

PONUĐA GRČKE U PROGRAMIMA HRVATSKIH TURISTIČKIH AGENCIJA

Furač, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:382879>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVO

Petra Furač

**PONUDA GRČKE U PROGRAMIMA HRVATSKIH
TURISTIČKIH AGENCIJA**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, rujan 2023.

Petra Furač

**PONUĐA GRČKE U PROGRAMIMA HRVATSKIH
TURISTIČKIH AGENCIJA**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij Ugostiteljstvo

Kolegij: Poslovanje turističkih agencija

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, prof. v. š.

Matični broj studenta: 0618610089

Karlovac, rujan 2023.

SAŽETAK

Razvojem masovnog turizma te sve većom uporabom turističkih usluga, pojavila se potreba za turističkim agencijama koje danas predstavljaju važan segment na turističkom tržištu. Turističke agencije pružaju usluge vezane uz putovanja i turizam, a njihova glavna funkcija je organiziranje i prodaja turističkih ponuda. Upravo turističke agencije imaju ključnu ulogu u organiziranju i promicanju putovanja u Grčku, koja predstavlja jedno od najvažnijih turističkih odredišta u Europi još od 1970-ih. godina. Grčka svoju turističku ponudu temelji na prirodnim ljepotama, kulturnoj i povijesnoj baštini te ljepotama Mediterana.

Predmet ovog rada je analiza turističke ponude Grčke u hrvatskim turističkim agencijama. Cilj rada je pružiti pregled stanja turističke ponude Grčke te dati uvid u najnovije trendove u hrvatskim turističkim agencijama. U radu će se prikazati turističke ponude i atrakcije Grčke, analizirati kako se te ponude prezentiraju i prodaju te dati uvid u trendove i perspektive za njihov daljnji razvoj.

U istraživanju materijala za ovaj rad korištene su metode analize, komparacije i sinteze sekundarnih podataka. Teorijski dio rada se temelji na relevantnoj literaturi iz područja turizma i rada turističkih agencija te predstavljanju općih, ekonomskih i povijesnih obilježja Grčke. U praktičnom dijelu rada korišteni su dostupni podaci s internet stranica hrvatskih turističkih agencija koje nude turističke aranžmane za Grčku. Na temelju prikupljenih podataka, izneseni su zaključci o turističkoj ponudi Grčke u hrvatskim turističkim agencijama te prijedlozi za unapređenje njene prezentacije i promocije.

Ključne riječi: turizam, turistička agencija, turistička ponuda, Grčka

ABSTRACT

With the development of mass tourism and the increasing use of tourist services, there was a need for travel agencies, which today represent an important segment of the tourist market. Travel agencies provide services related to travel and tourism, and their main function is organizing and selling tourist offers. Travel agencies play a key role in organizing and promoting travel to Greece, which has been one of the most important tourist destinations in Europe since the 1970s. year. Greece bases its tourist offer on natural beauty, cultural and historical heritage, and the beauty of the Mediterranean.

The subject of this work is the analysis of the tourist offer of Greece in Croatian travel agencies. The aim of the work is to provide an overview of the state of the tourist offer in Greece and to give an insight into the latest trends in Croatian travel agencies. The paper will present the tourist offers and attractions of Greece, analyze how these offers are presented and sold, and provide insight into trends and perspectives for their further development.

In the research of the material for this work, methods of analysis, comparison and synthesis of secondary data were used. The theoretical part of the work is based on the relevant literature in the field of tourism and the work of travel agencies, as well as the presentation of the general, economic and historical characteristics of Greece. In the practical part of the work, available data from the websites of Croatian travel agencies that offer tourist arrangements for Greece were used. Based on the collected data, conclusions were made about the tourist offer of Greece in Croatian travel agencies and suggestions for improving its presentation and promotion.

Keywords: tourism, travel agency, tourist offer, Greece

SADRŽAJ:

1	UVOD.....	1
1.1	Predmet i cilj rada	1
1.2	Izvori podataka i metode prikupljanja podataka	1
1.3	Struktura rada	1
2	TURISTIČKO POSREDNIŠTVO.....	2
2.1	Pojmovno određenje turističkih agencija	2
2.2	Turističke agencije u svijetu.....	3
2.3	Turističke agencije u Hrvatskoj.....	4
2.4	Osnovne razlike turističkih agencija i turoperatora.....	5
3	OPĆE KARAKTERISTIKE GRČKE KAO TEMELJ TURISTIČKE ATRAKCIJE.....	6
3.1	Geografski položaj	6
3.2	Reljef.....	7
3.3	Klima.....	8
3.4	Makroekonomski pokazatelji Grčke	9
4	GRČKA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA.....	14
4.1	Vrste turizma u Grčkoj.....	14
4.1.1	Vjerski i kulturni turizam.....	14
4.1.2	Kongresni turizam.....	15
4.1.3	Nautički turizam.....	15
4.1.4	Wellness turizam.....	15
4.1.5	Sportski turizam	16
4.2	Glavne turističke destinacije Grčke.....	16
4.2.1	Atena	16
4.2.2	Kreta.....	17
4.2.3	Karpatos	17
4.2.4	Krf.....	18
4.2.5	Rodos	18
4.2.6	Santorini	19
4.2.7	Zakintos.....	19
4.2.8	Kefalonija.....	20
4.2.9	Lefkada	20

4.3	UNESCO-ova baština u Grčkoj	21
4.3.1	Hram Apolona Epikurijskog	21
4.3.2	Akropola u Ateni.....	22
4.3.3	Meteora	22
4.3.4	Arheološko nalazište Olimpija.....	23
4.3.5	Planina Atos	23
5	PONUĐA GRČKE U PROGRAMIMA HRVATSKIH TURISTIČKIH AGENCIJA ...	25
5.1	Agencija Integral Zagreb.....	26
5.1.1	Prikaz turističkog aranžmana na otok Rodos.....	28
5.2	Agencija Palma travel	29
5.2.1	Prikaz turističkog aranžmana na otok Santorini	30
5.3	Agencija Elisa Tours	31
5.3.1	Prikaz turističkog aranžmana na otok Kretu.....	32
5.4	SWOT analiza turističke ponude Grčke u hrvatskim turističkim agencijama	33
5.5	Dodatne mogućnosti razvoja turističke ponude Grčke	35
6	ZAKLJUČAK.....	37
	LITERATURA:	38
	POPIS ILUSTRACIJA:	40

1 UVOD

1.1 Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je analiza turističke ponude Grčke u hrvatskim turističkim agencijama. Cilj rada je pružiti pregled stanja turističke ponude Grčke te dati uvid u najnovije trendove u hrvatskim turističkim agencijama. U radu će se prikazati turističke ponude i atrakcije Grčke, analizirati kako se te ponude prezentiraju i prodaju te dati uvid u trendove i perspektive za njihov daljnji razvoj.

1.2 Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

U istraživanju materijala za ovaj rad korištene su metode analize, komparacije i sinteze sekundarnih podataka. Teorijski dio rada se temelji na relevantnoj literaturi iz područja turizma i rada turističkih agencija te predstavljanju općih, ekonomskih i povijesnih obilježja Grčke. U praktičnom dijelu rada korišteni su dostupni podaci s internet stranica hrvatskih turističkih agencija koje nude turističke aranžmane za Grčku. Na temelju prikupljenih podataka, izneseni su zaključci o turističkoj ponudi Grčke u hrvatskim turističkim agencijama te prijedlozi za unapređenje njene prezentacije i promocije.

1.3 Struktura rada

Ovaj rad započinje pojmovnim definiranjem turističke agencije. Slijedi prikaz općih karakteristika Grčke (reljef, klima i slično) gdje će se uz povijesni dio opisati i ekonomski položaj te zemlje. U sljedećem dijelu ovoga rada prikazat će se kako je Grčka iz doba Antike utjecala na današnji turizam i došla do statusa jedne od najpoželjnijih turističkih destinacija turista iz cijelog svijeta.

2 TURISTIČKO POSREDNIŠTVO

2.1 Pojmovno određenje turističkih agencija

Razvoj prometa u 19. stoljeću bio je ključan za nastanak turizma i putničke industrije. Izuzev prometa, drugi važan preduvjet je bio opći napredak čovječanstva te ekonomski razvoj koji je omogućio ljudima da zadovolje svoje želje i potrebe izvan osnovnih životnih potreba.¹

Razvojem turizma, došlo je do promjene u načinu zadovoljavanja potreba putnika. Dok su u početnoj fazi turisti samostalno ostvarivali svoje potrebe kroz izravan kontakt s prijevoznim, hotelskim i ugostiteljskim organizacijama, s vremenom je postala neophodna pomoć i posredovanje trećih strana. S rastom broja potrošača u turizmu, stvorene su široke mogućnosti za različite aktivnosti koje su postale osnova egzistencije i izvor prihoda u turističkom sektoru. Na tržištu turizma, razvila se posebna gospodarska organizacija čija je glavna uloga posredovati između pružatelja turističkih usluga i potrošača. Agencije u turizmu, točnije njihova aktivnost u posredovanju započela je prodajom karata za prijevoz putnika - najprije u željezničkom i brodskom, a kasnije se javljaju i u drugim vrstama prometa. S obzirom na svoju povezanost s putovanjima, dobila je naziv „putnička agencija“. Kada se turistička potreba proširila izvan same aktivnosti putovanja i uključila složenije turističke aktivnosti, naziv „putnička agencija“ više nije bio dovoljan. Ovaj razvoj je doveo do potrebe za odgovarajućom promjenom naziva te se od tada koristi naziv „turistička agencija“ kako bi se bolje odrazila šira i kompleksnija priroda turističkih usluga.²

Turizam je stvorio široke mogućnosti za niz aktivnosti kojima je turistički promet izvor dohotka i osnova egzistencije, a sve kako bi se zadovoljila potreba sve brojnijih potrošača. Pojavom masovnog turizma i razvitkom masovnog korištenja turističkih usluga značajnije se kreće govoriti o turističkim agencijama, čime se pridonosi značenju agencijskog poslovanja na suvremenom turističkom tržištu. Kada je riječ o organizaciji putovanja i boravka u inozemstvu, danas je nezamislivo da bi svaki turist stupao u izravni kontakt s brojnim hotelima, restoranima, s turističkim mjestima, raznovrsnim organizatorima putovanja i svim ostalim čimbenicima koji djeluju na turističku ponudu. Tu treba dodati i različite propise, devizne, carinske i druge čimbenike uz nepoznavanje običaja i jezika država. Zbog toga se javlja potražnja za posredničkom uslugom turističkih agencija.

¹ Vukonić, B. i sur.: **Turističke agencije**, Sveučilišna naklada, Zagreb, 2015., str. 16.

² Vukonić, B. i sur.: op. cit., str. 14.

Agencija je uvijek čvrsto vezana za turističko tržište i orijentirana prema njemu, a i turizam je jednim dijelom uvjetovan radom turističkih agencija. Stoga se može slobodno ustvrditi da je turistička agencija jedna od izrazitijih tvorevina odnosa na turističkom tržištu, a bit njezine egzistencije i djelovanja sadržan je u pružanju raznolikih usluga turistima odnosno turističkim potrošačima. Osim toga, valja dodati da je turistička agencija privredni organizam uslužnog karaktera, i to takav organizam koji pretežno na turističkom tržištu pronalazi interese za svoje usluge. Zato turističku agenciju svrstavamo u skupinu uslužnih gospodarskih organizacija, jer usluga prevladava u strukturi agencijskog „predmeta razmjene“.³

2.2 Turističke agencije u svijetu

Razvojem prometa u 19. stoljeću stvoreni su preduvjeti za razvoj turizma i putničkih agencije. Thomas Cook, čovjek koji je prvi shvatio masovnu mogućnost prijevoza, igra ključnu ulogu u povijesti putničke agencije. Ideja se rodila dok je organizirao kongres, pa je odlučio da sudionike preveze željeznicom. Prvo organizirano putovanje s unaprijed postavljenim programom dogodilo se 1841. kada je Cook uspostavio suradnju sa željezničkom kompanijom Midland, rezervirajući cijelu kompoziciju vlaka i pružajući posluživanje čaja. Ovo putovanje je označilo prvu organiziranu turističku akciju. Cook je ubrzo proširio svoje poslovanje, izdajući željezničke karte za kružne vožnje od 1847. i organizirajući putovanja po britanskom otoku. Cookova agencija je brzo napredovala, organizirajući posjete svjetskoj izložbi u Londonu 1851. i prva putovanja po Europi. Cook je bio inovator, uveo je vaučere za plovidbu Nilom, ali i organizirao prvo putovanje oko svijeta 1923.

Središte Cookova poslovanja bila je Engleska, no putničke agencije su se počele pojavljivati i izvan Europe. U SAD-u je „American Express Company“ najprije osnovana za ekspresni prijevoz robe i putnika, a tek pedeset godina kasnije, 1882., osnovana je njihova putnička agencija. Ova agencija je ostavila trajan utjecaj na razvoj putničkog agencijskog poslovanja, uvodeći prve putničke čekove i organizirajući putovanja oko svijeta.

