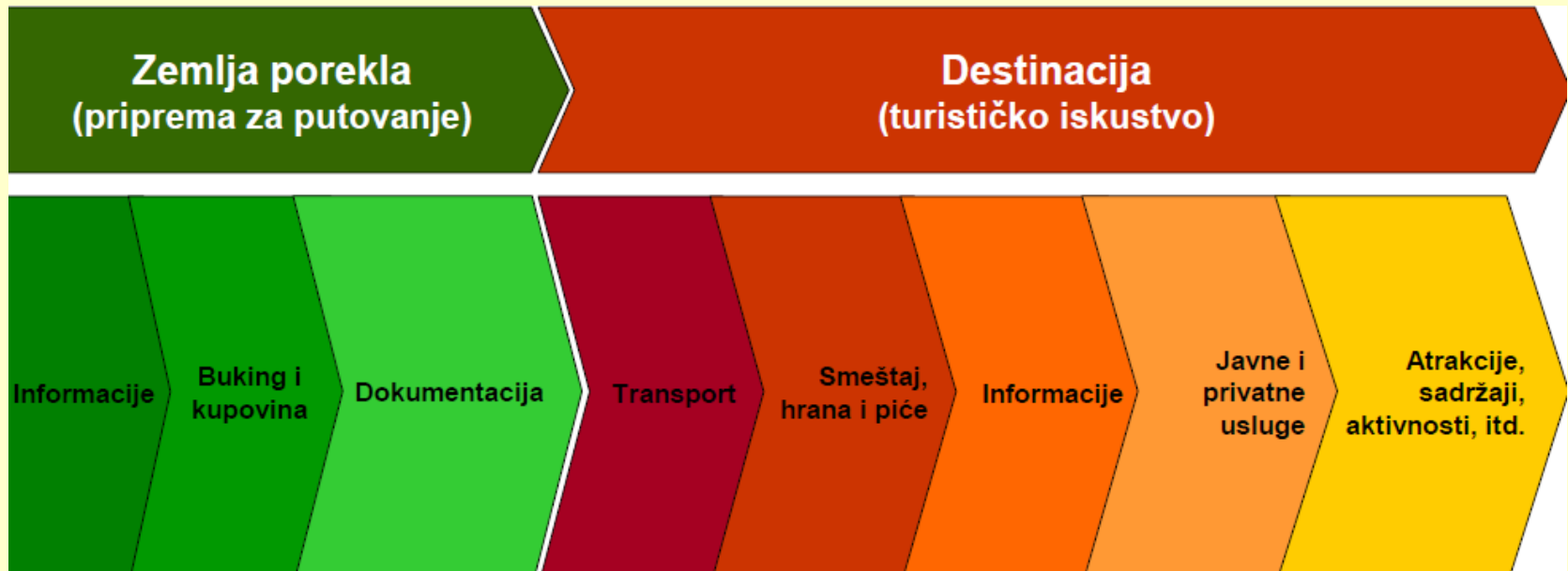


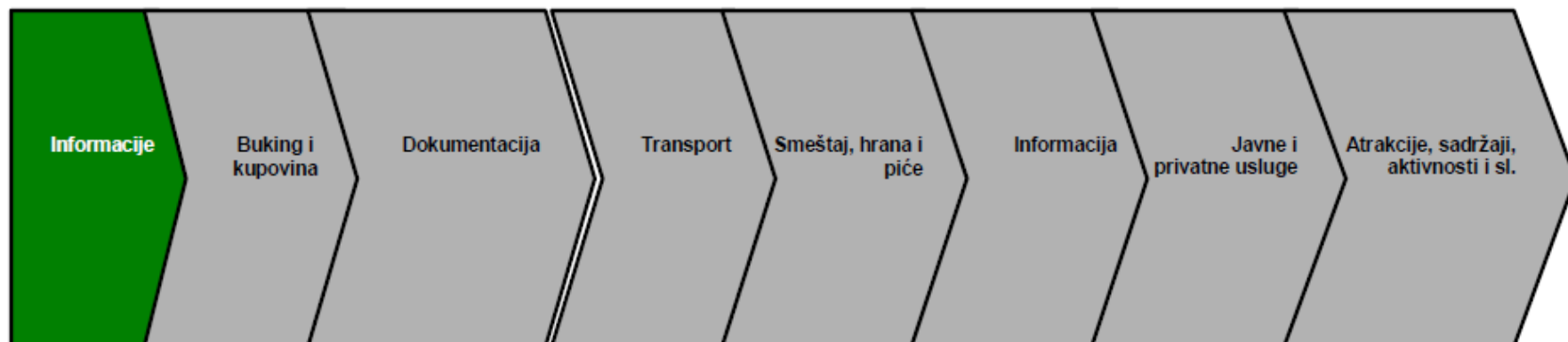
OCENA LANCA VREDNOSTI

- Ocena lanca vrednosti bazira se na **oceni različitih aktivnosti** koje turista obavlja kako tokom pripreme za putovanje, tako i tokom samog putovanja, pri čemu se uzimaju u obzir svi pozitivni i negativni aspekti ovih aktivnosti.ž
- Ocena lanca vrednosti ima za cilj da:
 - na maksimalno efikasan način međusobno poveže turističke proizvode, usluge i aktivnosti koje se nude;
 - definiše sve današnje eventualne slabosti i nedorečenosti u celokupnom turističkom sistemu, kako bi moglo da se započne s uvođenjem adekvatnih mera i/ili akcija kojima bi se utvrđene slabosti, odnosno nedorečenosti ispravile/otklonile/umanjile.



PREDMET OCENE

- *Priprema za putovanje*: promotivni materijal, internet promocija, pozicioniranje, komunikacija s putnim agentima, sistem rezervisanja I komercijalizacije, informacije o destinaciji, proizvodi I aktivnosti koje se nude
- *Destinacija*: kvantitet I kvalitet smeštajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata, sadržaja zabave, aktivnosti; promotivni materijal, kvalitet saobraćaja, dostupnost, parkiranje i dr.



Lanac vrednosti turističke destinacije

Faza	Aktivnost klijenta	Sredstva	Pružalac usluge
1. Priprema	Stvaranje zainteresovanosti	Marketing, informacije, oglašavanje	Turističke agencije, upravljači destinacijom
	Provera proizvoda i rezervacija	Marketing, oglašavanje, informacini i komunikacioni kanali	Turističke agencije, upravljači destinacijom, pružaoci različitih usluga
	Priprema opreme i pribora	Kupovina, popravka, iznajmljivanje	Npr. prodavci opreme za sport, pešačenje i putovanje, knjižare, fotografske radnje, radnje za popravku i iznajmljivanje sportske opreme itd.

Faza	Aktivnost klijenta	Sredstva	Pružalac usluge
