



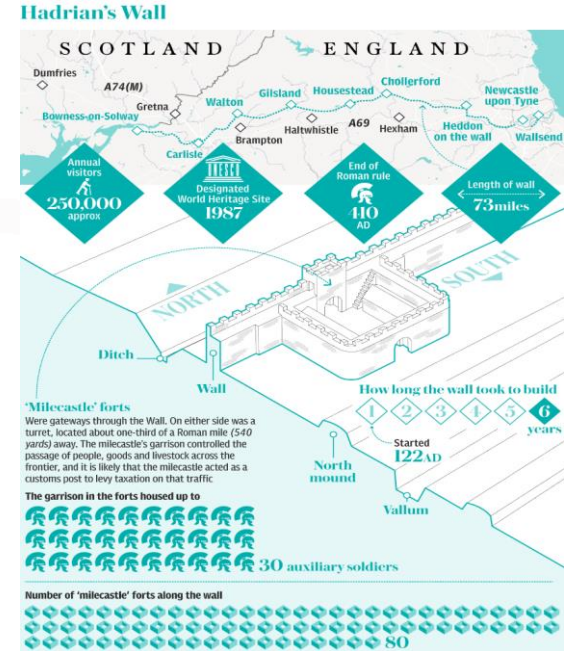
Fakultet ekonomije i turizma
“Dr. Mijo Mirković”

SLOŽENOST TURISTIČKOG PROIZVODA – PRIMJERI OTKLANJANJA BARIJERA

FET

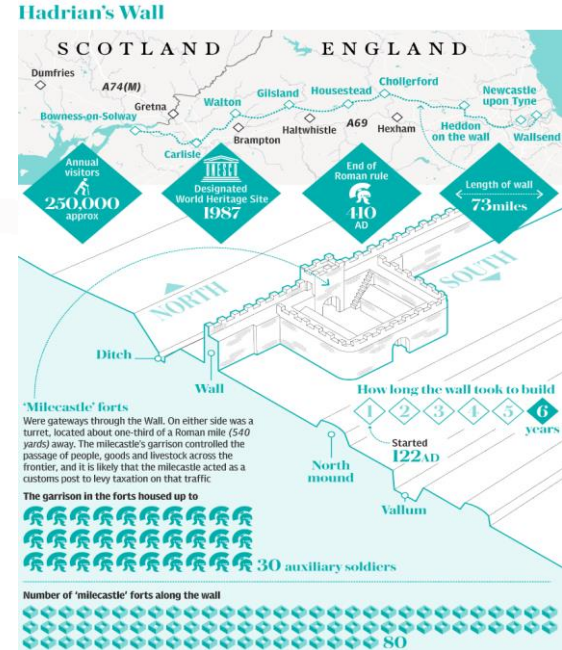
Loši primjeri strategija

- 1) Nejasna struktura vlasništva
- 2) financijsko uskraćivanje
- 3) *On going management*
- 4) Skrivena politike
- 5) DEMARKETING
- 6) *DMO U DESTINACIJAMA MEDITERANA*
- 7) preniska/previsoka cijena
- 8) Selektivna modifikacija strategija
- 9) Limitacija posjeta (postupati po uputi vodiča)
- 10) Gubitak atrakcijske baze
(npr. resorti građeni u osjetljivim obalnim i maritimnim eko-sustavima)



Dobri primjeri strategija

- 1) **Sinergija djelovanja**
- 2) **selektivni pristup**
- 3) **Više marketinga više svjesnosti**
- 4) **Kontinum za razvoj „Sound management”**
- 5) **Oznake/markeri atrakcija (očekivanja/aktivna selekcija/iskustvo)**
- 6) **GATEKEEPER = BROKER ZNANJA = MEDIJATOR**
- 7) **LOKALNI** turoperatori; bus turoperatori/kratke lokalne ture, neovisni poslovi, lokalna franšiza /specijalisti/ključne točke posjeta/
- 8) **TURISTIČKI PROJEKTI ZAJEDNICE, UNESCO, VLADINA RAZVOJNA POMOĆ, NEPROFITNE ORGANIZACIJE, DIGITALIZACIJA**



