

BEČ U PONUDI TURISTIČKIH AGENCIJA

Belošević, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:128:328330>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-05**



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

Lucija Belošević

BEČ U PONUDI TURISTIČKIH AGENCIJA

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, srpanj 2024.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Lucija Belošević

BEČ U PONUDI TURISTIČKIH AGENCIJA

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Poslovanje turističkih agencija

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, prof. struč. stud.

Matični br.studenta: 0618617107

Karlovac, srpanj 2024.

SAŽETAK

Kroz završni rad prikazan je Beč u ponudi turističkih agencija Hrvatske. Beč je glavni grad Austrije s nešto više od dva milijuna stanovnika te je ujedno kulturno, gospodarsko i političko središte zemlje te peti najveći grad po broju stanovnika Europske Unije. Omiljeno je turističko odredište u svijetu, prvenstveno zbog bogate povijesti Austro-Ugarskog Carstva, široke kulturne ponude te titule glazbene prijestolnice. Kroz rad je prvenstveno definiran pojam turističke agencija, ukazano je na njezinu ulogu u sektoru turizma, te funkcije i zadatke. Primarne djelatnosti turističke agencije su planiranje i prodaja putovanja i smještaja kao i pružanje dodatnih usluga svim sudionicima u turizmu, potom se prikazuju turistički resursi Beča. Poblje su opisani najznačajniji, palača Schonbrunn, palača Belvedere i Hofburg te Bečka katedrala i Bečka državna opera. Fokus u radu je stavljen na prikaz Beča u ponudi putovanja pet turističkih agencija u Hrvatskoj. Nažalost, trenutno nema mnogo ponuda za putovanje u Beč, vjerojatno zbog nadolazeće ljetne sezone zbog čega je većina putovanja orijentirana obalnim destinacija. To dokazuje činjenica da je najviše noćenja stranih turista zabilježeno u prosincu. Stoga se prikazuje par dostupnih ponuda turističkih agencija. Ponuda putovanja navedenih agencija se uglavnom bazira na kratka putovanja u Beč, do maksimalno 3 noćenja. Prikazani statistički podaci za 2022.godinu ukazuju na značajan oporavak domaćeg turizma dok strani turizam još uvijek zaostaje za brojkama prije pandemije. Najveći broj turističkih noćenja ostvaruju gosti iz Njemačke, slijede domaći gosti iz ostalih osam austrijskih saveznih država. Veliki broj dolazi i iz Italije, SAD-a, Španjolske, Velike Britanije, Švicarske. Posljednih godina bilježi se značajan porast gostiju iz istočnoeuropskih, arapskih i azijskih zemlja.

Ključne riječi: turizam, grad Beč, turističke agencije

SUMMARY

The bachelor thesis presents Vienna as offered by Croatian tourist agencies. Vienna is the capital of Austria with slightly more than two million inhabitants and is also the cultural, economic and political center of the country and the fifth largest city in terms of population in the European Union. It is a favorite tourist destination in the world, primarily because of the rich history of the Austro-Hungarian Empire, the wide cultural offer and the title of music capital. Through the work, the concept of tourist agency is primarily defined, its role in the tourism sector is pointed out, as well as its functions and tasks, The primary activities of the travel agency are the planning and sale of travel and accommodation as well as the provision of additional services to all participants in tourism while the tourism resources of Vienna are then presented. The most important are described in detail, Schonbrunn Palace, Belvedere Palace and Hofburg, as well as the Vienna Cathedral and the Vienna State Opera. The focus of the work is on the representation of Vienna in the travel offer of five travel agencies in Croatia. Unfortunately, there are currently not many offers for travel to Vienna, probably due to the upcoming summer season, which is why most trips are oriented towards coastal destinations. Therefore, a couple of available offers from travel agencies are shown. This is proven by the fact that the most overnight stays by foreign tourists were recorded in December. Therefore, a couple of available offers from travel agencies are shown. The travel offer of the mentioned agencies is mainly based on short trips to Vienna, up to a maximum of 3 nights. The presented statistical data for 2022 indicate a significant recovery of domestic tourism, while foreign tourism still lags behind the figures before the pandemic. The largest number of tourist overnight stays are made by guests from Germany, followed by domestic guests from the other eight Austrian states. A large number also come from Italy, USA, Spain, Great Britain, Switzerland. In recent years, there has been a significant increase in guests from Eastern European, Arab and Asian countries.

Keywords: tourism, city of Vienna, travel agencies

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. TURISTIČKE AGENCIJE	3
2.1. Turistička agencija kao poslovan subjekt.....	3
2.2. Zadaci i funkcije turističkih agencija.....	5
2.3. Utjecaj nove tehnologije na posredovanje u turizmu.....	7
3. OBILJEŽJA TURIZMA BEČA.....	12
3.1. Turističke atrakcije Beča	13
3.1.1. Palača Schönbrunn.....	13
3.1.2. Palača Belvedere i Hofburg.....	14
3.1.3. Bečka katedrala i Bečka državna opera.....	16
3.1.4. Ostale atrakcije	19
3.2. Kvantitativni pokazatelji turizma grada Beča.....	20
4. BEČ U PONUDI TURISTIČKIH AGENCIJA	23
4.1. Turistička agencija Mondo Travel	23
4.2. Turistička agencija Elisa tours	25
4.3. Turistička agencija Smart travel.....	28
4.4. Turistička agencija Explora.....	29
4.5. Turistička agencija Potepuh putovanja	31
5. ZAKLJUČAK	33
LITERATURA.....	34
POPIS SLIKA	36
POPIS TABLICA	37

1. UVOD

Turističke agencije su tvrtke koje rade u turističkoj industriji kao organizatori putovanja koji dizajniraju i promoviraju proizvode i usluge ili kao posrednici koji nude usluge drugih. Svi poslovni subjekti turističke destinacije u kontaktu su s turističkim agencijama. Stjecanje informacija i sposobnosti potrebnih za upravljanje u tvrtkama za posredovanje u putovanjima ključno je za posrednike. To podrazumijeva učinkovito planiranje za utvrđivanje ciljeva, transparentnu organizaciju kako bi se spriječili potencijalni zastoji, kontrolu za procjenu napretka i poduzimanje odgovarajućih radnji te nadahnuo vodstvo kako bi se pojedinci potaknuli na postizanje najboljeg rezultata.

Tijekom godina, turističke agencije također su doživjele napredak. U današnje doba turisti mogu otputovati na bilo koje mjesto, bez obzira koliko je udaljeno zahvaljujući njihovom programu i ponudi koji imaju praktički globalni doseg. Gospodarski subjekt, odnosno organizacija, poznata kao turistička agencija, organizira i prodaje putovanja i smještaj uz pružanje dodatnih usluga turistima i drugim putnicima.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je Beč u ponudi turističkih agencija.

Cilj završnog rada je pojmovno definirati turističke agencije, njihovu ulogu i važnost u sektoru turizma, te se osvrnuti na turističke resurse Beča. Također, cilj rada je istražiti, analizirati i prikazati Beč u ponudi turističkih agencija u Republici Hrvatskoj. Nažalost, trenutno nema mnogo ponuda za putovanje u Beč, vjerojatno zbog nadolazeće ljetne sezone s zbog čega je većina putovanja orijentirana obalnim destinacija. Stoga će se prikazati par dostupnih ponuda turističkih agencija.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu završnog rada korištena je dostupna literatura različitih autora kojom se obrađuje ista ili slična tematika, također korištena je metoda analize i sinteze, komparacije te metoda deskripcije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je kroz 5 cjelina. U prvom, uvodnom poglavlju definirani su predmet i cilj rada, prikazani su korišteni izvori podataka, kao i koje su se metode koristile prilikom pisanja i struktura. U drugom poglavlju rada pojmovno se definiraju turističke agencije, prikazuje se njihova uloga i važnost u sektoru turizma, te se osvrće na zadatke i funkcije, te utjecaj nove tehnologije na posredovanje u turizmu.

U trećem poglavlju se naglaska stavlja na prikaz obilježja turizma Beča, tj. turističkih atrakcija, te kvantitativnih pokazatelja turizma. U četverom poglavlju se analizira Beč u ponudi putovanja turističkih agencija u Hrvatskoj. Točnije, ističe se pet turističkih agencija, Mondo Travel, Elisa tours, Smart travel, Explora i Potepuh putovanja, Na kraju rada donesen je zaključak na temelju iznesenih podataka, naveden je popis korištene literature te popis ilustracija priloga, odnosno slika i tablica.

2. TURISTIČKE AGENCIJE

Prije nego se naglasak stavi na definiciju pojma "turističke agencije", važno je napomenuti da su ove organizacije usmjerene na industriju putovanja i da su s njom usko povezane te da njihova aktivnost igra ulogu u oblikovanju ponašanja na putovanju. Dakle, iz ovoga je jasno da agencije imaju veliku ulogu u razvoju povezanosti unutar turističke industrije, te da je ponuda turističkih usluga turistima neophodna za njihov opstanak i daljnji rad. Zakon o pružanju usluga u turizmu definira turističku agenciju kao trgovačko društvo, obrtnika ili njihovu organizacijsku jedinicu koja može organizirati, posredovati ili pružati druge usluge u svezi s putovanjem i boravkom turista, te pružati usluge kao trgovac, organizator, odnosno prodavatelj.¹

Sintagmu "turističke agencije" brojni strani i domaći autori različito definiraju. Turističke agencije jedna su vrsta gospodarskih organizacija koje djeluju u turističkoj industriji. Turističke agencije se definiraju kao tvrtke koje ili posreduju ili nude turistima usluge trećih kompanija koje su bitne za putovanje i smještaj, ili mogu kombinirati te usluge kako bi stvorile nove "vlastite usluge". Ova definicija turističke agencije smatra se jednom od najučinkovitijih. Proučavajući definiciju, može se zaključiti da je turistička agencija tvrtka čija je primarna djelatnost planiranje i prodaja putovanja i smještaja, kao i pružanje dodatnih usluga svim sudionicima u turizmu.²

2.1. Turistička agencija kao poslovan subjekt

Vukonić navodi da se turističke agencije mogu definirati na više načina. Turističke agencije široj javnosti nude inkluzivne izlete, odmore, karte za prijevoz i drugu popratnu robu poput smještaja, iznajmljivanja vozila, ulaznica za atrakcije i osiguranja. To je grana trgovačkog prava koja se primarno bavi planiranjem i izvršenjem ugovora o prijevozu, ugovora koji se odnose na boravak posjetitelja na određenim lokacijama i drugih usluga za klijente i turiste.

¹Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne Novine, br. 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21.

²Vukonić, B. i sur., Turističke agencije, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015., p. 21.

