

PRAG U PONUDI TURISTIČKE AGENCIJE AZUR TOURS

Fudurić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:128:729447>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



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 UGOSTITELJSTVA

Ana Fudurić

PRAG U PONUDI TURISTIČKE AGENCIJE AZUR TOURS

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Ana Fudurić

PRAG U PONUDI TURISTIČKE AGENCIJE AZUR TOURS

ZAVRŠNI RAD

Mentor: Ivan Pukšar., mag.oec.

Broj indeksa studenta: 0618618090

Kolegij: Poslovanje turističkih agencija

Karlovac, 2021.

PREDGOVOR

ZAHVALA

Ovim putem želim se zahvaliti profesoru i mentoru, gospodinu Ivanu Pukšaru, mag.oec. te profesorici Silviji Vinter-Marković, prof.dr.sc na pomoći, savjetima i izdvojenom vremenu u pisanju završnog rada.

Zahvaljujem se i svim drugim profesorima Veleučilišta u Karlovcu na prenesenom znanju i održanim ne samo stručnim već i životnim lekcijama.

Najveća zahvala ide mojoj obitelji koja mi je bila najveća potpora tijekom školovanja i koja se veselila svim mojim uspjesima i bodrila me prilikom savladavanja svih prepreka koje su mi se našle na putu.

SAŽETAK

U ovom završnom radu obrađena je tema turističkog paket – aranžmana putovanja u Prag na konkretnom primjeru turističke agencije Azur Tours iz Zagreba.

Početak rada koncipiran je na teorijskoj osnovi, donosi glavne značajke turističkih agencija i turističkog aranžmana, dok se ostatak rada bazira na praktičnoj osnovi, odnosno konkretnom primjeru i stvarnoj realizaciji putovanja u paket – aranžmanu u turističku destinaciju.

Cilj ovog rada je na primjeru Praga kao jedne od vrlo atraktivnih europskih turističkih destinacija prikazati kako će Agencija stvoriti turistički aranžman, koje će sve usluge i dodatne sadržaje uvrstiti u njega kako bi bio što zanimljiviji i privlačniji potencijalnim klijentima i na koji način će formirati cijenu da pokrije usluge dobavljača, vlastiti rad i angažman i da bude pristupačna i u razmjeru s cijenom konkurenata.

Ključne riječi : Turistička agencija, turistički aranžman, paket – aranžman, Prag

SUMMERY

This final paper deals with the topic of the tourist package travel arrangement to Prague on the example of travel agency Azur tours from Zagreb.

The beginning of the final paper is conceived on theoretical base and it brings the main features of travel agencies and tourist arrangements, while the rest of final paper is conceived on practical base or on a concrete example and realisation of travel in a package arrangement to a destination.

The purpose of this final paper is on example of Prague, as one of the most attractive tourist destination, to show how the agency will create a tourist arrangement which will include all services and additional content to be more interesting and attractive to potential customers. Also, it will shows the way how agency will form price to cover supplier services and its own work, which price will be affordable in proportion to the price of competitors.

Key words: Tourist agency, tourist arrangement, package travel arrangement, Prague

SADRŽAJ

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | UVOD | 1 |
| 1.1. | Predmet i cilj izrade rada..... | 1 |
| 1.2. | Izvori podataka i metode obrade podataka | 1 |
| 1.3. | Struktura rada | 1 |
| 2. | TURISTIČKE AGENCIJE | 3 |
| 2.1. | Pojam i značenje turističkih agencija..... | 3 |
| 2.2. | Poslovi turističkih agencija | 4 |
| 2.3. | Funkcije turističkih agencija..... | 4 |
| 3. | TURISTIČKI ARANŽMAN..... | 7 |
| 3.1. | Pojam turističkog aranžmana | 7 |
| 3.2. | Vrste aranžmana..... | 8 |
| 4. | PUTOVANJE U PRAG U PAKET ARANŽMANU TURISTIČKE AGENCIJE AZUR TOURS | 11 |
| 4.1. | Općenito o Pragu | 11 |
| 4.2. | Povijesne činjenice Praga | 12 |
| 4.3. | Društvene činjenice i gospodarstvo Praga | 12 |
| 4.4. | Znamenitosti Praga | 13 |
| 4.4.1. | Praški Dvorac i Hradčany | 13 |
| 4.4.2. | Katedrala Sv. Víta | 14 |
| 4.4.3. | Zlatna ulica | 15 |
| 4.4.4. | Karlov most..... | 16 |
| 4.4.5. | Starogradski trg..... | 16 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.4.6. | Starogradska vijećnica..... | 17 |
| 4.4.7. | Židovska četvrt – Josefov | 18 |
| 4.4.8. | Narodno kazalište | 18 |
| 4.5. | Turistička kretanja i ponuda Praga..... | 19 |
| 4.6. | Opći podaci o putničkoj agenciji Azur Tours..... | 21 |
| 4.7. | Stvaranje paket aranžmana | 22 |
| 4.8. | Prikaz putovanja u Prag u paket aranžmanu turističke agencije Azur Tours..... | 23 |
| 4.8.1. | Postavljanje okvirnog programa..... | 27 |
| 4.8.2. | Stvaranje okvirne kalkulacije..... | 29 |
| 4.8.3. | Glavna kalkulacija i određivanje prodajne cijene aranžmana... 30 | |
| 4.8.4. | Plasman i prodaja turističkog aranžmana | 32 |
| 4.8.5. | Realizacija turističkog aranžmana..... | 34 |
| 4.8.6. | Prodaja turističkog aranžmana | 37 |
| 4.8.7. | Naplata turističkog aranžmana | 39 |
| 5. | ZAKLJUČAK..... | 40 |
| | POPIS LITERATURE | 41 |
| | POPIS SLIKA | 42 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj izrade rada

Predmet završnog rada je organizacija putovanja u Prag s turističkom agencijom Azur Tours. Cilj rada je definirati pojam i značenje turističkih agencija, koja je njihova uloga, zadaci, definirati i objasniti karakteristike turističkog aranžmana te ga prikazati na primjeru Praga.

1.2. Izvori podataka i metode obrade podataka

Glavni izvori podataka u nastanku završnog rada bile su različite stručne literature, kao i publikacije objavljene na Internet stranicama. Služeći se informatičkom tehnologijom dolazi se do najnovijih informacija i podataka koje nisu dostupne u korištenoj tiskanoj literaturi. Prilikom izrade ovog rada korištene su metoda analize, deskriptivna metoda te metoda istraživanja za stolom.

1.3. Struktura rada

Sadržaj rada uključuje međusobno povezane dijelove koje objašnjavaju tematiku. Rad je podijeljen na 5 poglavlja koja obuhvaćaju ukupno 49 stranica. Samu suštinu rada činu uvod koji nas upućuje u samu tematiku, predmet i cilj rada, izvori podataka, metode obrade podataka i sama struktura rada. Iduća dva poglavlja odnose se na teorijski dio, općenito o turističkim agencijama i turističkom paket-aranžmanu, koja je njihova funkcija i poslovi, te koju vrste paket-aranžmana postoje. Sljedeće poglavlje donosi sve važne informacije o gradu Pragu – prirodne značajke grada, povijesne i društvene činjenice, kulturno – povijesne znamenitosti i turističku ponudu. U praktičnom dijelu rada razrađen je primjer turističkog

aranžmana, kalkulacija cijene, te način plaćanja putovanja. Zaključno se daje vlastito mišljenje i argumentacije. Na kraju rada nalazi se popis literature i ilustracija korištenih pri izradi rada.

2. TURISTIČKE AGENCIJE

2.1. Pojam i značenje turističkih agencija

Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu (u daljnjem tekstu: Zakon) turistička agencija se može definirati kao „trgovačko društvo, obrtnik ili njihova organizacijska jedinica koji mogu pružiti usluge kao trgovac organizator ili prodavatelj, te organizirati, posredovati ili pružati druge usluge vezane uz putovanje ili boravak turista.“¹ Navedeni Zakon propisuje uvjete koje agencija mora ispuniti da bi mogla poslovati, odnosno nalaže agenciji da prije početka pružanja usluge nadležnom ministarstvu dostavi obavijest o početku pružanja usluga koja sadrži podatke o tvrtki sjedištu turističke agencije, osobnom identifikacijskom broju, adresi svakog prostora u kojem se pružaju usluge, voditelju poslova, ispunjavanju uvjeta voditelja poslova, uz dostavu dokaza o istome. Temeljem navedenog turistička agencija, odnosno prostor turističke agencije u kojem posluje upisuje se u Središnji registar.

„Glavni zadatak, a time i značenje turističkih agencija je da kao specijalizirana poduzeća na turističkom tržištu savjetuju, informiraju, iniciraju i organiziraju stvarajući tako specifičan proizvod koji može zadovoljiti potrebe i želje potencijalnih korisnika, odnosno turističkih potrošača.“² Njihovo značenje iskazuje se i u mogućnosti zapošljavanja relativno velikog broja ljudi. „Turističke agencije izravno utječu na formiranje sadržaja i kapaciteta turističke ponude, financiraju njihovu gradnju, biraju transportna sredstva, utječu na formiranje cijena, a istodobno utječu na formiranje ukusa, motiva, želja i potreba turističke klijentele.“³ „Osnovna poslovna preokupacija turističkih agencija svodi se sve više na ekonomiku putovanja, na neprekidno pronalaženje novih načina kako bi se prodajna cijena aranžmana što više približila kupovnoj moći potencijalnog tržišta. U

¹ Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine br. 130/17., 25/19., 98/19., 42/20,

² Vukonić, B., Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, 2003., str. 48

³ Ibid., str. 51

tim nastojanjima turistička agencija preuzima nove rike zakupa velikog broja prometnih i hotelskih kapaciteta, jamstva za popunjavanje tih kapaciteta kako bio maksimalno smanjila cijenu turističke usluge (aranžmana) i ostvarenim masovnim prometom turista osigurala dohodak svojim poslovnim partnerima, ali i vlastiti dohodak.“⁴

2.2. Poslovi turističkih agencija

Predmet poslovanja agencija su usluge, i to one kojima se zadovoljavaju potrebe turista i drugih osoba što putuju. „Postoje četiri velike podjele poslova turističkih agencija, a to su:

- prijevoz putnika, odnosno prodaja svih vrsta karata za sve vrste prijevoza (cestovnom, željezničkom, zračnom, morskom i riječnom)
- usluge ugostiteljstva i hotelijerstva, odnosno usluge izvan mjesta stalnog boravka turista ili putnika
- turistički aranžman u kojem agencija formira vlastiti proizvod, nudeći korisniku zajednički niz usluga
- ostale usluge“⁵

2.3. Funkcije turističkih agencija

Četiri su osnovne funkcije turističkih agencija: organizacijska funkcija, informacijsko – savjetodavna funkcija, posrednička funkcija i funkcija oglašavanja

Organizacijska funkcija postaje sve bitnija u poslovanju turističkih agencija, a omogućila im je da se prilagode naglom porastu turističkih kretanja, te da se na tržištu nametnu kao jedni od organizatora putovanja. Također omogućila im je spoznaju da je budućnost njihova poslovanja u pružanju kompleksnih usluga

⁴Vukonić, B., Keča, K., Pukšar, I., Turističke agencije, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015., str. 37

⁵Vukonić, B., Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, 2003, str. 48

zaokruženih turističkih angažmana, te kreiranju vlastitog proizvoda sastavljenog od različitih elemenata kojima turisti zadovoljavaju svoje potrebe i želje. Takvi proizvodi u turističkoj praksi su: paušalna putovanja ili paušalni aranžman, turistički aranžman paket usluga.