Kroz povijest se vidi kako je Thomas Cook i njegova agencija igrali ključnu ulogu u oblikovanju modernog turizma i razvoju putničkog agencijskog poslovanja. S vremenom su se agencije širile diljem svijeta, utirući put za globalnu turističku industriju. Potaknut uspjehom prve turističke akcije, Cook je otvorio prvu putničku agenciju koja je svojim djelovanjem postavila temelje za daljnji razvoj putovanja i agencijskog poslovanja: po prvi puta je putnik na

³ Vukonić, B. i sur.: **Turističke agencije**, Mikrorad, Zagreb, 2003., str. 44

jednom mjestu mogao organizirati putovanje kupujući aranžman agencije. Nakon toga, došlo je do ekspanzije agencijskog poslovanja u turizmu u svim europskim zemljama.

2.3 Turističke agencije u Hrvatskoj

U odnosu na zemlje Zapadne Europe, razvoj turističkih agencija u Hrvatskoj tekao je nešto sporije te neujednačeno u svim krajevima države. Inicijativa za osnivanje prve domaće putničke agencije od strane Društva za promet stranaca u Zagrebu datira iz 1911. godine.⁴ Prva turistička agencija na ovim područjima je „Putnik“ osnovana je 1923. godine, a kasnije je decentralizirana te su se osnovale samostalne putničke agencije u Dubrovniku, Splitu, Zagrebu i Opatiji.⁵

Nakon završetka Drugog svjetskog rata, svaka agencija doživjela je veću teritorijalnu ekspanziju, što je rezultiralo širom mrežom poslovnica na teritoriju tadašnje Jugoslavije kod nekih hrvatskih agencija. Glavni ekonomski razlog za ovakvo širenje bio je relativno mala provizija koju su agencije dobivale od hotelskih organizacija za privlačenje stranih turista, a smanjivala se i devizna stimulacija. Stoga su agencije odlučile usmjeriti se na domaće goste i organizirati aranžmane za njih unutar zemlje i inozemstva.

Godine 1992. u Zagrebu je osnovana prva asocijacija turističkih agencija u Hrvatskoj, UHTA – Udruženje hrvatskih turističkih agencija, a potom su osnovane i Hrvatska udruga putničkih agencija te Udruga nezavisnih putničkih agenata (UNPAH). Nakon Domovinskog rada, sve te agencije, postale su članice nove strukovne udruge UHPA, Udruge hrvatskih putničkih agencija.⁶

S razvojem turističkog posredovanja, došlo je do potrebe za izradom zakonodavnog okvira djelovanja agencija te je tako 1993. godine donesen Zakon o turističkoj djelatnosti koji je propisao način rada agencija definirajući pritom osnovne usluge agencija i njihovih poslovnica. Trenutno važećim Zakonom o pružanju usluga u turizmu uređene su usluge u turizmu te načini i uvjeti za pružanje tih usluga. Zakonodavac je turistički agenciju definirao kao „trgovačko društvo, obrtnika ili njihovu organizacijsku jedinicu koji mogu pružati usluge kao trgovac, organizator ili prodavatelj, te organizirati, posredovati ili pružati druge usluge vezane uz putovanje i boravak turista.“⁷

⁴ Vukonić, B. i sur.: op. cit., str. 21.

⁵ Lucianović, L.: **Organizacija receptivnih turističkih agencija**, Sveučilište u Dubrovniku., Dubrovnik, 2004., str. 34.

⁶ Vukonić, B. i sur.: op. cit., str. 25 - 27.

⁷ **Zakon o pružanju usluga u turizmu** „Narodne novine“, 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21, čl. 7.

Danas, broj agencija i njihovih poslovnica u Hrvatskoj i dalje raste, a agencije su uglavnom usmjerene na domaće tržište, odnosno posredovanje u punjenju kapaciteta u hrvatskim turističkim destinacijama i gradovima. „Njihova aktivnost na tom planu vremenom se pretvara u klasičan oblik destinacijskog menadžmenta u kojem se agencije brinu za kulturna i ostala događanja u pojedinim destinacijama za vrijeme turističke sezone i razne druge oblike turističkog života“.⁸

2.4 Osnovne razlike turističkih agencija i turoperatora

Turistički posrednici su turističke agencije i turooperatori, a osnovna razlika između njih je što su turističke agencije zapravo „trgovci na malo“ u turizmu, a turooperatori „trgovci na veliko.“ Osim navedenog, postoje još neke karakteristike koje omogućuju jasnije razlikovanje između turističkih agencija i turoperatora, a odnose se na sadržaj njihove djelatnosti. Neke od osnovnih djelatnosti turističke agencije su formiranje turističke ponude i utjecaj na njezino formiranje, financijski aspekt i doprinos, povezivanje dionika, promicanje suradnje u turizmu, direktan kontakt s turistima koji doprinosi boljem razumijevanju turističke potražnje.

S druge strane, turooperatori su istovremeno organizatori, proizvođači i nositelji kompletnih programa. Oni zakupljuju velike količine ugostiteljskih, hotelskih i prijevoznih kapaciteta te drugih usluga koje služe zadovoljenju turističke potrebe, odnosno organizaciji turističkog aranžmana. Pritom preuzimaju rizik prodaje zakupljenih kapaciteta, ali ujedno i osiguravaju velik broj kapaciteta, stvarajući tako širok izbor te povoljniju cijenu potencijalnim korisnicima. Sukus poslovanja turoperatora svodi se na minimiziranje vlastitih troškova, što ujedno znači smanjenje prodajne cijene i što je moguće više korisnika aranžmana.⁹ Zaključno, može se reći da turističke agencije uglavnom pokrivaju tradicionalne turističke usluge, dok turooperatori imaju suvremeniji pristup poslovanju.

⁸ Vukonić, B. i sur.: op. cit., str. 28.

⁹ Vukonić, B. i sur.: op. cit., str. 80-81.

3 OPĆE KARAKTERISTIKE GRČKE KAO TEMELJ TURISTIČKE ATRAKCIJE

3.1 Geografski položaj

Grčka, službenog naziva Republika Grčka, s glavnim gradom Atenom, nalazi se na krajnjem jugu Balkanskog poluotoka. Na sjeverozapadu graniči s Albanijom, na sjeveru s Makedonijom i Bugarskom, a na sjeveroistoku s Turskom. Ima vrlo povoljan položaj s obzirom na to da ima izlaz na tri mora: Egejsko na istoku, Jonsko na zapadu i Sredozemno na jugu. Grčka se nalazi na strateškom geografskom položaju te povezuje Europu, Crno more i Bliski istok.¹⁰

Slika 1. Geografski položaj Grčke



Izvor: Portal Geografija, www.geografija.in.rs (13.06.2023.)

Službena administrativna podjela Grčke sastoji se od 13 regija (9 kopnenih i 4 otočne skupine), a koje su dalje podijeljene na 74 regionalne jedinice i 325 općina.¹¹

¹⁰ Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=23212> (21.07.2023.)

¹¹ Hellenic Statistical Authority, https://www.statistics.gr/news-announcements/-/asset_publisher/oj6VK3PQ0oCe/content/census2022 (17.6.2023.)

Slika 2. Grčke regije



Izvor: Wikipedia, www.hr.wikipedia.org (13.06.2023.)

3.2 Reljef

Reljef Grčke karakteriziraju planinski lanci te razvedena obala, a proteže se na 131.940 km². Približno četiri petine Grčke čine planine, većinom s vrhovima iznad 1.500 metara nadmorske visine. Najviši vrh Grčke je Olimp s 2.917 metara, a slijedi ga Smolikas s 2.637 metara. Smolikas je dio planinskog lanca Pindos koji je poznat kao oslonac ili „leđa“ Grčke. Tektonski pokreti i dalje uzrokuju potrese u ovoj regiji, a kao jedna od posljedica geološke nestabilnosti regije je raširena prisutnost mramora. Seizmički poremećaji ponekad su povezani s vulkanskim eksplozijama, a ona najpoznatija dogodila se u 2. tisućljeću prije Krista te je gotovo u potpunosti je uništila otok Santorini.

Niz planinskih lanaca koji se protežu sjeverozapad-jugoistok formira uske paralelne doline gdje su nekad bila jezera. Riječne ravni i uske obalne ravnine čine unutarnje nizine. Antička ili starogrčka civilizacija bila je poznata po svojim šumama, no danas su šume preostale samo na sjeveru Grčke, a česti požari svake godine unište oko 25.000 hektara.¹²

¹² Willett D., *Greece a Lonely Planet travel survival kit*, Lonely Planet, Australia, 1996., str. 39.

Slika 3. Reljef Grčke



Izvor: Interaktivna karta Grčke, www.hr.maps-greece.com (13.06.2023.)

Grčka se sastoji od poluotoka i broji više tisuća otoka od kojih je dvjestotinjak naseljeno. Kreta je najveći grčki otok, a od (turistički) poznatijih otoka ističu se još i Rhodos, Santorini, Zakintos, Krf, Mykonos i sl. U Grčkoj nijedno područje nije udaljenije više od 100 kilometara od mora.¹³

Grčke rijeke su većinom kratke, a protječu duboko usječenim riječnim dolinama, često kanjonskih obilježja, a na ušćima su plitke i stoga uglavnom nepogodne za plovidbu.¹⁴ Među najvećim rijekama Grčke spadaju one koje izvire u planinskom lancu Pindos, a to su Aheloos, Aliakmonas, Aoos i Arahthos.

3.3 Klima

Iako je veći dio Grčke pod utjecajem mediteranske klime, na zemlju utječu i hladna alpska klima te unutrašnja kontinentalna klima. Regije Sjeverna Makedonija i sjever Epirosa imaju klimu sličnu kao na Balkanu - umjerenu kontinentalnu koju karakteriziraju hladne i oštre zime te vrlo vruća i vlažna ljeta. Sve primorske lokacije poput poluotoka Attic, Cyclades,

¹³ Ibid.

¹⁴ Hrvatska enciklopedija, op. cit.

Dodcanese, Kreta te središnji i istočni Peloponez imaju tipičnu mediteransku klimu gdje su ljeta vruća i suha, a zime dosta blage. Alpska klima je prisutna u planinskim područjima i visokim nadmorskim dolinama u unutrašnjosti Grčke, a u zimskim razobljima najveće planine Peloponeza i Krete prekrivene su snijegom. Pindsko gorje klimatski dijeli istočnu od zapadne Grčke.¹⁵

Tijekom zimskih mjeseci odmor na otocima se ne preporučuje zbog jakog vjetera i oluja. Temperature na otocima se kreću od 8 do 15 °C, dok na kontinentalnom dijelu bude i hladnije. Dolaskom proljetnih mjeseci, smanjuje se i sezona kiše. Raspon temperature kreće se od 15 - 20 °C, dok s posljednjim proljetnim mjesecima temperatura prelazi 20 °C. Turistička sezona i započinje sredinom svibnja, kada su temperature dovoljno visoke, a temperatura mora iznosi oko 20 °C. Srpanj i kolovoz su najtopliji mjeseci u godini, a već tijekom srpnja temperature rastu do 35 °C, a na nekim mjestima na kopnu, zbog naleta toplinskog vala, bilježe se temperature do čak 45 °C. U kolovozu se nastavlja vrućina, koja je nešto izdržljivija zbog umjerenih vjetrova koji pušu s mora i donose svježinu. Maksimalne temperature mora ljeti iznose oko 26 °C. U prvoj polovici jeseni intenzivna vrućina se smanjuje pa se tako bilježi temperatura od 26 do 30 °C, dok je more i dalje zadržava ljetnu temperaturu. Sezona kupanja završava u drugoj polovici jeseni kada počinju vjetrovi i kiše.¹⁶

3.4 Makroekonomski pokazatelji Grčke

Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine Grčka ima 10.482.487 stanovnika, od čega 51,1% žena i 49,9% muškaraca, a prosječna dob iznosi 45,5 godina.¹⁷ Smještena je na raskrižju triju kontinenata te ima ključni geostrateški položaj koji je pozicionira kao regionalno središte za trgovinu, transport i distribuciju energije između Europe, Azije i Afrike. U kombinaciji s blagom klimom i raznolikim krajolikom, Grčka je također ključna destinacija u globalnom turizmu i važan proizvođač raznolikih poljoprivrednih proizvoda.

Kroz povijest, Grčku su često potresale dužničke krize pa je još u 4. stoljeću prije Krista 13 grčkih gradova - država posudilo sredstva, a većina njih nikad nije otplatila taj dug. Grčki Del je tada izgubio 80 posto posuđenog kapitala. Poljoprivreda je tada bila osnovni izvor prihoda, ali su posljednjih godina uslužni sektor i industrija preuzeli tu ulogu. U 2020. godini, najvažniji sektori grčkoga gospodarstva bili su veleprodaja i maloprodaja, promet, usluge

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Climate to travel – world travel guide, <https://www.climatestotravel.com/climate/greece> (23.06.2023.)

¹⁷ Hellenic Statistical Authority, op. cit

smještaja i prehrane (23,8 %), javna uprava, obrana, obrazovanje, djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (21,6 %) te poslovanje nekretninama (15,9 %) ¹⁸.

