

EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA KAO SASTAVNI DIO TURISTIČKE PONUDE

Popović, Stela

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:463864>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Preddiplomski stručni studij Turističko poslovanje

**EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA KAO SASTAVNI DIO
TURISTIČKE PONUDE**

Završni rad

Kolegij: Poslovanje poduzeća u putničkom prijevozu

Mentor: Doc. dr. sc. Petra Barišić

Student: Stela Popović

JMBAG: 0067591510

Zagreb, rujan 2021.

STELA POPOVIĆ
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ZAVRŠNI RAD
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 16.9.2021.

S. Popović
(potpis)

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada	1
2. MOTIVI I POTREBE TURISTA	2
2.1. Klasifikacija motiva	3
2.2. Razonoda, rekreacija i odmor kao motivi turista	5
2.3. Promjene u trendovima i preferencijama modernih turista.....	6
2.4. Prijevoz kao motiv dolaska turista.....	7
3. PRIJEVOZ KAO TURISTIČKA ATRAKCIJA	8
3.1. Koncept „Prijevoz kao turizam“	9
3.2. Prijevozno sredstvo kao odrednica povećanja atraktivnosti destinacije	11
3.3. Analiza atraktivnih prijevoznih sredstava na primjeru Londona.....	12
3.3.1. Double Decker	12
3.3.2. Singing cabbie.....	13
3.3.3. Pedibus.....	13
3.3.4. Cable car.....	14
3.3.5. Lufthansa.....	15
4. EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA U TURIZMU	16
4.1. Pustolovni turizam.....	16
4.2. Egzotična prijevozna sredstva u svijetu	21
4.2.1. Tuk-tuk	21
4.2.2. Maglev.....	22
4.2.3. Suspension Railway- Njemačka	23
4.2.4. Gondola- Venecija.....	24
4.2.5. Zračni tramvaj - Švicarska.....	26
4.2.6. Dukw	27
4.2.7. Houseboat	29
4.2.8. Rikša.....	30
4.3. Utjecaj pojedinih egzotičnih prijevoznih sredstava na održivi razvoj.....	32
4.3.1. Maglev.....	33
4.3.2. House boat	33
5. EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA U HRVATSKOJ	34
5.1. PoluPodmornica Kairos.....	34
5.2. Balon na vrući zrak.....	35

5.3. TUK- TUK- Hvar.....	36
5.4. RIKŠA- Split.....	36
6. ZAKLJUČAK	38
POPIS LITERATURE.....	39
POPIS TABLICA	44
POPIS ILUSTRACIJA.....	44

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet istraživanja ovog završnog rada su egzotična prijevozna sredstva koja su uključena u turistički sadržaj destinacije i njenu turističku ponudu. Cilj završnog rada je odrediti značaj prijevoza kao turističke atrakcije, definirati koncept „Prijevoz kao turizam“ te analizirati i kroz primjere pojasniti egzotična prijevozna sredstva kao sastavni dio turističke ponude u svijetu i Hrvatskoj.

1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja

Podaci potrebni za pisanje rada prikupljeni su iz sekundarnih izvora kao što je stručna literatura u vidu stručnih knjiga, članaka iz područja turizma i prometa. Podaci vezani za konkretne primjere egzotičnih prijevoznih sredstava prikupljeni su pomoću internetskih izvora. Metode koje su korištene za prikupljanje podataka su metoda analize, metoda specijalizacije i metoda dedukcije.

1.3. Struktura rada

Rad započinje određivanjem i klasifikacijom motiva koji potiču turiste na putovanje te promjene u trendovima i preferencijama modernih turista, u tom poglavlju posebno se analizira prijevoz kao motiv dolaska turista. Zatim u trećem dijelu obrađuje se prijevoz kao turistička atrakcija, objašnjava koncept Prijevoz kao turizam, te analiziraju atraktivna prijevozna sredstva na konkretnim primjerima iz Londona i pokazuje se na koji način se može egzotičnim prijevoznim sredstvima razgledati destinacija. Četvrti dio koncipiran je tako da detaljno pojasni avanturistički turizam i prisutnost egzotičnih prijevoznih sredstava u svijetu, također analizira se i utjecaj pojedinih egzotičnih prijevoznih sredstava na održivi razvoj. Peti dio obuhvaća prisutnost egzotičnih prijevoznih sredstava u Hrvatskoj.

