

1. Uvod	2
2. Turistička agencija kao poslovni subjekt	3
2.1. Faktori i tržišni uvjeti nastanka turističkih agencija	
2.2. Povijesni pregled nastanka turističkih agencija u svijetu i Hrvatskoj	
2.3. Definicija i uloga turističke agencije u turizmu	
2.4. Osnovne funkcije turističke agencije	
2.5. Vrste i podjela turističkih agencija	
3. Marketing kao poslovna funkcija	
3.1. Uvod u marketing	
3.2.	
4. Marketing u turističkoj agenciji	
4.1. Poslovno odlučivanje u turističkim agencijama	
4.2. Marketinška (tržišna) koncepcija i poslovna politika turističkih agencija	
4.3. 4 P u poslovanju turističkih agencija	
4.3.1. Proizvod	
4.3.2. Cijena	
4.3.3. Promocija	
4.3.4. Distribucija	
4.4. Marketinško planiranje	
4.4.1. Odluke o marketinškoj strategiji, taktici i marketinškim kampanjama	
4.5. Mjerenje uspješnosti poslovanja turističke agencije	
5. Zaključak	
6. Literatura	

1. UVOD

Svjetska turistička literatura bilježi od samih početaka prisutnost putničkog agenta na turističkom tržištu i gotovo od tih samih početaka jasno izražava stajalište da se radi o nezaobilaznom gospodarskom subjektu kad je turizam u pitanju.¹ Na početku smo trećeg milenija. Za 20. stoljeće kaže se da je “stoljeće turizma” odnosno vrijeme u kojem je turizam prerastao iz znatiželje i zabave bogatih u masovnu ljudsku potrebu.

Cilj ovog rada je prikazati ukratko razvoj turističke agencije kao poslovnog subjekta, od samih početaka turističkog posredovanja, tj. od vremena Thomasa Cooka i njegove prve putničke agencije do danas. Uz prikaz razvoja i dostizanja organizacijskog oblika kakav Turističke agencije imaju danas, najbitnije činjenice u radu odnosit će se na

¹ N. Čavlek – Turoperatori i svjetski turizam (*Golden Marketing Zagreb 1998.g.*) Predgovor B. Vukonić str. 12.

2. TURISTIČKA AGENCIJA KAO POSLOVNI SUBJEKT

Poslovni subjekt (poduzeće) je **samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva.**

Faktori i tržišni uvjeti nastanka turističkih agencija

Bilo kakva privredna aktivnost, a posebno u suvremenom gospodarstvu, usmjerena je ka i motivirana zadovoljavanju najraznovrsnijih potreba na temelju čega privredni subjekti ukoliko nisu iz neprofitnog sektora ostvaruju profit i opstaju na tržištu.

Raznovrsnost čovjekovih potreba osnova su i pokretač razvoja različitih proizvodno – uslužnih procesa. Ti procesi uvijek su uvjetovani:

- a) **čovjekovim potrebama,**
- b) **ograničenim sredstvima** za njihovo zadovoljavanje i
- c) **čovjekovom svjesnom djelatnošću** kojom tu ograničenost nastoji smanjiti privređivanjem.²

Imajući u vidu razvoj čovječanstva i određenih gospodarskih predispozicija za razvoj turističke privrede i s tim u svezi razvoj turističkog posredovanja, a posebno turističkih agencija postoji nekoliko važnih preduvjeta za njihovo nastajanje. Osnovni preduvjet za omasovljavanje turističkih putovanja je postojanje kritične mase ljudi koji imaju višak slobodnog vremena i slobodnih sredstava te naravno **potrebu** za kretanjem i boravkom na turistički način koja bi posredovanje u turizmu učinila isplativim.

² A. Dulčić – Turizam; Načela razvoja i praksa (*Institut za turizam Zagreb, Zagreb – Split 1991.g.*) str 63

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com