„Informacijsko – savjetodavna funkcija jedna je od najstarijih funkcija turističkih agencija, a sastoji se od besplatnih turističkih informacija i korisnih savjeta iz područja putničkog prometa, ugostiteljstva, hotelijerstva, deviznih propisa, propisa o izdavanju putovnica i viza, informacija o zabavnim, kulturnim i drugim priredbama, te prirodnim, kulturnim, povijesnim i drugim zanimljivostima i atraktivnostima pojedinih turističkih krajeva i mjesta.“⁶ Ova funkcija najčešće se ostvaruje usmenim putem, odnosno neposrednim putem s klijentom u poslovnici agencije, telefonskim putem ili e-mamilom.

Turističke agencije se koriste oglašavanjem kako bi rezultati prodaje njihovih usluga bili što bolji. Kao način oglašavanja turističke agencije najčešće koriste promotivne materijale. Osim promotivnih materijala turističke agencije se služe biltenima, obavijestima, specijalnim informacijama različitih ustanova i turističkih organizacija, voznim redovima i tarifama ili vlastitom dokumentacijom. Funkcija oglašavanja manifestira se u dva oblika: čistom komercijalnom promotivnom porukom kojom agencija distribuira dostupnim kanalima i različitim medijima i promoviranjem samog turizma. Kada se turistička agencija bavi oglašavanjem turizma u cjelini obično se radi o promociji destinacija koje se nalaze na ne tako popularnim područjima za što su primjer Republika Hrvatska nakon Domovinskog rata, a danas većina istočnoeuropskih zemalja.

„Posrednička funkcija jedna je od najvažnijih funkcija, ponajviše zbog prirode poslova agencija u turizmu.“⁷ Ona ujedinjuje, odnosno predstavlja posredništvo između turističke ponude i turističke potražnje. Uz navedeno na ovu funkciju vežu se i razni drugi poslovi kao što su prodaja voznih karata za sve vrste prijevoznih sredstava, rezervacije putničkih mjesta u prijevoznim sredstvima,

⁶Vukonić B., Keča, K., Pukšar, I., op.cit. str. 38

⁷Ibid., str. 39

prodaja karata za različite priredbe, posjete muzejima i izložbama, pribavljanje usluga smještaja i prehrane izravnom rezervacijom, poslove u svezi s turističkim platnim prometom, pribavljanje različitih osiguranja za slučaj nesreće na putu ili gubitak prtljage, pribavljanje putnih isprava poput putovanjima i viza, prodaja suvenira, razglednica i sl., prodaja ostalih usluga, kao što su npr. iznajmljivanja automobila, plovila i sl.

3. TURISTIČKI ARANŽMAN

3.1. Pojam turističkog aranžmana

„Turistički je aranžman temeljni proizvod svake turističke agencije. To je pojam turističkog proizvoda agencije, odnosno pojam onog „dobra“ koje agencija konkretno plasira na tržište kao rezultat vlastitog rada i angažmana i koji agencija nudi na tržištu. Pojam turistički aranžman možemo definirati kao dvije usluge ili više njih, koje su u vremenu i po sadržaju sinkronizirane, a nude se potencijalnom turistu, bilo po vlastitoj odluci agencije, bilo na traženje klijenta kojima on (turist) zadovoljava djelomično ili potpuno svoju turističku potrebu.“⁸

„Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu (u daljnjem tekstu: Zakon) paket-aranžman znači kombinacija najmanje dviju različitih vrsta usluga putovanja za potrebe istog putovanja ili odmora ako:

- a) te usluge kombinira jedan trgovac, među ostalim na zahtjev ili u skladu s izborom putnika, prije nego što je sklopljen jedinstveni ugovor o svim uslugama ili
- b) neovisno o tome jesu li sklopljeni zasebni ugovori s pojedinačnim pružateljima usluga putovanja, ako se te usluge:
 1. kupuju na jednoj prodajnoj točki i ako su odabrane prije nego što je putnik pristao platiti
 2. nude, prodaju ili naplaćuju po paušalnoj ili ukupnoj cijeni
 3. oglašavaju ili prodaju pod nazivom paket-aranžman ili pod sličnim nazivom
 4. kombiniraju nakon sklapanja ugovora kojim trgovac putniku daje pravo da bira između različitih vrsta usluga putovanja ili
 5. kupuju od pojedinačnih trgovaca putem povezanih postupaka online rezerviranja kada trgovac s kojim je sklopljen prvi ugovor dostavlja ime

⁸Ibid., str. 97

putnika, podatke o plaćanju i adresu e-pošte drugom trgovcu ili trgovcima, a ugovor s drugim trgovcem ili trgovcima sklopljen je najkasnije 24 sata nakon potvrde rezervacije prve usluge putovanja.“⁹

Glavna karakteristika turističkog aranžmana je dakle da se usluge kombinirane u njemu moraju realizirati u sklopu jednog putovanja, moraju biti vremenski usklađene, moraju se provesti pod jedinstvenim uvjetima i moraju imati jedinstveno izraženu cijenu.

Zbog načina formiranja cijene turistički aranžman naziva se i paušalni aranžman.

Poznati engleski teoretičari turizma A. J. Burkart i S. Medlik uvode pojam turističkog aranžmana u kontekstu cijene koji glasi: „Osnovni pojam aranžmana u ovom kontekstu jest da turist može kupiti odmor po jedinstvenoj cijeni znatno jeftinije nego ako kupuje komponente odmora odvojeno i izravno od putničkog agenta na malo.“¹⁰

Cilj je da se cijena formira tako da zbroj pojedinih cijena po kojima bi klijent dobio pojedinačne usluge iz aranžmana ne smije biti manja od cijene turističkog aranžmana.

3.2. Vrste aranžmana

„Ovisno o kriterijima njihova razlikovanja, turistički aranžman se može podijeliti u različite vrste. „Na temelju tržišnog kriterija aranžmani se mogu podijeliti na domaće i inozemne.“¹¹ Za domaću turističku agenciju svi aranžmani na području Hrvatske su domaći, dok su svi aranžmani kojima je turistička destinacija u inozemstvu, inozemni.

⁹Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, br. 130/17, 25/19, 98/19,42/20,70/21

¹⁰Vukonić B., Keča, K., Pukšar, I., op.cit. str. 98

¹¹Vukonić B., op.cit., str. 109

Prema vrstama usluga koje sadrže postoje emitivni i receptivni turistički aranžmani. Emitivni su aranžmani u kojima turistički korisnici realiziraju svoje potrebe i želje za putovanjem u destinacije izvan njihova mjesta prebivanja, dok se receptivni turistički aranžmani realiziraju u turističkoj destinaciji u kojoj turist boravi. Važna razlika između emitivnih i receptivnih turističkih aranžmana je ta da emitivne aranžmane organizira emitivna turistička agencija i turoperator, a na tržište ih plasira vlastitom poslovnicom putem poslovnih partnera ili nekim drugim prodajnim kanalima, a receptivne turističke aranžmane agencija plasira na tržište posredovanjem drugih turističkih agencija i to na emitivnim tržištima.

„S obzirom na krajnjeg korisnika aranžmana odnosno broja turista sudionika aranžmana postoje individualni agencijski turistički aranžmani te skupni agencijski turistički aranžmani. Obzirom na kriterij nastanka turističkog aranžmana, aranžmane možemo podijeliti na naručeni turistički aranžman i raspisani turistički aranžman. Naručeni turistički aranžman agencija formira na temelju narudžbe klijenta i obično se organizira kao individualni i kao skupni. U oba slučaja naručitelj određuje njihov sadržaj, strukturu usluga i slično, a turistička agencija je samo organizator putovanja i boravka turista, odnosno izravan izvršitelj jednog dijela usluga u skladu sa izraženom željom naručitelja putovanja.“¹² Raspisani turistički aranžman formira agencija vlastitom inicijativom, a također mogu biti individualni i skupni. Agencija koristi svoja iskustva, rezultate istraživanja i stanje na tržištu, te sastavlja program aranžmana i objavljuje ga na odgovarajući način na svojim web stranicama, obično kao godišnji, sezonski ili blagdanski program aranžmana, a interesenti za takve aranžmane prijavljuju se pojedinačno – bez obzira je li riječ o pojedincima ili skupinama – putuju zajednički kao skupina.

Prema načinu izvođenja ili načinu putovanja postoje boravišni i akcijski aranžmani ili ture. „Osnovna značajka boravišnog aranžmana je dulji boravak u nekoj turističkoj destinaciji.“¹³ Duljina boravka u aranžman uvodi ideju dopunskih sadržaja koji obogatiti sadržaj aranžmana, odnosno učiniti ga zanimljivim za kupca

¹²Ibid., str. 110

¹³Ibid., str. 112

poput priredaba i događaja, ali i kraćih izleta u šire područje destinacije. „Akcijski turistički aranžmani, odnosno ture aranžman je u kojem se po vremenu i mjestu organiziraju različiti oblici turističke ponude te nude u cjelovitom aranžmanu koji se doživljava u pokretu jer tura uključuje više destinacija odnosno odredišta“. ¹⁴ Prema prijevoznom sredstvu postoje autobusni, zrakoplovni, željeznički ili brodski aranžmani.

„Aranžmani se osim navedenih podjela mogu razvrstati i po nekim drugim kriterijima koji ne utječu bitno na njihov sadržaj, poput aranžmana prema godišnjem dobu ili prema dobu korisnika.“ ¹⁵

¹⁴Ibid., str. 110

¹⁵Ibid., str. 100

4. PUTOVANJE U PRAG U PAKET ARANŽMANU TURISTIČKE AGENCIJE AZUR TOURS

U nastavku rada razrađuje se Prag kao turistička destinacija te se prikazuje turistički paket aranžman putničke agencije Azur Tours, a odnosi se na petodnevno putovanje u Prag. Prema vrsti aranžmana ovaj aranžman može se podvesti pod inozemni, emitivni, skupni i raspisani aranžman.

4.1. Općenito o Pragu

Prag je glavni grad Češke Republike te jedan od najatraktivnijih i najposjećenijih gradova Europe. Nalazi se na zapadu Češke u samom središtu Češke zavale. Naziva se još „Zlatnim Pragom“, „Gradom sa sto tornjeva“, „Parizom istoka“ te „Majkom gradova“. Leži na rijeci Vltavi koja kroz grad protječe dužinom od 30 kilometara. Rijeka Vltava grad fizički dijeli na dva dijela.

Klima u Pragu je umjerena, a miješaju se oceanski i kontinentalni utjecaji. Ljeta su topla, dok su zimski mjeseci vrlo hladni. Količina padalina relativno je nepromjenjiva tijekom godine. Najbolje vrijeme za posjet Pragu je u svibnju ili rujnu kada vrijeme nije ni prevruće ni prehladno, a grad nije prenatrpan turistima.

Slika 1: Karta Praga



Izvor: http://www.os-brace-radica-bracevic.skole.hr/erasmus/_prag_e_ka, (20.04.2021.)