Primjer 1. IZAZOVI GLOBALIZACIJE

GLOBALIZACIJA, GEOGRAFSKA OBILJEŽJA DESTINACIJE, PRILAGODBA
KLIMATSKIM PROMJENAMA, RAVNOTEŽA

Primjer2 . ŠIRINA OBUHVATA KULTURNIM PROJEKTIMA

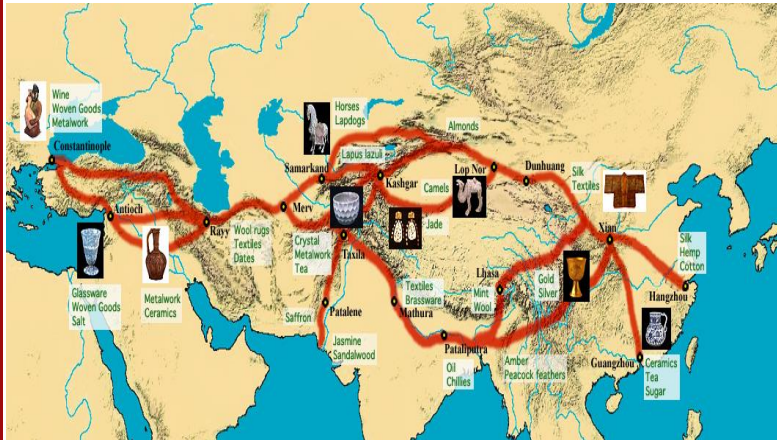
BELGIAN HEART FOR PEOPLE'S CAFES PROJECT

(Istraživanje+preporuke+crowdsourcing+nacionalna kampanja)

Primjer3 . INTERES ZA PUTOVANJA KORACIMA POVIJESNIH PUTNIKA ILI HODOČASNIKA

TMO+RURALNE ZAJEDNICE+MEĐUNARODNI FONDOVI = MREŽA POVJESNIH MJESTA I TURISTA

SILK ROAD/THE TEA AND HORSE TRADE ROUTE



Primjer 4. Današnja i buduća postupanja/integracija razvojnih elemenata AUTENTIČNOSTI

Hostel na području ranijih koliba i sl.

Primjer 5. Intencija o širim znanjima AUTENTIČNOG

ne znati samo o zgradi već i o cijelom mjestu.

Primjer 6. Osjetljivost AUTENTIČNOG U TURISTIČKE SVRHE – međunarodni pogled

Npr. Kineski hramovi se rijetko POTPUNO renoviraju te se uvijek pri

izmjeni napiše što je izmjenjeno i tko je sponzor. Isto nije u skladu s

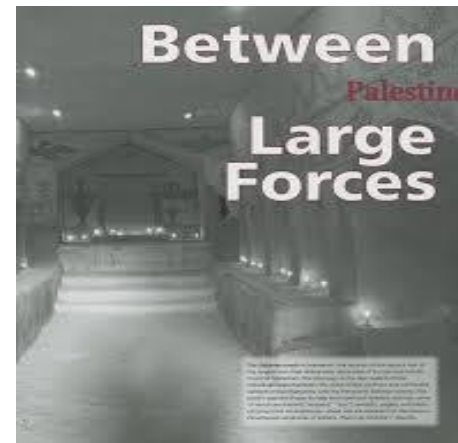
pravilima (dokumentima) prema kojima rade drugi hramovi izvan

Kine (*The Nara Declaration* koja uključuje istočni i zapadni pogled).

**Primjer 7. TRASNACIONALNI PROJEKTI ZBOG PUNO DIONIKA,
IZUZETNO OSJETLJIVIH VRIJEDNOSTI, POGODNOSTI ZA CRNO TRŽIŠTE I UNIŠTAVANJA ZBOG
TEŽNJE TURISTA ZA “SUVENIRIZACIJOM”.**

NPR. VINSKE BOCE IZ POTOPLJENIH BRODOVA, AGRIKULTURNI ALATI U POVIJESNOM
OKRUŽENJU, AFRIČKE MASKE FARBANE OD STRANE LOKALNIH, HINDU SKULPTURE, BABILON –
VLASNIŠTVO I UTJECAJI, OSTACI ANTIKE....

