

STIPAN MATOŠ, dipl. inž.
 Školski centar cestovnog saobraćaja
 Mr. JOSO VURDELJA
 Fakultet prometnih znanosti
 Zagreb

Tehnologija i organizacija prometa
 Stručni rad
 UDK: 796.5:338.48(497.1)
 Primljeno: 06.06.1989.
 Prihvaćeno: 12.12.1989.

ORGANIZIRANOST IZLETNIČKO-TURISTIČKIH PUTOVANJA U FUNKCIJI RAZVOJA JUGOSLAVENSKOG TURIZMA

SAŽETAK

Autori obrađuju fenomen izletničko-turističkih putovanja, kao važnog segmenta i dopunu ukupne turističke ponude u našoj zemlji, s obzirom da je sve veći broj stanovništva zainteresiran za ovakav oblik aktivnog odmora. Posebno se daje prikaz djelatnosti turističke agencije "Croatiaoturist" i iz toga izvlače odgovarajući zaključci.

1. UVOD

Turizam kao kapitalna, ali istovremeno i radno intenzivna djelatnost, je kompleksna pojava gdje djeluje velik broj privrednih i neprivrednih aktivnosti i subjekata, ali i veliki broj drugih utjecajnih faktora. Zato turistički uspjeh i njegov razvoj ovise o ukupnim ekonomskim odnosima koji vladaju u određenoj sredini, odnosno o ukupnoj društvenoj klimi.

Ovakav visok stupanj korelacije (ovisnosti) turizma i ukupnih društveno-ekonomskih prilika navodi na zaključak da razvoj turizma valja uvijek gledati kroz prizmu općeg razvoja društva, odnosno kao njegovu posljedicu, a ne izvan ili odvojeno od njega.

Drugim riječima, u uvjetima slabe razvijenosti i društveno-ekonomske krize nerealno je očekivati uspješan turistički razvoj koji će "mimoići" postojeću opću situaciju i (s)krenuti nekim svojim putem trasiranim izvan područja ukupnih društveno-ekonomskih odnosa.

Ovo dolazi do izražaja naročito u današnje vrijeme očekivanja integracije zemalja EZ u god. 1992, koja će dovesti do velikih kvalitativnih promjena u domeni turističke potražnje, ponude i politike zemalja članica čije stanovništvo starije od 15 godina čini 140, a s djecom gotovo 185 milijuna turista godišnje. Istovremeno, u prošloj godini je nastavljen trend opadanja udjela inozemnog turizma naše zemlje u međunarodnom evropskom i svjetskom turizmu što je vrlo loše, jer se time slabi položaj jugoslavenske turističke ponude, kako u odnosu na naše glavne konkurente na Mediteranu, tako i u odnosu na zemlje (Turska, Tunis i dr.) koje su se odnedavno uspješno i intenzivno uklopile u preraspodjelu međunarodnog turizma u svoju korist.

Prema rezultatima istraživanja stručnjaka Generalne direkcije transporta EZ ("The Economist", NEO-Restoration, Paris) koje je provedeno 1985.g. među stanovništvom 12 zemalja članica EZ, gotovo 65% od 250 mln odraslih Evropljana je otpuivalo najmanje jednom na odmor četiri dana izvan mjesta svoga stalnog boravka.

Odmor se pretežno provodi u zemljama EZ i to prvenstveno u primorskim zemljama (52% ispitanika).

Organiziranost odmora uglavnom je individualna, dok su usluge turističkih agencija najviše koristili Nijemci, Irci, Luksemburžani, Nizozemci i Britanci.

I vrste smještaja također su različite po pojedinim zemljama tako da Nijemci, Luksemburžani, Britanci i Talijani preferiraju hotel, dok ostali radije odsjedaju kod rodbine i prijatelja.

Kod svih ispitanika glavno prijevozno sredstvo za odlazak na odmor je automobil (udio prosječno 68%), dok su avion i vlak raspoređeni u približno istom omjeru po 16%.