4.2. Povijesne činjenice Praga

“Do ranog 10. stoljeća Prag se razvio u napredan grad s velikom tržnicom i dvjema utvrdama (Praški dvorac i Vyšehrad).”¹⁶ Srednji vijek bio je zlatno doba Praga i to za vladavine rimskog cara Karla IV. koji je poticao izgradnju mnogih institucija – utemeljeno je Sveučilište te su sagrađene brojne crkve i samostani. Tijekom 16. stoljeća vlast su preuzeli Habsburgovci koji su vladali gotovo 400 godina. U tom periodu dolazi do uzleta renesanse u Pragu. Tridesetogodišnji rat u 17. stoljeću loše je utjecao na grad, budući da je uslijedio progon svih nekatolika i sustavna germanizacija državnih institucija. Isusovci su predvodili borbu protiv protestanata, a jedno od njihovih najmoćnijih oružja bila je obnova i izgradnja novih praških crkvi i palača u novom baroknom arhitektonskom stilu tijekom 18. stoljeća. Za Prag 19. stoljeće bilo je doba nacionalnog preporoda i bujanja građanskog ponosa. Izgrađeni su veliki javni spomenici - Narodni muzej, Narodno kazalište i Rudolfinum. Tek početkom 20. stoljeća Prag postaje glavni grad nezavisne Republike. Tijekom Drugog svjetskog rata Njemačka je okupirala Prag, a zanimljiva je činjenica da je iz Drugog svjetskog rata Prag izašao gotovo neoštećen. Nakon Drugog svjetskog rata uslijedila su četiri desetljeća komunizma. Komunistički režim svrgnut je 1989. godine uslijed Baršunaste revolucije. 1992. godine kada su Slovaci i Česi krenuli odvojenim putovima, Prag je proglašen glavnim gradom novoosnovane Češke Republike.

4.3. Društvene činjenice i gospodarstvo Praga

Prag ima oko 1,3 milijuna stanovnika. Danas je kulturno, gospodarsko i privredno središte Češke, sjedište brojnih međunarodnih organizacija kao i jedno od najposjećenijih turističkih središta Europe. Prag je i industrijsko središte Češke, a osobito su razvijene farmaceutska industrija, elektrotehnički inženjering,

¹⁶Soukup, V., Prag, Profil, Zagreb, 2004., str. 17

proizvodnja računalne tehnologije, prehrambena industrija i proizvodnja transportne opreme. Prag ostvaruje 25% češkog BDP-a, a većina novaca koju Češka ostvaruju potječe upravo iz Praga. Valuta u Pragu je češka kruna (1KN = 3,44 CZK), a u tijeku je priprema za uvođenje eura. Službeni jezik je češki.

4.4. Znamenitosti Praga

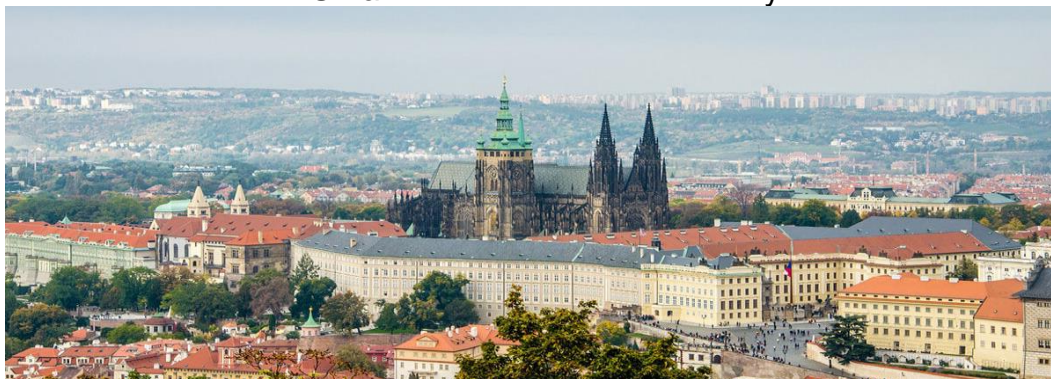
U nastavku rada slijedi razrada najznačajnijih kulturno – povijesnih znamenitosti, građevina i mjesta u Pragu oblikovanih kroz bogatu prašku povijest i to: Praškog dvorca i Hradčana, Katedrale Sv. Vida, Zlatne ulice, Karlovog mosta, Starogradskog trga, Starogradske vijećnice, Židovske četvrti – Josefova te Narodnog kazališta, a kroz koju razradu se daje prikaz što svako od navedenih znamenitosti čini vrijednom za razgledati. Navedene znamenitosti sudionici putovanja u Prag u paket aranžmanu s odabranom turističkom agencijom Azur Tours razgledati će u pratnji lokalnog vodiča i voditelja putovanja.

4.4.1. Praški Dvorac i Hradčany

Praški dvorac nalazi se na vrhu velikog brda na lijevoj obali rijeke Vltave. Svojom dužinom od 570 m i širinom od 128 m čini najveći dvorski kompleks na svijetu. Praški dvorac je povijesno i političko središte grada i Češke Republike. U Praškom dvorcu tijekom prošlosti stolovali su češki kraljevi, kraljevi Sv. Rimskog Carstva, biskupi, a danas je sjedište predsjednika republike i jedna od glavnih turističkih atrakcija. Među najpoznatijim građevinama unutar praškog dvorca su katedrala Sv. Vida, Kraljevska palača, Zlatna ulica te samostan Sv. Jurja. Unutar Praškog dvorca svaki dan između 5 sati ujutro i 23 sata navečer odvija se svečanost promjene straže, a u podne ova svečanost popraćena je trubama i zastavom. Okolica Praškog dvorca zove se Hradčany, a izgrađena je 1930.

godine. Najznačajnija građevina unutar Hradčanya je Loreta, marijansko središte koje hodočasnici posjećuju još od 17. stoljeća. „Loreta je bakreni samostan koji se sastoji od manastira, crkve rođenja Gospodnjeg Sv. Kolibe i tornja.“¹⁷ Unutar tornja se nalaze 30 zvona koje svakog punog sata od 9-18 sati zvone marijansku pjesmu. Glavna atrakcija Lorete blistava je pokaznica nazvana Praško sunce. Ukrašena je sa 6222 dijamanta.

Slika 2: Praški dvorac i Hradčany



Izvor: <https://www.guidetoprague.net/what-to-visit-in-prague/sights-and-landmarks-in-prague/prague-castle/> (20.04.2021.)

4.4.2. Katedrala Sv. Vida

Katedrala Sv. Vida smještena je u Praškom dvorcu. Radi se o elegantnoj i dominantnoj gotičkoj građevini s tri tornja. Katedralu krasi brojne bočne kapele, freske i nadgrobni spomenici. Jedan od najljepših i najstarijih uređenih dijelova katedrale je kapela Sv. Vavrlava čiji su donji zidovi obloženi svjetlucavim jaspisom i ametistom, a freske prikazuju prizore Kristove muke i život Sv. Vavrlava koji je i pokopan izravno ispod kapele. „Iznad kapele Sv. Vavrlava smještena je krunidbena komora gdje se nalazi češko krunidbeno blago i kraljevska kript, gdje je pokopana

¹⁷ Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na <https://www.prague.fm/hr/47229/loreta-3/>, (25.05.2021.)

većina čeških kraljeva i kraljica.“¹⁸ Na južnoj strani katedrale nalaze se Zlatna vrata ukrašena bogato pozlaćenim mozaikom koji predstavlja Posljednji sud. Najviši toranj katedrale visok je 96 metara i sa njega se pruža prekrasan pogled na grad. Na ovom tornju nalazi se Sigismund zvono, najveće zvono u Češkoj, napravljeno 1549. godine.

Slika 3: Katedrala Sv. Vida



Izvor: <https://www.prague.fm/hr/20588/katedrala-sv-vida/>,

(20.04.2021.)

4.4.3. Zlatna ulica

Zlatna ulica jedna je od naj slikovitijih ulica u Pragu i smještena uz zidove Praškog dvorca. „Uokvirena je spektakularnim i nametljivim strukturama Bijelog tornja i Daliborovog tornja.“¹⁹ Na jednoj strani ulice nalaze se 22 malene, jarkim bojama obojene kuće koje su izgrađene početkom 16. stoljeća, a bile su namijenjene za 24 čuvara cara Rudolfa. U 17. stoljeću u kućice su se uselili zlatari

¹⁸ Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/hr/20588/katedrala-sv-vida/>, (12.04.2021.)

¹⁹ Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/hr/18329/zlatna-ulica-u-praskom-dvorcu/>, (12.04.2021.)

po kojima je Zlatna ulica zapravo i dobila ime. Danas je većina kuća u Zlatnoj ulici pretvorena u knjižare, trgovine češkim staklom i drugim suvenirima za turiste koji njome prolaze.

4.4.4. Karlov most

Karlov most najpoznatiji je praški spomenik i jedna od najpopularnijih turističkih atrakcija u Pragu. Most pruža pogled na Praški dvorac i rijeku Vltavu. Most je dug 621 metar, sadrži 16 stupova i 3 tornja. Na istočnom kraju mosta nalazi se Starogradski toranj koji se sagrađen kao utvrda, ali i slavluk koji označava ulaz u Stari grad. „Starogradski toranj smatra se najljepšim tornjem na mostu u Europi zbog bogatih kiparskih ukrasa.“²⁰ Na suprotnoj strani nalazi se Malostranski toranj koji je domaćin izložbe o alkemičarima. Najvažnije obilježje mosta svakako je njegova galerija od 30 kipova. To su sveci i druge religijske figure koje su na most postavljene 1683. godine kako bi narod podsjećale da odlaze na obred svete mise. Najznačajniji kip na mostu je kip Ivana Nepomuka. Njegova smrt prikazana je reljefima ispod statue koje turisti dodiruju u nadi da će im se ostvariti želja. Danas su svi kipovi na mostu reprodukcije izvornika koji se čuvaju u muzejima diljem grada.

4.4.5. Starogradski trg

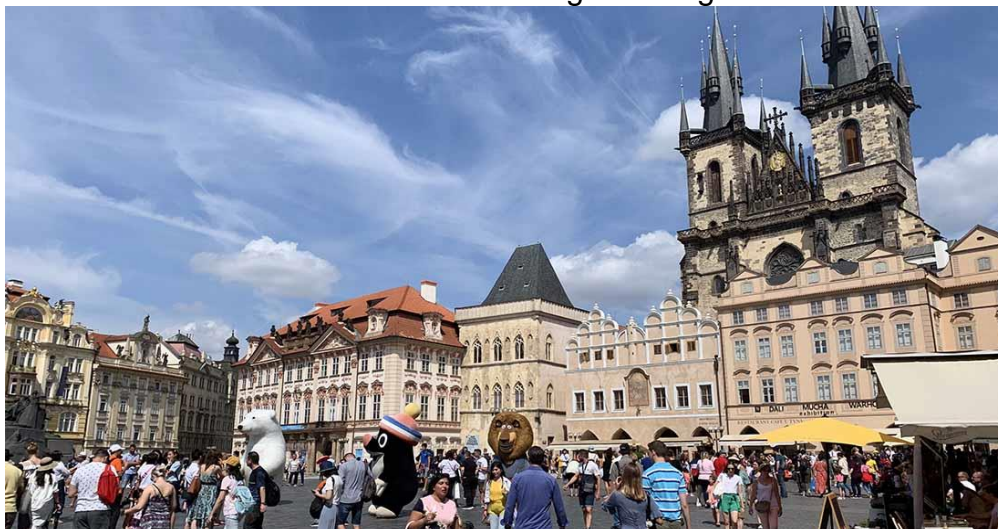
Starogradski trg danas je najpopularniji dio grada za mještane i turiste. „Nudi puno restorana, pubova, trgovina, galerija, muzeja, i zabave općenito.“²¹ Od najvažnijih kulturnih znamenitosti na Starogradskom trgu ističu se prekrasne

²⁰ Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/hr/7494/charles-bridge/>, (12.04.2021.)