**Primjer 8. EDUKATIVNA PORUKA O KULTURNIM VRIJEDNOSTIMA - PRIORITET KOLEKCIJE
(RADI STVARANJA OKVIRA PREPORUKA, VLASTITOG KONSTRUIRANJA MIŠLJENJA)**



Primjer 9. -

**ZAMJENA RADI IZBJEGAVANJA
KONFLIKTA ILI SPORA ZA ZAKONOM**



NPR. ZAMJENA DRVOM ILI PLASTIKOM ZBOG VEĆE TRAJNOSTI ILI OSVJETLJENJA.

Primjer 10. -

**NOVI MODALITETI PONUDE ; PROMJENA PLATFORME PREZENTACIJE
MOTIVA RADI TURISTIČKE POTRAŽNJE (POTROŠNJE)**

NPR. CRTEŽI ABORIĐINA SU PRINTANI NA MAJICAMA IAKO TRADICIONALNO NISU NAĐENI ILI TRADICIONALNI PLESOVI KOJI SE MODIFICIRAJU U ŽELJENE.

Primjer 11. -

TURIZAM I SPASITELJ I PRIJETNJA!!!!

**BROJNI PRO POOR TURISTIČKI PROJEKTI KORISTE OVAJ TIP TURIZMA DA BI SE ZAJEDNICE INDIREKTNO UKLJUČILE U
TURIZAM** Npr. RIZICI ZBOG SLABIH BARIJERA, MINIMALNOG KAPITALA I ZADUŽENJA).

RAZINA DOŽIVLJAJA

5.1.) **IZVEDBA PLITKA** = NEMA KOOPERATIVNOSTI I PARTICIPACIJE

5.2.) **IZVEDBA DUBOKA** = INTRINZIČNO VEZANO UZ MJESTO
AUTENTIČNO PREDSTAVLJENO U REALNOM VREMENU

ULOGE DIONIKA

6.1.) **PRIMARNE ULOGE DIONIKA:** PRENOSITELJI ZNANJA

6.2.) **SEKUNDARNE ULOGE DIONIKA:** SUMENADŽERI SA PROSTOROM KOJI
IMA SPIRITUALNI ZNAČAJ TRADICIONALNIM VLASNICIMA (ŽIVUĆE
LJUDSKO BLAGO PONUĐENO TURISTIMA A SAMO PO SEBI RIJETKO)



ICOM POŠTUJE SLJEDEĆE AKCIJE:

- A) **VREDNUJE LJUDSKU KREATIVNOST** I DOPRINOS RAZUMIJEVANJU PROŠLOSTI, PREZENTACIJU (OBLIKOVANJE) SADAŠNJOSTI I MAPIRANJE ZA BUDUĆNOST.
- B) VJERUJE DA KULTURA IMA HUMANU VRIJEDNOST (**SPECIJALNI DOGAĐAJI, DOBA GODINE, SPECIJALNA MJESTA** NPR. *COOKING TOUR*).
- C) **VREDNUJE LJUDSKI DIJALOG** GLOBALNE RAZINE (INTELEKTUALNA, KULTURNA I SOCIJALNA RAZLIČITOST)
- D) **VREDNUJE TRANSPARENTNI DIJALOG** (KROZ KULTURNO RAZUMIJEVANJE LJUDSKIH PRAVA)
- E) **PREPOZNAJE MUZEJSKU ODGOVORNOST** PREMA DRUŠTVU KROZ UKLJUČENOST U JAVNOST I DRUŠTVENE PROMJENE.

ASTA (AMERICAN SOCIETY OF TRAVEL AGENTS)

ABTA (THE TRAVEL ASSOCIATION)

ACTAA

**European Travel Agents & Tour Operators
Association**

AUTENTIČNOST???

“ORIGINALNI ELEMENT U POVIJESNOM KONTEKSTU”

“ODRAŽAVA I DOKAZUJE SEBE, IMA KREDIBILITET I AUTORITET”

“VITALNOST KAO OSNOVA ZA PREPOZNAVANJE VRIJEDNOSTI”

F E T

**KAKO OSIGURATI KONTINUITET
OČUVANJA NEOPIPLJIVE KULTURNE
BAŠTINE OD STRANE TUROPERATORA????**

Razmisliti u paru!

F E T

KONTINUITET OČUVANJA NEOPIPLJIVE KULTURNE BAŠTINE

1) KONTINUITET SE OSIGURAVA KROZ: PRIJENOS
ZNANJA, EDUKACIJSKI PROGRAMI O
TRADICIJI, ŽIVUĆA BLAGA, UMJETNICI,
IZVOĐAČI.