Od ukupnog broja turista iz zemalja EZ njih prosječno 62% koristi odmor u mjesecu julu (28%) i augustu (34%), dok najmanje (prosječno 3%) na odmor odlazi u januaru, februaru i martu.

Svjesna postojećeg stanja u evropskoj turističkoj potražnji EZ je 1990.g. proglasila "godinom evropskog turizma" i iz zajedničkih fondova odvojila šest mln USD za poticaj izvansezonskog "nacionalnog" turizma s namjerom da se poveća turistički promet unutar članica Zajednice i narodi uzajamno upoznaju.

Dakle, u međunarodnim se turističkim tokovima zapaža opadanje konjunktura u odnosu na prošle sezone, ponuda odmora veća je od potražnje, produljena je era knjiženja (bukinga), mnoge nacionalne vlade uvode mjere na smanjenje potrošnje, pa tako i na putovanja u inozemstvo, a tradicionalnim turističkim područjima poput Mediterana sve su veća konkurencija "daleke" zemlje s atraktivnim programima putovanja i niskim cijenama aranžmana.

Jugoslavenski je turizam u posebno delikatnom položaju, jer nas, pored ostalog, "ukopava" negativan publicitet u stranim javnim glasilima zbog postojeće društveno-političke i ekonomske situacije. Rezultat takvog stanja jest pogoršanje "imagea" što se osjeća kroz sve veće storniranje već najavljenih grupa i otkazivanje zakupljenih kapaciteta. Naime, čovjek se nerado odlučuje na odmor ili da produljeni vikend provede u zemlji gdje misli da bi mogao naići na neugodne situacije, bez obzira na naš povoljan geoprometni položaj, te naše prirodne ljepote i zanimljivosti.

Zbog svega nabrojenog, općenito nam se u turizmu - toj važnoj privrednoj djelatnosti, ne piše baš previše ružičasto, bez obzira što je Strategijom dugoročnog razvoja turizma SFRJ do 2000.g. predviđen 5%-tni prosječni godišnji porast turističkog prometa i 8%-tni porast turističke potrošnje uz odgovarajuće povećanje izgradnje osnovnih smještajnih kapaciteta čija realizacija je, usput rečeno, podbacila 56% u odnosu na plan za 1988.g. Zato se ovih dana, u nepreglednom nizu dramatičnih zbivanja, s pravom često postavlja pitanje: *hoće li naše turističko poslovanje ove godine doživjeti katastrofu?!*

Odgovora na gornje pitanje, prema izjavama sudionika ankete "Turistički barometar" (UT, br. 1/89) u kojoj su sudjelovali vodeći ljudi jugoslavenskog turizma, te inozemni tu operatori, Svjetska turistička organizacija, kao i Savezni komitet za turizam i Institut za turizam - sadrži u sebi dosta nevjerice, sumnji i zadržke u optimizmu, jer kako očekivati bolje rezultate:

- kada gotovo i nema investicijske aktivnosti u našem turizmu;
- kada turističkim OOUR-ima ne ostaje nikakova ozbiljnija akumulacija;
- kada apsolutna sigurnost, kao najjači propagandni faktor, ustupa pred militantnim "pokretima masa";

- kada kvaliteta usluge pada, a cijena raste, odnosno kada među njima nema korelacije, što je nedopustivo i neopros- tivo.

Stoga nije neumjesno i ovom prilikom postaviti konkretno pitanje – *što nam ostade od naše nove strategije razvoja turizma?!*

2. IZLETNIČKA PUTOVANJA KAO OBLIK TURISTIČKOG ARANŽMANA

Sudeći prema informacijama i pokazateljima sa nedavno održane Međunarodne turističke burze u Zapadnom Berlinu, kao i predviđanjima naših i inozemnih turističkih radnika - Jugoslaviju će od ovogodišnjeg evropskog "turističkog kolača" zapasti vrlo mali dio, jer danas svima postaje jasno da je naša zemlja za evropsko tržište postala rezervna destinacija, pa se moramo zadovoljiti time da "kupimo mrvice" s turističkog tržišta.