Grčka je postala članicom Europske ekonomske zajednice 1981. godine, od 2000. godine je članica schengenskog područja, a od 2001. godine službena valuta u državi je euro. ¹⁹ Oduvijek se smatrala ekonomski slabije razvijenom članicom, a svjetska financijska kriza 2007./2008. godine dodatno je pogoršala stanje u državi pa je vrijednost BDP-a s 354,4 milijarde USD (2008.) pala na 196,5 milijarda USD (2015.). Također, u 2015. godini, zbog nemogućnosti podmirivanja financijskih obveza te pregovora oko reprogramiranja i djelomičnog otpisivanja duga Grčke, došlo je i do krize unutar Europske unije, a politika štednje, reforma poreznoga i mirovinskoga sustava, dodatna privatizacija i dr. uzrokovali su u Grčkoj političke podjele i prosvjede. Nepovoljna gospodarska kretanja uzrokovala su i povećanje stope nezaposlenosti sa 7,8% (2008.) na 27,5% (2013.). U 2017. godini Grčka je zabilježila poboljšanje BDP-a i pad nezaposlenosti. Nezavršene ekonomske reforme, masovan problem zajmova koji ne ispunjavaju uvjete i stalna neizvjesnost u vezi s političkim smjerom zemlje kontinuirano usporavaju i koče razvoj gospodarstva. ²⁰

U 2021. godini BDP u tekućim cijenama iznosio je 216,2 milijarde USD, dok je BDP po stanovniku iznosio 20.277 USD. Najveći udio u BDP-u imaju uslužni sektor, (67,5%), industrija (15,9%) i poljoprivreda (3,9%,). Što se tiče uslužnog sektora, najvažniji je turizam koji čini 18 % BDP-a, dok su u industriji najznačajnije djelatnosti prerada hrane i duhana, brodogradnja, rudarstvo, proizvodnja tekstila, kemikalija i metala te rafinerije nafte. Upravo prihodi od turizma i brodogradnje najviše sudjeluju u pokrivanju grčkog deficita koji iznosi 171,3 % BDP-a. Iz Tablice 1. vidljivo je da je realni rast BDP-a u 2021. godini iznosio 8,3%, dok je izmjerena inflacija u navedenoj godini iznosila 1,2%, a stopa nezaposlenosti 14,8%. ²¹

¹⁸ Službene stranice Europske unije, https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/greece_hr (23.6.2023.)

¹⁹ Ibid

²⁰ Hrvatska enciklopedija, op. cit.

²¹ Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, <https://mvep.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/strana-trzista/244658?country=41> (23.6.2023.)

Tablica 1. **Osnovni makroekonomski pokazatelji Grčke po godinama**

	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
BDP, tekuće cijene (milijarde USD)	200,1	212,2	205,3	189,4	216,2
BDP po stanovniku (u USD)	18.608	19.775	19.150	17.676	20.277
Realni rast BDP-a (%)	1,3	1,6	1,9	-8,3	8,3
Inflacija (%)	1,1	0,6	0,3	-1,3	1,2
Nezaposlenost (%)	21,5	19,3	17,3	16,9	14,8

Izvor: Službene stranice Ministarstva vanjskih i europskih poslova, www.mvpep.gov.hr (23.6.2023.)

U Europskoj uniji Grčka je među vodećim proizvođačima pamuka, riže, maslina, smokava, badema, lubenica i dr. Uz prehrambenu industriju znatna je proizvodnja tekstila, duhana, cementa, naftnih derivata, kemikalija, a važna su i metalna industrija i brodogradnja. Trgovačka mornarica pod grčkom zastavom globalno je među većima, a 2017. godine obuhvaćala je 4% od ukupne brodske tonaže u svijetu. Razvijeno je rudarstvo, s važnim zalihama boksita, lignita i drugih sirovina.²²

Najznačajnije zemlje izvoza su Italija (10%), Njemačka (7%), Cipar (6%), Turska (5%) i Bugarska (5%). Vrijednost izvoza ostvarenoga 2021. godine iznosila je 87,4 milijarda USD, a uvoza 102,4 milijarde USD. Najviše se izvozi hrana, piće, naftni derivati, kemikalije i tekstil, dok u uvozu prevladavaju strojevi i industrijska oprema, vozila, nafta, kemikalije i dr.

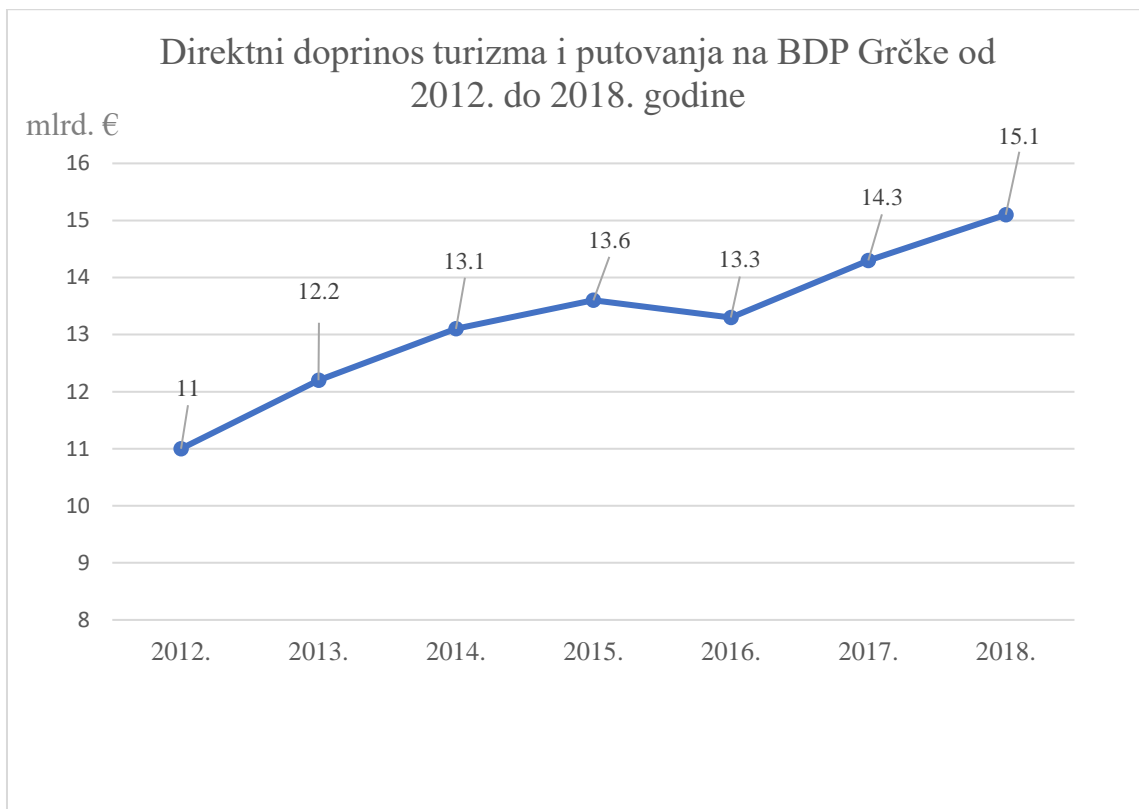
Ubrzani razvoj turizma u Grčkoj započeo je tijekom 1960-ih i 1970-ih godina. U tom razdoblju, intenzivna izgradnja hotela i drugih turističkih objekata privukla je sve veći broj međunarodnih posjetitelja u zemlju. Nakon toga, događaji poput Ljetnih olimpijskih igara 2004. i Eurovizije 2006. u Ateni igrali su ključnu ulogu u promociji Grčke kao turističke destinacije. Kulturna infrastruktura također je pridonijela povećanju turističkog prometa.

Turizam je postao vitalni sektor grčkog gospodarstva, čineći značajan udio, čak petinu, ukupne ekonomije. Iz Grafikona 1. vidljiv je kontinuiran rast doprinosa od turizma i putovanja na BDP Grčke, koje je 2018. godine iznosio 14,3 milijarde eura, a procjenjuje se da će do 2028. godine iznositi 21,3 milijarde eura.²³

²² Ibid

²³ Statista, Direct travel and tourism GDP contribution Greece 2012-2028, <https://www.statista.com/statistics/644569/direct-travel-and-tourism-gdp-contribution-greece/> (23.6.2023.)

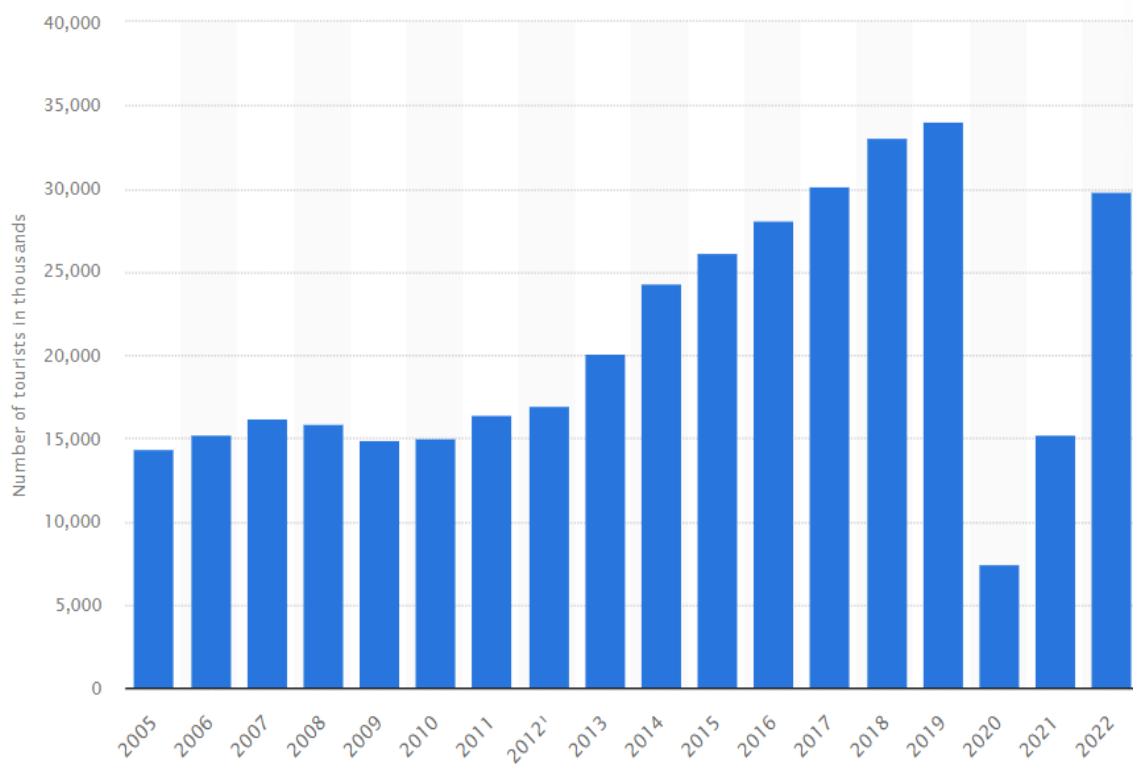
Grafikon 1. Direktan doprinos turizma BDP-u Grčke



Izvor: vlastita izrada temeljem podataka preuzetih sa službene statističke stranice Statista:
<https://www.statista.com> (23.6.2023.)

Iz Grafikona 2. vidljivo je da se broj turista u Grčkoj gotovo udvostručio 2022. godine u odnosu na prethodnu godinu, nakon dramatičnog pada s početkom pandemije koronavirusa (COVID-19). Tako je Grčku 2022. godine posjetilo nešto manje od 30 milijuna turista, što unatoč rapidnom godišnjem porastu u odnosu na pandemijske godine, i dalje ispod rekorda iz 2019. godine kada je tu zemlju posjetilo više od 34 milijuna turista.

Grafikon 2. Broj turista u Grčkoj u razdoblju 2005. - 2022.



Izvor: Statista, <https://www.statista.com> (23.06.2023.)

4 GRČKA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Grčka je glavno turističko odredište i atrakcija u Europi zbog svoje bogate kulture i povijesti, a osobito zbog 18 mjesta koja su na listi UNESCO-ve svjetske baštine. Grčka se može pohvaliti svojim mnogobrojnim otocima i pješćanim plažama, drevnim arheološkim lokalitetima te pogodnom mediteranskom klimom. Zemlja je to s bogatom kulturom i povijesti te spada među najposjećenije turističke destinacije svijeta. Ova prelijepa zemlja datira svojim uređenim sustavom iz pretpovijesti, a u njoj su se izmjenjivale minojska, mikenska i helenska kultura koje su utjecale na razvoj zemlje.²⁴ Glavne prirodne atrakcije Grčke su oko 16.000 km obale i 2.500 otoka, prosječno 300 sunčanih dana godišnje, jedinstven biljni i životinjski svijet te klima s blagim zimama i vrućim ljetima. Glavne kulturne atrakcije baština su grčke civilizacije s približno 25.000 registriranih i zaštićenih spomenika, arheoloških nalazišta te muzeja i oko 500 tipičnih tradicionalnih sela.²⁵ Grčka turistička infrastruktura, osobito u popularnim turističkim destinacijama, dobro je razvijena, ali i dalje je turistička sezona uglavnom vezana na ljetne mjesece. Plan grčke vlade je proširiti turističku ponudu kako bi se Grčka pozicionirala kao cjelogodišnju destinaciju.²⁶ Za turizam u Grčkoj zadužena je nacionalna turistička organizacija (The Greek National Tourism Organization - GNTO) koja djeluje pod nadzorom Ministarstva kulture i turizma.