Specijalizirana poduzeća u turističkoj industriji koja pružaju smjernice, informacije, inicijativu i organizaciju u cilju stvaranja određenog proizvoda koji može zadovoljiti potrebe i želje potencijalnih kupaca koji su turističke agencije.³ Turistička agencija odgovorna je za zaštitu prava i interesa putnika s kojim je sklopila ugovor o organiziranju putovanja, davanje informacija putniku o uvjetima aranžmana (kao što su kvaliteta smještaja i načini putovanja, i prijevoz), te čuvanje povjerljivosti svih podataka koji se odnose na putnika.⁴

Gardijan smatra da su turističke agencije stoga dužne savjetovati putnike o njihovim odredištima. Agenti također pružaju bitne informacije o putovnicama, vizama, podacima o cijepljenju i carinskim zakonima, kao i savjete o putovanju i deviznim tečajevima za pojedince koji putuju u inozemstvo. Kako bi iskazala svoju glavnu djelatnost, turistička agencija traži inovativne načine organizacije poslovanja kako bi prodajna cijena aranžmana bila što bliža kupovnoj moći potencijalnih kupaca.⁵ Primarna djelatnost je pružanje usluga; prema sadržaju ponude može se dalje klasificirati kao pružanje usluga u svojstvu savjetnika (informativno savjetodavna funkcija), posrednika (posrednička funkcija), organizatora (organizacijska funkcija) i ostalih uslužnih djelatnosti.⁶

Turističke agencije dužne su osigurati zaštitu svojih klijenata, što znači da moraju paziti na njihova prava i interese te paziti da poštuju granične uvjete za osobne dokumente, putovnice, vize, prilagođene deklaracije itd. Zakon o zaštiti potrošača definira potrošača u širem smislu kao svaku fizičku osobu koja se bavi pravnim poslom, djeluje na tržištu u svrhe nevezane uz svoju djelatnost ili se bavi slobodnim radom.⁷ S druge strane, Zakon o turističkoj djelatnosti definira putnika kao gosta koji kupuje ili pristaje na kupnju turističkog aranžmana, kao što je izlet ili druge turističke usluge.⁸

³Dulčić, A., Turističke agencije: poslovanje i menadžment, Ekokon d.o.o., 2005., p. 31.

⁴Ibidem.

⁵Gardijan, P., Turističke agencije i turoperatori, Visoka škola za turizam Šibenik, Šibenik, 2002., p. 25.

⁶Stojković, M. (2013). Delatnost turističkih agencija, Turizam i putovanja. Dostupno na: Turizam i putovanja, <https://www.turizamiputovanja.com/delatnost-turistickih-agencija/>, (pristupljeno 10.05.2024.)

⁷Zakon o zaštiti potrošača, Narodne Novine, br. 79/2007.

⁸Zakon o turističkoj djelatnosti, Narodne Novine, br. 8/96.

2.2. Zadaci i funkcije turističkih agencija

Vukonić i sur. navode da na tržištu turističke agencije imaju povoljan položaj. Oni određuju načine prijevoza koje će koristiti putnici i turisti, utječu na formiranje cijena, a istovremeno utječu na formiranje potreba, želja i motiva ciljne skupine turista. Izravno sudjeluju u kreiranju kapaciteta i sadržaja ponude u turističkoj djelatnosti. Naravno, usluge, konkretno one koje se odnose na brigu o potrebama putnika i ostalih sudionika putovanja u fokusu su agencijske tvrtke.⁹ Prema Dulčiću postoji mnoštvo različitih usluga koje turističke agencije pružaju, kao što su:

- planiranje izleta i putovanja za posjetitelje iz inozemstva i unutar zemlje,
- planiranje izleta na sportske, kulturne, zabavne i komercijalne događaje i manifestacije,
- planiranje profesionalnih, akademskih i poslovnih putovanja u zemlji i inozemstvu,
- organiziranje turističkih atrakcija i organiziranje usluga za predstavnike, prijevoze, vodiče, turiste i druge informacije i pomoć vezane uz putovanja,
- posredovanje pri izdavanju viza i putnih dokumenata,
- prodaja karata za prijevoz putnika (pokrivajući sve oblike prometa) i posredovanje pri najmu prijevozne opreme i planiranju smještaja, prehrane i ostalih ugostiteljskih usluga u zemlji i inozemstvu i
- ulaznice za događanja se prodaju, a organiziraju se aktivnosti kao što su satovi jedrenja, skijanje na vodi i snijegu, jahanje itd.¹⁰

Cilj promocije i oglašavanja turističkih agencija je povećanje prodaje usluga. Za to prvenstveno žele koristiti promotivne materijale. Agencije uz promidžbene materijale koriste informacije različitih turističkih organizacija i institucija, te vlastite dokumente, najave i biltene. Ta se funkcija očituje na dva načina: prvo, agencija širi izravnu

⁹Vukonić, B. i sur., op. cit., p. 35.

¹⁰Dulčić, A., op. cit., p. 41.

komercijalnu oglasnu poruku kroz različite kanale i oglasne medije, a drugo, promovira turizam kao fenomen, uz manju zastupljenost komercijalne poruke.¹¹

Gardijan smatra da je jedna od najranijih uloga agencija u turističkoj industriji savjetovanje i informiranje. Informacije koje klijent traži daju se dobrovoljno i primarno besplatno. Dostupne su besplatne informacije o putovanju, zajedno s uputama i informacijama iz hotelskog poslovanja, protoka putnika, cateringa, informacija o prirodnim i umjetnim atrakcijama, informacija o drugim točkama interesa, informacija o deviznim politikama, informacija o zahtjevima za turističku vizu i informacije o kulturnim, povijesnim, zabavnim i drugim aspektima pojedinih turističkih destinacija. Ova usluga se uglavnom pruža usmeno, odnosno razgovorom s klijentom telefonom, e-poštom ili osobno u agenciji.¹²

Organizacija je jedan od najvažnijih aspekata industrije turističkih agencija. Naime, omogućuje turističkim agencijama da postanu jedan od organizatora putovanja na tržištu i prilagode se značajnom porastu turističkog prometa. Turističke agencije kroz ovu funkciju temelje svoje buduće poslovanje, a to je pružanje sofisticiranih usluga i izrada planova putovanja u svoje ime, pod svojim imenom, u cijelosti ili djelomično.¹³

Uloga posrednika ključna je za cjelokupno funkcioniranje agencije. To je temeljna ili glavna svrha turističkih agencija. Moglo bi se reći da simbolizira odnos između ponude i potražnje turista. Tu funkciju prate razni poslovi koje agencija obavlja, poput prodaje ulaznica za događanja, muzeje, izložbe i sl., dobivanje odobrenja za putovanje (viza), dobivanje osiguranja za nepovoljne slučajeve koji se dogode tijekom putovanja, prodaja dokumentacije za turistički prijevoz, prodaja predmeta potrebnih za turističko putovanje (razglednice, suveniri i sl.), gastronomija i smještaja putem rezervacija kod subjekata u turističkoj destinaciji, obavljanje poslova u svezi plaćanja turista i prodaja drugih usluga kao što je primjerice iznajmljivanje automobila i slično.¹⁴

¹¹Križman Pavlović, D., Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008., p. 61.

¹²Gardijan, P., op. cit., p. 34.

¹³Vukonić, B. i sur., op. cit., p. 36.

¹⁴Ibidem.

2.3. Utjecaj nove tehnologije na posredovanje u turizmu

Mihajlović navodi da je se dogodila značajna promjena sa starog na suvremeni pogled sustava distribucijskih kanala u svrhu pozicioniranja roba i usluga u turističkoj djelatnosti. U prošlosti je to bila jednostavna strategija koja je prodavala robu i usluge putnicima izravno ili neizravno preko posrednika poput turističkih agenata. U ovom konkretnom okruženju turističke agencije imale su dominantan položaj kao posrednici koji krajnjim korisnicima pružaju proizvode i usluge ponuđača.¹⁵ Uloge koje turističke agencije imaju u svojim razvojnim fazama odudaraju od njihova tradicionalnog tumačenja: djeluju kao informacijski posrednici, olakšavaju razmjenu informacija između kupaca i prodavača, vrše obradu transakcija, nude savjete putnicima itd. Turističke agencije tradicionalno su se smatrale agentima subjekti turističke ponude, primanje provizije za usluge koje pružatelj pruža.

Međutim, subjekti turističkog posredovanja doživjeli su značajne promjene u svom poslovanju kako bi postali konkurentniji na tržištu kao rezultat novog načina na koji turističke agencije plasiraju svoje turističke proizvode, odnosno novog načina pozicioniranja svojih proizvoda koji uključuje visokokvalitetne izvore informacija. Kao rezultat gore navedenog, turističke agencije, čiji je tržišni doseg prije bio ograničen njihovom veličinom, sada mogu koristiti novu tehnologiju kako bi doprle do veće publike na privlačan način.¹⁶

U ovom konkretnom kontekstu, može se tvrditi da su lokalni turistički agenti koji koriste sustav modificirali svoje marketinške pristupe i proširili svoju ponudu usluga kako bi poboljšali svoju konkurentnost na tržištu. Turističke agencije sada imaju lakši pristup svjetskom tržištu zahvaljujući internetu, koji im je otvorio nove marketinške puteve. Dodatno, promicao je međunarodnu suradnju za poboljšanje reklamnih i rezervacijskih usluga koje se nude turistima kroz međuorganizacijske rezervacijske sustave. Prema

¹⁵Mihajlović, I., „Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ict-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija“, *BusinessExcellence*, 7 (2013) 1, p. 42.

¹⁶Vukonić, B. i sur., op. cit., p. 51.

Mihajloviću, nove kanale distribucije nije moguće razmatrati odvojeno od postojećih segmenata poslovanja.¹⁷

Prema Miškoviću i sur. turističke agencije moraju podržati vlastite konkurentske napore u odnosu na konkurentske destinacije koje su usredotočene na ponudu određenih oblika sadržaja, vrijednosti i pogodnosti. Online turističke agencije trebaju uskladiti cjelokupno iskustvo turista i njihova očekivanja s dizajnom web stranica, online rezervacijama i slično da bi ispunili potrebe potrošača. To će biti potrebno učiniti na način koji će korištenje informacija tehnički učiniti jednostavnijim.¹⁸ Tehnologija stoga utječe na svaki aspekt tvrtke i cijelog lanca vrijednosti turističkog posrednika.

Putničke agencije trebaju razviti specifičnu prilagodljivu organizacijsku arhitekturu koja će poštivati i prilagođavati se promjenama koje su svojstvene tržišnim trendovima, kao i onima koje nisu. Te prilagodbe uključuju promjenu u načinu života i posebnu perspektivu slobodnog vremena i načina na koji se ono koristi. Ovi su pomaci učinili putnike svjesnijima i zahtijevali brže usluge, kao i sofisticiraniju putnu robu od posrednika koja zadovoljava njihova očekivanja. Prodavanje turističkog proizvoda u navedenim uvjetima postaje sve "teže". Stoga je nužno da se turističke agencije prilagode. To sugerira da se svrha njihovih uloga ostvaruje na racionalan način koji uključuje odgovaranje na unutarnje i vanjske promjene okoline.¹⁹

Putnici su sve skloniji online planiranju usluga i kupnji vezanoj uz putovanja zbog brojnih pogodnosti koje nudi nova tehnologija, koja izravno i neizravno utječe na promjene u industriji putničkih agencija. Informacijska i komunikacijska tehnologija (u daljnjem tekstu IKT) bila je prednost u ovom kontekstu, što je dokazano prednostima koje sada imaju pojedinačni pružatelji usluga u odredištu. Dodatno, turističke agencije trebale bi moći identificirati te prednosti, integrirati ih u svoje poslovanje i koristiti ih za poboljšanje aktivnosti poput razvoja novih proizvoda i njihovog plasmana, između ostalog. To sugerira kreativne komunikacijske strategije i poslovne prakse turističkih agencija.