U ovakvoj situaciji, jedan od mogućih načina poboljšanja i obogaćivanja, prvenstveno domaće, turističke djelatnosti, jest i organiziranost izletničkih putovanja od strane turističkih biroa, odnosno agencija društvenog ili privatnog sektora.¹

Ovdje se pod pojmom "izlet" smatra jedan od nekoliko mogućih vrsta, odnosno oblika turističkih aranžmana² koji pripadaju grupi aktivnog odmora i o kojem se govori u slučaju kada receptivna turistička agencija (biro) organizira kraća putovanja, u pravilu od najviše tri dana. Receptivna turistička organizacija (biro), čiji postanak se vezuje za ime T. Cooka i 1841. g., povezuje usluge prijevoza, ugostiteljske usluge, te usluge stručnog vodstva (vodiča) i prisustvovanja različitim manifestacijama (kulturnog, sportskog ili nekog drugog karaktera) u jedan cjelovit doživljaj kompleksne usluge koja se pod nazivom "izlet" plasira na lokalnom tržištu.

Prema tome izletnička turistička putovanja ubrajaju se u slobodne prijevoze putnika na dogovorenim itinereru, a obavljaju se od slučaja do slučaja ovisno o prigodi, odnosno, o ukazanoj potrebi.

Ovakovi prijevozi naplaćuju se ili na temelju posebne pogodbe ili na temelju ugovorene cijene koja se određuje putem SaS-a između prijevoznika i turističke agencije.

S obzirom na strukturu klijentele izletnički prijevozi mogu se općenito podijeliti na:

- dačke izlete (ekskurzije),
- izlete zaposlenih radnika i
- izlete grupe građana (domaćih ili stranaca).

S obzirom na različitost aranžmana, izletnička turistička putovanja mogu u sebi sadržavati samo naplaćeni prijevoz, dok ostale usluge plaća sam korisnik usluge - turist putem turističke agencije, ili naplata aranžmana sadrži kompletnu (jedinственu) uslugu (prijevoz, smještaj, ishrana, ulaznice) koju korisnik usluge - turist plaća putem turističke agencije.

Iz činjenice da se izletnička turistička putovanja obavljaju gotovo isključivo autobusima proizlazi obaveza proizvođača da autobus svojim konstruktivnim tehničko-eksploatacijskim rješenjima udovolji, s jedne strane, zakonskim propisima, a s druge strane zahtjevima putnika koji se ogledaju u visokom stupnju sigurnosti autobusa, te njegovoj velikoj udobnosti i opremljenosti (konstrukcija sjedišta, ventilacija, grijanje, osvjetljenje, preglednost, sanitarni čvor, bife, radio i TV) kao i u njegovom pogonskom agregatu o čemu ovisi jačina buke i vibracija. Također nije nevažan niti oblik, odnosno vanjski izgled autobusa koji doprinosi njegovoj ukupnoj atraktivnosti.

Da kratka izletnička turistička putovanja nisu zanemarujući dio ukupne turističke privrede neke zemlje govore i rezultati analize putovanja Nijemaca u 1988. g., do kojih se došlo istraživanjem reprezentativnog uzorka na bazi 6 tisuća intervjua koje je obavio Studijski kružok za turizam BASIS RESEARCH u suradnji s GEM-GETAS (TSJ, Konjunkturne informacije, br. 491, Beograd, 1989.).