4.1 Vrste turizma u Grčkoj

4.1.1 Vjerski i kulturni turizam

Cilj kulturnog turizma je zadovoljavanje kulturne potrebe turista poput upoznavanja kulturne baštine, umjetnosti i kulture života i rada naroda na posjećivanom turističkom području, dok je vjerski turizam posljedica religiozne motiviranosti čovjeka te obuhvaća hodočašća, posjete vjerskim svetištima i sl.²⁷ Grčka je jedna od najbogatijih zemalja u Europi po kulturno-vjerskim spomenicima i povijesnom značaju. Kao što je prethodno spomenuto, ima ukupno 18 mjesta svjetske baštine pod zaštitom UNESCO-a te niz muzeja, spomenika i mjesta

²⁴ Wish.hr, <https://www.wish.hr/grcka-boginja-azurnog-mora-i-plavetnog-neba/> (23.06.2023.)

²⁵ Buhalis D.: Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 2001., str. 449.

²⁶ Gros, D.: Calypso study on social tourism – Greece, European Commission, 2010.

²⁷ Hrvatska gospodarska komora, <https://www.hgk.hr/documents/007-jasminka-ana-modric-vjerski-turizam5bb8ffc60d050.pdf> (23.06.2023.)

od povijesnog ili vjerskog značaja. Posljednjih godina, posebno se razvija vjerski turizam i hodočašća, osobito u područje Meteore i Svete Gore.²⁸

4.1.2 Kongresni turizam

Kongresni turizam je specifična vrsta turizam u kojemu glavni motiv putovanja ne predstavlja odmor, već sudjelovanje na različitim sastancima, konferencijama i susretima. Zbog bogate kulture, umjetnosti, znanosti, ali i izvrsne infrastrukture, Grčka se pozicionirala visoko na listi mjesta za kongresni turizam, koji predstavlja temelj nacionalne turističke politike. Također, grčka vlada je prepoznala važnost istog te nudi unosne novčane dotacije, subvencije za zapošljavanje i porezne olakšice za uspostavljanje novih konferencijskih sadržaja i širenje postojećih.²⁹

4.1.3 Nautički turizam

„Nautički turizam je gospodarska djelatnost koja se zasniva na sadržajima vezanima uz turističku i rekreativnu plovidbu morem, rijekama i jezerima. Važniji čimbenici nautičkoga turizma su prometna i komunalna infrastruktura luka, proizvodnja turističkih plovila i opreme te iznajmljivanje plovila.“³⁰ Od antičkih vremena Grčka je pomorska zemlja, a zbog svoje jedinstvene obale i otoka i danas je popularno odredište za nautički turizam. Gotovo svako mjesto uz obalu posjeduje svoje privezište, marinu ili ostalu luka nautičkog turizma te danas zemlja broji 63 marine s više od 12.000 vezova, što trenutno ne zadovoljava potrebe na tržištu. Jedan od grčkih strateških ciljeva je razvoj i izgradnja nautičke infrastrukture, a trenutno se planira izgradnja još tridesetak marina i 24 sidrišta.³¹

4.1.4 Wellness turizam

Wellness turizam se odnosi se na turistička putovanja motivirana željom za postizanjem tjelesne i duhovne ravnoteže organiziranom provedbom zdravstveno-preventivnih i ljekovitih

²⁸ Enterprise Greece, <https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism> (23.06.2023.)

²⁹ Vasiliki, D. & Tsalavoutas, D.: Economic Development and Congress Tourism: How Could Greece be a Pole of Attraction. **Journal of Regional & Socio-Economic Issues** 5(3), 2015., str. 11.

³⁰ Hrvatska tehnička enciklopedija, <https://tehnika.lzmk.hr/nauticki-turizam/> (23.06.2023.)

³¹ Greek Marinas Association, <https://greek-marinas.gr> (23.06.2023.)

programa u svrhu prevencije bolesti, očuvanja ili promicanja zdravlja.³² Grčka ima 7 termalnih izvora, a upravo je termalni turizam bio jedan od najranijih oblika turizma u starom svijetu. Termalni turizam postao je posebno rasprostranjen u 1960-im i 1970-im godinama, dok je 1980-ih bio široko podržan programom socijalnog turizma, u sklopu kojeg su se subvencionirali dio troškovi korištenja termalnih izvora za pojedine kategorije posjetioaca. Međutim, danas postoji hitna potreba za obnovom, restauracijom i podizanjem ovih kupališta prema suvremenim standardima.

4.1.5 Sportski turizam

Sportski turizam brzo je rastuća niša u industriji putovanja/turizma. Sve više turista zainteresirano je za sportske aktivnosti tijekom putovanja bez obzira je li sport glavni cilj putovanja ili ne. Sportski turizam je održiv put za povećanje potrošnje posjetitelja i promicanje lokalnih atrakcija turističkih odredišta. Grčka ima veliku komparativnu prednost u ovom području jer nudi beskrajne mogućnosti za sportske i terenske aktivnosti, kao što su planinarenje, penjanje, trekking, brdski biciklizam, istraživanje spilja, prelazak kanjona, jahanje, golf, skijanje, snowboarding itd.³³

4.2 Glavne turističke destinacije Grčke

4.2.1 Atena

Atena, kao prijestolnica i političko, kulturno te industrijsko središte Grčke, smatra se jednim od najslavnijih gradova na svijetu i isto tako najstarijom zabilježenom demokracijom. Poznata kao kolijevka europske civilizacije, ovaj grad je omiljena destinacija svih zaljubljenika u mitologiju. Grad je dobio ime prema grčkoj boginji civilizacije, mudrosti i snage, Ateni, što je dovelo do toga da je u antici bio središte znanosti i umjetnosti. Posjetitelji zaista imaju mnogo toga za vidjeti u ovom antičkom grčkom gradu, domovini Sokrata i Platona: od povijesne četvrti Plake do trga Monastiraki, Nacionalnih vrtova, Bizantskog muzeja i muzeja Benaki. Najpoznatija dio Atene je Akropola, gornji grad koji je priznat kao jedan od najboljih primjera klasične grčke umjetnosti i arhitekture. Na Akropoli se nalazi i impresivan simbol Atene, hram

³² Halbert D., High level wellness for man and society, *American Journal of Public Health*. 49(6), 1959., str.

37

³³ Enterprise Greece, *ibid*.

Partenon, posvećen upravo boginji Ateni. U podnožju Akropole nalazi se povijesna Agora - tržnica i srce antičke Atene. Nasuprot Agore, nalazi se Olimp, posvećen Zeusu, nekada najveći hram u cijeloj Grčkoj.³⁴

Danas je Atena najvažnije grčko industrijsko središte s izrazito razvijenom tekstilnom, kemijskom, farmaceutskom, elektrotehničkom, prehrambenom i kožarskom industrijom, proizvodnjom papira, keramičkih proizvoda, alkoholnih pića i tiskarstvom, a ima i iznimno važnu ulogu u grčkom turizmu, trgovini i bankarstvu, te je isto tako važno prometno čvorište i međunarodna zračna luka.³⁵

4.2.2 Kreta

Otok Kreta, smješten u južnom dijelu Egejskog mora, predstavlja najveći grčki otok te se ističe kao jedna od najpoznatijih i najposjećenijih turističkih destinacija u Grčkoj. Kreta nudi bogato povijesno nasljeđe, prekrasne plaže, raznoliku prirodu i živopisne gradove, čime pruža sveobuhvatno iskustvo za posjetitelje. Povijest Krete seže unatrag tisućama godina, a otok je poznat kao kolijevka minojske civilizacije, jedne od najranijih europskih kultura. Arheološki lokaliteti poput Knososa svjedoče o ovoj drevnoj prošlosti. U Arheološkom muzeju grada Herakliona nalaze se mnogi artefakati i predmeta koji ilustriraju minojsku kulturu. Gradovi poput Herakliona, Hane i Rethymna odražavaju mješavinu povijesti i suvremenog života. Srednjovjekovne četvrti, luke, trgovine i restorani stvaraju jedinstvenu atmosferu. Kretske noćni život također je bogat, s brojnim barovima, klubovima i tradicionalnim tavernama.³⁶

4.2.3 Karpatos

Karpatos, otok smješten u južnom dijelu Egejskog mora, predstavlja važnu turističku destinaciju koja obuhvaća niz atrakcija za posjetitelje s različitim interesima. Geografski gledano, Karpatos se ističe svojom raznolikošću pejzaža: od netaknutih pješčanih plaža s kristalno čistim morem do strmih stijena koje se uzdižu iznad obale. Plaže poput Apelle i Lefkosa posebno se ističu svojim prirodnim ljepotama, pružajući idealno okruženje za opuštanje i uživanje u suncu. Glavni grad Pigadia impresionira svojim šarenim kućama, uskim ulicama i šarmantnim trgovinama. Centralna tvrđava ostatak je burnih povijesnih perioda otoka.

³⁴Athens, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/mainland/attica/athens/> (23.06.2023.)

³⁵Hrvatska enciklopedija, op. cit.

³⁶Crete, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/crete/> (23.06.2023.)

Također, autentična sela poput Olymbosa doprinose bogatstvu kulture svojim tradicionalnim strukturama i običajima. Otok je poznat po gostoljubivosti i spremnosti da podijeli svoje kulturne običaje i priče s gostima. Karpatos je turistička destinacija koja uravnotežuje aspekte opuštanja, istraživanja i bogatu kulturnu baštinu. Jedinstvena kombinacija prirodnih ljepota, povijesnog naslijeđa i lokalnog šarma čini ga nezaobilaznim odredištem za putnike koji žele doživjeti autentično iskustvo grčkih otoka.³⁷

4.2.4 Krf

Otok Krf, poznat i kao Korfu, smješten na sjeverozapadu Grčke u Jonskom moru, predstavlja iznimno popularnu turističku atrakciju koja se odlikuje bogatstvom prirodnih ljepota, povijesnim nasljeđem te živopisnim krajolikom. Krf se izdvaja svojim prekrasnim obalama i plažama. Pješčane i šljunčane plaže s kristalno čistim morem privlače posjetitelje diljem svijeta. Paleokastritsa, Agios Gordios i Glyfada su samo neke od plaža koje oduševljavaju svojom ljepotom i sadržajem. Povijesno nasljeđe Krfa ostavlja snažan utisak. Stari grad Krfa, često nazivan i Venecijom Jonskog mora, obiluje uskim uličicama, šarenim kućama i utverdama. Starogradske zgrade i trgovi, poput Spianade, svjedoče o utjecajima različitih kultura koje su oblikovale otok tijekom povijesti. Dvorce poput dvorca Anhialos i starogradska tvrđava također čine važan dio kulturnog naslijeđa. Godine 1917. upravo na ovom otoku potpisana je Krfska deklaracija kojom je nastala Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca.³⁸ Otok Krf predstavlja turističku destinaciju koja spaja prirodne ljepote, povijest, kulturu i aktivnosti na jedinstven način. Ovaj otok nudi bogatstvo iskustava za sve vrste turista, bilo da traže opuštanje na plaži, istraživanje kulturne baštine ili aktivnosti na otvorenom.³⁹

4.2.5 Rodos

Otok Rodos, lociran u južnom dijelu Egejskog mora, predstavlja prominentno turističko odredište koje kombinira povijesno nasljeđe, slikovite plaže i raznoliku aktivnost. Povijesno nasljeđe Rodosa iznimno je bogato. Grad Rodos, koji se nalazi na sjevernom dijelu otoka, nekada je bio sjedište vitezova templara, čiji se utjecaj i tragovi mogu vidjeti i danas. Plaže na Rodosu su spektakularne i raznolike. Od pješčanih do šljunčanih plaža, obale Rodosa pružaju

³⁷ Karpathos, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/dodecanese/karpathos/> (23.06.2023.)

³⁸ Krfske deklaracija, Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=33940> (23.06.2023.)

³⁹ Corfu, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/ionian-islands/corfu/> (23.06.2023.)

razne opcije za uživanje u sunčanim radostima i čistom moru. Faliraki, Tsambika i Elli plaža samo su neke od poznatih plaža na otoku. Otok je također poznat po noćnom životu, dok bogata gastronomska ponuda omogućava kušanje tipičnih grčkih jela. Kulturni događaji dodatno obogaćuju boravak posjetiteljima. Rodos je sveobuhvatno odredište koje zadovoljava različite interese posjetitelja.⁴⁰

4.2.6 Santorini

Otok Santorini, smješten je u Egejskom moru i predstavlja vulkanski arhipelag s jedinstvenim prirodnim i kulturnim obilježjima. Povijesno nasljeđe otoka vezano je za antičku prošlost minojske kulture, a povijesni tragovi sugeriraju povezanost s legendom o Atlantidi. Santorini se ističe prepoznatljivom arhitekturom koja obuhvaća kuće s bijelim zidovima i plavim kupolama, stvarajući slikoviti kontrast s vulkanskim krajolikom. Glavni grad, Fira i gradić Oia oblikuju kulturni epicentar otoka s uskim ulicama i spektakularnim panoramama Egejskog mora. Plaže poput Kamarija i Perisse karakteriziraju crno vulkansko tlo, dok plaže Red Beach i White Beach pružaju izvanredne krajolike zbog svojih crvenih i bijelih stijena. Otok je također poznat po impresivnim klifovima i vulkanskim kraterima koji dodatno obogaćuju geomorfološki profil. Santorini je iznimno atraktivno odredište koje objedinjuje prirodne ljepote, kulturu i jedinstvenu arhitekturu. Od povijesnih artefakata i vulkanskih fenomena do jedinstvenih pogleda i enogastronomske raznolikosti, otok pruža vrhunsko iskustvo za turiste željne istraživanja.⁴¹

4.2.7 Zakintos

Zakintos, poznat i kao Zante, izdvaja se kao treći po veličini otok u Jonskom moru i iznimno je popularna turistička destinacija koja privlači turiste širom svijeta. Otok je spoj prirodne raznolikosti, kulturne baštine i turističkih atrakcija koje sežu unatrag tisućama godina. Jedan od najupečatljivijih prirodnih fenomena na Zakintosu je Navagio plaža, poznata i kao Shipwreck plaža, nazvana tako po olupini broda iz 1980-ih godina, koja se izdiže iznad čistog mora i bijelog pijeska. Kultura i povijest Zakintosa duboko su ukorijenjeni u otoku. Crkva Sv. Dionizija, zaštitnika otoka, predstavlja vjerski epicentar. Povijesni ostaci, kao što su dvorci i arheološki nalazi, svjedoče o mnoštvu civilizacija koje su oblikovale identitet otoka kroz

⁴⁰ Rhodes, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/dodecanese/rhodes/> (23.06.2023.)