¹⁷Mihajlović, I., op. cit., p. 44.

¹⁸Mišković, I., Holodkov V., Radin, I., „Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu“, *TIMS Acta* 9 (2015) 3, p. 75.

¹⁹Mihajlović, I., op. cit., p. 45.

Turističke agencije trebale bi uložiti dodatne napore u prikupljanje informacija o proizvodima i kvalitetne informacije o sadržajima koje odredište nudi. To je olakšano korištenjem novih tehnologija i prednostima koje one nude, a to su interaktivna komunikacija, korištenje multimedije, oglašavanje na online platformama i slično. Stručnjaci vjeruju da je tehnologija, kao katalizator inovacija, primarna snaga koja stoji iza razvoja putničke industrije. IKT omogućuje pristupačniji, podijeljeniji i prilagodljiviji odmor. Nedvojbeno je da je rast IKT-a promijenio korporativne taktike i planove, duboko utječući na sve aspekte industrije, a distribucijski kanali su jedno od područja gdje je to posebno vidljivo.²⁰

Na konvencionalne metode distribucije turizma uvelike je utjecao uspon i razvoj Interneta kao distribucijskog kanala. Turističke agencije bile su prisiljene prilagođavati se i kontinuirano koristiti novu tehnologiju kako bi ostale konkurentne, unaprijedile svoje usluge i zadovoljile potrebe putnika. Ključno je naglasiti da informacijska tehnologija podržava umrežavanje, klastere i druge aspekte turizma te obuhvaća cijeli lanac vrijednosti. Danas postoje online tržišta dizajnirana s putničkim agencijama i klijentima na umu, gdje se susreću ponuda i potražnja i komunikacija se ostvaruje razvojem vizualnog brenda i razmjenom iskustava putnika.²¹ Odnosi se na potpuno novi način komunikacije temeljene na iskustvu u industriji putovanja. Razmjenom iskustava gradi se povjerenje u turističkog posrednika.

Vukonići sur. navode da prema pojedinim studijama, potražnja posjetitelja za susretima licem u lice s lokalnim stanovništvom olakšava korištenje turističkih tržišta i gradi međusobno povjerenje između svih strana uključenih u turističku industriju. Također, u novije vrijeme korištenjem korisničkih recenzija, online platformi posjetitelji mogu pronaći mnoštvo informacija. Jedna takva web stranica je Airbnb, koja ima za cilj pružiti turistima sve potrebne informacije o lokaciji, ali također daje korisnicima mogućnost da podijele

²⁰Čavlek, N., Matečić, I., Ferjanić Hodak, D., „Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti“, *Acta turistica*, 22 (2010) 2, p. 204.

²¹Ibidem, p. 205.

svoja osobna iskustva učitavanjem slika, ostavljanjem recenzija i dijeljenjem mišljenja o određenoj turističkoj atrakciji.²²

U tom kontekstu, turističke agencije i drugi posrednici u turističkoj industriji prepoznaju ove platforme kao koristan alat koji povezuje ponudu i potražnju u industriji te daje temelj za određivanje identiteta destinacije ili turističkog proizvoda, uključujući aktivno sudjelovanje turista u njegovo stvaranje. Oštra konkurencija među turističkim lokacijama jedno je od ključnih obilježja suvremenog turizma.²³ Sposobnost destinacijskog menadžmenta i turističkih posrednika da uspostave strategije koje maksimiziraju konkurentsku prednost turističkih poduzeća povećava se s više znanja o trendovima u industriji.

Promocija je dio aspekta marketinškog miksa koji nosi konkurentnost turističke agencije. Moderna marketinška strategija turističke agencije uključuje prikupljanje tržišnih podataka i njegovanje preferencija – odnosno privlačenje potencijalnih putnika. Prema Frančiškoviću i Tomljanoviću, promocija postavlja temelje za uspostavu konkurentnog brenda za usluge koje pruža putnička agencija. Danas je većina promotivnih napora putničkih agencija usmjerena na korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Te se tehnologije koriste kao poveznice s različitim internetskim platformama osmišljenima za uravnoteženje ponude i potražnje u industriji putovanja, kao i kao mobilne aplikacije koje putnicima olakšavaju navigaciju odredištem i korištenje njegovih ponuda.²⁴

Mišković i sur. navode da su mobilne aplikacije povezane s putovanjima učinkovit način za plasiranje sadržaja vezanih uz putovanja. Konkretno, turistička industrija počinje shvaćati koliko su mobilne aplikacije korisne za poboljšanje komunikacije između putnika i korisnika to jest, između kreatora sadržaja i potrošača. Omogućiti korisnicima lakše

²²Vukonić, B. i sur., op. cit., p. 57.

²³Ert, E., Fleischer, A., Magen, N., „Trust and reputation in the sharingeconomy: The role of personal photosin Airbnb“, *Tourism Management*, 55 (2016) 3, p. 62.

²⁴Frančišković, I., Tomljanović, J. „Promocija u funkciji uspješnosti i učinkovitosti poslovanja turističke agencije“, *Ekonomski pregled*, 52 (2001) 3-4, p. 421.

planiranje putovanja i dostupnost svih relevantnih informacija po dolasku na mjesto primarni je cilj izgradnje mobilnih aplikacija za turiste.²⁵

Na osnovu prikazanog, može se zaključiti kako je razvoj interneta i novih tehnologija doprinio poslovanju turističkih agencija, posebice jer mogu posjetiteljima nuditi svoje usluge i proizvode online, što je prednost, jer su ljudi navikli na pretraživanje svih dostupnih informacija putem online platformi.

²⁵Mišković, I., Holodkov V., Radin, I., op. cit., p. 59.

3. OBILJEŽJA TURIZMA BEČA

Beč je glavni i najnaseljeniji gradi jedna od devet saveznih država Austrije, s nešto više od dva milijuna stanovnika. Njegovo veće gradsko područje ima populaciju od gotovo 2,9 milijuna, što je gotovo jedna trećina stanovništva zemlje. Beč je kulturno, gospodarsko i političko središte zemlje, te peti najveći grad po broju stanovnika u Europskoj uniji.²⁶

Beč je smješten na rijeci Dunav u istočnom dijelu Austrije, razvio se iz ranih keltskih i rimskih naselja u srednjovjekovni i barokni grad, da bi na kraju postao prijestolnica Austro-Ugarskog Carstva. Igrao je ključnu ulogu kao vodeći europski glazbeni centar, ugošćujući glavne ličnosti u razvoju glazbe od 16. do 20. stoljeća, posebno bečkog klasicizma i romantizma, učvrstivši ugled Beča kao 'glazbene prijestolnice' Europe. Beč je također bogat arhitektonskim cjelinama, osobito baroknim palačama i vrtovima, kao i ansamblom Ringstrasse s kraja 19. stoljeća s velebnim zgradama, spomenicima i parkovima. Posjed se sastoji od srednjovjekovne gradske jezgre (temeljene na rimskom naselju), glavnih baroknih cjelina sa svojim osnim rasporedom i Gründerzeit konstrukcija s početka modernog razdoblja.²⁷

Beč je odavno omiljeno turističko odredište u svjetskim razmjerima, prvenstveno zbog brojnih veličanstvenih kulturno-povijesnih spomenika iz vremena Austro-Ugarske, raznolike kulturne ponude, te titule glazbene prijestolnice u kojoj su gostovali slavni glazbenici poput Beethovena a Mozart je živio i stvarao. Najviše gostiju, oko 60 posto, posjeti Beč tijekom ljetne sezone. Najveći broj turističkih noćenja bilježe gosti iz Njemačke, a slijede domaći gosti iz ostalih osam austrijskih saveznih država. Velik broj posjetitelja dolazi i iz Italije, SAD-a, Španjolske, Velike Britanije, Japana, Švicarske, Francuske, Nizozemske i Rusije. Posljednjih godina bilježi se značajan porast noćenja gostiju iz istočnoeuropskih, arapskih i azijskih zemalja.²⁸ U nastavku će se ukratko

²⁶Historic Centre of Vienna, dostupno na: Unesco world heritage convention, <https://whc.unesco.org/en/list/1033/>, (pristupljeno 16.05.2024.)

²⁷Ibidem.

²⁸Ibidem.

prikazati turizam Beča, prije nego se fokus stavi na prikaz destinacije u ponudi turističkih agencija.

3.1. Turističke atrakcije Beča

Beč posjeduje mnoštvo turističkih atrakcija, koje na godišnjem nivou posjete milijuni turista. U nastavku ću pobliže prikazati neke od najpoznatijih.

3.1.1. Palača Schönbrunn

Palača Schönbrunn jedan je od najljepših europskih baroknih kompleksa i u posjedu je Habsburgovaca od 1569. godine. Supruga cara Ferdinanda II., Eleonore von Gonzaga, dala je 1642. godine na tom mjestu sagraditi palaču za užitek i nazvala ju je "Schönbrunn". Kompleks palače i vrta stvoren od 1696. godine nadalje nakon opsade Beča potpuno je redizajniran pod Marijom Terezijom nakon 1743. godine. Danas je, zbog svoje povijesne važnosti, jedinstvenog rasporeda i veličanstvenog namještaja, palača mjesto UNESCO-ve svjetske baštine. Park dvorca Schönbrunn otvoren je za posjetitelje besplatno tijekom cijele godine i dom je impresivnih fontana, kipova, spomenika, drveća i cvijeća, kao i veličanstvene Glorijete. Imperial Carriage Museum, Crown Prince Garden, Orangery Garden, Maze & Labyrinth, Zoo, Palm House i Desert Experience House također su dio parka palače i mogu se posjetiti uz naplatu ulaznice.²⁹

²⁹Schönbrunn Palace, dostupno na: Wien info, <https://www.wien.info/en/art-culture/imperial-sights/schoenbrunn-palace-357558>, (pristupljeno 18.05.2024.)

Slika 1. Palača Schönbrunn



Izvor: French and travelers, Schonbrunn palace, <https://frenchandtravelers.com/wp-content/uploads/2023/05/review-castle-schonbrunn.jpg>, (18.05.2024.)