Naime, provedenom anketom (koja se inače radi već 19 godina) došlo se, između ostalog, i do rezultata da se iz godine u godinu povećava broj kratkih turističkih putovanja po SRNj, te da je u 1988. g. 36,4% (ili oko 17,7 mln) Nijemaca išlo barem jednom na kratko putovanje, iz čega se lako može zaključiti da je SRNj bila najomiljeniji turistički cilj Nijemaca. Omiljeno područje zadržavanja Nijemaca, kao i prethodnih godina, bila je Bavarska (9,9% ili oko 4,0 mln putovanja), a zatim slijede: Baden-Württemberg (5,7% ili 2,3 mln putovanja), Schleswig-Holstein (5,1% ili 2,1 mln putovanja), Niedersachsen (4,3% ili 1,7 mln putovanja), Nordrhein-Westfalen (2,4% ili 1,0 mln putovanja), Hessen (1,7% ili 0,7 mln putovanja) itd.

3. IZLETNIČKA TURISTIČKA PUTOVANJA ORGANIZIRANA OD STRANE TURISTIČKE AGENCIJE "CROATIATOURIST" – ZAGREB

Sa stajališta samoupravne organiziranosti, uslužna OOUR-a "CroatiaTourist" – Zagreb danas je konstituirana kao jedna od 14 OOUR-a RO "Zagrebački transporti" iz Zagreba.³

Početak rada današnje OOUR-a "CroatiaTourist", seže u relativno daleku prošlost kada je, kao "turist-biro" osnovan u okviru OOUR-a "Putnički saobraćaj" nekadašnjeg Otpremničkog poduzeća Hrvatske "CroatiaTrans", osnovanog 1946. g.

U organizacijskom smislu OOUR-a "CroatiaTourist" u svom sastavu ima, s obzirom na svoje djelatnosti, tri specijalizirane samostalne službe, i to:

- služba cestovnog robnog transporta;
- služba pomorskog transporta, i
- služba turizma.

Svaka od navedenih službi ima svog rukovodioca koji je ujedno i pomoćnik direktora OOUR-a za poslove iz domene njegove Službe.

Osnovni djelokrug rada svake Službe, pa prema tome i OOUR-a, jesu agencijske posredničke djelatnosti bilo za potrebe ostalih OOUR-a svoje RO, bilo za potrebe trećih lica na domaćem i inozemnom tržištu.

Osnovu dohotka čini provizija od sklopljenih ugovora. Relativni iznos provizije ovisi o vrsti poslova, odnosno o djelatnosti, tako da se ista kreće u granicama: 3-5% za službu cestovnog robnog transporta, 1-5% za službu pomorskog transporta i 5-15% za službu turizma.

U OOUR-a "CroatiaTourist" – Zagreb zaposleno je ukupno 120 radnika (45 radnika u službi cestovnog robnog transporta, 15 radnika u službi pomorskog transporta i 60 radnika u službi turizma) od čega je njih 47 (ili oko 40%) s visokim i višom stručnom spremom, prvenstveno ekonomske struke.

3.1. Služba turizma u OOUR-a "CroatiaTourist" – Zagreb

Sa stajališta organiziranosti ukupnog poslovanja Službu turizma u OOUR-a "CroatiaTourist" čini 16 specijaliziranih poslovnih jedinica (turističkih agencija) koje u dohodovnom smislu predstavljaju svaka za sebe samostalni privredni subjekt, dok im se zajedništvo sastoji samo u jedinstvenom marketingu i bukingu (uknjižbi ili evidenciji), odnosno praćenju toka turističkih prijava i rezervacija.

Po pojedinim gradovima, raspodjela odnosnih specijaliziranih poslovnih jedinica je slijedeća:

- u Zagrebu 5 subjekata, od čega tri (međunarodna prodaja karata, mjenjačnica s bescarinskom trgovinom i rent-a-car) na Autobusnom kolodvoru "Zagreb", zatim u Zadru 2 subjekta od kojih jedan raspolaže i caffè-barom, te po jedan subjekt u Beogradu, Crikvenici, Korčuli, Medugor-

Tablica 1. Struktura izletničkih putovanja u 1987. i 1988.g.

