

A group of people are rafting on a river in a mountainous region. The river is surrounded by steep, rocky banks covered in green vegetation. In the background, there are large, snow-capped mountains under a clear blue sky. The rafters are wearing life jackets and are actively paddling. The water is a vibrant turquoise color.

dr Dario Šimičević – Poslovni turizam

SPECIFIČNI OBLCI TURIZMA NA SAVREMENOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Pojam i definicija specifičnih oblika turizma

- U literaturi se koristi više pojmova koji se odnose na specifične oblike turizma, a najčešće se sreću pojmovi *specifični*, *posebni* i *selektivni* oblici turizma
- Kao najadekvatniji se nameće pojam „specifični oblici turizma” i oni u svakom smislu te reči jesu jer se radi o *specifičnim oblicima turističkog kretanja kao specifičnim proizvodima na turističkom tržištu*

- Vrlo često se specifični oblici turizma definišu u odnosu na masovni turizam pa se kaže da su *sasvim suprotni masovnom turizmu sa fokusom na novim formama koje imaju potencijal da ispune potrebe turista uključujući ruralni turizam, avanturistička kretanja, kretanja u okviru prirode, kretanja ka kulturnim sadržajima i nasleđu, kao i festivali i događaji*
- Međutim, da li nove i specifične forme turističkih kretanja isključuju masovnost?

- Možda bi najpravičnije bilo reći da je *u osnovi specifičnih oblika turizma kvalitetan prostor koji nudi specifične usluge odnosno specifičan destinacijski proizvod koji se zasniva na potrebama i željama tražnje za novim i specifičnim iskustvom*



Karakteristike ponude i
tražnje u okviru specifičnih
oblika turizma

Uslovi za razvoj specifičnih oblika turizma

A person wearing blue jeans and white sneakers is sitting on a blue suitcase on a wooden pier. The background shows a body of water and a clear sky.

- Mogu se izdvojiti 3 osnovne grupe uslova za razvoj specifičnih oblika turizma i to:
 - Specifičan prostor kao osnova za razvoj ovih oblika turizma,
 - Ljudski resursi, odnosno kadrovi, bitni za oblikovanje i kreiranje specifičnih turističkih proizvoda i
 - Turisti koji su spremni da rizikuju, odnosno da se uključe u specifične oblike kretanja i da istražuju nove granice van prostora masovnog turizma.

Karakteristike tržišta specifičnih oblika turizma

- Ovo tržište je predodređeno i pod uticajem niza faktora među kojima su najznačajniji:
 - Visok uticaj brzog tehnološkog razvoja na odabir specifičnih oblika kretanja,
 - Izraženo i jako tržišno segmentiranje i
 - Specifičnosti u menadžmentu i distribuciji specifičnih turističkih proizvoda.

Karakteristike tražnje

- ⦿ turistička tražnja za specifičnim oblicima turizma ona ima jasno izražene specifičnosti od kojih se izdvajaju:
 - izražena želja turista za autentičnošću,
 - izražen zahtev turista za iskustvom u lokalnom okruženju i
 - izraženu tražnju turista za uvažavanjem domaćina.
- ⦿ Turisti uključeni u specifične oblike turizma svesni su svojih potreba, prepoznaju ono što žele i prepoznaju kvalitet usluga, spremni su da preuzmu određene rizike i ne kriju se iza grupa prilikom svog putovanja.

Karakteristike ponude

- ⦿ Turistička ponuda prilikom kreiranja i plasmana specifičnog turističkog proizvoda mora izvršiti analizu karakteristika učesnika na tržištu specifičnih oblika turizma koja obuhvata:
 - analizu karakteristika turističke tražnje specifičnih oblika turizma,
 - analizu internih mogućnosti i
 - analizu konkurencije.
- ⦿ Prilagođavanje turističke ponude turističkoj tražnji na tržištu specifičnih oblika turizma prisutno je na svim nivoima, od pojedinačnih preduzeća turističke privrede do turističkih destinacija.
- ⦿ Među prvima su svoju šansu u specifičnim zahtevima turista prepoznali hotelijerski radnici.

Strategije nastupa na tržištu specifičnih oblika turizma

- U nastupu na turističkom tržištu marketing se koristi trima vodećim strategijama i to strategijom segmentacije tržišta, strategijom diferenciranja proizvoda i strategijom pozicioniranja.
- Uska segmentacija, a zatim kreiranje specifičnog proizvoda za izabrani segment ili segmente je u osnovi nastupa na tržištu specifičnih oblika turizma.

- ⦿ Na osnovu toga se može zaključiti da je strategija pozicioniranja ključna u marketing nastupu i komuniciranju sa izabranim segmentima.
- ⦿ U tom smislu potrebno je dati odgovore na sledeća pitanja:
 - Šta je važno za posmatrano tržište?
 - Kako posmatrano tržište doživljava posmatranu destinaciju?
 - Kako posmatrano tržište doživljava konkurenciju?
 - Koje attribute destinacija treba da iskoristi kako bi se razlikovala od drugih destinacija?