U produciranom filmu virtualne stvarnosti, posjetitelji mogu doživjeti povijest palače i svakodnevni život monarhije uz digitalne naočale i impresivan sadržaj od 360°. Šarena mješavina 3D animacija i ponovno odigranih scena započinje pružanjem posjetiteljima informacija o zgradi palače i povijesti Habsburgovaca. Nakon toga, film se dublje osvrće na dvije blistave ličnosti cara Franje Josipa I. i carice. Poseban fokus stavljen je na povijesnu autentičnost i detaljnu digitalnu repliku svečanih prostorija i kazališta dvorca Schönbrunn. Palača Schönbrunn jedna je od najpopularnijih turističkih atrakcija u Austriji i prima oko 2,7 milijuna posjetitelja godišnje.³⁰

3.1.2. Palača Belvedere i Hofburg

Belvedere je povijesni građevinski kompleks u Beču koji se sastoji od dvije barokne palače (Gornji i Donji Belvedere), Oranžerije i Palačne konjušnice. Zgrade su smještene

³⁰Ibidem.

u baroknom perivoju u trećem gradskom okrugu, na jugoistočnom rubu njegova središta. U njemu se nalazi muzej Belvedere. Teren je postavljen na blagom usponu i uključuje dekorativne višeslojne fontane i kaskade, barokne skulpture i veličanstvena vrata od kovanog željeza. Kompleks barokne palače sagrađen je kao ljetna rezidencija princa Eugena Savojskog.³¹

Belvedere je sagrađen tijekom razdoblja opsežne gradnje u Beču, koji je u to vrijeme bio i carska prijestolnica i dom vladajuće dinastije Habsburg. Ovo razdoblje prosperiteta uslijedilo je nakon uspješnog završetka niza ratova protiv Osmanskog Carstva od strane vrhovnog zapovjednika princa Eugena Savojskog. Vrtove Belvedere dizajnirani su u formalnoj francuskoj maniri sa ošišanim živicama i pošljunčanim stazama. Opsežne mitološke reference u vrtovima aludiraju na uspon princa Eugena sa skulpturalnim programom koji ga povezuje s bogom Apolonom.³²

Slika 2. Palača Belvedere



Izvor: Belvedere palace, <https://www.belvederepalacetickets.com/history/>, (20.05.2024.)

³¹Detailed History of Belvedere Palace | Construction, Architecture and More. Dostupno na: Belvedere palace, <https://www.belvederepalacetickets.com/history/>, (pristupljeno 20.05.2024.)

³²Ibidem.

Stoljećima je bečki Hofburg bio središte Habsburškog carstva. Danas se u palači nalaze tri muzeja koji pružaju povijesno vjerodostojan uvid u tradiciju i svakodnevni život carskog dvora: Carski apartmani s originalnim namještajem i ukrasima, Sisijev muzej s osjetljivim prikazima caričinog života i Carska zbirka srebra koji sadrži opsežnu ponudu stolnog posuđa i drugog posuđa koje se koristilo na carskom dvoru.³³

Slika 3. Hofburg



Izvor: Tripadvisor, <https://dynamic-media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-o/1a/ce/70/24/severin-wurnig.jpg?w=1200&h=-1&s=1>, (20.05.2024.)

3.1.3. Bečka katedrala i Bečka državna opera

Najistaknutiji nacionalni simbol Austrije, ova veličanstvena katedrala poznata je po zamršeno popločanom krovu i oko 136 metara visokom Južnom tornju, s kojeg se pruža nevjerojatan pogled na cijeli grad.

Prva žarišna točka svakog posjetitelja je daleki Veliki oltar, građen tijekom sedam godina od 1641. do 1647. kao dio prve obnove katedrale u baroknom stilu. Kapela sv. Katarine, u podnožju južnog tornja, je kapela za krštenja. 14-strani zdenac za krštenje dovršen je

³³The Hofburg. Dostupno na: Visiting Vienna, <https://www.visitingvienna.com/sightseeing/hofburg/>, (pristupljeno 20.05.2024.)

1481., a njegov je pokrov prije bio zvučna ploča iznad poznate propovjedaonice u glavnoj crkvi. Njegovo mramorno postolje prikazuje četiri evanđelista, dok su u nišama bazena prikazana dvanaest apostola, Krist i sv. Stjepan. Kapela sv. Barbare, u podnožju sjevernog tornja, služi za meditaciju i molitvu. Kapela sv. Eligija, u jugoistočnom kutu, otvorena je za molitvu. Oltar je posvećen sv. Valentinu čije se tijelo (jedno od tri, čuvaju razne crkve) nalazi u drugoj kapeli, na katu. Bečka katedrala godišnje privlači više milijuna turista.³⁴

Slika 4. Bečka katedrala



Izvor: Dnevnik.hr, <https://image.dnevnik.hr/media/images/1536xX/Dec2017/61439833.jpg>, (21.05.2024.)

Bečka državna opera, prije poznata kao Hofoper, stoji kao istaknuta znamenitost duž bečke obilaznice. Zauzima značajan položaj kao najistaknutija operna kuća u Beču i poznata je diljem svijeta. Smješten u srcu Beča, u neposrednoj je blizini cijenjenog muzeja Albertina i hotela Sacher. Naime, orkestar ove prestižne operne kuće također bira nove članove za cijenjenu Bečku filharmoniju. Izgradnja Opere započela je krajem 1861. godine, au potpunosti je dovršena 1869. godine, pridržavajući se arhitektonskih planova bečkih arhitekata Augusta Sicarda von Sicardsburga i Eduarda van der Nüllu u

³⁴St. Stephen's Cathedral. Dostupno na: Wien info, <https://www.wien.info/en/see-do/sights-from-a-to-z/st-stephens-cathedral-359690>, (21.05.2024.)

neorenesansnom stilu. No, već tijekom izgradnje Bečka opera naišla je na brojne pritužbe i kritike suvremenika na svoj izgled i stil. Veličanstvenost same Opere činila se smanjenom u usporedbi sa zgradom Heinrichshofa, koja je stajala nasuprot sve do njenog uništenja tijekom bombardiranja u Drugom svjetskom ratu. Zbog podizanja Ringa za metar tijekom gradnje Opere dobio je pogrdni nadimak "potopljena škrinja" jer je ostao nedovršen. Tragično, arhitekti odgovorni za njegovo stvaranje nisu doživjeli njegovo otvaranje; prvi je preminuo van der Nüll, a točno deset tjedana kasnije Sicardsburg. Međunarodno priznata Bečka državna opera ugošćuje gotovo 300 izvedbi svake godine.³⁵

Slika 5. Bečka državna opera



Izvor: Wieneruhr, <http://wieneruhr.at/wiener-staatsoper-becka-drzavna-opera/>, (21.05.2024.)

³⁵Vienna State Opera. Dostupno na: Wiener staatsoper, <https://www.wiener-staatsoper.at/en/staatsoper/the-opera-house/>, (21.05.2024.)

3.1.4. Ostale atrakcije

Jedna od najviših i najimpresivnijih zgrada u središtu Beča je Rathaus. Tornjevi veličanstveno gledaju na središnji trg i park uz moćni bečki bulevar Ringstrassen. Zgrada je otvorena 1883. kao dio velikog niza izgradnje koji je uslijedio nakon uklanjanja utvrda starog grada (drugi suvremeni projekti uključivali su divovski bulevar koji označava jedan kraj Rathausplatz).³⁶

Sa svojim veličanstvenim pročeljem u renesansnom stilu i impozantnim tornjem sa satom koji bdije nad središnjim trgom Marktplatz, stara gradska vijećnica u Dusseldorfu (Rathaus Dusseldorf) jedna je od najatraktivnijih zgrada u gradu. Datira iz 16. stoljeća, također je među najstarijim znamenitostima Dusseldorfa, jedna od samo nekolicine koja je ostala netaknuta nakon Drugog svjetskog rata.³⁷

Smještena u samom srcu gradskog središta Beča, Albertina sadrži jednu od najvažnijih umjetničkih zbirki na svijetu. Osnovan 1776. godine, Muzej danas posjeduje remek-djela Da Vincija, Rafaela, Michelangela, Duerera, Rembrandta itd. Te su zbirke predstavljene na povremenim izložbama. Zbirka Batliner "Od Moneta do Picassa" stalno je izložena i prikazuje najznačajnija djela umjetnika iz doba moderne. Habsburške povijesne dvorane Albertine daju dojam carskog glamura.

Državna vijećnica – izgrađena u 18. stoljeću kao dio nekadašnje Dvorske knjižnice – dugačka je 80 metara i visoka 20 metara, a oduzima dah. Zamršeno ukrašena kupola i brojne freske daju carski štih. Ovaj barokni dragulj dom je za više od 200 000 tomova. Četiri veličanstvena venecijanska globusa, svaki s promjerom većim od jednog metra, daju završni dodir srcu Austrijske nacionalne knjižnice.³⁸

Pored navedenih, postoji još mnoštvo turističkih atrakcija, no prethodno su opisane neke od najznačajnijih.

³⁶Tripadvisor, Things to Do in Vienna. Dostupno na: Tripadvisor, <https://www.tripadvisor.com/Attractions-g190454-Activities-oa0-Vienna.html>, (pristupljeno 22.05.2024.)

³⁷Ibidem.

³⁸Ibidem.

3.2. Kvantitativni pokazatelji turizma grada Beča

U Beču je od prosinca 2021. do prosinca 2022. zabilježen značajan porast noćenja od 36,0%, pri čemu su strani posjetitelji pridonijeli 70,5% svih noćenja. Najviše noćenja stranih turista, ukupno 152.087, zabilježeno je u prosincu 2022. godine, a najviše ih je bilo iz Slovenije, Njemačke, Italije, Srbije i Hrvatske. Naime, noćenja posjetitelja iz Slovenije i Srbije zabilježila su porast od 11,2 posto, odnosno 8,4 posto u odnosu na prosinac 2019. prije pandemije. S druge strane, noćenja iz Bosne i Hercegovine, Italije i Njemačke zabilježila su pad od 25,9%, 23,7% i 12,9%³⁹ (tablica 1.).

Tablica 1. Dolasci i noćenja

	Dolasci		12. mj. 2022.	Noćenja		12. mjesec 2022.	
	2021.	2022.	struktura dolazaka, %	2021.	2022.	struktura noćenja, %	prosječan broj noćenja po dolasku
UKUPNO	74.351	106.731	100,0	159.336	213.913	100,0	2,0
Domaći turisti	26.628	35.730	33,5	50.410	61.826	29,5	1,7
Strani turisti	47.723	71.001	66,5	108.926	152.087	70,5	2,1

Izvor: Wien info, <https://b2b.wien.info/en/viennatourism/aboutus/tourism-reviews/annual-report-2022/tourism-in-numbers-452106>, (28.05.2024.)

Strani turisti su u prosincu 2022. ostvarili 71,0 tisuću dolazaka i 148,1 tisuću noćenja, što je povećanje od 48,8% u dolascima i 36,0% u noćenjima u odnosu na prosinac 2021. Za razliku od prosinca 2019., prije pandemije, kada ih je bilo 20,3% manje dolazaka i 13,2% manje noćenja.