⁴¹ Santorini, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/cyclades/santorini/> (23.06.2023.)

stoljeća. U turističkom smislu, Zakintos nudi raznolike mogućnosti: plaže poput Laganas, Kalamaki i Gerakas nude sunčanje i opuštanje, dok su plaže kao što su Navagio i Xigia savršene za istraživanje i ronjenje. Turističke agencije često nude izlete brodom oko otoka, pružajući turistima priliku da istraže obalu. Zakintos je destinacija koja uspješno povezuje opuštanje, avanturu i kulturno istraživanje, pružajući raznoliku ponudu koja odgovara različitim preferencijama i interesima posjetitelja.⁴²

4.2.8 Kefalonija

Kefalonija je najveći otok u Jonskom moru, a ističe se svojom prirodnom ljepotom, kulturnim nasljeđem i raznolikim turističkim atrakcijama. Kefaloniju karakterizira raznoliki prirodni krajolik koji obuhvaća zelene šume, planinske masive i obale. Svjetionik Agios Gerasimos pruža nevjerojatne poglede na okolne pejzaže. Jedna od poznatijih je Myrtoš plaža koja se izdvaja svojom očaravajućom kombinacijom tirkiznog mora i bijelog šljunka. Lokalni muzeji i arheološka nalazišta, poput Rimskih kupelji i Agios Andreas Roman Villas, pružaju uvid u bogatu povijest otoka. Šarenilo arhitekture, s venecijanskim i britanskim utjecajem, očituje se u slikovitim selima poput Fiskarda. Tijekom cijele godine, u Kefaloniji se održavaju brojne manifestacije i festivali koji turistima pružaju priliku za upoznavanje lokalnog života i kulturu. Vjerske i kulturne proslave, kao i sportski događaji, doprinose bogatstvu iskustava za posjetitelje. Savršena ravnoteža između prirodnih ljepota, kulturne baštine i raznolike ponude aktivnosti čini Kefaloniju destinacijom za različite kategorije turista.⁴³

4.2.9 Lefkada

Lefkada, poznata i kao Lefkas, otok je u Jonskom moru poznat po svojim prirodnom ljepotom, čistim plažama, tirkiznom moru i bogatom kulturnom baštinom. Ono što čini Lefkadu jedinstvenom je činjenica da je otok mostom povezan s kopnom, što omogućuje lakše putovanje i istraživanje obližnjih atrakcija. Otok je privlačna destinacija za turiste koji žele istražiti raznovrsne krajolike, uživati u vodenim aktivnostima i doživjeti autentični grčki način života. Lefkada se može pohvaliti nekim od najljepših plaža u Grčkoj. Porto Katsiki, plaža s bijelim šljunkom i strmim stijenama, često se nalazi na popisima najljepših svjetskih plaža. Lefkada je odlično mjesto za ljubitelje vodenih sportova, jer je poznata po idealnim vjetrovima za

⁴² Zakynthos, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/ionian-islands/zakynthos/> (19.7.2023.)

⁴³ Kefalonia, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/blog/travel-tips/960/must-see-kefalonia/> (19.7.2023.)

windsurfing i kitesurfing, posebno na plaži Vasiliki. U unutrašnjosti otoka nalaze se zelena brda i planine, gdje turisti mogu planinariti i pješaćiti. Tijekom ljeta, Lefkada se pretvara u mjesto u kojem se održavaju razni festivali, koncerti i kulturna događanja, a jedan od najpoznatijih je „Lefkas International Folklore Festival“ na kojem se prikazuje kulturna i glazbena tradicija grupa iz cijelog svijeta.⁴⁴

4.3 UNESCO-ova baština u Grčkoj

Grčka se ponosi bogatim nasljeđem koje je prepoznato kao iznimno važno i vrijedno za cijelu svjetsku kulturnu baštinu. UNESCO, organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu, proglasila je 18 lokaliteta u Grčkoj svjetskom baštinom zbog njihove izvanredne kulturne, povijesne i prirodne važnosti. Prvi spomenik u Grčkoj koji je uvršten na UNESCO-ov popis bio je hram Apolona Epikurijskog na Peloponezu 1986. godine. Ostala su arheološko nalazište Akropola u Ateni, arheološko nalazište Aigai u Vergini, Stari grad u Krfu, Manastiri Daphni - Hosios Loukas i Nea Moni od Chiosa, Delos, arheološko nalazište Delphi, Meteora, planina Atos, arheološka nalazišta Mycenae i Tiryns, arheološko nalazište Mystras, arheološko nalazište Olimpija, povijesni centar otoka Pátmos (Chorá) sa samostanom Sv. Ivana i Apokalipse, arheološko nalazište Philippi, Pitagoreion i Heraion od Samosa, srednjovjekovni grad Rhodes, Svetište Asklepios u Epidaurusu te Solunski paleo-kršćanski i bizantski spomenici.⁴⁵

4.3.1 Hram Apolona Epikurijskog

Hram je upisan je kao prvi lokalitet na popis UNESCO-ve svjetske baštine, a nalazi se na Peloponezu. Hram u sadašnjem obliku sagrađen je između 420. i 400. godine prije Krista. Arheolozi su uvjereni da se ispod njegovih temelja nalazi još drevniji hram, vjerojatno iz 7. stoljeća prije Krista. Ovaj “novi” hram, jedinstven spomenik vještina arhitekta Iktina koji ga je izgradio, u svojoj strukturi utjelovljuje cjelokupno bogatstvo arhitektonskog znanja grčke

⁴⁴ Lefkada, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/islands/ionian-islands/lefkada/> (19.07.2023.)

⁴⁵ World Heritage Sites UNESCO, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/experiences/culture/archaeological-sites-and-monuments/unesco-world-heritage-sites/> (19.07.2023.)

civilizacije. Hram je posvećen Apolu, bogu sunca i lječenja. Smatra se jednim od najbolje očuvanih arhitektonskih građevina.⁴⁶

4.3.2 Akropola u Ateni

Akropola u Ateni je najveći arheološki i umjetnički kompleks zgrada, koji slovi kao najprepoznatljivije mjesto u Grčkoj. Akropola na grčkom jeziku znači „grad na visokom mjestu“. Kompleks je sagrađen u 5. stoljeću prije Krista i posvećen boginji Ateni. To je jedno od najvažnijih arheoloških nalazišta u svijetu i simbol antičke grčke civilizacije te klasične umjetnosti i arhitekture. Nalazi se na visini od oko 150 metara iznad razine mora, pružajući impozantan pogled na grad i okolicu. Akropola je i dalje podvrgnuta konzervatorskim radovima kako bi se očuvala i zaštitila od erozije i zagađenja.

Najznačajniji hram na Akropoli je Partenon, koji se često smatra vrhuncem klasične grčke umjetnosti, a posvećen grčkoj božici mudrosti i ratne vještine, Ateni. Originalne skulpture su s vremenom izgubljene ili oštećene, no mnoge su replike i fragmenti sačuvani i izloženi u različitim muzejima. Osim Partenona, na Akropoli se nalaze i drugi značajni hramovi i građevine kao što su Propilaja, Erichtheon te hram Atene Nike. Mjesta su to s kojih se počela pojavljivati filozofija i sloboda govora. Tijekom turističke sezone Akropolu posjeti oko 10.000 posjetitelja dnevno.⁴⁷

4.3.3 Meteora

Jedan od najznačajnijih svjetskih spomenika pod zaštitom UNESCO-a, opisan kao „sačuvani i zaštićeni dragulj čovječanstva“, Meteora, predstavlja ključno monaško središte u Grčkoj. Prvi pustinjaci su pristupili ovom mjestu tijekom 11. stoljeća. No, pravi procvat Meteore kao samostanskog središta dogodio se između 13. i 14. stoljeća, kada su mnogi stanovnici obližnjih područja prihvatili monaški način života. U prošlosti je jedini put do samostana na Meteori bio strmi uspon koji je predstavljao potragu za izolacijom i dubokim duhovnim iskustvom. I danas se taj uspon doživljava kao nekonvencionalna aktivnost i najbolji

⁴⁶ Temple of Apollo Epicurius at Bassae, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/experiences/culture/archaeological-sites-and-monuments/temple-of-apollo-epicurius-at-bassae/> (19.07.2023.)

⁴⁷ Acropolis of Athens, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/experiences/culture/archaeological-sites-and-monuments/acropolis-of-athens/> (23.07.2023.)

način da se uživa u jedinstvenom krajoliku. Danas postoje stepenice uklesane u stijenama koje većina posjetitelja koristi kako bi došla do vrha.⁴⁸

4.3.4 Arheološko nalazište Olimpija

Na zapadnom Peloponezu nalazi se najslavnije svetište antičke Grčke koje je posvećeno Zeusu, ocu bogova, ujedno i najvažnije vjersko te sportsko središte u Grčkoj. Središnji dio arheološkog nalazišta je stadion, građevina u kojoj su se održavale trke i natjecanja, a mogla je ugostiti 40.000 gledatelja. Upravo tamo su se održavale Olimpijske igre, najvažniji sportski događaj u staroj Grčkoj, koji nije bio samo natjecanje, već i izraz vjere i jedinstva grčkog svijeta. Igre su se održavale od 776. prije Krista do 393. nakon Krista, kada je Rimski car Teodozije zabranio održavanje poganskih festivala. Zanimljivo je da se i danas Olimpijske igre otvaraju ceremonijom paljenja olimpijske baklje u antičkoj Olimpiji. Baklja se zatim prenosi širom svijeta prije nego što stigne na odredište Olimpijskih igara.

Hram Zeusa, poznat i kao Hram Olimpije, bio je centralno svetište Olimpijskih igara. U njemu se nalazila statua Zeusa, jedno od sedam čuda antičkog svijeta. Na nalazištu se nalazi i Arheološki muzej Olimpije koji sadrži impresivnu kolekciju artefakata iz antičkog vremena, koje uključuju kipove, skulpture, keramiku i druge umjetničke predmete. UNESCO ističe da vjerojatno ne postoji drevno arheološko nalazište bilo gdje u svijetu relevantnije u današnjem svijetu od Olimpije.⁴⁹

4.3.5 Planina Atos

Planina Atos, poznata i kao Sveta Gora, smještena je na poluotoku Halkidiki u sjevernoj Grčkoj. Ova planina je važno vjersko i kulturno središte pravoslavnog kršćanstva i jedno od najstarijih naseljenih područja Europe. Sveta Gora Atos je autonomna monaška zajednica koja je posebno poznata po svojim pravoslavnim manastirima i samostanima. Manastiri na Svetoj Gori datiraju još iz bizantskog razdoblja i predstavljaju arhitektonske bisere s različitim freskama, ikonama i svetim relikvijama. Za posjetitelje i hodočasnike postoje određena pravila i restrikcije pristupa Svetoj Gori Atos zbog njezinog svetog značaja. Samo muškarcima je

⁴⁸ Meteora Monasteries, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/experiences/religious-tourism/monasteries/meteora-monasteries/> (23.07.2023.)

⁴⁹ Archaeological Site of Olympia, Visit Greece, <https://www.visitgreece.gr/experiences/culture/archaeological-sites-and-monuments/archaeological-site-of-olympia/> (19.7.2023.)

dopušten pristup, a broj posjetitelja je strogo ograničen kako bi se očuvala duhovnost. Posjetitelji koji žele posjetiti Svetu Goru prethodno trebaju dobiti posebno dopuštenje i moraju se pridržavati pravila i običaja zajednice.⁵⁰

⁵⁰ Mount Athos Monasteries, Athos Guide, <https://athos.guide/en/monasteries> (23.07.2023.)

