



Fakultet ekonomije i turizma  
“Dr. Mijo Mirković”

# Svjetske turističke atrakcije

FET

# SADRŽAJ

1. Uvod
2. Turističke atrakcije
  - 2.1. Klasifikacija turističkih atrakcija
  - 2.2. Markeri u turističkim atrakcijama
  - 2.3. Elementi uspješne turističke atrakcije
3. Primjeri
4. Zaključak

F E T

# 1.UVOD

H1: Turistička atrakcija mora biti uklopljena u turistički proizvod koji nudi određeno područje, a njezina posjećenost ovisi o njenoj interpretaciji.

H2: Promjene u preferencijama turista traže stalne inovacije u pristupu promoviranja atrakcija.

## 2. Turističke atrakcije

- Pojam „atrakcija” nastao je 60-tih godina 19.st. a označavao je nešto što privlači pažnju.
- Atrakcijama smatramo ona osobito privlačna obilježja destinacije, odnosno one resurse koji su u određenoj mjeri prilagođeni i dostupni za turističko razgledavanje, te ne zahtijevaju poseban napor da se otkriju i da se u njima uživa.
- Za autore Gunn i Var turističke atrakcije imaju dvije funkcije: potiču interes za putovanjem i, kao turistički proizvod, utječu na zadovoljstvo turista.

## 2.1. Klasifikacija turističkih atrakcija

Weber-Mikačić (1995):

1. Prema načinu pojavljivanja:
  - a) Atrakcije prostora ili lokaliteta
  - b) Događaj – atrakcije
2. Stupnju privlačnosti
  - a) Primarne ili stacionirane
  - b) Sekundarne ili vizitacijsko-izletničke
3. Načinu postanka
  - a) Prirodne atrakcije
  - b) Društvene atrakcije

F E T

Hudman (1980):

Prema specifičnostima:

- a) Kulturne (civilizacijske)
- b) Tradicijske (običaji, jezik, folklor)
- c) Fizičke (vegetacija, prirodne osobitosti, klima)
- d) „Život u divljini” (oceanologija, participacija u lovu, ribolovu)
- e) Za zabavu (tinski zabavni parkovi, film, kazalište)

F E T

- Na turističkom tržištu mogu se pozicionirati i promovirati samo realne i potencijalne turističke atrakcije.
- Potencijalna turistička atrakcija postaje realnom kada joj se osigura opća turistička prisupačnost (fizička dostupnost, javna dostupnost, obilježen prisup, mogućnost razgledavanja ili korištenja, obavijesna točka - punkt, tiskane informacije)

F E T

## 2.2. Markeri u turističkim atrakcijama

- Informacije o atrakcijama prije putovanja mogu reagirati na potrebe, dovesti do motivacije i potaknuti odluke o odlasku na putovanje.

Tri mjesta obilježavanja u sustavu turističkih atrakcija:

- Generirani markeri (prije putovanja, prije odlaska na atrakciju)
- Tranzitni markeri (na putu do poznate atrakcije)
- Kontinuirani markeri (koji se nalaze na web-lokaciji, vidiku, objektu, događaju itd.)



## 2.2. Nastavak

Funkcije markera u turističkim atrakcijama:

- Pokrenuti motivaciju za putovanjem
- Pomoć u odlučivanju kamo ići
- Planiranje itinerara
- Odlučivanje o svakodnevnim aktivnostima
- Omogućiti formiranje slike
- Sjećanje na turistička iskustva
- Smisao turizmu

## **2.3. Elementi uspješne turističke atrakcije**

- 1.Elementi resursa
- 2.Javne koncepcije / razumijevanje
3. Aktivnosti posjetitelja
- 4.Nevidljivi pojas
- 5.Zona usluga
- 6.Cijena

F E T

### 3. Primjeri svjetskih turističkih atrakcija

- atrakcije koje imaju kulturni i povijesni značaj
- prirodne ljepote
- mogućnost pristupa atrakciji
- broj posjetitelja
- popularnost

F E T

## 4. Zaključak

- Za kvalitetno upravljanje turističkim atrakcijama i razvojem turističke destinacije nužna je suradnja svih dionika u turizmu
- Turističke atrakcije moraju privući turiste na način koji će kasnije posjetom omogućiti zadovoljenje očekivanja i specifičnih turističkih potreba turista
- Upravljanje turističkim atrakcijama je veoma važan i bitan element za uspjeh, rast i razvoj destinacije.
- Bez kvalitetne promocije puno bi turističkih atrakcija bilo nepoznato, nezanimljivo i turisti ne bi znali kako doći do istih.

# Literatura

- Gunn, C., Var E.: Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases, Routledge. Taylor and Francis, London, 2002, 4th edition
- Kušen, E.: Turizam i prostor - Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, vol. 9, br. 1, Zagreb, 2001.
- Popesku J.: Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2016, dostupno na:  
[https://www.researchgate.net/profile/Jovan\\_Popesku/publication/317729945\\_Menadzment\\_turisticke\\_destinacije/links/5a20474d4585158865c4e4d9/Menadzment-turisticke-destinacije.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jovan_Popesku/publication/317729945_Menadzment_turisticke_destinacije/links/5a20474d4585158865c4e4d9/Menadzment-turisticke-destinacije.pdf)
- <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/most-popular-tourist-attractions-tripadvisor>
- <http://www.traveller.com.au/>