²¹ Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/hr/7489/old-town-square/>, (12.04.2021.)

zgrade uređene u romanskom ili gotičkom stilu i to: Spomenik Jan Husu, reformatoru katoličke crkve, zatim Marijin stup, Crkva Sv. Nikole, Kuća kod kamenog zvona te Starogradska vijećnica.

Slika 4: Starogradski trg



Izvor: <https://www.svjetskiputnik.hr/11-zlatnih-u-zlatnom-pragu/>,

(20.04.2021.)

4.4.6. Starogradska vijećnica

Starogradska vijećnica je jedna od najuočljivijih građevina u Pragu koja je građena spajanjem postojećih kuća. Danas se sastoji od niza gotičkih i renesansnih građevina. Najpoznatija građevina Vijećnice je astronomski sat Orloj. To je jedan od najstarijih i najdetaljnijih satova. „Sat se sastoji od 3 glavna dijela: astronomskog brojčanika koji pokazuje položaj Sunca i Mjeseca na nebu i druge različite astronomske detalje, dio na kojemu se svakog sata izmjenjuju figure

apostola i dr. i kalendarskog brojčanika sa medaljonima koji predstavljaju mjesece.“²²

4.4.7. Židovska četvrt – Josefov

„U srednjem vijeku postojale su dvije različite židovske zajednice u praškom Staromgradu: Židovi sa zapada koji su se smjestili oko Staronove sinagoge te židovi iz Bizanskog Carstva koji su se smjestili oko Stare Šol (na mjestu današnje Španjolske sinagoge).“²³ Postepeno ove dvije zajednice su se spojile i često bile diskriminirane od strane kršćana. „Diskriminaciju je ublažio Josip II., a židovska je četvrt zato po njemu nazvana Josefov.“²⁴ Najpoznatije građevine u židovskoj četvrti su brojne sinagoge kao što su Staronova sinagoga, Pinkasova sinagoga, Klausova sinagoga, Židovska vijećnica, Kubistička kuća, koncertna dvorana Rudolfinum, samostan Sv. Agneze te svakako najpoznatije Staro židovsko groblje. Staro židovsko groblje bilo je jedino mjesto dozvoljeno Židovima za ukop. Nastalo je 1478. godine. Zbog nedostatka prostora procjenjuje se da je ondje pokopano 100.000 ljudi, a zadnji ukop izvršen je 1787. godine.

4.4.8. Narodno kazalište

Narodno kazalište oduvijek je bilo simbol češkog kulturnog preporoda. Tijekom ranih 80-ih godina 20. stoljeća kazalište je obnovljeno, a krasi ga neobični krov koji izgleda kao preokrenuti brod boje noćnog neba, a simbolizira vrhunac koji bi trebao biti cilj svim umjetnicima. Danas se Narodno kazalište sastoji od triju umjetničkih ansambla, opere, baleta i drame koji se izmjenjuju svojim nastupima.

²² Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/hr/7492/astronomical-clock/>, (29.03.2021.)

²³Soukup, V., op.cit., str. 81

²⁴Soukup, V., op.cit., str. 81

Slika 5: Narodno kazalište



Izvor: https://www.prague.fm/wp-content/gallery/national-theatre/nt_prague1.jpg, (23.04.2021.)

4.5. Turistička kretanja i ponuda Praga

Prag je grad koji privlači turiste u svim godišnjim dobima. Prag posjećuju turisti iz cijeloga svijeta, a prepun ih je gotovo cijele godine osim u siječnju i veljači koji su vjerojatno najmirniji mjeseci u godini. U 2019. godini Prag je posjetilo 8.044.324 turista, a ostvareno je 18.479.653 noćenja. U 2020. godini Prag je posjetilo 2.182.443 turista što je za 72,9% manje u odnosu na 2019. godinu, a ostvareno je 4.903.295 noćenja, što je 73,5% manje u odnosu na 2019. godinu. Na ostvarenja u 2020. godini značajno je utjecala pandemija koronavirusa Covid-19, budući da su restriktivne mjere za suzbijanje virusa ograničile domaći turizam i praktički zaustavile inozemne dolaske, osobito u travnju i svibnju te u jesen. U 2021. godini očekuju se bolji rezultati naročito zbog procijepljenosti stanovništva.

Proljeće je jedno od najpoželjnijih razdoblja za turistički posjet Praga (dominira praški Proljetni festival s bogatim programom koncerata i opera). Ljeti se kulturna ponuda seli na trgove, ulice i praške vrtove gdje ulični izvođači zabavljaju posjetitelje, a svakodnevni su izleti brodom rijekom Vltavom kao jedan od najboljih načina za upoznavanje grada i okolice. U hladnijim mjesecima godine većina

dogadaja odvija se u zatvorenim prostorima, ali isto tako prekrasan ugođaj pružaju božićne tržnice na praškim trgovima kao i božićni koncerti koji se odvijaju na trgovima i u crkvama.

Turistima u Pragu nudi se bogata ugostiteljska ponuda. Konstantno se otvaraju novi restorani, kafići i pubovi, a nude se i različite mogućnosti smještaja od najekskluzivnijih hotela pa sve do smještaja u hostelima i kampovima.

Češke su pive poznate u cijelom svijetu, a praške pivnice nalaze se gotovo na svakom koraku grada i nude široki izbor domaćeg svijetlog i tamnog piva. Najpoznatije marke piva su Plzensky Prazdroj i Budejovicky, ali jednako dobre su i Gambrinus, Krusovice i Staropramen. Za ljubitelje nečeg „jačeg“ preporuča se tradicionalni češki gorko – slatki biljni liker Becherovka, žestoko piće s okusom borovnice Borovička i rakija od šljive ili Slivovice. Češka hrana je tipična srednjoeuropska te se temelji na mesu, pa se tako miris kobasica, gulaša i ostalih mesnih delicija pomiješanih s mirisom zelja i knedli osjeti na svakom koraku grada. Također, praškim ulicama često se osjeti i miris tople čokolade i slastica, a najpopularnija je zasigurno Trdlo. „Pravi od slatkog tijesta koje se razvalja i omota oko štapa te peče na spravi sličnoj roštilju. Na kraju se uvalja u šećer i sjeckane orahe.“²⁵ Za one kojima se tradicionalna domaća kuhinja ne sviđa, u Pragu je smješteno pregršt talijanskih, francuskih, azijskih i drugih restorana, pa turisti zasigurno mogu pronaći nešto po vlastitom ukusu.

²⁵ Đaković, M., Prag – bajkoviti grad u srcu Europe, dostupno na: https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/prag--bajkoviti-grad-u-srcu-europe-113323.aspx?fbclid=IwAR0BqbAyT3RWAYI8r_1OXZ-HnR6occkiTMZNNLWZ7PqKD_UMufNpJRzHKJU, (28.05.2021.)

Slika 6: Poznato češko pivo - Plzensky Prazdroj



Izvor: <https://www.prague.fm/hr/ceska-kuhinja/>, (23.04.2021.)

Gotovo sve znamenitosti turisti mogu razgledati pješice, a nudi im se mogućnost brzog, jednostavnog i učinkovitog javnog prijevoza (tramvaj, podzemna željeznica i autobus). S obzirom na svijest o sve većem broju turista, u Pragu su posljednjih nekoliko godina znatno poboljšane i pristupačnije ustanove poput banaka, mjenjačnica, turističkih ureda te informacijskih centara, a sve u cilju uspostavljanja što kvalitetnijeg odnosa i ostavljanja dobrog dojma kod posjetitelja.

4.6. Opći podaci o putničkoj agenciji Azur Tours

Azur Tours je putnička agencija sa sjedištem u Zagrebu na adresi Trg bana Jelačića 4. Radno vrijeme agencije je od 8 do 18 sati radnim danom, a subotom od 9 do 13 sati. Kvalitetu usluge garantira pristupom klijentima, inovativnošću, maksimalno posvećenoj pažnji te bogatim dugogodišnjim iskustvom svojih djelatnika. Nudi aranžmane i usluge po cijenama koje su primjerene svim putnicima. Plaćanje aranžmana se obavlja gotovinski ili putem kreditnih i debitnih kartica, a postoji i mogućnost uplate na žiro račun.

Pouzdana su partneri u organizaciji individualnih putovanja (ljetovanja u Hrvatskoj i inozemstvu, zimovanja i skijanja), krstarenja Jadranom, Mediteranom, rijekama, oko svijeta, Europska putovanja zrakoplovom, autobusom, „a la carte“ programi prema željama korisnika, wellness i vikend paketi te daleka putovanja.

Slika 7: LOGO Turističke agencije Azur Tours



<https://croatia.hr/hr-HR/informacije-o-putovanju/turisticke-agencije/azur-tours-doo>

(01.07.2021.)

4.7. Stvaranje paket aranžmana

„Cjelokupan proces stvaranja turističkog aranžmana dug je, sustavan i kontinuirani posao, a može se sistematizirati u osam faza:

1. postavljanje okvirnog programa
2. sastavljanje okvirne kalkulacije
3. sastavljanje glavne kalkulacije
4. određivanje prodajne cijene
5. izrada i raspis aranžmana, promocija na tržištu
6. informatizacija, booking, uplate klijenata
7. provedba aranžmana
8. izvješće o izvršenom aranžmanu, obračun i određivanje uspješnosti“²⁶

²⁶Vukonić, B., Keča, K., Pukšar, I., op.cit. str.103

4.8. Prikaz putovanja u Prag u paket aranžmanu turističke agencije Azur Tours

U nastavku rada slijedi prikaz programa i drugih korisnih informacija o odabranom putovanju u paket-aranžmanu u Prag s turističkom agencijom Azur Tours.

Prag | 5 dana | autobusom iz Zagreba

Putovanje Prag

Putovanje Prag s izletom u čuvene Karlove Vary i fascinantnu Kutnu Horu, te razgledom čarobnog Češkog Krumlova.

Mogućnost polaska: Zagreb, Varaždin i Čakovec.

Datumi putovanja: 22.06.-26.06., 18.08.-22.08., 27.10.-31.10.2021. (garantirani polasci)

1. dan, Zagreb - Prag

Polazak iz Zagreba u 5:00 sati. Ugodna vožnja prema Pragu uz povremene odmore tijekom puta. Po dolasku u Prag smještaj u hotel. Nakon kraćeg odmora odlazak u grad s vođiteljem putovanja (gradskim prijevozom), te prvo upoznavanje živahnog središta češke prijestolnice. Navečer predlažemo večeru u tradicionalnoj praškoj pivnici (uz doplatu - plaćanje vođitelju na licu mjesta). Noćenje.