5 PONUDA GRČKE U PROGRAMIMA HRVATSKIH TURISTIČKIH AGENCIJA

Ponuda Grčke u programima hrvatskih turističkih agencija predstavlja široku paletu različitih iskustava koja privlače različite kategorije putnika turiste. Programi agencija koje će se analizirati u nastavku uvelike su orijentirani na grčko otočje, a putnicima omogućuju da dožive bogatu kulturnu baštinu i prirodne ljepote. Osim toga, ponuda obuhvaća raznolike opcije smještaja, od luksuznih odmarališta do apartmana, kako bi putnici mogli pronaći idealan izbor prema svojim željama i financijskim mogućnostima. Cijene turističkih aranžmana za putovanja u Grčku variraju ovisno o različitim čimbenicima kao što su doba godine, vrsta smještaja, duljina boravka, uključene usluge i aktivnosti te odabir destinacije. Grčka je izrazito atraktivna lokacija za hrvatske turiste, jer osim bogate umjetničke i povijesne baštine, gastronomije, enologije, različitih sadržaja i aktivnosti, ima i bogat noćni život i prihvatljive cijene, stoga različite generacije turista mogu pronaći sadržaje za sebe. Značajan dio putovanja čine i maturalna putovanja, koja su postala tradicionalan način završetka srednjoškolskog obrazovanja za učenike diljem svijeta, pa tako i u Hrvatskoj. Grčka je jedno od popularnih odredišta za maturalna putovanja hrvatskih učenika, jer im pruža priliku da se zabave, ali i istraže povijest, kulturu i prirodne ljepote. Prema procjenama Udruge hrvatskih putničkih agencija, očekuje se da bi ove godine hrvatskih turista u Grčkoj preko agencija moglo biti nešto više od 8.000 s oko 48.500 tisuća noćenja.⁵¹ Uspoređujući te podatke s 2022., govori se o dvostruko većem broju turista, kada je Grčku u organizaciji agencija, posjetilo oko 4.500 hrvatskih turista i ostvarilo oko 21.500 noćenja. Promatrajući podatke iz proteklog petogodišnjeg razdoblja prikazane u Tablici 2., vidljivo je da će predviđeni rezultati za 2023. godinu, približiti rezultatima iz predpandemijskog razdoblja, na što svakako, između ostalog, utječe i raznolikost i dostupnost ponuda turističkih aranžmana u agencijama.

⁵¹ Udruga hrvatskih putničkih agencija, <https://www.uhpa.hr/hr/vijesti> (23.07.2023.)

Tablica 2. Putovanja turista iz Republike Hrvatske u Grčku ostvarena putem turističkih agencija

Godina	Broj turista	Broj noćenja
2018.	9.341	55.023
2019.	8.403	48.489
2020.	455	1.702
2021.	1.028	5.644
2022.	4.468	21.509

Izvor: Službene stranice Hrvatske turističke zajednice, www.htz.hr (31.8.2023.)

U nastavku se analizira ponuda Grčke u hrvatskih turističkim agencijama, koja je trenutno zbog ljetnih mjeseci i aktualnih ljetovanja, većom orijentirana na grčke otoke. Pretraživanjem ponuda Grčke u Google tražilici, tri turističke agencije s najboljom SEO optimizacijom su Integral Zagreb, Palma Travel i Elisa tours te će se njihove ponude analizirati. Radi se ujedno i o agencijama koje imaju najveći broj ponuda putovanja za Grčku, čime turistima omogućuju da između bogatog izbora pronađu ono najbolje za sebe.

5.1 Agencija Integral Zagreb

Turistička agencija Integral Zagreb d.o.o. nudi 154 turistička aranžmana za putovanje i to 152 aranžmana na 8 grčkih otoka: Kreta, Rodos, Zakintos, Lefkas, Kefalonija, Samos, Kos i Karpatos i 2 aranžmana za Atenu. Najveći broj aranžmana agencija ima za otoke Kretu (40 aranžmana) i Rodos (34 aranžmana). Sve ponude korištene u analizi su prikazane na internetskoj stranici agencije www.integral-zagreb.hr. Na istoj se u padajućem izborniku pod rubrikom Mediteran odabere Grčka 2023. te se izlistaju sva putovanja i ljetovanja koje agencija nudi. Odabirom otoka na koji se želi putovati, u pregledniku se otvara ponuda lista turističkih aranžmana prema hotelu koji je uključen u cijenu aranžmana. Obzirom se radi o ljetovanjima, turistički aranžmani nemaju program putovanja, već se u svakom aranžmanu navode informacije vezane uz cijenu usluge smještaja u određenom razdoblju, tehničke informacije o smještaju (udaljenost od plaže, centra i sl.), opseg hotelske ponude, opis i opremljenost hotelskih soba i slike, ponuda za najmlađe i wellness ponuda. Na dnu preglednika navodi se najniža cijena turističkog aranžmana te mogućnost direktnog slanja upita agenciji za dobivanje više informacija ili mogućnost kupnje.

Slika 4. Ponuda putovanja u Grčku agencije Integral Zagreb



Izvor: Integral Zagreb, <https://www.integral-zagreb.hr> (12.08.2023.)

Ovisno o odabranoj lokaciji, polasci su mogući od kraja svibnja do studenog 2023. godine. Svi aranžmani bazirani su na minimalnom boravku od 7 dana, a svaki od njih uključuje polupansion ili all inclusive ponudu, povratni let zrakoplovom iz Ljubljane do odabrane lokacije i natrag, transfer zračna luka - hotel - zračna luka te slovenskog predstavnika na putovanju. Cijena transfera od Zagreba do Ljubljane i natrag se dodatno naplaćuje, kao i boravišna pristojba. Ponuda smještaja za turiste varira ovisno o odabranom aranžmanu, a uglavnom se radi o hotelima kategoriziranim s 3 ili više zvjezdice, a moguća je i dodatna doplata za prostranije sobe, wellness pakete, aktivni odmor i sl. Cijena ponude, uvelike ovisi o odabranom terminu te kategorizaciji hotela, a najskuplje cijene su tijekom srpnja i kolovoza kada je vrhunac turističke sezone. Također, agencija nudi last minute ponude za slobodne termine na određenim lokacijama. Sukladno navedenome, aranžmani su namijenjeni različitim kategorijama turista, ovisno o njihovim preferencijama na putovanju te platežnoj moći.

Izuzev ljetovanja, ova agencija trenutno ima u ponudi i dva jesenska putovanja avionom u Atenu uz mogućnost polaska iz Zagreba ili Dubrovnika u različitim terminima. Prvi turistički aranžman obuhvaća četverodnevni boravak u Ateni uz razgledavanje grada i znamenitosti, a cijena putovanja koja uključuje prijevoz zrakoplovom na relaciji Zagreb - Atena - Zagreb, pristojbe zračnih luka, prtljagu, voditelja putovanja, smještaj u hotelu 3* u dvokrevetnim sobama na osnovi noćenja s doručkom, transfer zračna luka - hotel - zračna luka, razgled grada u pratnji lokalnog vodiča, izlet autobusom iznosi 575,00 eura. Drugi aranžman, obuhvaća petodnevni boravak u Ateni uz posjet Meteori i Delphima, a cijena putovanja koja uključuje

prijevoz zrakoplovom na relaciji Zagreb - Atena – Zagreb, pristojbe zračnih luka, voditelja putovanja, smještaj u hotelima 3* u dvokrevetnim sobama na osnovi noćenja s doručkom, transfer zračna luka – hotel, poludnevni razgled Atene u pratnji lokalnog vodiča, transfere autobusom prema programu i razglede, iznosi 675,00 eura. U oba aranžmana detaljno je naveden program putovanja, fakultativna ponuda, informativne cijene ulaznica, granične formalnosti, zanimljivosti o Grčkoj te preporuke za mjesta koja treba posjetiti u Grčkoj, kao i hranu koju treba probati.

5.1.1 Prikaz turističkog aranžmana na otok Rodos

U nastavku će se prikazati jedan od 34 turistička aranžmana agencije na otok Rodos koji obuhvaća 7 noćenja na bazi polupansiona u dvokrevetnoj sobi u Hotelu Apollo Beach 4*. Hotel se nalazi uz pješčanu plažu, a udaljen je 500 metara od centra Falirakija, 14 kilometara od grada Rodosa, te 18 kilometara od zračne luke. Smještaj je u standardnim sobama veličine cca. 22 metra kvadratna s kupaonicom i balkonom, opremljenim klimom, internetom, televizorom, telefonom, sefom, malim hladnjakom, radnim stolom i sušilom za kosu. Smještaj je pogodan za 2 odrasle osobe ili 2 odrasle osobe i 1 dijete do 12 godina ili 3 odrasle osobe. Što se tiče ponude za djecu, hotel ima dječje igralište, dječji bazen i dječje jelovnike, a putnicima se nudi mogućnost čuvanje djece uz nadoplatu. Također, hotel nudi dodatne mogućnosti korištenja wellness i SPA aktivnosti uz nadoplatu, a organizira se i dnevna i večernja zabava, sportske aktivnosti, glazbu uživo i sl. Svi obroci u sklopu polupansiona su na bazi švedskog stola, a moguća je i doplata u iznosu od 230,00 eura po osobi tjedno za all inclusive ponudu, koja uključuje i ručak, međuobroke, peciva, sladoled, odabrana alkoholna i bezalkoholna pića.

Agencija ovaj turistički aranžman nudi na tjednoj bazi u razdoblju od 27. svibnja do 7. listopada 2023., a o razdoblju rezervacije ovisi i cijena aranžmana: od 899,00 eura kraj rujna do 1.429,00 eura krajem srpnja. U cijenu je uključen: polupansion na bazi 7 noćenja u dvokrevetnoj sobi, povratni let: Ljubljana - Rodos - Ljubljana, zrakoplovne pristojbe, transfer zračna luka - hotel - zračna luka, slovenski predstavnik te usluge predstavnika pri polijetanju u zračnoj luci u Ljubljani. Povratni transfer od Zagreba do Ljubljane i natrag se dodatno naplaćuje u iznosu 54 eura po osobi. Također, boravišna pristojba iznosi dodatnih 3,00 eura po osobi po danu.

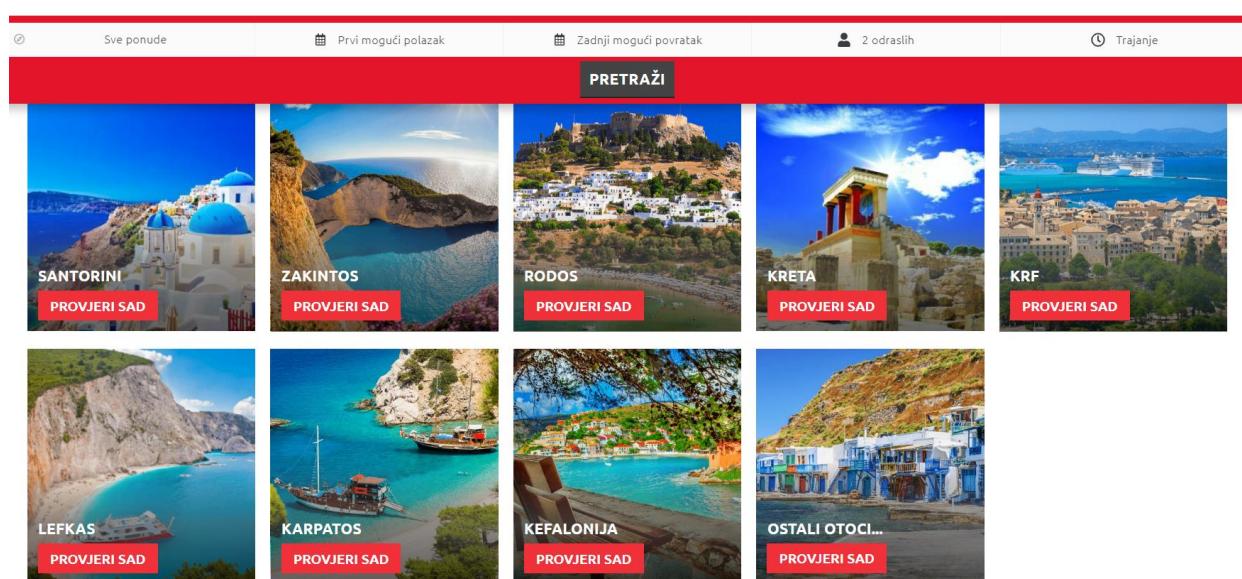
Otok Rodos je sveobuhvatno odredište koje je namijenjeno različitim kategorijama turista te nudi za svakoga ponešto: bogato povijesno i kulturno nasljeđe, raznovrsnu

gastronomsku ponudu, pješčane i šljunčane plaže te bogat noćni život, stoga je ovaj turistički aranžman namijenjen putnicima svih dobi jer će svatko pronaći nešto za sebe.

5.2 Agencija Palma travel

Turistička agencija Palma travel d.o.o. nudi 194 turistička aranžmana za putovanje i to na 11 grčkih otoka: Santorini, Rodos, Zakintos, Kreta, Krf, Lefkas, Kefalonija, Karpatos Samos, Naxos i Paros. Kao i kod turističke agencije Integral, najveći broj aranžmana agencija ima za otoke Kretu (65 aranžmana) i Rodos (30 aranžmana). Sve ponude korištene u analizi su prikazane na internetskoj stranici agencije www.palma-travel.hr. Na istoj se u padajućem izborniku pod rubrikom Mediteran odabere Grčka te se izlistaju svi otoci na koje se može putovati preko agencije. Također, navedene su i osnovne informacije o Grčkoj, razlozi zašto posjetiti upravo tu državu te zanimljivosti o svakom otoku.