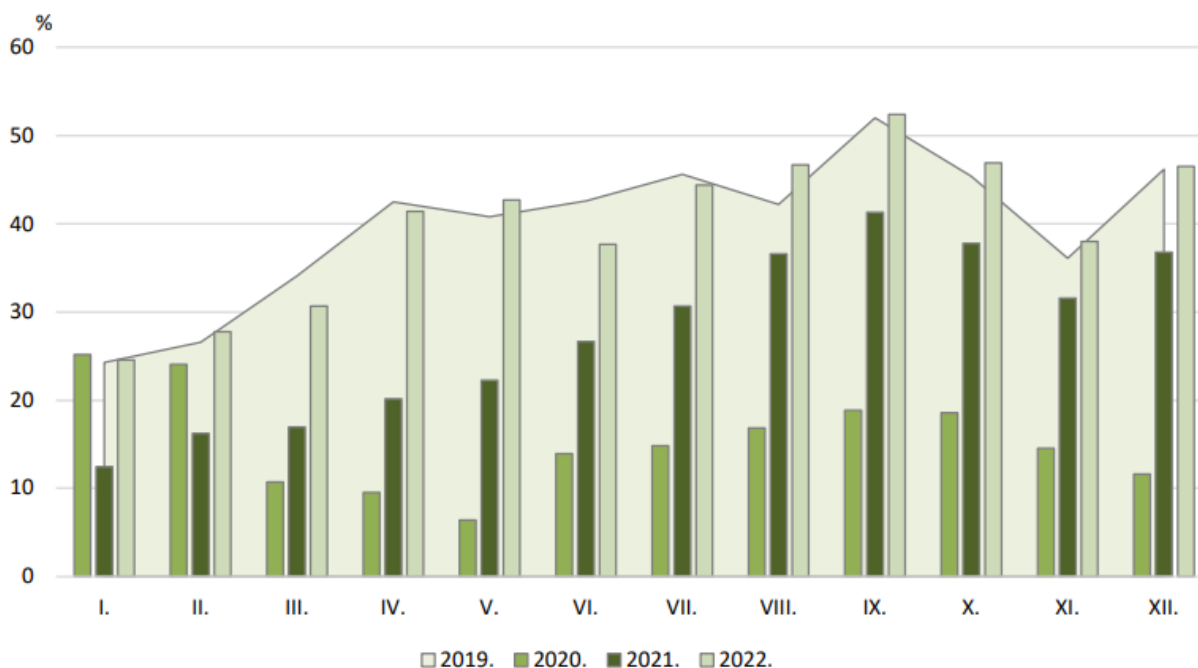
Pad broja azijskih turista i dalje je značajan, uz primijećen nagli pad. U prosincu 2022. putnici iz Azije proveli su ukupno 9 505 noćenja u hotelima, što predstavlja pad od 50,9% u odnosu na 19 365 noćenja zabilježenih u prosincu 2019. Smanjenje broja noćenja u

³⁹Vienna, Vienna's Tourism In Numbers: Annual Report 2022. Dostupno na: Wien info, <https://b2b.wien.info/en/viennatourism/aboutus/tourism-reviews/annual-report-2022/tourism-in-numbers-452106>, (pristupljeno 28.05.2024.)

hotelima prvenstveno su potaknuli putnici iz kontinentalne Kine i Republike Koreje. Naime, u prosincu 2022. ove su dvije zemlje ostvarile 1.891 noćenje, što je značajan pad od 71,6% u odnosu na prosinac 2019., kada su prije izbijanja pandemije ostvarile 6.649 noćenja.⁴⁰

U prosincu 2022. grad Beč bilježi zamjetan rast smještajnih kapaciteta. Broj stalnih kreveta dosegao je 14.553, što je povećanje od 4,1% u odnosu na prosinac 2021. Uz to, turistima je bilo na raspolaganju 6.945 soba i apartmana. Prosječna popunjenost stalnih kreveta u prosincu 2022. iznosila je 46,5%, što je značajan rast od 26,4% u odnosu na prošlogodišnju popunjenost od 36,8%. Zanimljivo, ova brojka također predstavlja blagi porast od 0,6% u usporedbi s prosincem 2019., razdobljem prije pandemije, tijekom kojeg je prosječna popunjenost iznosila 46,2%⁴¹ (Slika 6).

Slika 6. Prikaz popunjenosti stalnih postelja, 2019. - 2022.



Izvor: Wien info, <https://b2b.wien.info/en/viennatourism/aboutus/tourism-reviews/annual-report-2022/tourism-in-numbers-452106>, (pristup 02.09.2023.)

⁴⁰Vienna, Vienna's Tourism In Numbers: Annual Report 2022. Dostupno na: Wien info, <https://b2b.wien.info/en/viennatourism/aboutus/tourism-reviews/annual-report-2022/tourism-in-numbers-452106>, (pristupljeno 28.05.2024.)

⁴¹Ibidem.

U 2022. godini grad Beč je doživio značajan porast u svom turističkom sektoru, s ukupno 1,1 milijun dolazaka turista i 2,2 milijuna noćenja zabilježenih u komercijalnim smještajnim objektima. Ove brojke ukazuju na značajan rast od 69,9% u dolascima turista i 60,4% u noćenjima u usporedbi s prethodnom godinom, 2021. Međutim, važno je napomenuti da su te brojke još uvijek manje u usporedbi s pretpandemičnom 2019. bilježe pad od 25,8% u dolascima i 16,4% u noćenjima turista.⁴²

Domaći turisti su u 2022. godini zabilježili značajan rast u dolascima i noćenjima u odnosu na prethodnu 2021. godinu. Broj dolazaka veći je za 32,7%, dok je broj noćenja veći za 21,6%. Ovaj pozitivan trend u oštroj je suprotnosti s brojkama zabilježenim u 2019. godini, gdje su domaći turisti zabilježili pad dolazaka za 3,6% i pad noćenja za 4,8%. Tijekom te godine ukupan broj dolazaka domaćih turista iznosio je 243,1 tisuća, uz 452,5 tisuća noćenja.⁴³

S druge strane, u 2022. zemlja je primila značajan broj stranih turista. Ukupan broj dolazaka stranih turista iznosio je 844,4 tisuće, uz 1,8 milijuna noćenja. To predstavlja značajan porast od 73,9% u usporedbi s 2021. i 2019. godinom, koje su zabilježile rast od 84,3% u dolascima i noćenjima turista. Međutim, u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu, primjetan je pad dolazaka za 30,3% i noćenja za 18,8%.⁴⁴

Ovi statistički podaci ističu suprotne trendove između domaćeg i stranog turizma u 2022. Dok je domaći turizam doživio značajan oporavak, strani turizam još uvijek zaostaje za razinama prije pandemije. Ipak, ukupni rast turističkih dolazaka i noćenja označava pozitivan oporavak turističke privrede.

⁴²Vienna, Vienna's Tourism In Numbers: Annual Report 2022. Dostupno na: Wien info, <https://b2b.wien.info/en/viennatourism/aboutus/tourism-reviews/annual-report-2022/tourism-in-numbers-452106>, (pristupljeno 28.05.2024.)

⁴³Ibidem.

⁴⁴Ibidem.

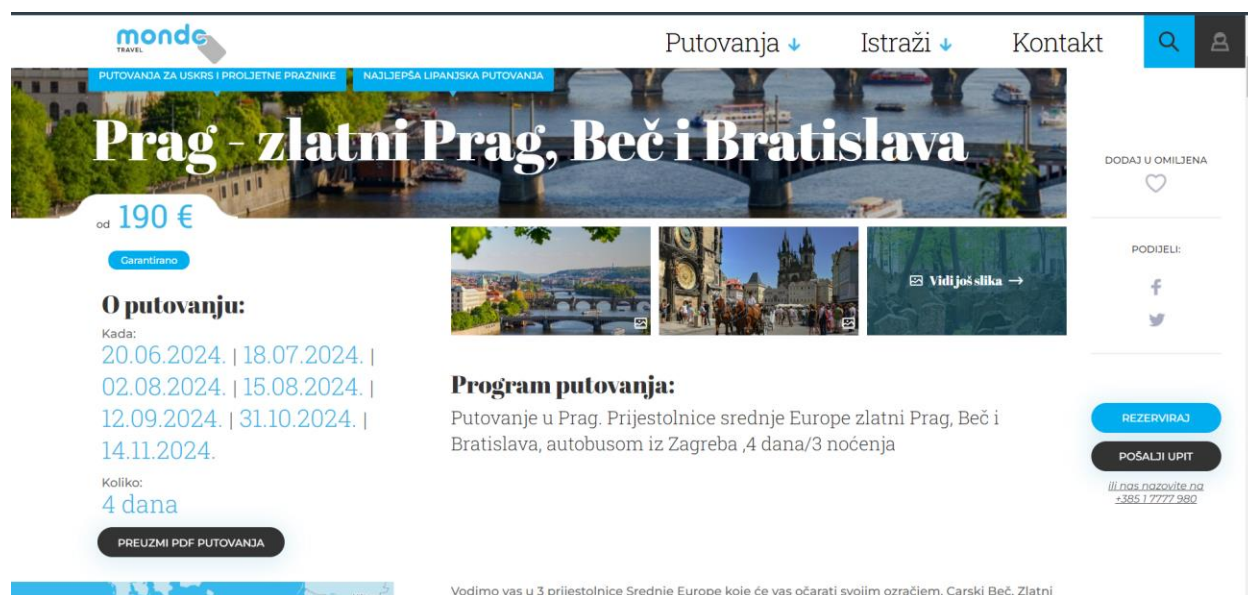
4. BEČ U PONUDI TURISTIČKIH AGENCIJA

U nastavku će se prikazati analiza Beča u ponudi turističkih agencija u Republici Hrvatskoj. Točnije, prikazati će se koje agencije nude Beč u svojoj ponudi, te kakav je sadržaj putovanja.

4.1. Turistička agencija Mondo Travel

Turistička agencija Mondo Travel trenutačno u ponudi ima dvije ponude putovanja u Beč, koje će biti detaljnije opisane u nastavku. Prva ponuda koju agencija nudi zove se „Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava“ (slika 7).