2. MOTIVI I POTREBE TURISTA

U turizmu kod donošenja odluke za putovanje važnu ulogu imaju unutarnji poticaji čovjeka na turističko kretanje, ali i motivi nastali pod utjecajem društva (okruženja) u kojem čovjek živi.¹ Dakle, motivacija je psihološki proces kroz koji osoba spoznaje potrebu, poticaj i razlog za donošenje odluke o putovanju i turističko kretanje. Motivi pokreću čovjeka na određenu aktivnost, u ovom slučaju to je turističko putovanje.²

Svi čimbenici i motivi koji potenciraju potrebu za uključenjem u turistička kretanja i koji omogućavaju zadovoljenje turističkih potreba ujedno utječu i na osamostaljivanje turizma i daju turizmu „pečat“ izrazite društveno-ekonomske aktivnosti koja je prerasla na, uvjetno rečeno, najjaču „industriju“ u svijetu.³

Motivacija je subjektivno vezana za svakog pojedinca, stoga postoji više elemenata koji utječu na ponašanje i motiviranje osobe. Što se tiče socio-ekonomskih čimbenika koji utječu na motivaciju promatra se kupovna moć, to jest prihode, dob, spol, obrazovanje te status. Kod turista razlikuju se i biheviorističke osobine kao što su stavovi, osobine i potrebe osobe.⁴

Motivacija je nerijetko i spoznaja da su turistička putovanja svojevrsna investicija u osobnost pojedinca. Putovanje u nepoznate krajeve ima elemente novog (nov je do tad nedoživljen svaki pogled, zvuk, miris, okus).⁵ Prema Maslowu potrebu za putovanjem svrstava se u skupinu potreba za samoaktualizacijom, također time se podrazumijeva upoznavanje novog, istraživanje i stjecanje znanja. Turisti imaju potrebu za otkrivanjem novih destinacija, upoznavanjem novih krajeva i kultura, zabavom, upoznavanjem gastronomije, promjenu sredine i odmor.⁶

Kako homo turisticus ima raznovrsne, brojne i uvijek nove potrebe, tako se i motivi i očekivanja neprestano mijenjaju. Stoga je poznavanje motiva koji ljude pokreću na turistička putovanja od posebne važnosti za sve pružatelje usluga u turizmu jer i to omogućava da svoje proizvode i usluge oblikuju prema interesima turističkih potrošača.⁷

¹ Brunsko, Z. (2002), Turistička motivacija, Naše more, str. 70.

² Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb

³ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 36.

⁴ Gržinić, J. (2018), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula

⁵ Brunsko, Z. (2002), Turistička motivacija, Naše more, str. 75.

⁶ Gržinić, J. (2018), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula

⁷ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 36.