Slika 5. Ponuda putovanja u Grčku agencije Palma travel



Izvor: Palma travel, <https://www.palma-travel.hr> (12.8.2023.)

Odabirom otoka na koji se želi putovati, u pregledniku se otvaraju osnovne informacije o otoku, informacije o putovanju (udaljenost, trajanje leta, potrebni dokumenti za putovanje) te razlozi zašto odabrati putovanje upravo na taj otok. U nastavku se nalazi lista turističkih aranžmana prema hotelu koji je uključen u cijenu aranžmana. S lijeve strane preglednika turist ima mogućnost pretraživanja ponuda po parametrima: nadregije, regije, cijene po osobi, kategorije smještaja, usluge, tipa sobe i trajanja boravka. Također, ponude je moguće

pretraživati i po nekim dodatnim parametrima koja putniku potencijalno mogu biti važna na putovanju, kao npr. bežični internet, wellness, trekning, luxury, SPA itd.

Odabirom određenog aranžmana, prikazuju se informacije o smještaju (lokacija, slike, ponuda, hrana, dodatni sadržaji i sl.), prosječna ocjena smještaja, dodatne mogućnosti za djecu, kome se preporučuje boravak u smještaju (npr. za parove, obitelji, samce i sl.) te koji su dostupni termini. Agencija nudi polaske tijekom cijele ljetne sezone, a trenutno se mogu kupiti ponude do kraja listopada 2023. godine. Cijene aranžmana variraju ovisno o vrsti smještaja, lokaciji, trajanju i usluzi, a kreću se od 559,00 do 1.899,00 eura po osobi za smještaj u trajanju od 7 dana na bazi polupansiona s uključenim povratnim letom iz Ljubljane, zrakoplovnim pristojbama, prtljagom te autobusnim prijevozom do smještaja. Također, izuzev hotelskog smještaja agencija nudi mogućnost najma apartmana na odabranoj lokaciji, a cijene istog se kreću od 459,00 do 1.399,00 eura po osobi za 7 noćenja s uključenim povratnim letom iz Ljubljane, zrakoplovnim pristojbama, prtljagom, autobusnim prijevozom do objekta smještaja. Na dnu preglednika navodi se cijena turističkog aranžmana po osobi te mogućnost direktnog slanja upita agenciji za dobivanje više informacija ili mogućnost rezervacije. Agencija također nudi mogućnost kružnog putovanja (krstarenja) kroz grčke otoke tzv. Island hopping na otoke Santorini, Naxos, Thiara i Paros. Cijena putovanja iznosi 2.089,00 eura po osobi, a uključuje zrakoplovni prijevoz Ljubljana - Santorini - Ljubljana, zrakoplovne pristojbe, prtljagu, prijevoz zračna luka – hotel i povratno, 7 noćenja s doručkom u hotelima s 2 i 3 zvjezdice te prijevoz brodom između otoka.

5.2.1 Prikaz turističkog aranžmana na otok Santorini

U nastavku će se prikazati jedan od 13 dostupnih turističkih aranžmana agencije na otok Santorini koji obuhvaća 7 noćenja s polupansionom u dvokrevetnoj sobi u Hotel RK Beach 4* uz šljunčanu plažu udaljenu 250 metara od centra Kamarija, a 9 kilometara od glavnog grada Fire i 6 kilometara od zračne luke. Radi se o potpuno renoviranom hotelu koji imaju ukupno 38 soba, salu za doručak, restoran, snack bar, bar; bazen, jacuzzi, TV kutak te bežični internet. Svaka soba ima vlastitu kupaonicu, klimu, sušilo za kosu, telefon, televizor, bežični internet, mini hladnjak, sef, balkon ili terasu. Prosječna ocjena hotela je 4/5. Agencija ovaj turistički aranžman nudi na tjednoj bazi do 8. rujna 2023. godine, a o razdoblju rezervacije ovisi i cijena aranžmana: od 899,00 do 1.998,00 eura po osobi. U cijenu je uključen polupansion na bazi 7 noćenja u dvokrevetnoj sobi, povratni let Ljubljana - Santorini - Ljubljana, zrakoplovne

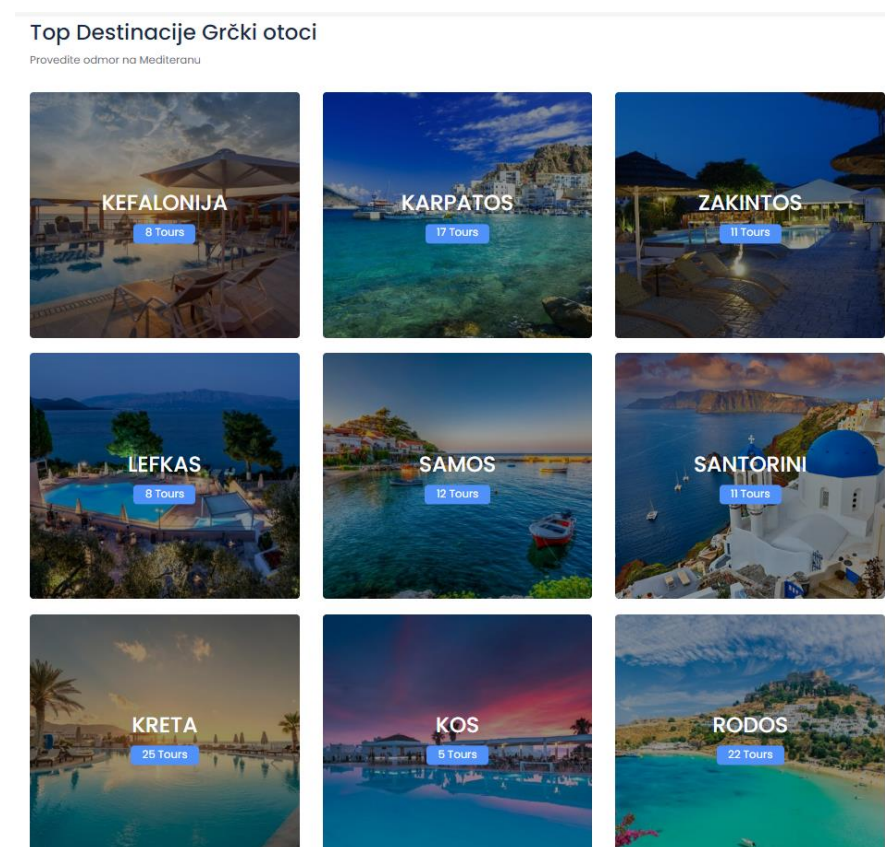
pristojbe, prtljaga, transfer do zračne luke i natrag te asistencija predstavnika agenciji. Također, na lokaciji je potrebno doplatiti boravišnu pristojbu u iznosu od 3,00 eura po osobi po danu.

Ovo putovanje prilagođeno je za različite skupine turista: od onih koji žele uživati na šljunčanim plažama do onih koji žele istraživati prirodne ljepote, kulturu i jedinstvenu arhitekturu.

5.3 Agencija Elisa Tours

Turistička agencija Elisa Tours d.o.o. nudi ukupno 128 turističkih aranžmana, od čega 119 turističkih aranžmana za putovanje i to na 9 grčkih otoka: Santorini, Rodos, Zakintos, Kreta, Krf, Kos, Lefkas, Kefalonija, Karpatos i Samos te još 8 aranžmana za Atenu. Kao i kod ostalih turističke agencije, najveći broj aranžmana agencija ima za otoke Kretu (25 aranžmana) i Rodos (22 aranžmana). Sve ponude korištene u analizi su prikazane na internetskoj stranici agencije www.elisa.hr. Na istoj se u padajućem izborniku pod rubrikom Mediteran odabere Grčka te se u podizborniku izlistaju svi otoci na koje se može putovati preko agencije.

Slika 6. Ponuda putovanja u Grčku agencije Elisa tours



Izvor: Elisa tours, <https://www.elisa.hr> (12.08.2023.)

Odabirom otoka na koji se želi putovati, u pregledniku se otvara lista turističkih aranžmana prema hotelu koji je uključen u cijenu aranžmana. S lijeve strane preglednika može se pretraživati ponuda po parametrima: kategoriji putovanja, rasponu cijene, vrsti smještaja, usluzi, polazištu, vrsti prijevoza, te pogodnosti (npr. last minute, garantirano, preporuka i sl.). Odabirom određenog aranžmana, prikazuju se osnovne informacije o ponudi (lokacija, destinacija, usluga, vrsta smještaja i sl.), dostupni datumi putovanja, slike smještaja, te posebne značajke i tzv. *bucket list*, odnosno što je sve potrebno vidjeti/napraviti na lokaciji na koju se putuje. U nastavku se opisuje lokacija putovanja, znamenitosti i zanimljivosti te se navode osnovni podaci o usluzi u smještaju te mogućnostima doplate.

Agencija nudi polaske tijekom cijele ljetne sezone, a trenutno se mogu kupiti ponude do kraja rujna 2023. godine. Cijene aranžmana variraju ovisno o vrsti smještaja, lokaciji, trajanju i usluzi, a kreću se od 599,00 do 1.629,00 eura po osobi za smještaj u trajanju od 7 dana na bazi polupansiona s uključenim povratnim letom iz Ljubljane, zrakoplovnim pristojbama, prtljagom te autobusnim prijevozom do smještaja. Također, izuzev hotelskog smještaja agencija nudi mogućnost najma apartmana na odabranoj lokaciji, a cijene istog se kreću od 699,00 do 769,00 eura po osobi na bazi 7 noćenja s doručkom s uključenim povratnim letom iz Ljubljane, zrakoplovnim pristojbama, prtljagom, autobusnim prijevozom do objekta smještaja. Na desnoj strani preglednika navodi se cijena turističkog aranžmana po osobi te mogućnost direktnog slanja upita agenciji za dobivanje više informacija ili mogućnost rezervacije.

Izuzev ponuda za grčke otoke, agencija nudi i 8 jesenskih turističkih aranžmana za Atenu od čega je jedno putovanje autobusom, jedno krstarenje grčkim otocima s posjetom Ateni, a ostali aranžmani su zrakoplovom. Trajanje aranžmana je od do 8 dana, ovisno o načinu putovanja, a cijena varira od 299,00 za putovanje autobusom do 1.360,00 eura za krstarenje.

5.3.1 Prikaz turističkog aranžmana na otok Kretu

U nastavku će se prikazati jedan od 25 dostupnih turističkih aranžmana agencije na otok Kretu koji obuhvaća 7 noćenja s polupansionom u dvokrevetnoj sobi u Mari Kristin Beach Hotel 4* koji je udaljen 50 metara od plaže, 400 metara od centra Hersonissosa, 25 kilometara od grada Heraklion i 23 kilometra od zračne luke. Radi se o hotelu koji ima na raspolaganju restoran, à la carte restoran, hotelski bar te vanjski bazen.

Svaka soba ima vlastitu kupaonicu, klimu, sušilo za kosu, telefon, televizor, bežični internet (uz doplatu), hladnjak, sef (uz doplatu) te balkon. Agencija ovaj turistički aranžman

nudi na tjednoj bazi do 29. rujna 2023. godine, a o razdoblju rezervacije ovisi i cijena aranžmana: od 599,00 do 1.299,00 eura po osobi. U cijenu je uključen polupansion na bazi 7 noćenja u dvokrevetnoj sobi, povratni let Ljubljana - Kreta - Ljubljana, zrakoplovne pristojbe, prtljaga, transfer do zračne luke i natrag te asistencija predstavnika agenciji. Također, na lokaciji je potrebno doplatiti boravišnu pristojbu u iznosu od 3,00 eura po osobi po danu.

Agencija ovo putovanje preporučuje obiteljima s djecom, ali starijom od 14 godina. Agencija preporučuje dodatna tri izleta u sklopu boravka na lokaciji: Kretska večer – večera u poznatom brdskom selu Anapolis uz bogat tradicionalni kretske kulturni program (39,00 eura), najzanimljivije točke Krete - posjet najvećim znamenitostima otoka (49,00 eura) te otok Chrissi u Libijskom moru - posjet jedinstvenom otoku kojeg nazivaju raj na zemlji (63,50 eura). Također, agencija nudi promotivan popust od 5% na cijenu turističkog aranžmana za mladence i osobe starije od 60 godina.

5.4 SWOT analiza turističke ponude Grčke u hrvatskim turističkim agencijama

Nastavno na prikazanu turističku ponudu Grčke te turističke aranžmane koje nude hrvatske agencije, ali i dostupne recenzije i ocjene istih, u nastavku se prikazuje SWOT analiza turističke ponude Grčke u hrvatskim turističkim agencijama.