2. dan, Prag

Doručak. Odlazak u razgled grada autobusom i pješice uz pratnju službenog lokalnog vođića - *vođenje je uz audio slušalice koje će vam omogućiti da pratite vođića na najbolji način* (doplata za slušalice). Hradčany s Praškim dvorcem (jedan od najvećih dvoraca na svijetu, prostire se na preko 70.000 m² i rezidencija je čeških vladara) - bazilika sv. Jurja - katedrala sv. Vítava i Václava (katedrala u kojoj su pokopani češki vladari) - Stara kraljevska palača - Belvedere (ljetna rezidencija) - palača Lobkowitz - Nova kraljevska palača - palača Rožmberk i Zlatna ulica (Zlatna ulica se tijekom razgleda ne posjećuje, ulaz se posebno naplaćuje te ju može posjetiti u slobodno vrijeme). S Hradčana se spuštamo do veličanstvenog Karlovog mosta, jednog od glavnih simbola Praga i najstarijeg gradskog mosta koji povezuje Stari grad s drugom obalom Vltave, Malom Stranom. Nastavljamo do Staromestské náměstí (najstarijeg i najznačajnijeg trga u povijesnoj jezgri Praga) s poznatim Astronomskim satom Orloj i Starogradskom vijećnicom, spomenikom Janu Husu i crkvom sv. Nikole, zatim do Václavské náměstí (s Nacionalnim muzejem, najstarijim i najvećim češkim muzejem, Praškom državnom operom ... iznimno živo mjesto, koje obiluje restoranima, trgovinama, kafićima)... Poslije razgleda predlažemo dvosatnu vožnju brodom po Vltavi (uključen buffet ručak), vožnja rjeokom uz najpoznatije građevine i spomenike „Zlatnog grada“ (uz doplatu - plaćanje vođitelju na licu mjesta). Slobodno poslijepodne za vlastito istraživanje grada. Noćenje.

3. dan, Prag - Karlove Vary - Prag

Doručak. Predlažemo izlet u čuvene KARLOVE VARY (uz doplatu - plaćanje pratitelju na licu mjesta), najpoznatije i najveće češke toplice. Prema legendi termalne izvore je u 14. st. otkrio češki kralj Karlo IV i kasnije osnovao grad koji je nazvan njegovim imenom. Postoje 12 izvora, najpoznatiji je Vřídlo koji se uzdiže na visinu od 12 m i koji je s 72 °C i najtopliji. Razgled grada predivne arhitekture i obilazak ljekovitih izvora mineralne vode. Slobodno vrijeme za šetnja gradom čuvenim promenadama ili posjet muzeju „Becherovke“ ili muzeju češkog stakla i kristala „Moser“. Dok ste još u

gradu ne propustite priliku probati i Karlovarské oplatky (oblatne), još jedan autohtoni proizvod. Povratak u Prag u poslijepodnevnim satima. Za one koji ostanu u Pragu predlažemo posjet jednom od muzeja: Kafkin muzej, muzej poznatog slikara Muche, Muzej KGB-a... Slobodno vrijeme. Noćenje.

4. dan, Prag - Kutna Hora - Prag

Doručak. Predlažemo poludnevni izlet u KUTNU HORU, (uz doplatu - plaćanje voditelju putovanja na licu mjesta), nedaleko Praga koji je zahvaljujući svojim *rudnicima* srebra bio drugi najvažniji grad u Češkoj, pod zaštitom UNESCO-a i poznat po najvećim rudnicima srebra u Češkoj. Razgleda grada: gotička katedrala Sv. Barbare (zaštitnice rudara), crkva sv. Jakova, kamenita Fontana ... slijedi posjet nekadašnjim rudnicima srebra gdje ćete se upoznati s tradicijom kovanja novca, kao i ući u sam rudnik. Slobodno vrijeme za šetnju ili kupovinu suvenira od srebra. Odlazak do Sedleca (predgrađe Kutne Hore) poznatog po kosturnici Crkve Svih Svetih, naime unutrašnjost crkve ukrašena je s približno 70.000 ljudskih kostiju od kojih su napravljene sve dekoracije u unutrašnjosti kapelice. Priča počinje u 12.stoljeću: redovnik samostana otišao je na hodočašće u Sv. Zemlju (Palestinu) i na povratku donio vrč pun zemlje s mjesta gdje je razapet Isus, koju je nazvao sveta zemlja. Zemlju je rasuo po groblju i vjerovalo se da je to direktan put u raj ... priča je duga i još puno toga ćete saznati na licu mjesta. Najfascinantnije umjetničko djelo u kosturnici je ogroman luster koji se nalazi u središtu kapelice i sadrži sve kosti iz ljudskog tijela. Povratak u Prag u poslijepodnevnim satima. Navečer predlažemo zajednički odlazak na večeru u tradicionalnu češku tavernu s folklornim programom (uz doplatu - voditelju putovanja na licu mjesta). Noćenje.

5. dan, Prag - Česky Krumlov - Zagreb

Doručak i odjava iz hotela. Odlazak prema Češkom Krumlovu - jednom od najromantičnijih povijesnih gradića južne Češke, smještenog iznad rijeke Vltave. Grad je osnovan oko dvorca iz 13. stoljeća i izvanredan je primjer malog srednjovjekovnog grada čija je baština ostala netaknuta zahvaljujući mirnom razvoju, povijesno središte grada 1992. godine upisano na UNESCO-v popis mjesta svjetske baštine u Europi. Po dolasku obilazak grada: most na plaštu, dvorca, glavnog trga s fontanom, crkva Sv. Vitusa, šetnja uskim gradskim uličicama je kao putovanje vremenom u prošlost! Slobodno vrijeme za ručak (uz doplatu - plaćanje voditelju na licu mjesta). Povratak prema Hrvatskoj. Dolazak u kasnim večernjim satima.

Cijena aranžmana po osobi u dvokrevetnoj sobi:

| Datumi polazaka | 18.08., 27.10. | 22.06. |
|-----------------|----------------|----------|
| First minute* | 1.185 kn | 1.282 kn |
| Redovna cijena | 1.285 kn | 1.382 kn |

*First Minute cijena vrijedi do 40 dana prije polaska odnosno do popunjenja kapaciteta po FM cijeni

Cijena uključuje:

- prijevoz turističkim autobusom prema programu putovanja
- 4 noćenja s buffet doručkom u hotelu 3*/4* u dvokrevetnim sobama tuš/WC/TV u Pragu
- razgledi prema programu
- voditelja putovanja tijekom cijelog puta
- jamčevno osiguranje, troškove organizacije i prodaje

Cijena ne uključuje:

- sve što nije navedeno kao uključeno (ulaznice za objekte koji se posjećuju tijekom razgledavanja, dodatne sadržaje i troškove koji nisu predviđeni programom, troškove osobne prirode kao što su piće, dodatni obroci, telefon, karte za javni gradski prijevoz i slično)
- putno osiguranje i osiguranje za slučaj otkaza putovanja (otkaz od strane putnika), preporučamo

Doplate, popusti i fakultativna ponuda:

- gradska pristojba za Češki Krumlov 2 eur po osobi (obavezna doplata na licu mjesta)
- audio slušalice za razgled Praga 4 eur (obavezna doplata na licu mjesta)
- večera u jednoj od starih praških pivnica 15 eur - 3 slijeda / piće se plaća dodatno
- dvosatna vožnja brodom po Vitavi s uključenim buffet ručkom 20 eur / piće se plaća dodatno
- izlet u Karlove Vary 35 eur (**minimum 20 putnika** / izlet uključuje: prijevoz autobusom, razgled i ulaznica za muzej „Becherovke“ uz degustaciju)
- večera u tradicionalnoj češkoj taverni s folklornim programom 35 eur - večera u 4 slijeda s neograničenom konzumacijom pica od 19:00-22:00 h (pivo, vino, sokovi)
- izlet u Kutnu Horu 35 eur (**minimum 20 putnika** / izlet uključuje: prijevoz autobusom, razgled i ulaznice u katedralu Svete Barbare, rudnik srebra i kosturnicu)
- ručak u tradicionalnoj pivnici u Češkom Krumlovu 15 eur - 3 slijeda / piće se plaća dodatno
- doplata za jednokrevetnu sobu (obavezna doplata kad putuje samo jedna osoba) 748 kn
- djeca do 12 godina ostvaruju popust 50% na fakultativnu ponudu
- djeca od 12 do 18 godina ostvaruju popust 20% na fakultativnu ponudu

Smještaj grupa u Pragu je u kvalitetnim hotelima 3*/4* (lokalna kategorizacija). Svi hoteli koje koristimo su izvrsno povezani linijama javnog gradskog prijevoza. Nema popusta za trokrevetnu sobu. **Trokrevetne i jednokrevetne sobe su na upit budući hoteli raspoloživi s manjim brojem takvih soba i potvrda ovisi o raspoloživosti. Za sve polaske (osim Zagreba) potrebna prethodna pismena najava. Točno vrijeme i mjesto polaska iz Varaždina i Čakovca bit će definirano 3 dana prije polaska.**

Mogućnost doplate za odabir sjedala u autobusu (doplata nije obavezna):

Na našim putovanjima nudimo mogućnost odabira određenih sjedala u autobusu uz doplatu prilikom rezervacije. Raspoloživost odabranih sjedala je na upit i podložna provjeri prilikom rezervacije.

- za posebno sjedalo u autobusu:
- 1 red - sj 3,4 125 kn
- 2 red - sj 5,6,7,8 125 kn
- za dodatno prazno sjedalo u autobusu 719 kn (nudimo vam veći komfor kako biste sjedili sami)

Češka - dobro je znati

Republika Češka prostire se na oko 78 tisuća četvornih kilometara u srednjoj Europi. Graniči s Poljskom na sjeveroistoku, sa Slovačkom na jugoistoku, s Austrijom na jugu i s Njemačkom na zapadu i sjeverozapadu. Zapadnim dijelom proteže se velika nizina uz rijeke Labu i Vitavu, koja je okružena niskim planinama Krkonoše, dok je istočni dio zemlje brdovit. U povijesno-političkom smislu zemlja se dijeli na tri regije: Češku, Moravsku i Šlesku. U zemlji živi oko 10 milijuna stanovnika, od čega većinu čine Česi (90 posto). Glavni grad Prag smjestio se na rijeci Vitavi. Predstavlja važno gospodarsko, kulturno i povijesno središte zemlje, te je nezaobilazna odrednica milijuna turista iz cijeloga svijeta. Valuta: nacionalna valuta je češka kruna (czk) koja je i jedino sredstvo plaćanja (1 euro = oko 25 kruna), češke krune moguće je nabaviti i u našim bankama prije putovanja ili zamijeniti na licu mjesta (vođić će vam preporučiti mjenjačnice u Pragu tijekom razgleda). Javni gradski prijevoz: cijene karata su povoljne i za svaku vrstu prijevoza treba kupiti novu kartu. Cijena jedne karte (vrijedi 90 minuta od poništavanja) i s kojom se možete voziti u svim pravcima iznosi 32 czk, a tzv. „kratka karta“ koja vrijedi 30 minuta od poništavanja iznosi 24 czk. Ulaznice za muzeje i kulturno-povijesne spomenike (informativne cijene, mogu biti podložne promjeni): Hradčany - veliki krug 350 czk, Hradčany - mali krug 250 czk, stara gradska vijećnica 100 czk, Židovska četvrt 300 czk (muzeji u Židovskoj četvrti nisu otvoreni subotom), Muzej voštanih figura 290 czk. Suvenir: češki kristal 'Bohemia Crystal', Becherovka, poznato češko pivo (poput Pilsner Urquella, Budvara ili Krušovica - pivo je najbolje kupiti u nekoj od 'običnih' trgovina jer su cijene vrlo povoljne).