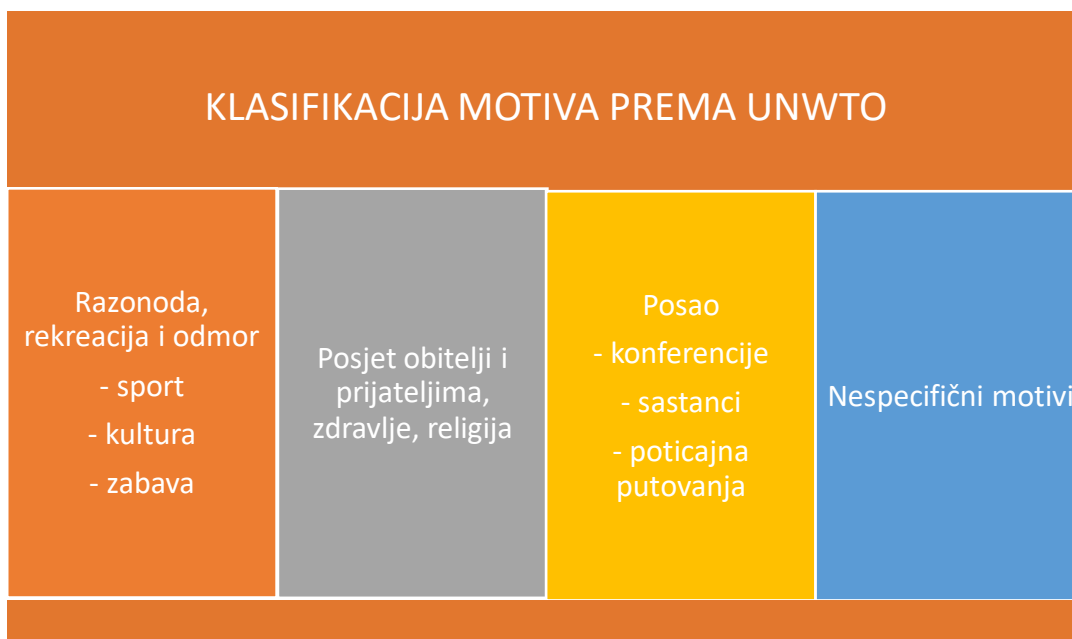
2.1. Klasifikacija motiva

Brojni su razlozi kojima se ljudi rukovode za realizaciju turističkih putovanja. Najčešće spominjani motivi su: želja za fizičkim i psihičkim odmorom, želja za razonodom i zabavom, za upoznavanjem kulturne i povijesne baštine te prirodnih ljepota zemlje u koju putuje, poboljšanje zdravstvenog stanja, religijski motivi i sl.⁸

Turizam prepoznaje motive putovanja kao fizičke, kulturne (potreba za samopotvrđivanjem), interpersonalne (upoznavanje novih ljudi i kultura), prestižne, tj. statusne (potreba za dokazivanjem i pripadanjem). Dakle, jasna je povezanost motiva s ljudskim potrebama.⁹

Upravo zbog raznovrsnosti i postojanja velikog broja različitih motiva promatraju se i analiziraju grupirani prema četiri skupine prema UNWTO klasifikaciji iz 2020. (slika 1).

Slika 1. UNWTO klasifikacija motiva iz 2020. godine



Izvor: izradio autor prema UNWTO International Tourism Highlights 2020 Edition, str. 7, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456> (posjećeno 23.6.2021.)

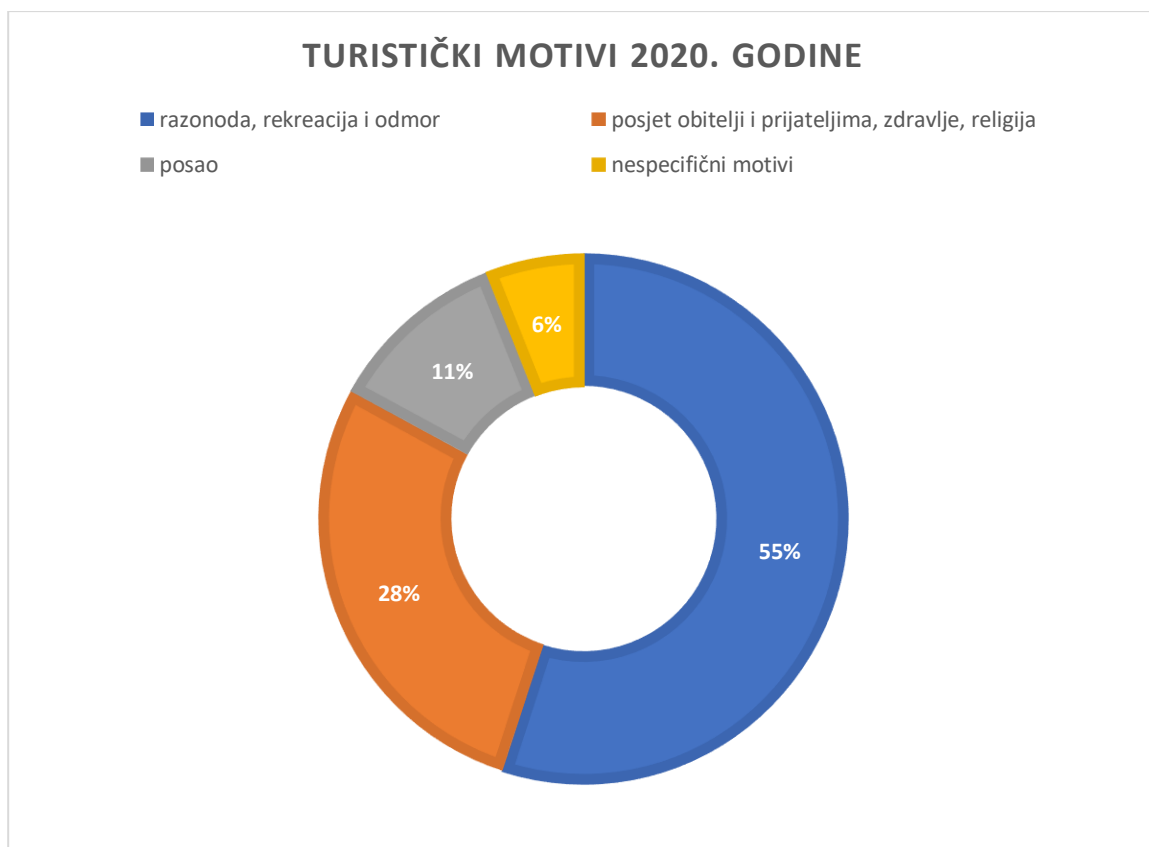
Prema UNWTO-u motivi se klasificiraju u četiri skupine (slika 1). Prva skupina, najizraženijih motiva, odnosi se na razonodu, rekreaciju i odmor koji su u današnjem užurbanom životu neophodno za fizičko i psihičko zdravlje pojedinca, također u prvu skupinu