Slika 7. Ponuda Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava



The screenshot displays the website for Mondo Travel. At the top, there is a navigation bar with the logo 'mondo TRAVEL' and menu items: 'Putovanja', 'Istraži', and 'Kontakt'. Below the navigation bar, there are promotional banners: 'PUTOVANJA ZA USKRŠ I PROLJETNE PRAZNIKE' and 'NAJLJEPŠA LIPANJSKA PUTOVANJA'. The main heading is 'Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava' with a price starting from 'od 190 €'. A 'Garantirano' badge is present. The 'O putovanju:' section lists departure dates: 'Kada: 20.06.2024. | 18.07.2024. | 02.08.2024. | 15.08.2024. | 12.09.2024. | 31.10.2024. | 14.11.2024.' and duration: 'Koliko: 4 dana'. A 'PREUZMI PDF PUTOVANJA' button is located below. The 'Program putovanja:' section describes the trip: 'Putovanje u Prag, Prijestolnice srednje Europe zlatni Prag, Beč i Bratislava, autobusom iz Zagreba, 4 dana/3 noćenja'. There are also social media sharing options (Facebook, Twitter) and buttons for 'DODAJ U OMIJENJA', 'REZERVIRAJ', and 'POŠALJI UPIT'. A contact number is provided: 'ili nas nazovite na +385 1 7777 980'. At the bottom, a small text reads: 'Vodimo vas u 3 prijestolnice Srednje Europe koje će vas očarati svojim ozračjem. Carski Beč, Zlatni'.

Izvor: Mondo travel, <https://www.mondotravel.hr/prag.html>, (30.05.2024.)

Navedeno putovanje traje četiri dana i posjetitelji mogu odabrati jedan od sedam termina koji se mogu vidjeti na slici 7. Prvi dan se iz Zagreba polazi za Beč gdje posjetitelji u Beču imaju mogućnost panoramskog razgleda grada autobusom ili pješice, posjet gradskoj vjećnici, Votiv crkvi, Muzeju, Hofburhu, Mihaelovom tgu, Bečkog katedrali i Bečkoj operi. Pored toga, posjetiteljima se nudi slobodno vrijeme za kraći shopping ili kušanje tipične

Sacher torte.⁴⁵ Pored Beča, posjetitelji obilaze Prag i Bratislavu, no s obzirom da je Beč u fokusu rada, neće se detaljnije govoriti o ostalim destinacijama.

Posjetitelji mogu na internetskoj stranici agencije preuzeti plan putovanja u PDF-u gdje su im dostupne sve potrebne informacije, kao što su vrijeme polaska, obilasci turističkih atrakcija, informacije o tome što aranžman uključuje, fakultativni program, način plaćanja, rezervacije i slično, tako da se posjetitelji mogu u potpunosti informirati o navedenom putovanju.

Drugo putovanje koje agencija nudi u Beč je „Beč, Advent 2 dana“ (slika 8).

Slika 8. Ponuda „Beč, Advent 2 dana“

The image is a screenshot of the Mondo Travel website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'mondo TRAVEL' on the left and links for 'Putovanja', 'Istraži', and 'Kontakt' on the right. Below the navigation bar is a large banner with the text 'Beč, Advent 2 dana' in white on a dark background. To the left of the banner, there is a section titled 'O putovanju:' with the text 'Koliko: 2 dana' and a button that says 'PREUZMI PDF PUTOVANJA'. Below this is a map of Europe with a red pin on Beč. To the right of the banner, there are three small images: a globe, a display of Christmas gifts, and a night view of a city. Below these images is a section titled 'Program putovanja:' with the text 'Advent u Beču, 2 dana'. Underneath, there is a sub-section '1. dan ZAGREB - BEČ' with a detailed description of the itinerary. On the far right, there is a sidebar with a search icon, a heart icon labeled 'DODAJ U OMIJENIA', social media icons for Facebook and Twitter, and a button labeled 'POŠALJI UPIT' with a phone number below it.

Izvor: Mondo travel, <https://www.mondotravel.hr/putovanje-autobusom-u-bec-dva-dana.html>,

(01.05.2024.)

Navedeno putovanje traje dva dana i posjetitelji polaze autobusom iz Zagreba u 06:00 sati. Po dolasku u Beč, ide se šetnju do centra grada. Nakon toga posjetitelji imaju slobodno vrijeme za istraživanje poznate Mariahilfer Strasse, vrhunske trgovačke ulice. Itinerar uključuje posjet adventskom sajmu Christkindlmarkt koji se nalazi ispred Gradske vijećnice, atrakcija koja je jedna od najvećih božićnih sajmova u Europi. Osim toga,

⁴⁵Mondo Travel. Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava. Dostupno na: Mondo travel, <https://www.mondotravel.hr/prag.html>, (pristupljeno 01.06.2024.)

posjetitelji imaju mogućnost sudjelovanja u 50-minutnom iskustvu projekcije putovanja kroz vrijeme. Za one koji žele postoji mogućnost samostalnog istraživanja raznih bečkih muzeja kao što su KHM muzej povijesti umjetnosti, zbirka grafike Albertina, carski stanovi, Kunstforum i Museumsquartier. Dan završava smještajem u hotel u Beču na noćenje.⁴⁶

Drugim dan putovanja započinje vožnjom autobusom do dvorca Schonbrunn, bivšeg ljetnog utočišta dinastije Habsburg, poznatog po svom prekrasnom vrtu koji se često uspoređuje s očaravajućim Versaillesom. Nakon toga se posjetitelji ukrcajavu na javni prijevoz do srca Beča, gdje će šetnjom doći do Karterstrasse, šarmantne ulice smještene u središtu grada, koja vrvi nizom trgovina, restorana i kafića, poput okolnih uličica. U neposrednoj blizini nalazi se velebna katedrala sv. Stjepana koja se može pohvaliti impresivnom zbirkom od 22 zvona. Za one sklone, uspon na 136 metara visok južni toranj, koji se sastoji od 343 stepenice, pruža prekrasan pogled na Beč. Nakon toga slijedi slobodno vrijeme za istraživanje božićnih sajмова ili uživanje u izvrsnom ručku. Kako poslijepodne bude odmicalo, započinje se putovanje prema Hrvatskoj, s predviđenim dolaskom u kasnim večernjim satima.⁴⁷

Kao i kod prethodnog putovanja, na internetskoj stranici agenciji posjetitelji mogu preuzeti plan putovanja u PDF-u gdje su navedene sve detaljne informacije o samom putovanju.

4.2. Turistička agencija Elisa tours

Ponudu za putovanje u Beč koju nudi agencija Elisa tours je „Beč – Klasik“ u terminima 14.09. i 12.10.2024. godine s polaskom iz Zagreba (slika 9).

⁴⁶Mondo Travel. Beč, Advent 2 dana. Dostupno na: Mondo travel, <https://www.mondotravel.hr/putovanje-autobusom-u-bec-dva-dana.html>, (pristupljeno 01.06.2024.)

⁴⁷Ibidem.

Slika 9. Ponuda „Beč – Klasik“

Beč - Klasik

Vrsta putovanja: Autobusom
Destinacija: Beč
Trajanje: 2 dana
Voditelj putovanja: uključen

Veličina grupe: do 49 osoba
Polazište: ZG-VZ-ČK
Vrsta smještaja: Hotel 3*
Usluga: Noćenje s doručkom

Pogodnost: Garantirano
Vrsta prijevoza: Autobusom

Termini putovanja: 14.09, 12.10

IC01 - 1242

Dora Tikvić
Program uređuje
Član Elisa tima od Mar 2021

po osobi već od
102,00 €
za polazak 14.09.2024
Najniža cijena u zadnjih 30 dana: ~~109,00 €~~ (-6%)

ELISA tours
rezervacijski sustav

1 Prvi korak
Odaberite datum polaska
Početak putovanja

2 Drugi korak
Odaberite tip sobe i broj ljudi

Izvor: Elisa, <https://elisa.hr/putovanja/bec-klasik>, (03.06.2024.)

Na internetskoj stranici turističke agencije posjetiteljima su dostupne sve potrebne informacije o putovanju. Pored cijene, datuma polaska i sadržaja putovanja, posjetitelji mogu pročitati koje su mogućnosti doplate, cijene ulaznica, osnovne informacije o Austriji, granične, vizne i zdravstvene formalnosti, te što je to uključeno u cijenu putovanja, a što nije.⁴⁸

Putovanje traje 2 dana i ide se autobusom. U cijenu ponude uključen je voditelj putovanja, hotel s 3 zvjezdice i noćenje s doručkom. Po dolasku u Beč, turisti će imati priliku istražiti mnoštvo kulturnih znamenitosti i atrakcija. Tu spadaju Opera, Trg Marije Terezije, Muzejski kompleks (MQ), Narodno kazalište, Parlament, Carsko kazalište, Gradska vijećnica, Sveučilište u Beču, Crkva Zavjeta, Burza, zabavni park Augarten, Prater i šire središte grada uz rijeku Dunav. Značajna mjesta u ovom području uključuju toranj smješten na umjetnom otoku usred Dunava, kao i obližnji grad UN-a.⁴⁹

⁴⁸Elisa tours. Beč - Klasik. Dostupno na: Elisa, <https://elisa.hr/putovanja/bec-klasik>, (pristupljeno 03.06.2024.)

⁴⁹Ibidem.

Na povratku u središte grada, posjetitelji će proći pokraj Muzeja zvuka, crkve sv. Karla Boromejskog i veleborne palače Hofburg. Među ovim arhitektonskim čudima raštrkano je nekoliko parkova kao što su Burggarten, Volksgarten, Rathauspark i Stadtpark. Pješačka tura počinje od trijumfalnog luka na Heldenplatzu, do carske palače Hofburg, koja trenutno služi kao rezidencija predsjednika Austrije. Ruta također obuhvaća Trg svetog Mihovila, Stahlburg, Španjolsku školu jahanja u kojoj nastupaju lipicanci, crkvu svetog Augustina, Albertinu, palaču Lobkowitz, Operu, hotel Sacher, ulicu Kohlmarkt, Graben, Peterskirche i Cafe Hawelka.