dimenzija

- kvaliteta hotela - na nivou **Europske unije** pokušala se napraviti hotelska standardizacija koja bi bila prihvaćena u svim državama. Ipak, iako je izrađena, ona nije pravilo, već služi samo kao smjernica državama članicama. Prema tome se u različitim državama razlikuje i hotelska kategorizacija. Svi su hoteli standardizirani i odgovaraju **lokalnoj službenoj kategoriji**
- u smještajnom objektu su neki od dopunskih sadržaja dostupni uz doplatu, a postoji i mogućnost odstupanja oko dostupnosti nekih sadržaja, jer isključivo zavise od smještajnih objekata (npr. sef, mini-bar, TV, klima uređaj, fen za kosu, internet...). Savjetujemo da se i sami informirate o istima putem interneta, odnosno specijaliziranih portala koji pružaju tu vrstu pomoći putnicima poput tripadvisor.com, www.booking.com ...
- organizator putovanja ne snosi odgovornost za eventualne drugačije usmene informacije o programu putovanja
- molimo da se o rizičnosti putovanja u pojedine države informirate na službenoj stranici Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija RH, mvep.hr

Izvor: <https://www.azurtours.hr/putovanja/europska-putovanja/putovanje-prag-2/12201/>

4.8.1. Postavljanje okvirnog programa

„Postavljanje programa putovanja znači na temelju prethodno prikupljenih informacija i podataka te na temelju prethodnih analiza i istraživanja tržišta odrediti turističku destinaciju, utvrditi plan putovanja, izabrati vrstu prijevoznog sredstva, predložiti trajanje aranžmana, utvrditi ostale vremenske elemente, izabrati osnovne kapacitete smještaja te odlučiti se za različite dodatne usluge koje mogu obogatiti sadržaj aranžmana.“²⁷

Prilikom stvaranja putovanja u Prag u paket aranžmanu agencija Azur Tours (u daljnjem tekstu: Agencija) svakako se vodila atraktivnošću Praga kao turističke destinacije, njegovim kulturnim i povijesnim obilježjima, gastronomskom ponudom i zabavnim sadržajima, ali i zainteresiranošću tržišta na temelju ispitivanja tržište potražnje. Upravo iz tog razloga ovaj paket aranžman realizirat će se u tri termina tokom 2021. godine (u lipnju, kolovozu i rujnu).

Nakon odabira destinacije Agencija utvrđuje plan putovanja. Pri utvrđivanju plana Agencija se nije vodila samo odabirom smjera putovanja, odnosno same destinacije nego je pažnju pridodala i sporednim destinacijama koje mogu utjecati

²⁷Vukonić, B., Keča, K., Pukšar, I., op.cit. str.103

na ukupnu kvalitetu i prihvatljivost aranžmana, a koje mogu imati presudnu ulogu kod odabira turista. U konkretnom aranžmanu Agencija se ponudila kao organizator fakultativnih izleta tijekom trajanja aranžmana uz određene uvjete i to izleta u Karlove Vary koji su najpoznatije i najveće češke toplice, zatim u Kutnu Horu, drugi najvažniji grad u Češkoj pod zaštitom UNESCO koji je poznat po rudnicima srebra i nudi korisnicima aranžmana posjet rudnicima i upoznavanje s tradicijom kovanja novca. Također, agencija se ponudila i kao organizator dvosatne vožnje brodom po Vltavi, a koja pruža pogled na Prag iz druge perspektive. Po povratku prema Hrvatskoj Agencija je isplanirala odlazak u Češki Krumlov, također gradić pod zaštitom UNESCO uz upoznavanje njegovih znamenitosti. Sve navedene sporedne destinacije svakako povećavaju atraktivnost aranžmana i zasigurno zbog svoje zanimljivosti i pristupačne cijene privlače turiste, a što je Agenciji i potvrđeno prilikom analize tržišne potražnje. Prilikom odabira prijevoznog sredstva – autobusa, Agencija se vodila činjenicom o udaljenosti Praga od polazišta (udaljenost Zagreb-Prag iznosi oko 700 km) te o činjenici da je autobus jedino prijevozno sredstvo kojim je moguće u cijelosti izvesti turistički aranžman, budući da sva druga prijevozna sredstva traže kombinaciju više različitih sredstava prijevoza. Osim toga agencija se vodila i cijenom autobusa kao jednim od važnih čimbenika za odabir. Prilikom istraživanja tržišta Agencija dolazi do podataka da određene skupine potencijalnih korisnika aranžmana imaju averziju prema nekim prijevoznim sredstvima kao što je npr. zrakoplov za putovanja na ne tako daleke destinacije, poput Praga.

Idući korak u stvaranju plana putovanja je odabir vremena aranžmana. „U tom slučaju vrijeme treba shvatiti kao:

- godišnje doba u kojem se organizira putovanje
- kao datume u mjesecu kada počinje i završava turistički aranžman
- kao dan u tjednu kada se polazi na putovanje ili vraća s njega
- kao doba dana ili sat kada se kreće na putovanje ili vraća s njega

- kao vrijeme trajanja turističkog aranžmana.²⁸

U konkretnom aranžmanu polazak na putovanje koje traje 5 dana započinje na utorak (za aranžman u lipnju polazak na putovanje je 22. lipnja koji je u Republici Hrvatskoj državni praznik) ili na srijedu (za aranžman u kolovozu i listopadu) što znači da u trajanje aranžmana ulaze i neradni dani. Putovanje u trajanju od 5 dana optimalno je za upoznavanje Praga, mogućnost posjete i razgledavanje nekih sporednih destinacija u blizini Praga, ali i za korištenje slobodnog vremena za individualne aktivnosti tijekom putovanja. Agencija je za vrijeme polaska odabrala ranojutarnje sate jer je za prvi dan putovanja predvidjela obilazak i upoznavanje središta Praga. Što se tiče godišnjeg doba Agencija se odlučila za polazak na putovanje u ljeto budući da se vodila činjenicom da je u tom periodu mnoštvo događanja i manifestacija na praškim ulicama i trgovima koja se čine zanimljivim i privlačnim brojnim posjetiteljima. Što se pak tiče polaska u Prag u jesen, Agencija se vodila činjenicom da su tada još uvijek sve atrakcije otvorene za posjetitelje, a temperature zraka su udobnije. Povratak putovanja predviđen je za subotu, odnosno nedjelju kako bi se turistima ostavilo dovoljno vremena za pripremu za naredni radni tjedan.

4.8.2. Stvaranje okvirne kalkulacije

„U sastavljanju djelomičnih kalkulacija Azur Tours (u daljnjem tekstu: Agencija) poseže za raspoloživom dokumentacijom koju posjeduje u trenutku stvaranja aranžmana. Takva dokumentacija i cjenici različitih usluga temelji su za približno određivanje cijene aranžmana. O okvirnoj kalkulaciji radi se iz razloga što agencija nema podatke o stvarnim cijenama usluga, a nisu joj poznati niti svi uvjeti u kojima će se aranžman izvoditi.“²⁹ Okvirna kalkulacija bitna je da bi se dobio okvirni pregled moguće prodajne cijene aranžmana. U slučaju da se u ovoj fazi

²⁸Ibid., str. 105

²⁹Ibid., str. 107

pokaže da su cijene željenih usluga previsoke, Agencija će korigirati aranžman ili od istog odustati.

4.8.3. Glavna kalkulacija i određivanje prodajne cijene aranžmana

„Glavna kalkulacija utvrđuje se na osnovi potvrđenih cijena davatelja usluga. To više nisu cijene iz cjenika nego precizno određene cijene koje dobavljači daju agenciji uz određene uvjete.“³⁰ U slučaju da cijena ili uvjeti ne odgovaraju mogućnostima klijenata agencija može promijeniti usluge ili davatelja usluga. U turističkoj agenciji kalkulacijom se utvrđuje prodajna cijena proizvoda.

„Da bi mogla formirati cijenu svog turističkog aranžmana, agencija mora raspolagati trima osnovnim vrijednostima:

- cijenama usluga pojedinih dobavljača usluga koje je agencija ukomponirala u svoj aranžman i plaćanje kojih je preuzela
- troškovima koje sama agencija ima u sklopu svog poslovanja, stvaranja plasmana i provedbe aranžmana (tzv. fiksnim troškovima)
- vrijednošću vlastitog rada, dakle i naknade za taj rad.“³¹

Kalkulacija cijena usluga pojedinih dobavljača obuhvaća troškove prijevoza i smještaja, kao i dopunske usluge poput usluge turističkog vodiča i ulaznica za razna događanja odnosno ulaznica u različite ustanove.

„Utvrđiti iskorištenost prometnog sredstva vrlo je bitna predradnja u izradi kalkulacije aranžmana, jer se na očekivanu iskorištenost autobusa računaju i drugi troškovi. U cijenu autobusa uključene su cijena goriva, amortizacija vozila, eventualne cestarine, cijena parkinga i sl., a to ovisi o prijevozniku.“³²

³⁰Ibid., str. 106

³¹Ibid., str. 150

³²Ibid., str. 160

Kod odabira cijene smještaja, Agencija na temelju prikupljenih ponuda više smještajnih jedinica odabire onu ponudu koja nudi najviše za neku pristupačnu cijenu. Za ovo putovanje Agencija će zatražiti ponude hotela s 3 ili 4 zvjezdice.

Kalkulacija troškova turističke agencije obuhvaća i procjenu troškova agencije u vezi formiranja, prodaje i realizacije turističkog aranžmana. „U agencijskom poslovanju troškove valja promatrati s dvaju temeljnih aspekata: kao troškove agencije i kao troškove aranžmana. U prvom slučaju riječ je o troškovima gospodarskog organizma kao cjeline, od kojih dio nastaje bez obzira na „proizvodni“ program agencije, a dio se povezuje izravno s agencijskom „produkcijom“.“³³

Za potpuno oblikovanje cijene potrebno je utvrditi razliku u cijeni, odnosno agencijsku proviziju koja predstavlja naknadu za rad turističke agencije.

„Na formiranje prodajne cijene aranžmana utjecaj imaju i vanjski faktori gdje se agencija svjesno odlučuje na nižu ili višu cijenu od izračunane, jer je na to navode neki drugi razlozi ili ispunjavanje nekih poslovnih ciljeva. Na takvu je odluku može navesti, na primjer i nastup konkurencije ili želja da se iskoriste sve mogućnosti kako bi se program aranžmana našao na tržištu.“³⁴

Na temelju kalkulacije agencija Azur Tours je utvrdila konačnu prodajnu cijenu aranžmana po osobi koja iznosi 1.285,00 kn za putovanje u paket aranžmanu u kolovozu i listopadu, odnosno 1.382,00 kune za putovanje u paket aranžmanu u mjesecu lipnju. „Cijena uključuje prijevoz turističkim autobusom, 4 noćenja s buffet doručkom u dvokrevetnim sobama u hotelu sa 3* ili 4* u Pragu, razglede prema programu, voditelja putovanja, jamčevno osiguranje i troškove organizacije i prodaje aranžmana.“³⁵ Istaknuta cijena ne uključuje gradsku pristojbu za Češki Krumlov u iznosu od 2 eura po osobi, audio slušalice za razgled Praga u iznosu od 4 eura, večeru u staroj praškoj pivnici u iznosu od 15 eura, dvosatnu vožnju brodom po Vltavi sa uključenim buffet ručkom u iznosu od 20 eura, izlet u

³³ Ibid., str. 152

³⁴ Ibid., str. 106

³⁵ Mrežna stranica Azur tours, dostupno na <https://www.azurtours.hr/putovanja/europska-putovanja/putovanje-prag-2/12201/>, (27.06.2021.)