⁸ Brunsko, Z. (2002), Turistička motivacija, Naše more, str. 75.

⁹ Gržinić, J. (2018), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, str. 22.

pripada sport, kultura i zabava. U drugoj skupini motiva nalazi se posjet obitelji i prijateljima, zdravlje i religija kao česti motivi odlaska na putovanje. Sljedeća skupina motiva vezana je za posao i službena putovanja te ubraja konferencije, sastanke i poticajna putovanja koja su česta nagrada zaposlenicima za njihov trud, rad i napredak. Četvrta skupina ubraja nespecifične motive.

Grafikon1. Motivi putovanja u 2020. godini



Izvor: izradio autor prema UNWTO International Tourism Highlights 2020 Edition, str. 7, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456> (posjećeno 23.6.2021.)

Grafikon 1. prikazuje postotni udio pojedinih motiva u 2020. godini pri čemu se uviđa da je najprisutniji motiv razonoda, rekreacija i odmor s udjelom od 55%. Na drugom mjestu učestalosti nalazi se posjećivanje obitelji i prijatelja, zdravstveni i religijski motivi s udjelom od 28%. Zatim slijede poslovni motivi s 11% udjela te na posljednjem mjestu nespecifični motivi sa 6% udjela. Dakle, može se zaključiti da je glavni motiv putovanja turista upravo razonoda, rekreacija i odmor

2.2. Razonoda, rekreacija i odmor kao motivi turista

Razonoda, rekreacija i odmor glavni su motivi turističkih kretanja. Više od polovice ukupnih putovanja u svijetu rezultirali su upravo motivom razonode, rekreacije i odmora, točnije njih 55% u 2020. godini. Većina znanstvenika se općenito slaže s odgovorom da se glavni motivi koji pokreću ljude na turistička putovanja bijeg od rutine svakodnevice, odnosno odmor, rekreacija izvan uobičajene sredine, očuvanje zdravlja i želja za novim doživljajima.¹⁰ Rekreacija označuje želju za zabavom, oporavkom i oslobođenjem od stresa.

Razonoda označava bijeg od ustaljenog (jednoličnog) životnog ritma.¹¹ Takvi motivi česti su kod turista koji iskorištavaju slobodno vrijeme u vidu godišnjeg odmora ili vikend-odmora s ciljem bijega od svakodnevne rutine, zadovoljenja potreba te opuštanja u novom okruženju.