Godina analize	Broj putovanja obzirom na njihovo trajanje								Broj putovanja	
	1	2	3	4	5	6	8	Ukupno (2 + 3)	Domaća	Inozemna
	dan	dana	dana	dana	dana	dana	dana			
a	b	c	d	e	f	g	h	1	2	3
1987.	48	7	2	5	2	—	1	65	45	20
1988.	45	17	8	11	5	1	1	88	53	35

Izvor: OOUR "Croatatrans" – Zagreb, PJ 2132 – Zagreb

ju, Novoj Gradišci, Obrovcu, Tkonu, Varaždinu i Vodica-
ma.

Posebnu specifičnost u poslovanju OOUR-a "Croatatou-
rist" predstavlja mogućnost da i poslovnice drugih dviju Službi
locirane u Bihacu, Dubrovniku, Kopru, Kragujevcu, Kumrovcu,
Ljubljani, Mariboru, Novoj Gorici, Novom Sadu, Osijeku, Rijeci,
Sarajevu, Splitu, Skopju, Šibeniku i Tuzli ili u inozemstvu (Mün-
chen i Milano) – mogu, prema potrebi, obavljati također i turis-
tičke poslove.

Prema tome, u okviru turističke djelatnosti u zemlji i
inozemstvu, OOUR-a "Croatatourist" organizira ili posreduje u
organiziranju:

- turističkih putovanja, izleta i ekskurzija;
- posjeta kulturnim, privrednim, sportskim i drugim mani-
festacijama;
- turističkih aranžmana (ljetovanje, zimovanje, krstarenje,
vikend i praznični izleti i sl.);
- sportskog lova i ribolova, itd.

Ilustracije radi, u nastavku rada slijedi prezentacija poslo-
vanja jedne od zagrebačkih turističkih agencija ("Croatatourist" –
PJ 2132) u 1987. i 1988.g. i to s obzirom na strukturu i broj kako
obavljenih domaćih i inozemnih putovanja, tako i iznajmljenih
autobusa bilo društvenog bilo privatnog sektora.

Tako je struktura obavljenih putovanja prikazana, s obzi-
rom na trajanje i područje putovanja, tablicom 1, dok je struktura
iznajmljenih autobusa prikazana, s obzirom na vlasništvo te rela-
ciju prijevoza, tablicom 2.

Analizom podataka u tablici 1 uočava se da su putovanja
u 1987.g. trajala ukupno 106, a u 1988.g. 186 dana, što daje
prosječno trajanje jednog putovanja u 1987.g. od 1,69 dana, od-
nosno od 2,11 dana u 1988.g.

Također je vidljivo da u ukupnom godišnjem broju reali-
ziranih putovanja u 1987.g. domaća putovanja sudjeluju s udje-
lom od gotovo 70%, dok njihov udio u 1988.g. iznosi nešto preko
60%.

Podaci u tablici 2 razumljivi su sami po sebi, pa ih kao
takove nije potrebno posebno komentirati. Međutim, nije na
odmet konstatirati da su odnosni autobusi prevezli u 1987.g.
ukupno nešto preko 2.900 putnika, a u 1988.g. nešto manje od
4.000 putnika.

Tablica 2. Struktura iznajmljenih autobusa

Godina analize	Broj BUS-a obzirom na sektor vlasništva prijevoznika			
	Ukupno	OOUR "Putnički transport" RO "Zagrebački transporti"	Ostali javni prijevoznici	Privatni prijevoz
	1	2	3	4
1987.	65	51 (80%)	12 (18%)	2 (3%)
1988.	88	31 (35%)	8 (9%)	49 (56%)

Izvor: Kao u tablici 1.

4. ZAKLJUČAK

Organiziranost izletničkih putovanja putem turističkih
agencija ili biroa treba, i mora se tretirati ozbiljnom dopunom
ukupne turističke ponude u našoj zemlji.