Karlove Vary u iznosu od 35 eura, večeru u tradicionalnoj Češkoj taverni u iznosu od 35 eura, cijenu izlet u Kutnu Horu u iznosu od 35 eura, ručak u tradicionalnoj pivnici u Krumlovu u iznosu od 15 eura, doplatu za jednokrevetnu sobu u iznosu od 748,00 kuna. Cijena ne uključuje niti putno osiguranje za slučaj otkaza putovanja i osiguranje za slučaj otkaza putovanja od strane putnika.

Agencija odobrava mogućnost smanjenja cijene davanjem popusta od 50% za dijete do 12 godina na fakultativne ponude, a za djecu od 12 do 18 godina 20% popusta na fakultativne ponude.

Također, moguće je ostvariti i First minute popust u iznosu od 100,00 kn na cijenu aranžmana za uplate do 40 dana prije polaska.

4.8.4. Plasman i prodaja turističkog aranžmana

„Faza plasmana ili prodaje vrlo je bitna faza u procesu stvaranja i prodaje turističkog aranžmana jer se u njoj uspostavlja izravna komunikacija sa potencijalnim klijentima te o njoj ovisi i uspjeh poslovanja agencije.“³⁶ Fazu plasmana ili prodaje čini nekoliko poslova koji obuhvaćaju promotivne aktivnosti agencije, sam čin prodaje i evidentiranje te prodaje (booking).

Promotivne aktivnosti nezaobilazne su kada je riječ o poslovnoj politici i poslovanju turističke agencije. „Pod promocijom se podrazumijevaju sva sredstva i metode kojima se prenose informacije radi utjecaja na ponašanje korisnika, određenih proizvoda ili usluga.“³⁷ U današnje vrijeme promotivna aktivnost sve više mora pronalaziti načine da istodobno s informiranjem obavi i odredi određenu fazu prodaje.

Turistička agencija Azur Tours (u daljnjem tekstu: Agencija) za realizaciju promotivne aktivnosti upotrebljava mnoga sredstva:

- kataloge s programom aranžmana i putovanja koji je osnovna informativna publikacija. Katalog se može podijeliti na tekstualni i

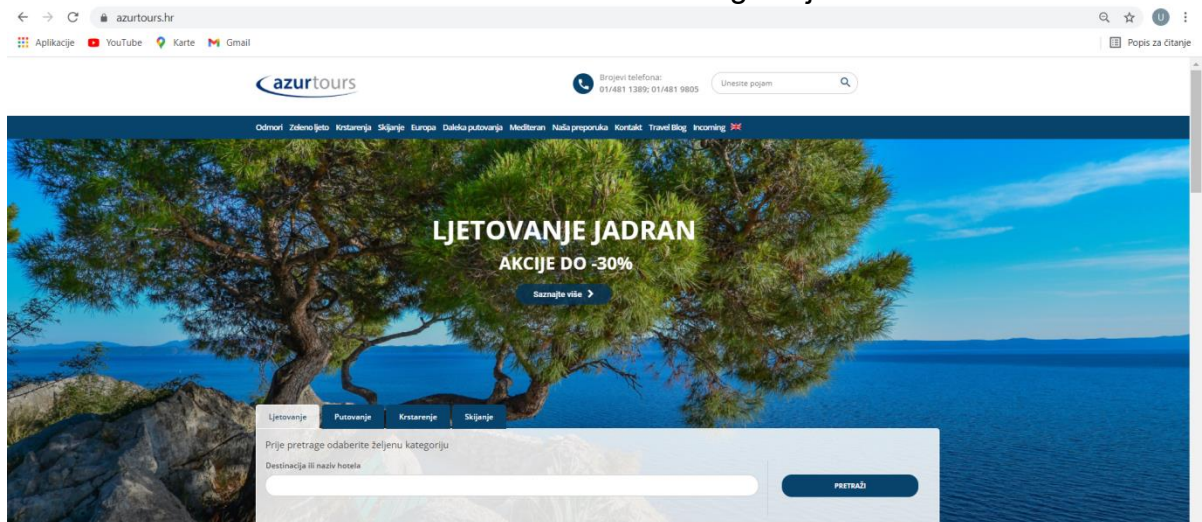
³⁶Vukonić, B., Keča, K., Pukšar, I., op.cit. str. 107

³⁷Ibid., str. 175

ilustrativni dio. Tekstualni dio sadrži detaljan pregled, program i plan pojedinog aranžmana, dok je cilj ilustrativnog dijela potaknuti emocionalne efekte kod klijenata.

- web stranicu koja je od presudnog promotivnog značaja za Agenciju – na web stranici Agencija oglašava svoje usluge. Na web stranici Agencije može se naći i kontakt obrazac za jednostavno postavljenje pitanja i rješavanje nedoumica. Također, na web stranici se posjetitelj može pretplatiti i na newsletter Agencije te na tako saznati sve novosti i aktualnosti Agencije. Web stranica nudi pregled sadržaja osim na hrvatskom i na engleskom jeziku.
- društvene mreže s obzirom da one okupljaju velik broj potencijalnih korisnika usluga Agencije. Agencija se promovira se na Facebook i Instagram profilu te na YouTube kanalu.

Slika 8: Prikaz web stranice turističke agencije Azur Tours



Izvor: <https://www.azurtours.hr/>, (03.07.2021.)

4.8.5. Realizacija turističkog aranžmana

„Realizacija turističkih aranžmana općenito, provodi se u dvije faze i to faza pripreme izvršenja i faza izvršenja turističkog aranžmana.“³⁸

U fazi pripreme izvršenja putovanja u Prag u paket aranžmana agencija Azur Tours (u daljnjem tekstu: Agencija) obavlja nekoliko zadataka i to:

- Sastavlja liste putnika ili popisa sudionika putovanja. Putnik se na putovanje može prijaviti telefonom, telefaxom i mailom, te kod ovlaštenih agenata Agencije. Putnik potpisuje ugovor o putovanju u paket – aranžmanu kojime prihvaća uvjete rezervacije.
- Sastavlja poseban popis putnika prema značajkama smještaja (rooming – liste). Agencija kao organizator ovog putovanja uzima u obzir zahtjeve za povezanim sobama, obiteljskim sobama i sl., ali vrstu, sadržaj smještaja poput balkona, terase, pušačke sobe, kata, francuskog ležaja i slično ne može jamčiti budući da raspored smještaja u sobe određuje recepcija odabranog hotela.
- Pribavlja putne dokumente za sudionike aranžmana. Hrvatskim državljanima za ovo putovanje potrebna je važeća putovnica ili osobna iskaznica. Također, obzirom na epidemiološku situaciju uzrokovanu pandemijom koronavirusa Covid-19 neposredno prije putovanja važno je popratiti nalaže li situacija koji od dokumenata za prelazak granice – Covid putovnicu ili negativan test na virus.
- Pruža konačne informacije sudionicima putovanja. Završnu obavijest o putovanju Agencija će dostaviti putnicima mailom najkasnije 48 sati prije putovanja, a ukoliko koji od putnika ne posjeduje mail adresu informacije može preuzeti u poslovnici Agenciji. Obavijest o putovanju je završni dokument potreban za putovanje, a sadrži informacije o točnom mjestu i vremenu polaska, kontakt i ime voditelja putovanja, točne brojeve sjedala i slične informacije.

³⁸Ibid., 124

U fazi izvršenja aranžmana turistička agencija obavlja sve poslove potrebne da bi se mogao konačno realizirati aranžman. Konkretno, u ovoj fazi putnik se počinje koristiti aranžmanom.

Izvođenje turističkog aranžmana počinje dolaskom putnika na mjesto polaska, što je u konkretnom aranžmanu Autobusni kolodvor u Zagrebu.

Aranžman se realizira prijevoznim sredstvom koje je navedeno u programu putovanja. Prijevozno sredstvo ovog paketa aranžmana je autobus. „Raspored sjedenja u autobusu sastavlja Agencija prema redoslijedu uplata, a posebna sjedala u autobusu zagarantirana su samo u slučaju da se za isto izvrši odgovarajuća doplata.“³⁹ Agencija nudi i mogućnost uzimanja dodatnog praznog sjedala u autobusu uz doplatu i ovisno o broju prijavljenih putnika. Grupno putovanje nameće određena pravila prilikom prijevoza autobusom. „U autobusu glazba i filmovi koji se puštaju neutralni su po svom sadržaju. Temperatura u autobusu se ne može za svako sjedište individualno podesiti. Dakle, za grupno putovanje potrebno razumijevanje među putnicima i osjećaj zajedništva sa svima kao i s vođačem i vozačem autobusa. U autobusu neće biti moguće koristiti Wi-Fi niti WC. Prostor za prtljagu u autobusu je ograničen i predviđena količina prtljage po putniku je jedan kofer i jedan komad ručne prtljage. Zaustavljanje radi usputnih odmora određeno je propisima o radnom vremenu i obveznim odmorima vozača i odvijati će se na usputnim stajalištima ovisno o raspoloživosti kapaciteta stajališta i uvjetima na putu. Predviđeno je više pauza, okvirno svakih 2 i pola sata uz minimalnu pauzu od 15 minuta.“⁴⁰

Po dolasku u Prag slijedi smještaj u hotel. Agencija je za ovaj paket aranžmana predvidjela smještaj u hotel s 3 ili 4 zvjezdice, kategoriziran prema lokalnoj službenoj kategoriji i koji je standardiziran. Smještaj je u dvokrevetnim sobama ili dvokrevetnim sobama s pomoćnim ležajem s tušem, WC-om i TV-om. U

³⁹ Mrežna stranica Azur Tours, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/putovanja/europska-putovanja/putovanje-prag-2/12201/>, (27.06.2021.)

⁴⁰ Mrežna stranica Azur Tours, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/putovanja/europska-putovanja/putovanje-prag-2/12201/>, (28.06.2021.)

hotelu su neki od dopunskih sadržaja dostupni uz doplatu poput sefa, mini bara i slično. Smještaj u hotelu uključuje buffet doručak. Hotel će u svakom slučaju biti izvrsno povezan s linijom javnog gradskog prijevoza.

Također, trebaju se realizirati i ostale usluge prema gore navedenom programu i vremenu kako je navedeno u istome. Izvršenje aranžmana podrazumijeva uslugu transfera, razgledavanje grada i izlete. Tijekom cijelog putovanja prisutan je voditelj putovanja, te pri razgledu grada prisutan je i službeni lokalni vodič, a vođenje se odvija uz audio slušalice čija je doplata obvezna.