Što se tiče Republike Hrvatske prema istraživanju THOMAS Hrvatska 2019. odmor kao razlog dolaska nalazi se na prvom mjestu motiva s 93% udjela na Jadranu, odnosno 63% udjela gostiju kojima je razlog dolaska na odmor u Kontinentalnu Hrvatsku. Iz navedenih podataka vidljivo je da je gostima prilikom dolaska u Primorski dio Hrvatske glavni motiv upravo odmor i relaksacija.¹²

Uključivanje u aktivnosti u slobodno vrijeme dodaje smisao životnom stilu pojedinca i zajednice. Razonoda, rekreacija i odmor doprinose općoj kvaliteti života. Rekreacija može potaknuti osobni rast pružajući veće mogućnosti učenja i zadovoljavajući potrebe koje turist ima. Također, turisti koji se odlučuju na putovanje motivirani razonodom, rekreacijom i odmorom od putovanja očekuju smanjenje stresa, bijeg od gradske vreve i obaveza koje svakodnevno obavljaju te upoznavanje novih destinacija. Takva putovanja često uključuju sportske, zabavne i kulturne aktivnosti.¹³

¹⁰ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 35.

¹¹ Brunsko, Z. (2002), Turistička motivacija, Naše more, str. 73.

¹² TOMAS Hrvatska 2019.: Stavovi i potrošnja u Hrvatskoj, <http://www.iztsg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (1.9.2021.)

¹³ Mvorganizing.org: What are the benefits of recreation and leisure?, <https://www.mvorganizing.org/what-are-the-benefits-of-recreation-and-leisure/> (8.9.2021.)

2.3. Promjene u trendovima i preferencijama modernih turista

Push faktori su, kao specifičnosti osobnosti turista, želja za bijegom, odmor, relaksacija, prestiž, zdravlje, uzbuđenje i društvena interakcija. Turisti putuju da bi pobjegli od svakodnevne rutine i pronašli autentična iskustva. Pull motivi se odnose na specifične atraktivnosti destinacije, kao što su plaže, parkovi, priroda, sociokulturne atraktivnosti, mogućnosti za zabavu, rekreaciju te shopping.¹⁴ Pasivni promatrač odlazi u povijest te se push strategije zamjenjuju s pull strategijama. Klijent je taj koji sugerira ponudi postupanja prema svojoj volji i nahođenju u želji autentičnog turističkog iskustva, obrazovan je i informiran, aktivno participira u aktivnostima tijekom posjeta, želi biti dio lokalne kulture.¹⁵ Promjenom stavova, preferencija i ponašanja turista dolazi i do varijacije u turističkoj ponudi jer „novi“ turisti iziskuju razne promjene, primjerice došlo je do povećanja potražnje, popraćeno povećanjem ponude izletničkog turizma i vikend-odmora jer se suvremeni turisti sve više odlučuje za više učestalijih kraćih putovanja za razliku od prijašnjih dužih, ali rjeđih putovanja. Cilj je u što kraćem vremenu vidjeti što više i upoznati različitu kulturu. Trendovi koji su doveli do promjena su porast tržišnih niša, porast zanimanja za više kraćih putovanja, doživljaji postaju važniji od materijalnog, porast svijesti o očuvanju okoliša i održivom razvoju, AI (artificial intelligence) & VR (virtual reality). Što se tiče promjena u motivima i preferencijama modernih turista razvili su se novi motivi, neki od njih su: moda, prestiž, snobizam i oponašanje.

U prostornom promišljanju i planiranju razvoja „novog“ turizma, turističku regiju sve više zamjenjuje turistička destinacija, složena prostorna jedinica koju čini širi prostor funkcionalne turističke cjeline (turističkog mjesta). Taj prostor svoj turistički identitet gradi na konceptu svojih kumulativnih atrakcija koje, zbog turističkog doživljaja koji omogućuju, zajedno s određenom urbanističkom turističkom infrastrukturom, tvore prostor intenzivnog okupljanja turista. Nadalje, u prostornom smislu, razvoj „novog“ turizma najizravnije je vezan uz koncept održivog razvoja (engl. sustainable tourism) i uz koncept prihvatnog kapaciteta prostora (engl. *carrying capacity*).¹⁶

¹⁴ Slavica, T., Leković K., Stojiljković, A. (2019), UTICAJ MOTIVA NA ISHODE PUTOVANJA – KONCEPT SLOW TURIZMA, Škola Biznisa, str 4., <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1451-6551/2018/1451-65511802068T.pdf> (1.9.2021.)

¹⁵ Gržinić, J. (2018), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, str. 30.

¹⁶ Kušan, E. (2002), Turistička atrakcijska osnova, Zagreb, str.189.