Obilazak kulminira u veličanstvenoj katedrali sv. Stjepana, povijesnom spomeniku koji datira iz 12. stoljeća. Ovaj arhitektonski dragulj ima 22 zvona i nudi posjetiteljima priliku da se popnu na 136 metara visok južni toranj preko 343 stepenice za panoramski pogled na Beč. Poslijepodne je slobodno za aktivnosti u slobodno vrijeme, uz mogućnost istraživanja poznate trgovačke ulice Mariahilferstrasse. Nakon dana istraživanja, turisti će se vratiti u hotel na prijavu, dodjelu soba i noćenje.⁵⁰

Drugog dana izleta turistička agencija predlaže posjet dvorcu Schönbrunn koji je služio kao ljetna rezidencija Habsburgovaca. Ovaj veličanstveni dvorac ima impresivnih 1400 soba i okružen je golemim parkom. Posjetitelji imaju mogućnost krenuti u individualni obilazak dvorca, uz pratnju audio vodiča dostupnog na 11 različitih jezika. Alternativno, mogu se odlučiti za obilazak koji uključuje sažete opise različitih soba na hrvatskom jeziku. Još jedna primamljiva opcija je istraživanje Bečkog zoološkog vrta ili izlet javnim prijevozom do središta grada. Nakon ovih aktivnosti, sudionici će imati malo slobodnog vremena za bavljenje osobnim interesima. Preporučuje se posjet muzeju Albertina ili Muzeju povijesti umjetnosti KHM, koji nude zadivljujuće izložbe. Za ručak predlažemo uživanje u ukusnoj kuhinji tradicionalnog bečkog restorana. Na kraju, polazak za Hrvatsku je oko 17:00 sati.⁵¹

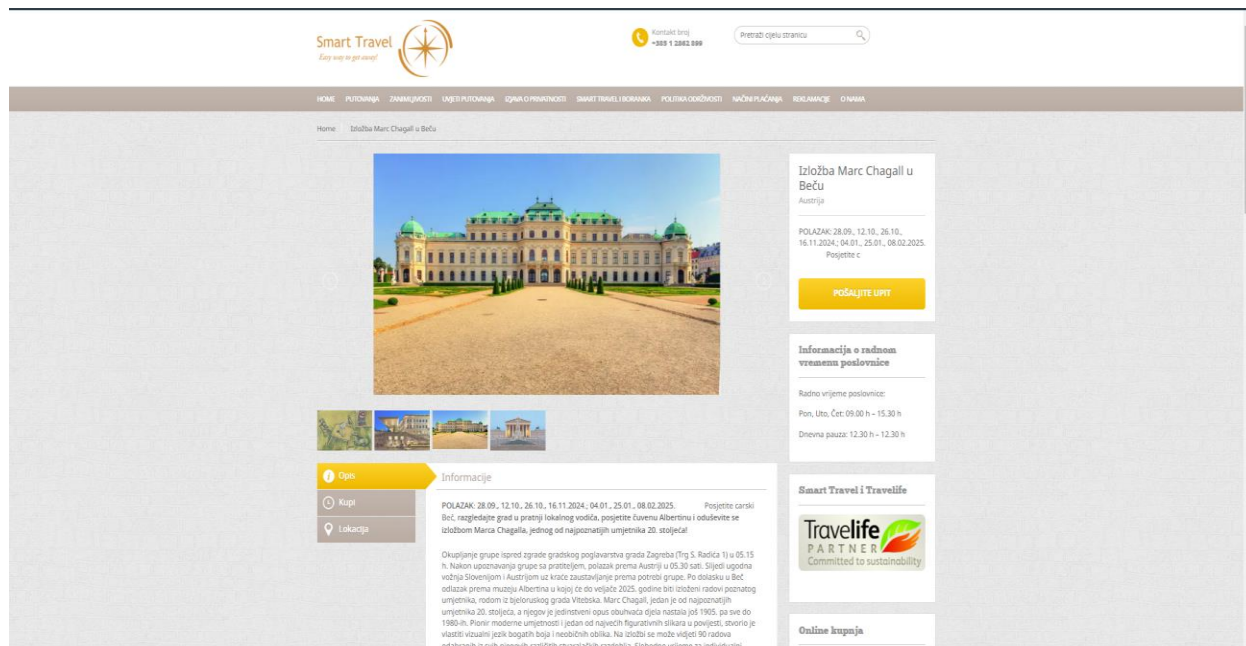
⁵⁰Elisa tours. Beč - Klasik. Dostupno na: Elisa, <https://elisa.hr/putovanja/bec-klasik>, (pristupljeno 03.06.2024.)

⁵¹Ibidem.

4.3. Turistička agencija Smart travel

Turistička agencija Smart travel u svojoj ponudi ima putovanje za Beč pod nazivom „Izložba Marc Chagall u Beču“ s više termina polazaka: 28.09., 12.10., 26.10., 16.11.2024.; 04.01., 25.01., 08.02.2025. godine (slika 10).

Slika 10. Ponuda „Izložba Marc Chagall u Beču“



Izvor: Smart travel, <https://smart-travel.hr/tours/izlozba-marc-chagall-u-becu/>, (04.06.2024.)

Grupa se okuplja u 5.15 sati ispred zgrade Grada Zagreba na adresi Trg S. Radića 1. Nakon što se grupa upozna s vodičem, kreće se prema Austriji. Po dolasku u Beč, grupa će nastaviti do muzeja Albertina, gdje će izložba radova renomiranog umjetnika iz Vitebska u Bjelorusiji biti izložena do veljače 2025. Marc Chagall, istaknuta ličnost umjetnosti 20. stoljeća, proizveo je jedinstven opus rada koji se proteže od 1905. do 1980-ih. Kao pionir moderne umjetnosti i jedan od najvećih figurativnih slikara u povijesti, Chagall je razvio vlastiti vizualni jezik koji karakteriziraju jarke boje i nekonvencionalni oblici. Na izložbi će biti prikazano 90 pomno odabranih radova iz različitih razdoblja njegove umjetničke karijere. Sudionici će imati slobodno vrijeme za samostalno razgledavanje izložbe. Nakon posjeta muzeju bit će vođeno pješačenje gradom na hrvatskom jeziku. Sudionici će također imati slobodno vrijeme za bavljenje vlastitim

interesima. Grupa će se potom okupiti na dogovorenom mjestu okupljanja i započeti povratak prema Zagrebu, vozeći kroz Austriju i Sloveniju uz kraća zaustavljanja po potrebi. Predviđeno vrijeme povratka u Zagreb je u kasnijim večernjim satima.⁵²

Cijena putovanja uključuje prijevoz visokokvalitetnim turističkim autobusom, iskusnog lokalnog vodiča za razgledavanje grada u Beču, turističke slušalice za razgledavanje grada, licenciranog turističkog vodiča, sve planirane izlete, kao i troškove jamstva, organizacije, prodaje i implementacija, uključujući PDV. Cijena ne uključuje ulaznice za kulturna i povijesna mjesta i muzeje koji nisu izričito navedeni kao dio paketa, ulaznice za izložbe, cijene javnog prijevoza, osobne troškove, sve neodređene troškove, popratna putovanja i putno osiguranje.⁵³

Kao i kod prethodno prikazanih ponuda drugih agencija, posjetitelji također mogu na internetskoj stranici Smart travel agencije pronaći sve potrebne informacije o putovanju, kao što su datumi polaska, cijena, što je sve uključeno u cijenu, što nije, koje su mogućnosti doplate i slično.

4.4. Turistička agencija Explora

Turistička agencija Explora u ponudi ima putovanje koje uključuje posjetu Beču, Grazu i Dvorcima s polaskom iz Splita u trajanju od 4 dana (slika 11).

Slika 11. Putovanje Beč, Graz i Dvorci iz Splita

⁵²Smart travel. Izložba Marc Chagall u Beču. Dostupno na: Smart travel, <https://smart-travel.hr/tours/izlozba-marc-chagall-u-becu/>, (05.06.2024.)

⁵³Ibidem.

EXPLORA
by Siniša Vidak

home GRADOVI vikend putovanja EUROPA kružna putovanja SVIJET daleka putovanja KONGRESI poslovna putovanja BLOG putopisi KONTAKT info & lokacija

Europa • BEČ, GRAZ I DVORCI

Putovanje BEČ, GRAZ I DVORCI iz Splita

Lijepote Donje Austrije



Obilazimo Beč i njegovu okolicu, ulazimo u Moravsku (istočni dio Republike Češke) i razgledavamo predivne dvorce. Pored Beča i Graza posjetit ćemo lokacije koje izmiču većini turističkih ruta, a fantastično su iskustvo.

€1 Cijena putovanja od: 345,00 EUR

▼ Odlazište: Beč - Austrija

○ Trajanje: 4 dana 🚌 Prijevoz: Bus

📅 Termin: 📍 Status:

[Prijavite se za AUSTRIJA iz Splita](#)

Detaljno o putovanju

Program putovanja | Dodatne informacije

1) četvrtak SPLIT – BEČ

Okupljanje sudionika putovanja Beč, Graz i Dvorci Austrije iz Splita na Sukošajanskoj ulici (Split, kružni tok – stanica za prigradske autobuse) u 04:30 sati. Ukrcaj prijaje u autobus, upoznavanje s vodičem i polazak autocestom prema Sloveniji i Austriji. Ukrcaj putnika moguć je na odmorštima uz autocestu Split-Zagreb. Po dolasku u hotel, smještaj u sobe. Moćuje organizirati fakultativni izlet Vienna by Night (panoramsku vožnju po legendarnom bečkom Ringu uz kojeg leži Opera, Veliki Muzej, Carski dvor, Zvijetna crkva i Uranija. Prošetat ćemo preko Novog krila Hofburga, trga Sv. Mihovila do Stupa kuge. Obići ćemo Katedralu). Povratak u hotel i noćenje #1.

2) petak DVORCI IZ BAJKE

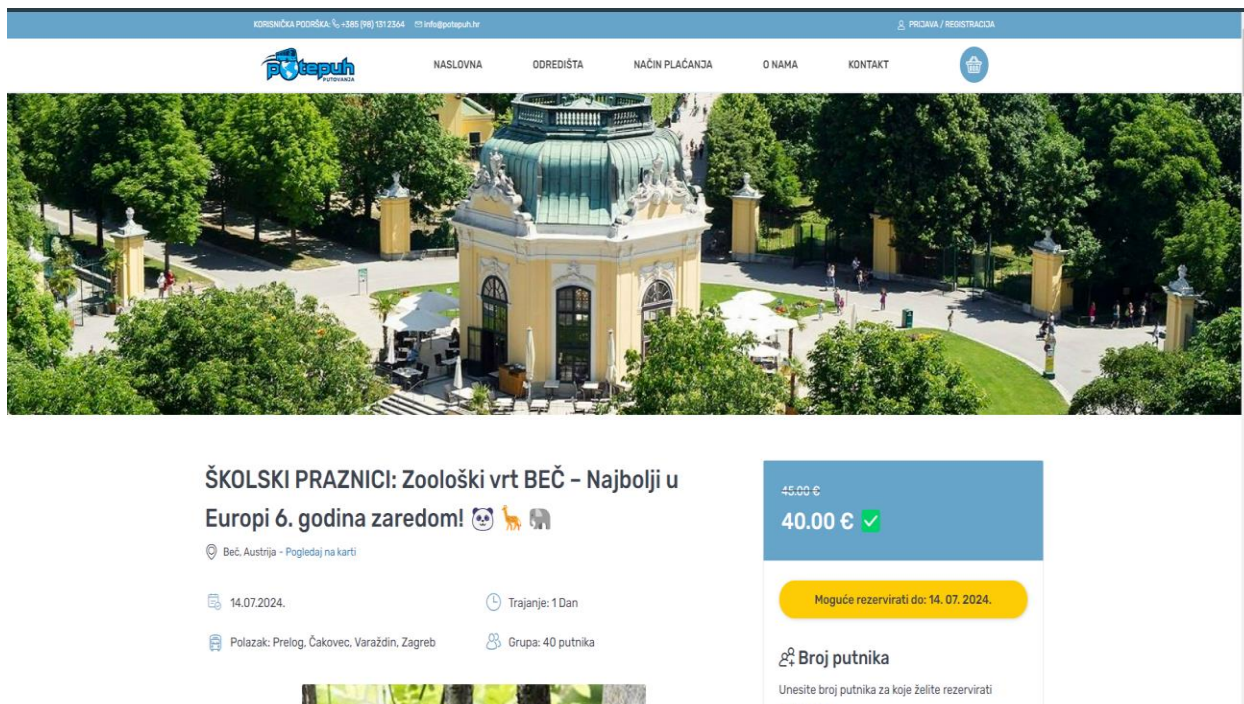
Izvor: Explora, <https://www.explora.hr/kruzna-putovanja/bec-iz-splita>, (06.06.2024.)