Agencija putnicima nudi mogućnost organiziranja izleta i to trećeg dana putovanja izlet u Karlove Vary, a koji uključuje prijevoz autobusom, razgled i ulaznicu za muzej „Becherovke“ uz degustaciju te izlet četvrtog dana putovanja u Kutnu Horu koji uključuje prijevoz autobusom, razgled i ulaznice u katedralu Svete Barbare, rudnik srebra i kosturnicu. Navedena dva izleta fakultativne su prirode što znači da nisu obvezni dio programa i plaćanje istih je na licu mjesta voditelju putovanja. Za njihovu realizaciju potreban minimum od 20 prijavljenih putnika. Zadnjeg dana agencija je organizirala izlet u Češki Krumlov, gradić na jugu Češke za čiji posjet je obavezna doplata gradske pristojbe u iznosu od 2 eura.

Osim izleta agencija nudi mogućnost organiziranja i drugih fakultativnih programa poput dvosatne vožnje brodom po Vtavi s uključenim buffet ručkom prvog dana putovanja, organiziranje večere u jednoj od starih praških pivnica, organiziranje večere u tradicionalnoj češkoj taverni četvrtog dana putovanja, te posljednjeg dana putovanja ručak u tradicionalnoj pivnici u Češkom Krumlovu.

U slučaju da se tijekom izvršenja aranžmana pojave određeni problemi koji mogu otežati ili onemogućiti njegovo izvršenje, Agencija će provesti izmjene u aranžmanu ili ga otkazati. Agencija može otkazati putovanje u slučaju da se za putovanje ne prijavi dovoljan broj putnika i to u roku od 7 dana prije početka putovanja. Potreban broj putnika za putovanje u ovom paket aranžmanu je 40. U toj situaciji agencija je dužna putniku vratiti sav uplaćeni iznos aranžmana u roku od 14 dana od raskida ugovora o putovanju paket aranžmanu. Azur Tours zbog izvanrednih okolnosti koje se ne mogu previdjeti, izbjeći ili ukloniti ima pravo

izmijeniti program. „Ako okolnosti na samom odredištu onemogućuju smještaj putnika u rezerviranom hotelu agencija će smjestiti putnika u drugi objekt jednake ili više kategorije od rezerviranog i na vlastiti trošak.“⁴¹

Završna faza u realizaciji aranžmana je njegov obračun. Obavijesti o realiziranom aranžmanu Agencija dokazuje da je pružila ugovorene usluge klijentima. „Utvrđuju se stvarni iznosi dobivenih faktura i uspoređuju s planiranim. i uspoređuju sa planiranim, nakon toga slijedi analiza učinkovitosti aranžmana, odnosno utvrđuje se koliko je aranžman učinkovit za profitabilnost na razini cijele agencije. Dobiveni podaci služe kao temelj za stvaranje provođenje budućih aranžmana.“⁴² Završetak aranžmana nastupa kada agencija na temelju prispjelih faktura podmiri obveze prema realizatorima usluga.

4.8.6. Prodaja turističkog aranžmana

Konkretan primjer putovanje u Prag u paket aranžmanu prodaje se direktno u poslovnicu turističke agencije Azur Tours (u daljnjem tekstu: Agencija). U direktnoj prodaji sudjeluje profesionalno osoblje koje klijentu može ponuditi sve detaljne informacije i upute o aranžmanu. Ukoliko se odluči za kupnju aranžmana kupac potpisuje ugovor o putovanju u paket aranžmanu. „Prilikom sklapanja ugovora putnik je dužan dati osobne podatke i pravovremeno dostaviti svu dokumentaciju potrebnu za organizaciju putovanja.“⁴³ Također, sklapanjem ugovora kupac prihvaća sve zakonske obveze, obveze koje proizlaze iz ugovora i odredbe važećih zakonskih propisa. Agencija putnicima sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu prilikom prodaje aranžmana nudi preporučena putna osiguranja i to

⁴¹ Mrežna stranica Azur Tours, Opći uvjeti poslovanja, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/opci-uvjeti-putovanja/>, (24.06.2021.)

⁴² Bunja, Đ., Skripta predavanja iz predmeta Turističko poslovanje, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Studij kultura i turizam, str., 54, dostupno na: <http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/TuristickoPoslovanja.pdf>, (24.06.2021.)

⁴³ Mrežna stranica Azur Tours, Opći uvjeti poslovanja, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/opci-uvjeti-putovanja/>, (24.06.2021.)

dragovoljno zdravstveno osiguranje, osiguranje o posljedica nesretnog slučaja, osiguranje za oštećenje i gubitak prtljage, osiguranje za slučaj otkaza putovanja, te osiguranje odgovornosti prema trećim osobama. Navedena osiguranja se mogu ugovoriti izravno kod osiguravatelja, ali i kod Agencije pri čemu ona djeluje kao posrednik osiguravajućeg društva.

Agencija nudi mogućnost kupnje poklon bona. Poklon bon je sredstvo plaćanja u papirnatom obliku. Agencija ga izdaje uz uplatu sredstava čiji visinu određuje korisnik. Iznos na poklon bonu važeći je do datuma istaknutog na poklon bonu i nije ga moguće zamijeniti za uplaćeni novčani iznos. Poklon bon moguće je kupiti u poslovnici Agencije.

Nedostatak za klijente je nemogućnost online kupovine turističkog aranžmana koji je vrlo jednostavan. Agencija ima u planu u skorije vrijeme uvesti i ovu mogućnost prodaje aranžmana obzirom da današnje vrijeme digitalizacije nameće potrebu za istom i da će u skorije vrijeme online kupnja postati glavni način kupnje. Online kupnja je jednostavnija, brža i jeftinija iako ima određene mane poput mogućnosti zlouporabe osobnih podataka kupaca ili kupnje na neprovjerenim online mjestima.

Putnik ima pravo na otkaz putovanja prije početka putovanja o čemu je dužan obavijestiti Agenciju. Agencija u tom slučaju ima pravo na naplatu troškova zbog otkaznog putovanja, a visina troškova utvrđuje se prema danu putnikova otkazivanja. Ako putnik koji otkaže putovanje nađe novog korisnika agencija mu zaračunava samo troškove uzrokovane zamjenom. „Ukoliko putnik otkaže uplaćeni aranžman, agencija će od ukupne cijene aranžmana zadržati:

za otkaz aranžmana do 30 dana prije polaska 40% cijena aranžmana.

za otkaz aranžmana od 29 do 22 dana prije polaska 60% cijena aranžmana

za otkaz aranžmana od 21 do 15 dana prije polaska 80% cijena aranžmana

za otkaz aranžmana od 14 do 0 dana prije polaska 100% cijena

aranžmana“⁴⁴

⁴⁴ Mrežna stranica Azur Tours, Opći uvjeti poslovanja, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/opci-uvjeti-putovanja/>, (24.06.2021.)

4.8.7. Naplata turističkog aranžmana

Odabrano putovanje u Prag u paket aranžmanu moguće je platiti gotovinom i kreditnim karticama. „Prilikom prijave odnosno rezervacije plaća se akontacija u iznosu od 30% ukupnog iznosa putovanja čime je rezervacija potvrđena, dok se ostatak iznosa uplaćuje 30 dana prije polaska na put.“⁴⁵ U slučaju obročnog plaćanja moguće je platiti u 2-12 rata, a pritom agencija obračunava manipulativne troškove u iznosu od 5%.

⁴⁵ Mrežna stranica Azur Tours, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/putovanja/europska-putovanja/putovanje-prag-2/12201/>, (29.06.2021.)

5. ZAKLJUČAK

Prag kao turistička destinacija svakog turista može ostaviti bez daha svojim znamenitostima čiji je nastanak u rasponu od vremena Sv. Rimskog Carstva pa do komunističke ere. Mnogo je događanja od opera i klasičnih koncerata, kazališnih predstava, baleta, izložaba u galerijama i muzejima koje omogućuju turistima da sudjeluju u bogatoj kulturnoj sceni grada. Jednako tako, Prag je grad koji obiluje bogatom gastronomskom ponudom, kao i komercijalnom turističkom industrijom. Grad je spremno dočekao i konzumerizam, očigledan u novim raskošnim trgovačkim centrima, kojih je sve više. Obzirom na navedeno, činjenica je da je Prag zaista grad koji ne nosi bez razloga titulu najposjećenijih i najslikovitijih u Europi, s mogućnošću ispunjenja različitih želja brojnih turista.

Upravo su navedene činjenice razlog da brojne turističke agencije u svoju ponudu uvrštavaju Prag u paket aranžmanu i da zasigurno s izborom Praga nikada neće pogriješiti. Same turističke agencije jedan su od glavnih pokretača turizma i njihovo poslovanje mora biti održivo i odgovorno kako bi opstale na tržištu i bile konkurentne. Glavni cilj agencije je sastaviti kvalitetan turistički aranžman koji će privući što veći broj ljudi, prilagoditi ga mlađoj i starijoj populaciji, ponuditi turistima mnoštvo sadržaja te učiniti putovanje što zanimljivijim. Kod stvaranja turističkog aranžmana, kreativnost i inovativnost su dobrodošle jer upravo one pomažu zadovoljiti potrebe klijenata i nadmašiti konkurente. Danas su se turističke agencije prilagodile suvremenim načinima promocije i prodaje svojih aranžmana online putem što je zasigurno pridonijelo uspješnosti poslovanja.

Možemo zaključiti da turistička agencija Azur Tours može zadovoljiti potrebe i želje svakog turista što je vidljivo iz širokog spektra putovanja koje ima u svojoj ponudi i iz činjenice da se trudi u svakom putovanju osmisliti dodatne sadržaje ne bazirajući se isključivo na krajnju destinaciju, ponuditi klijentima određene pogodnosti i pružiti konkretne odgovore na sva postavljena pitanja.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Dosegović, D., Češka kroz ključnicu, Nova stvarnost, Hrvatsko češko društvo, Zagreb, 2009.
2. Schwinke T., Top 10 Prag, Mozaik knjiga, Zagreb, 2010.
3. Soukup, V., Prag, Profil, Zagreb, 2004.
4. Vukonić, B., Keča, K., Pukšar, I., Turističke agencije, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015.
5. Vukonić, B., Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, 2003.

Zakonski propisi:

6. Zakon o pružanju usluga u turizmu, NN, 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21

Internetske stranice:

7. Azur Tours, dostupno na: <https://www.azurtours.hr/>, (24.6.2021.)
8. Bunja, Đ., Skripta predavanja iz predmeta Turističko poslovanje, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Studij kultura i turizam, dostupno na: <http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/TuristickoPoslovanja.pdf>, (24.06.2021.)
9. Đaković, M., Prag – bajkoviti grad u srcu Europe, dostupno na: https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/prag--bajkoviti-grad-u-srcu-europe-113323.aspx?fbclid=IwAR0BqbAyT3RWAYI8r_1OXZ-HnR6occkITMZNWLWZ7PqKD_UMufNpJRzHKJU, (28.5.2021.)
10. Prag city tourism, dostupno na: <https://www.praguecitytourism.cz/en/>, (26.5.2021.)
11. Prag, Turistički vodič, Turističke informacije o Pragu, dostupno na: <https://www.prague.fm/>, (12.4.2021.)

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1: Karta Praga | 11 |
| Slika 2: Praški dvorac i Hradčany..... | 14 |
| Slika 3: Katedrala Sv. Vida..... | 15 |
| Slika 4: Starogradski trg | 17 |
| Slika 5: Narodno kazalište..... | 19 |
| Slika 6: Poznato češko pivo - Plzensky Prazdroj..... | 21 |
| Slika 7: LOGO Turističke agencije Azur Tours..... | 22 |
| Slika 8: Prikaz web stranice turističke agencije Azur Tours..... | 33 |