2. Putovanje	Prevoz od kuće do turističke destinacije	Automobil, autobus, voz, brod, avion, bicikl, pešice	Saobraćajna preduzeća, iznajmljivači automobila i bicikala, radnici angažovani u saobraćajnoj infrastrukturi (železničke stanice, aerodromi)

Faza	Aktivnost klijenta	Sredstva	Pružalac usluge
3. Boravak	Smeštaj	Hoteli, privatni smeštaj, hosteli, kampovi i drugi objekti.	Zaposleni u objektima za smeštaj
	Ishrana	Restorani, samostalno pripremanje hrane itd.	Zaposleni u ugostiteljskim objektima, trgovci u prodavnicama itd.
	Aktivnosti u slobodno vreme	Pešačenje, sport, relaksacija itd.	Vodiči, instruktori, prodavci opreme, zaposleni na igralištima i u drugim centrima itd.
	Aktivnosti na učenju o destinaciji	Posete muzejima i zamkovima, razgledanje u gradovima i njihovoj okolini i slično. Posete zaštićenih područja i slično.	Uprava objekata i teritorija, vodiči, knjižare itd.
	Aktivnosti u vezi sa kulturom	Koncerti, festivali, prezentacije običaja i slično.	Uprava objekata, muzičke i pozorišne trupe i slično.
	Radne aktivnosti	Sastanci, seminari, izložbe, sajmovi, konferencije, prezentacije, izleti, itd.	Pružaoци usluga korišćenja objekata, prevodioci.
	Kupovina i lokalne usluge	Kupovina suvenira i lokalnih proizvoda. Kupovina ostalih neophodnih stvari (foto-video, magazini itd.). Banke, menjačnice, automehaničarske radnje, zdravstvena zaštita i slično. Saobraćajne usluge.	Zanatlije, proizvođači i prodavci suvenira i lokalnih proizvoda. Prodavnice u lokalnoj sredini. Pružaoци bankarskih i menjačkih usluga, vlasnici automehaničarskih radnji, objekti za pružanje zdravstvene zaštite, i slično. Saobraćajna preduzeća, taksi, iznajmljivači automobila i bicikala.
	Druge aktivnosti	Banjske usluge, obrazovne aktivnosti i slično.	Zaposleni u objektima, pružaoци usluga i drugi.