2) KONTINUITET SE OSIGURAVA STALNOM
KOORDINACIJOM SA ZAJEDNICOM (NPR.
UKOLIKO LJUDI NE ŽELE BITI IZVOĐAČI ILI
DEMONSTRATORI MASOVNO MUZEJSKIH
TURISTA).

JAPAN I JUŽNA KOREJA!

PARADOKSI!!!

Je li legislativa uvijek dovoljna?

RAZMIŠLJANJE U PARU!!!

FET

Primjer 1. +

Japan je prvi primjenio UNESCO program (1950) i identificirao individualne i grupne nositelje tradicije.

Stvorila se baza za veću zaštitu i prepoznavanje uloge posebnih individua “PRENOSITELJA tradicije”.

Primjer 2. +

KANADSKA VLADA DIJELI “LJUDE OD ZANATA” PO VELIČINI FAMILIJA (NPR. SREDNJE: DRVO, KERAMIKA, KOŽA, STAKLO, PAPIR, BOJA, METALI, MULTIDISCIPLINARNE.).

Primjer 3. -

Npr. KOREAN CULTURAL PROPERTIES PROTECTION ACT 1962

kao posljedica rapidne modernizacije (*Koreanski konflikt*) koja je izazvala pad interesa za tradicionalne vještine i obrte.

Pritisak velikih operatora na SME

**Best
Western**

Club Med

**American
Express**

Thomson

STAR ALLIANCE

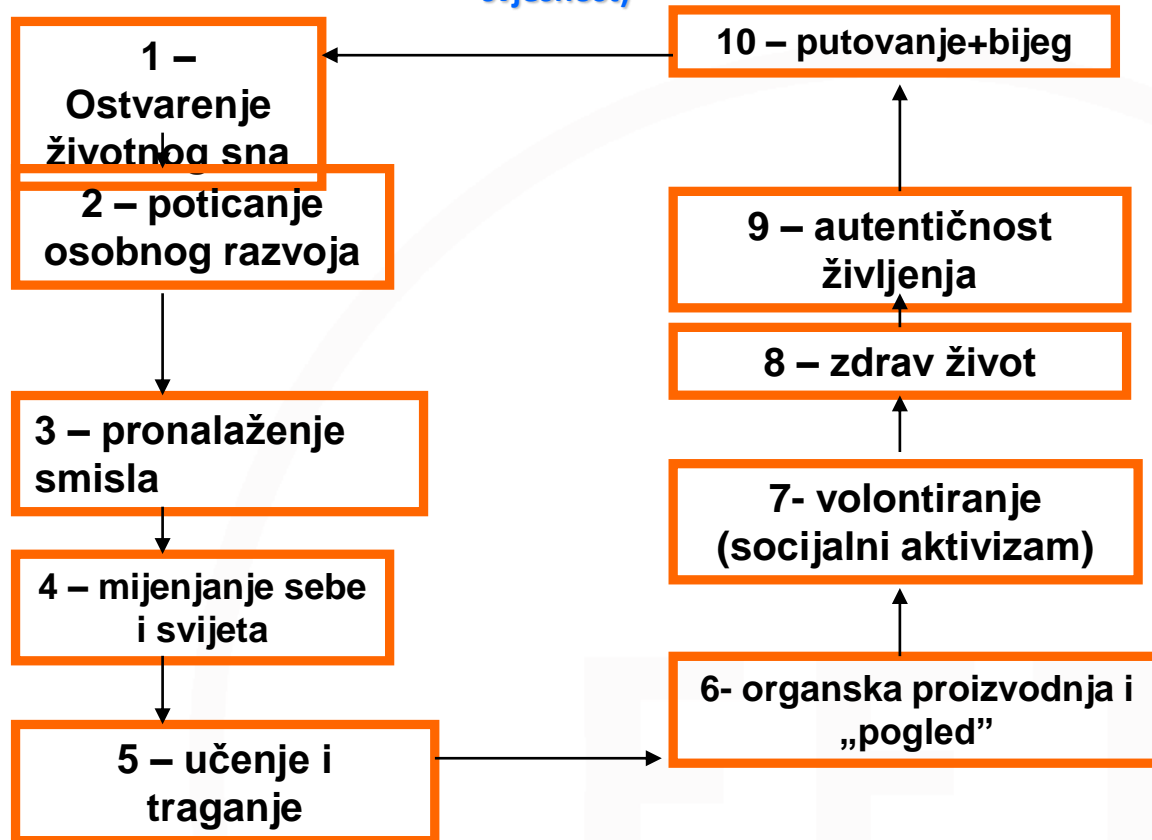
Međunarodni operatori uživaju ekonomiju skale, koncentrirani marketing i efikasnije korištenje kompjuterskih rezervacijskih sustava

