogu koristiti u takvoj destinaciji): suveniri, restorani, sobe u hotelu...

Potpuno zadovoljstvo turista stvara se širokom paletom primarne i sekundarne turističke ponude, jer je to, jedina garancija zadovoljenja turističkih korisnika i njihovih specifičnih zahteva, potreba i sklonosti

Tri oblika pojavnog oblika turističkog proizvoda:

1. Jednostavan proizvod kao sinonim za određenu pojedinačnu uslugu ili (ređe) robu koja se pojavljuje u turističkoj potrošnji. Pr.: usluge smeštaja, restoran, najam automobila...

2. Elementarni (osnovni) turistički proizvod u kojem se manji broj izravnao komplementarnih individualnih proizvoda ujedinjeno prezentuje i prodaje na turističkom tržištu. Pr.: hotelijerska usluga (koja se sastoji od više pojedinačnih usluga, elementarnih proizvoda: smještaja, prehrane, zabavnog programa...)

3. Integrirani turistički proizvod u kojem se pojavljuje više osnovnih proizvoda komponiranih u celinu prema željama i zahtevima tržišne potražnje. Pr.: turistički aranžman koje nude turističke agencije i turoperatori, prevoznici...

Turističko tržište (potražnje) današnjice daje prednost integriranom obliku turističkog proizvoda→

najpotpunije može zadovoljiti turistovu potrebu pa može osigurati i najbolji ekonomski rezultat za njegov organizatora

-"stvaratelj" su različiti organizatori turističkih aranžmana.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com