Faza	Aktivnost klijenta	Sredstva	Pružalac usluge
4. Povratak kući	Prevoz od turističke destinacije do kuće	Automobil, autobus, voz, brod, avion, bicikl, pešice	Saobraćajna preduzeća, iznajmljivači automobila i bicikala, radnici angažovani u saobraćajnoj infrastrukturi (železničke stanice, aerodromi)
5. Aktivnosti nakon povratka kući	Oprema- održavanje i radovi na popravci	Pranje, čišćenje, itd. Popravka stvari i slično	Hemijsko čišćenje i pranje, radnje za popravku automobila/bicikala, zanatlije i slično
	Beleženje i razmena uspomena	Izrada fotografija, pisanje članaka, blogova, web strana, učešće u iskusijama i drugim sastancima i dr.	Foto laboratorije, pružaoci informacione i komunikacione tehnologije, uprava objekata

Ukupne aktivnosti u okviru lanca vrednosti turističke destinacije mogu se podeliti na primarne i sekundarne:

Primarne aktivnosti. Ove aktivnosti neposredno uključuju pakovanje, promociju i isporuku iskustva posetiocima/turistima.

- **Razvoj i pakovanje destinacijskog proizvoda**- ključna aktivnost u cilju stvaranja destinacijskog proizvoda koji uključuje atrakcije, iskustva, proizvode i usluge.
- **destinacijske operacije i usluge**- transferi, taksi i javni prevoz, vizitorski centri i usluge, objekti za smeštaj, ishrana, izleti, atrakcije, iznajmljivanje vozila, zabava, zdravstvene usluge, sport i rekreacija
- **ukupna logistika u dolasku i odlasku**- pristupačnost destinacije, raspoloživost i cene letova, propisi u vezi sa vizama i pasošima i dr.
- **distribucija i prodaja**- ukupne aktivnosti na davanju informacija i olakšanju prodaje
- **promocija**- direktno ili preko posrednika
- **usluga i briga nakon boravka u destinaciji (after-care)**. Postojanje baze podataka o klijentima, praćenje stavova i profila potrošača i dr. u cilju stvaranja lojalnosti i pozitivnog stava među potrošačima.

- *Sekundarne aktivnosti*

Isporuka- indirektna i u funkciji je podrške stvaranju iskustava posetilaca/turista.

aktivnosti su: infrastruktura, planiranje, razvoj ljudskih resursa, tehnologija i delatnosti kao što su građevinarstvo, trgovina.

Specifičnost – njima se bave javni i privatni akteri kojima turizam nije primarna delatnost.

- **Destinacijsko planiranje i infrastruktura-** ključne odrednice kvaliteta iskustva/doživljaja posetilaca/turista su imidž destinacije, integritet životne sredine i infrastruktura (transportna, telekomunikacije, vodovod, elektroenergetski sistem i dr.), usluge vezane za bezbednost u destinaciji
- **obuka i razvoj veština-** kvalitet usluga i lični odnos sa turistima u okviru destinacije jeste jedan od ključnih elemenata destinacijskog lanca vrednosti
- **razvoj tehnologije i sistema-** tehnologija postaje jedan od bitnih potpomažućih činilaca u okviru lanca vrednosti destinacije i sledstveno tome u stvaranju konkurentске prednosti (globalni rezervacioni sistemi, rezervacione usluge zasnovane na Internetu, operativni i upravljački informacioni sistemi, informacioni i komunikacioni sistemi, e-konferencije)
- **povezane delatnosti i kupovina lokalnih proizvoda-** primarne aktivnosti turističke privrede (smeštaj, saobraćaj, restoraterstvo, zabava i rekreacija), su podržane od strane velikog broja preduzeća koja im obezbeđuju usluge i proizvode (oprema, gorivo, hrana i piće, profesionalne usluge i dr.)