Pritisak na SME

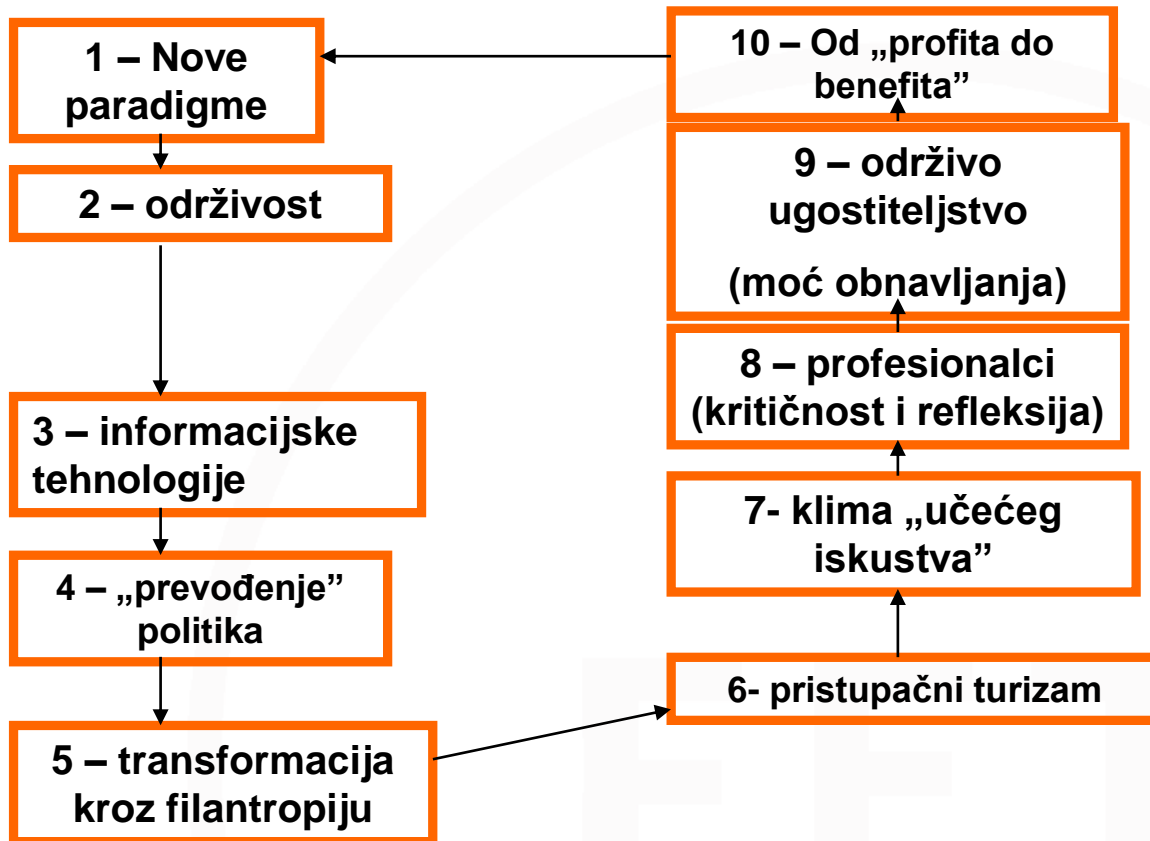
B&B



Transformativni turist (kulturni kreativci, transformativni putnici, altruisti) društvena transformacija, transmoderna paradigma, postrecesijska svjesnost)



Transformativna ponuda (prema očekivanjima: više značenja, još dublje osjećane veze, više suštine i veći osjećaj svrhe radi putovanja iz zadovoljstva..)



Turizam, Kultura i Komodifikacija