Prvi dan putovanja se putuje iz Splita prema Beču. Dolaskom u Beč posjetitelji će imati organiziran fakultativni izlet Vienna by Night (panoramsku vožnju po legendarnom bečkom Ringu uz kojeg leži Opera, Veliki Muzeji, Carski dvor, Zvijetna crkva i Uranija, te će prošetati preko Novog krila Hofburga, trga Sv. Mihovila do Stupa kuge i obići se Katedralu. Drugi dan putovanja se u Beču obilazi dvora Habsburg i Schonbrunn. Pored toga šeta se velebnim parkovima do Neptunove fontane i šarmantne Gloriette. Nakon toga slijedi kraća vožnja do središta grada i slobodno vrijeme za šetnju, kupnju suvenira, posjet nekoj od najpoznatijih slastičarnica, fotografiranje i povratak u hotel. Treći dan putovanja posjetitelji idu u Češku gdje posjećuju dvorac Lednice, dok se četvrti dan putovanja obilazi Graz i potom se vraća nazad u Split.

4.5. Turistička agencija Potepuh putovanja

Turistička agencija Potepuh u svojoj ponudi nudi jednodnevni izlet za Beč za grupu od 40 osoba „ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom!“ s polaskom 14.07.2024. godine (slika 12).

Slika 12. Ponuda ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom!“



The screenshot shows the Potepuh website interface. At the top, there is a navigation bar with the Potepuh logo and menu items: NASLOVNA, ODREĐIŠTA, NAČIN PLAĆANJA, O NAMA, and KONTAKT. Below the navigation bar is a large image of the Zoo of Vienna, featuring a prominent yellow building with a green dome. The main content area displays the offer title: "ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom!". Below the title, there are icons for a panda, a giraffe, and an elephant. The location is listed as "Beč, Austrija - Pogledaj na karti". The date is "14.07.2024.", the duration is "Trajanje: 1 Dan", and the departure is "Polazak: Prelog, Čakovec, Varaždin, Zagreb". The group size is "Grupa: 40 putnika". On the right side, there is a price box showing "45.00 €" crossed out and "40.00 €" with a green checkmark. Below the price box, there is a yellow button that says "Moguće rezervirati do: 14. 07. 2024.". At the bottom of the price box, there is a section for "Broj putnika" with a subtext "Unesite broj putnika za koje želite rezervirati".

Izvor: Potepuh, <https://potepuh-putovanja.hr/odredista/sk-praznici-zooloski-vrt-bec/>, (10.06.2024.)

Putovanje uključuje prijevoz autobusom na relaciji Čakovec – Beč – Čakovec, posjet najstarijem i najboljem Zoološkom vrtu, minimalno šest sati slobodnog vremena za razgledavanje, turističkog vodiča i osiguranje jamčevine i osiguranje od odgovornosti organizatora paket aranžmana. Polazak je u jutarnjim satima iz Preloga, Čakovca i Varaždina. Sudionici će imati priliku upoznati voditelja putovanja koji će predstaviti itinerer za taj dan. Posjetitelji će po dolasku u ZOO vrt u jutarnjim satima imati minimalno 6 sati slobodnog vremena za promatranje životinja, vožnju panoramskim vlakićem, istraživanje

parka, uživanje na dječjem igralištu i pauzu za ručak. Ovaj izlet je posebno osmišljen kao obiteljski dan, s obzirom na veliku veličinu i raznolikost prisutnih životinjskih vrsta.⁵⁴

Posjetitelji mogu više informacija o samom putovanju, kao i o Zoološkom vrtu dobiti posjetom na službenu internetsku stranicu turističke agencije. Također, mogu pogledati i životinjsku kartu Zoološkog vrta da bi se upoznali sa svim vrstama životinja koje imaju u Zoološkom vrtu.

⁵⁴Protepuh putovanja. ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom! Dostupno na: Potepuh, <https://potepuh-putovanja.hr/odredista/sk-praznici-zooloski-vrt-bec/>, (pristupljeno 10.06.2024.)

5. ZAKLJUČAK

Turističke agencije planiraju izlete ili pružaju posredničke usluge koje se odnose na putovanja i smještaj posjetitelja. S vremenom su razvili raznolike odnose s različitim partnerima kako bi im olakšali rad i ostvarili željene rezultate. Ti su fenomeni vrlo značajni za rast nacije kao turističke destinacije, a sa sobom donose i brojne druge prednosti, uključujući ekonomske i široko rasprostranjeno oglašavanje i pozitivnu reputaciju. I putnici i turističke tvrtke mogu imati koristi od uvođenja i rasta online poslovanja kao načina povezivanja s turistima.

Turističke agencije imaju koristi od povećanog poslovanja kao rezultat toga što putnici lakše dolaze do usluga koje žele. Ali osim ovih prednosti, tehnologija ima i nedostatke. Glavni među njima je rizik da, budući da putnici mogu jednostavno i brzo koristiti usluge turističkih agencija online, neće morati izravno komunicirati s njima, što bi moglo rezultirati gubitkom poslova i padom industrije. Turistička agencija mora dobro razumjeti i ponudu i potražnju za turistima kako bi učinkovito funkcionirala kao posrednik u industriji putovanja. U ovoj situaciji ključno je imati dobro definiran upravljački tim koji može jasno identificirati ciljeve tvrtke i razviti akcijski plan za njihovo postizanje. Usklađivanje ciljeva tvrtke s ciljevima ponude i potražnje za turiste u isto je vrijeme ključno.

Nažalost u ovom periodu nema mnogo ponuda putovanja za Beč u turističkim agencijama. To se može prepisati dolasku ljetne sezone zbog čega je većina putovanja usmjerena na obalne destinacije. Analizom prikazanih ponuda putovanja u Beč turističkih agencijama u Hrvatskoj može se zaključiti da agencije svojim posjetiteljima nude sve potrebne informacije o putovanju. Točnije, posjetitelji mogu pročitati detaljan plan putovanja. Stoga, može se reći da turističke agencije dobro rade svoj posao.

LITERATURA

Knjige:

1. Dulčić, A., Turističke agencije: poslovanje i menadžment, Ekokon d.o.o., 2005.,
2. Gardijan, P., Turističke agencije i turoperator, Visoka škola za turizam Šibenik, Šibenik, 2002.,
3. Križman Pavlović, D., Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.
4. Vukonić, B. i sur., Turističke agencije, VPŠ Libertas, Zagreb, 2015.,

Članci:

1. Čavlek, N., Matečić, I., Ferjanić Hodak, D., „Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti“, Acta turistica, 22 (2010) 2, str. 201-220.
2. Ert, E., Fleischer, A., Magen, N., „Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb“, Tourism Management, 55 (2016) 3, str. 62-73.
3. Frančišković, I., Tomljanović, J. „Promocija u funkciji uspješnosti i učinkovitosti poslovanja turističke agencije“, Ekonomski pregled, 52 (2001) 3-4, str. 418-430.
4. Mihajlović, I., „Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ICT-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija“, BusinessExcellence, 7 (2013) 1, str. 40-50.
5. Mišković, I., Holodkov V., Radin, I., „Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu“, TIMS Acta 9 (2015) 3, str. 75 –86

Zakoni:

1. Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne Novine, br. 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21.
2. Zakon o turističkoj djelatnosti, Narodne Novine, br. 8/96.
3. Zakon o zaštiti potrošača, Narodne Novine, br. 79/2007.

Internetski izvori:

1. Detailed History of Belvedere Palace | Construction, Architecture and More. Dostupno na: <https://www.belvederepalacetickets.com/history/>, (pristupljeno 20.05.2024.)
2. Elisa tours. Beč - Klasik. Dostupno na: <https://elisa.hr/putovanja/bec-klasik>, (pristupljeno 03.06.2024.)
3. Historic Centre of Vienna, dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/list/1033/>, (pristupljeno 16.05.2024.)
4. Mondo Travel. Beč, Advent 2 dana. Dostupno na: <https://www.mondotravel.hr/putovanje-autobusom-u-bec-dva-dana.html>, (pristupljeno 01.06.2024.)
5. Mondo Travel. Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava. Dostupno na: <https://www.mondotravel.hr/prag.html>, (pristupljeno 01.06.2024.)
6. Potepuh putovanja. ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom! Dostupno na: <https://potepuh-putovanja.hr/odredista/sk-praznici-zooloski-vrt-bec/>, (pristupljeno 10.06.2024.)
7. Schönbrunn Palace, dostupno na: <https://www.wien.info/en/art-culture/imperial-sights/schoenbrunn-palace-357558>, (pristupljeno 18.05.2024.)
8. Smart travel. Izložba Marc Chagall u Beču. Dostupno na: <https://smart-travel.hr/tours/izlozba-marc-chagall-u-becu/>, (05.06.2024.)
9. St. Stephen's Cathedral. Dostupno na: <https://www.wien.info/en/see-do/sights-from-a-to-z/st-stephens-cathedral-359690>, (21.05.2024.)
10. Stojković, M. (2013). Delatnost turističkih agencija, Turizam i putovanja. Dostupno na: <https://www.turizamiputovanja.com/delatnost-turistickih-agencija/> (pristupljeno 17.05.2024.)
11. The Hofburg. Dostupno na: <https://www.visitingvienna.com/sightseeing/hofburg/>, (pristupljeno 20.05.2024.)
12. Vienna State Opera. Dostupno na: <https://www.wiener-staatsoper.at/en/staatsoper/the-opera-house/>, (21.05.2024.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Palača Schönbrunn	14
Slika 2. Palača Belvedere	15
Slika 3. Hofburg.....	16
Slika 4. Bečka katedrala.....	17
Slika 5. Bečka državna opera.....	18
Slika 6. Prikaz popunjenosti stalnih postelja, 2019. - 2022.....	21
Slika 7. Ponuda Prag - zlatni Prag, Beč i Bratislava.....	23
Slika 8. Ponuda „Beč, Advent 2 dana.....	24
Slika 9. Ponuda „Beč – Klasik“	26
Slika 10. Ponuda „Izložba Marc Chagall u Beču“	28
Slika 11. Putovanje Beč, Graz i Dvorci iz Splita	29
Slika 12. Ponuda ŠKOLSKI PRAZNICI: Zoološki vrt BEČ – Najbolji u Europi 6. godina zaredom!“	31

POPIS TABLICA

Tablica 1. Dolasci i noćenja.....	20
-----------------------------------	----