

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 njegovog 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