Tablica 3. SWOT analiza turističke ponude Grčke

SNAGE (Strengths)	SLABOSTI (Weaknesses)
<i>Bogata kulturna baština:</i> agencijske ponude omogućuju istraživanje kulturne baštine Grčke, što privlači turiste koji žele više od običnog odmora.	<i>Ovisnost o sezoni:</i> Većina ponuda usmjerena je na ljetne mjesec, što može ograničiti aktivnosti agencija tijekom ostalih dijelova godine.
<i>Raznolika ponuda destinacija:</i> hrvatske turističke agencije nude široku paletu destinacija u Grčkoj, što omogućuje turistima da pronađu destinaciju koja najbolje odgovara njihovim željama i potrebama.	<i>Varijacije cijena:</i> cijene aranžmana variraju ovisno o sezoni, što može rezultirati fluktuacijama u prihodima agencija. <i>Infrastrukturni problemi:</i> neke od ponuđenih turističkih destinacija u Grčkoj,

<p><i>Različite mogućnosti odabira smještaja:</i> agencije nude različite opcije smještaja, uključujući luksuzna odmarališta i apartmane, prilagođavajući se različitim željama i budžetima turista.</p> <p><i>Cjenovna dostupnost:</i> turistički aranžmani nude različite cijene ovisno o faktorima kao što su sezona, vrsta smještaja i duljina boravka. Također, pojedine agencije nude last minute putovanja, ali i promotivne popuste za pojedine kategorije turista.</p> <p><i>Maturalna putovanja:</i> Grčka je popularna destinacija za maturalna putovanja hrvatskih učenika, što agencijama donosi dodatnu dobit.</p>	<p>osobito na manjim otocima, suočene su s infrastrukturnim problemima poput nedostatka modernih prometnica i javnog prijevoza.</p> <p><i>Dodatni troškovi:</i> gotovo svi turistički aranžmani su s polaskom iz Ljubljane, čime se putnicima stvaraju dodatni troškovi transfera.</p> <p><i>Konkurentnost online rezervacija:</i> pojedine online platforme za rezervaciju smještaja i letova nude turistima mogućnost da samostalno organiziraju svoja putovanja, što utječe na promet turističkih agencija.</p>
PRILIKE (Opportunities)	PRIJETNJE (Threats)
<p><i>Rast turista:</i> bogata turistička ponuda Grčke privlači sve veći broj turista.</p> <p><i>Diversifikacija ponude:</i> agencije uglavnom nude ponude na iste lokacije u Grčkoj, proširenjem ponude na na manje poznate, ali jednako atraktivne regije koje agencije mogu istražiti i uključiti u svoju ponudu, omogućio bi se doseg do većeg broja turista.</p> <p><i>Promocija posebnih ponuda i iskustava:</i> iako pojedine od agencija u ponudi već imaju jedinstvene jedinstvene i tematske turističke proizvode, proširenjem takvih</p>	<p><i>Konkurentnost na tržištu:</i> konkurencija među turističkim agencijama može dovesti do raspršenosti ponuda, ali i smanjenja cijena, što je povoljno za turiste, ali ne i za turističke agencije</p> <p><i>Nestabilnost na odredištima:</i> različite nestabilnosti, poput nedavnih navijačkih nereda mogu mogu negativno utjecati na turističku industriju.</p> <p><i>Prirodne katastrofe i pandemije:</i> utjecaj nepredvidivih nepogoda, kao npr. pandemije</p>

<p>ponuda, dodatno se privlače specifične ciljne skupine, kao što su npr. turisti koji žele aktivna putovanja.</p> <p><i>Suradnja s lokalnim partnerima:</i> agencije mogu razviti partnerstva s lokalnim hotelima, restoranima i turističkim operaterima kako bi stvorile jedinstvene pakete i iskustva za turiste, a ujedno i može pomoći u stvaranju konkurentske prednosti.</p> <p><i>Ekološki turizam:</i> s porastom svijesti o očuvanju okoliša, agencije mogu promovirati ekološki osviještene ture i destinacije u Grčkoj, privlačeći turiste koji cijene održiv turizam.</p> <p><i>Ponuda krstarenja:</i> dvije od navedenih agencija u svojoj ponudi imaju krstarenje, a proširenjem ponude privukla bi se značajna grupacija turista koja svoja putovanja organizira isključivo na taj način.</p> <p><i>Digitalni marketing:</i> Upotreba digitalnih platformi, društvenih medija i online oglašavanja može pomoći agencijama da dosegnu veći broj potencijalnih turista i ciljaju specifične tržišne segmente.</p>	<p>COVID-19 ili požara na otorku Rodos, imaju negativan utjecaj na turizam.</p> <p><i>Ekonomska nestabilnost:</i> rast cijena, inflacija te ekonomska kriza utječu na platežnu moć turista te njihovu mogućnost da putuju.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5.5 Dodatne mogućnosti razvoja turističke ponude Grčke

Turistička ponuda Grčke u hrvatskim agencijama je raznolika i dostupna, ali ima potencijala za značajan rast i unapređenje. Na temelju SWOT analize (analize snaga, slabosti,

prilika i prijatnji) hrvatskih turističkih agencija koje nude putovanja u Grčku, u nastavku će se prikazati konkretni prijedlozi za poboljšanje turističke ponude.

Ključno obilježje hrvatskih agencija koje nude ponude putovanja u Grčku je njihovo bogato iskustvo u organizaciji putovanja, agencije uglavnom nude raznoliku ponudu i kvalitetu usluge. Upravo na temelju bogatog iskustva agencije mogu dodatno razvijati pakete putovanja prilagođene specifičnim zahtjevima turista (sve više turista zainteresirano je za sportski, zdravstveni ili wellness turizam), a ponudom takvih turističkih aranžmana agencije bi se mogle bolje pozicionirati na tržištu i privući veći broj turista. Nadalje, jačanjem suradnje s grčkim lokalnim partnerima, proširila bi se ponuda, ali i dao dodatni naglasak na jedinstvenosti ponude u odnosu na druge agencije (npr. posjeti manje poznatim destinacijama s autohtonim iskustvima na lokaciji).

Analizirajući dostupnu turističku ponudu, primjetne su i određene slabosti u turističkoj ponudi, a to su ovisnost o sezonskom turizmu, klasičnim turističkim destinacijama te nedostatak inovacija u ponudi, a ujedno digitalni marketing i online rezervacije trenutno nisu na razini koja bi omogućila maksimalno iskorištenost (npr. ne postoji mogućnost direktne kupnje paketa, već se i odabirom opcije „kupi“ turist usmjerava na kontakt web-obrazac; ne postoji mogućnost prilagodbe turističkog aranžmana bez direktnog upita agenciji i sl.). U ovom segmentu, svakako bi se trebalo usredotočiti na razvoj turističkih paketa i izvan ljetne sezone kojim bi se privukli putnici tijekom cijele godine, osobito promovirajući manje posjećene destinacije, čime se nudi i određena ekskluzivnost ponude. Diversifikacijom ponude privući će se turisti koji traže nekonvencionalna iskustva, poput sportskog ili ekološki osviještenog turizma. Investiranjem u digitalni marketing i online sustave, turistima bi se omogućilo lakše planiranje, rezervacija i kupnja putovanja, ali bi i agencija lakše pronašla različite ciljne skupine turista.

Grčka kao destinacija nudi brojne prilike za rast i unapređenje turizma. Raznolikost destinacija, kulturno bogatstvo i potencijal za razvoj ekološki osviještenog i kulturnog turizma predstavljaju privlačne faktore. Kako bi hrvatske agencije koje nude putovanja u Grčku i nadalje bile konkurentne, potrebno je fokusirati se na diversifikaciju ponude, poboljšanje digitalnog prisustva, jačanje suradnje s lokalnim partnerima te kontinuirano praćenje i prilagodbu tržišnim promjenama. Osim konkurentnosti, na taj način agencije će moći zadovoljiti rastuće potrebe različitih skupina turista te iskoristiti bogatstvo prilika koje Grčka nudi kao turistička destinacija.

6 ZAKLJUČAK

Ponuda turističkih aranžmana za Grčku u hrvatskim turističkim agencijama donosi široku paletu mogućnosti za putovanja koja obuhvaćaju raznolike aspekte ove čarobne mediteranske destinacije. Grčka je već dugo omiljena destinacija među hrvatskim putnicima zbog svoje raznolikosti, bogate povijesti, prekrasnih plaža te karakterističnih otoka, a hrvatske turističke agencije su uspješno prepoznale ovu potražnju te pružaju raznovrsne opcije kako bi udovoljile različitim interesima i preferencijama turista.

Njihova ponuda obuhvaća širok spektar aranžmana, uključujući pakete za luksuzna odmarališta, povoljne opcije za obitelji, avanturističke ture, kružna putovanja te putovanja za mlade. Osim toga, sve veći broj agencija omogućuje prilagodbu putovanja prema individualnim željama turista, omogućujući im da stvore personalizirano iskustvo.

Jedan od ključnih elemenata ponude su i raznovrsne ture i aktivnosti koje omogućuju dublje istraživanje i upoznavanje grčke kulture, povijesti i prirodnih ljepota. Putnici imaju priliku istražiti antičke ruševine, posjetiti muzeje s umjetničkim blagom, uživati u tradicionalnoj grčkoj kuhinji te istražiti prekrasne plaže i tirkizno plavo more.

Turističke agencije igraju ključnu ulogu u pružanju cjelovitih informacija o destinacijama, smještaju, lokalnim znamenitostima i transportu, što pomaže putnicima da donesu informirane odluke i maksimalno iskoriste svoje putovanje.

Uzimajući u obzir konstantno visoku popularnost Grčke među hrvatskim putnicima, hrvatske turističke agencije kontinuirano ažuriraju i obogaćuju svoje ponude kako bi osigurale da putnici dožive nezaboravno iskustvo prilikom posjeta ovoj prekrasnoj destinaciji. Kvaliteta usluge i pažnja prema detaljima postaju ključni elementi u osiguravanju zadovoljstva i povjerenja turista prilikom rezervacije putovanja za Grčku. Kako bi hrvatske agencije i ubuduće održavale svoju konkurentnost, ključno je usmjeriti se prema raznovrsnosti ponude, unaprijediti svoju digitalnu prisutnost, dodatno ojačati suradnju s lokalnim partnerima u Grčkoj te se sustavno prilagođavati svoje poslovanje tržišnim promjenama. Osim stvaranja konkurentne prednosti, ovi koraci omogućuju agencijama da udovolje sve većim zahtjevima različitih skupina turista te da iskoriste mnogobrojne poslovne prilike koje Grčka pruža kao popularna turistička destinacija.

LITERATURA:

Knjige i stručni časopisi:

Buhalis D.: Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. **Current Issues in Tourism**, 4(5), 2001.

Gros, D.: **Calypso study on social tourism – Greece**, European Commission, 2010.

Halbert D., High level wellness for man and society, **American Journal of Public Health**. 49(6), 1959.

Lucianović, L.: **Organizacija receptivnih turističkih agencija**, Sveučilište u Dubrovniku., Dubrovnik, 2004.

Vasiliki, D. & Tsalavoutas, D.: Economic Development and Congress Tourism: How Could Greece be a Pole of Attraction. **Journal of Regional & Socio-Economic Issues** 5(3), 2015.

Vukonić, B. i sur.: **Turističke agencije**, Mikrorad, Zagreb, 2003.

Vukonić, B. i sur.: **Turističke agencije**, Sveučilišna naklada, Zagreb, 2015.

Zakonski propisi:

Zakon o pružanju usluga u turizmu „Narodne novine“, 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21.

Internetski izvori:

Climate to travel – world travel guide, <https://www.climatestotravel.com> (23.06.2023.)

Enterprise Greece, www.enterprisegreece.gov.gr/en (23.06.2023.)

Greek Marinas Association, www.greek-marinas.gr (23.06.2023.)

Hellenic Statistical Authority, www.statistics.gr (17.6.2023.)

Hrvatska enciklopedija, www.enciklopedija.hr (21.07.2023.)

Hrvatska gospodarska komora, www.hgk.hr (23.06.2023.)

Hrvatska tehnička enciklopedija, www.tehnika.lzmk.hr (23.06.2023.)

Hrvatska turistička zajednica, www.htz.hr (31.8.2023.)

Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, www.mvep.gov.hr (23.06.2023.)

Mount Athos Monasteries, Athos Guide, www.athos.guide/en (23.07.2023.)

Službene stranice Europske unije, www.european-union.europa.eu (23.06.2023.)

Statista, www.statista.com (23.6.2023.)

Turistička agencija Elisa Tours, www.elisa.hr (12.08.2023.)

Turistička agencija Integral Zagreb, www.integral-zagreb.hr (12.08.2023.)

Turistička agencija Palma travel, www.palma-travel.hr (12.08.2023.)

Udruga hrvatskih putničkih agencija, www.uhpa.hr (23.07.2023.)

Visit Greece, www.visitgreece.gr (23.07.2023.)

Wish.hr, www.wish.hr (23.06.2023.)

POPIS ILUSTRACIJA:

Tablice:

Tablica 1. Osnovni makroekonomski pokazatelji Grčke po godinama	11
Tablica 2. Putovanja turista iz Republike Hrvatske u Grčku ostvarena putem turističkih agencija.....	26
Tablica 3. SWOT analiza turističke ponude Grčke	33

Grafikoni:

Grafikon 1. Direktni doprinos turizma BDP-u Grčke	12
Grafikon 2. Broj turista u Grčkoj u razdoblju 2005. - 2022.....	13

Slike:

Slika 1. Geografski položaj Grčke.....	6
Slika 2. Grčke regije	7
Slika 3. Reljef Grčke.....	8
Slika 4. Ponuda putovanja u Grčku agencije Integral Zagreb.....	27
Slika 5. Ponuda putovanja u Grčku agencije Palma travel	29
Slika 6. Ponuda putovanja u Grčku agencije Elisa tours.....	31