Ovo iz razloga što ovaj oblik turističkih aranžmana ima, a
u budućnosti će imati još i više, puno financijsko opravdanje, jer
je sve veći broj stanovništva zainteresiran za ovakav oblik aktivnog
odmora. Na to upućuje porast broja organiziranih putovanja iz
godine u godinu, kako u analiziranoj turističkoj agenciji, tako i u
ostalim poslovnim jedinicama OOUR-a "Croatatourist" – Za-
greb.

U cilju obogaćivanja ponude i povećanja putovanja tokom
cijele godine, u poslovanju turističkih agencija (biroa) posebnu bi
pažnju trebalo usmjeriti na:

- povećanje obima usluga uz istovremeno iznalaženje novih
mogućnosti i prostora za njihovu realizaciju i dalji dina-
mički rast;
- povećanje razine organizacijske, kadrovske i tehničke
podrške poslovnih funkcija i radnih procesa;
- povećanje radne i tehnološke discipline uz povećanje
stupnja odgovornosti prema radu i rezultatima rada u svim
sferama angažiranja;
- osiguranje likvidne sposobnosti uz visoki udio vlastitih
izvora financiranja proste i proširene reprodukcije;
- povećanje dohodovnosti i akumulativnosti poslovanja
prvenstveno putem povećanja ekonomičnosti i produktiv-
nosti poslovnog angažiranja, i
- realizaciju samoupravnog povezivanja s OUR u zemlji i
stvaranja preduvjeta za zajedničko djelovanje s ino-part-
nerima kroz različite oblike zajedničkih ulaganja u razvoj
djelatnosti i veće intenziviranje poslovne aktivnosti.

SUMMARY

LEVEL OF ORGANIZATION OF HOLIDAY AND EXCURSION TRAVEL IN THE SERVICE OF YUGOSLAV TOURIST INDUSTRY

*The authors consider the phenomenon of excursionist/va-
cationer travel as an important segment and substantial addition to
the overall tourist industry supply in our country with reference to*

the fact that an ever increasing number of population shows interest in this aspect of active leisure/holidays. The review covers in particular the operations of Croatiatourist travel agency to draw relevant conclusions.

POZIVNE BILJEŠKE

1. Pored društvenih turističkih agencija, neke naše republike (SR Slovenija, SR Srbija i SR Hrvatska) su, na temelju odgovarajućeg dogovora Skupština svih republika i pokrajina zaključenog sredinom god. 1987., svojim zakonskim aktima omogućile otvaranje, pod određenim uvjetima, privatnih turističkih biroa čija djelatnost obuhvaća samostalno turističko posredovanje, uz određenj ograničenja kada je u pitanju poslovanje s inozemstvom. Prva privatna turistička agencija otvorena je 09.VIII 1986. u SR Sloveniji (općina Radovljica), a ubrzo zatim u još 12 mjesta. U SRH za sada rade dvije (Dubrovnik), a u SR Srbiji (Beograd) jedna agencija.
2. B. Vuković i R. Matović kao autori knjige "Turističke agencije" (Istarska naklada – Pula, 1980.) razlikuju slijedeće vrste turističkih aranžmana: naručeni i raspisani turistički aranžmani, zatim boravišni turistički aranžmani, akcioni turistički aranžmani (ture), "incentive" – turistički aranžmani, izleti te nesistematizirani turistički aranžmani (studijsko putovanje i afinitetni aranžman iz zdravstvenih, vjersko-političkih ili hobističkih razloga).
3. RO "Zagrebački transporti" čini slijedećih 14 OOUR-a: Gradski prijevoz robe, Putnički promet, Međumjesni promet, Međunarodni transport, Specijalni promet, Međunarodna špedicija, "Croatiatourist", Autobusni kolodvor, Remont, Servis za pranje i podmazivanje, Donji Lapac, Gospić, Pakrac i Zlatar, te RZ Zajedničke službe.