2.4. Prijevoz kao motiv dolaska turista

Pojavom novih trendova javlja se i novi motiv dolaska turista, a to je prijevozno sredstvo koje motivira posjetitelje na dolazak u destinaciju. Također, prijevoz prestaje biti samo način dolaska turista, postaje i razlog dolaska.

Prijevozno sredstvo koje se nalazi u nekoj destinaciji ima moć privlačenja gostiju u određenu destinaciju te tako postaje motiv dolaska turista. Primjerice, posjetitelje koje zanima povijest i žele naučiti više o prošlosti, tradiciji i kulturi koristeći specijalno prijevozno sredstvo kao što je legendarni žuti tramvaj broj 28 bit će motivirani za odlazak i posjet Lisabonu jer je to destinacija u kojoj se nalazi tramvaj. Tako je tramvaj broj 28 postao neizostavna atrakcija Lisabona koja privlači sve veći broj turista. Također, prijevozno sredstvo ne mora biti jedini motiv, zapravo ono može biti i nadopuna drugim motivima, primjerice vožnja vlakom Bernina Express, motiv može biti prijevoz i upoznavanje novih krajeva kroz vožnju, u ovom slučaju švicarskih alpa. U navedenom slučaju tramvaj je prijevozno sredstvo od točke A do otočke B, ali on je sastavni dio doživljaja turista na putovanju te upotpunjuje njegovo iskustvo i zadovoljstvo. Upravo su atraktivna prijevozna sredstva ona koja privlače turiste i sve češće postaju motiv putovanja zbog njihovog nepostojanja u mjestu stalnog boravka turista.

Uz prijevoz kao motiv, veže se i adrenalin te želja za bližim upoznavanjem života lokalnog stanovništva korištenjem tradicionalnog prijevoznog sredstva. Relativno siguran, udoban pa i monoton život kojim živi većina stanovnika razvijenih zemalja svijeta, utjecao je na pojavu novih motiva turističkih putovanja, a tako i novih vrsta turizma koje podižu adrenalin. Atraktivno prijevozno sredstvo nosi elemente avanture, pobuđuje osjećaj napetosti, neobične doživljaje i testiranje vlastitih mogućnosti, u tom slučaju prijevozno sredstvo je avantura zbog koje se putovanje poduzima.¹⁷ Postoje razni oblici prijevoza koji mogu biti razlog i motiv dolaska turista, prema karakteru se dijele na:

- luksuzni prijevoz (Orient-Express)
- nostalgični prijevoz (parna lokomotiva)
- avanturistički prijevoz (rafting) i
- ostali atraktivni prijevoz (jahanje na devama)

¹⁷ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 197.

3. PRIJEVOZ KAO TURISTIČKA ATRAKCIJA

Od samog početka razvoja turizma prijevoz je smatran dijelom turističkog doživljaja. S vremenom su, u stalnoj potrazi za novim doživljajima, pojedine vrste prijevoza postale turistička atrakcija zbog koje se putovanje primarno i poduzima. Danas postoji cijeli niz različitih vrsta prijevoza koji zbog svoje atraktivnosti privlači turiste i izletnike, a oni su pak spremni potrošiti prilične iznose novca na doživljaj vožnje nekim od prijevoznih sredstava. Organizatori turističkih putovanja takvih prijevoznim sredstvima trude se da doživljaj vožnje upotpune raznim sadržajima i učine ga zanimljivijim.¹⁸

Kao što je navedeno u prethodnom poglavlju atraktivna prijevozna sredstva grupiraju se u četiri skupine. Luksuzni prijevoz, kao što sam naziv govori, podrazumijeva prijevozna sredstva koja su specifična i znatno skuplja od klasičnih prijevoznih sredstava te ih samim time može priuštiti manji broj turista. Najčešće su to luksuzni vlakovi, brodovi te zrakoplovi.

Možda se sam pojam luksuznog prijevoza može sažeti u rečenici kojom se samouvjereno reklamira vožnja jednim od najluksuznijih vlakova na svijetu: Vožnja ovim vlakom pruža putnicima doživljaj koji će zauvijek pamtiti“.¹⁹

Naravno, kada su u pitanju luksuzna prijevozna sredstva važno je spomenuti Orient-Express. Luksuzni vlak smatra se aristokratom među vlakovima, i postoji već stoljećima. Jedinstveno iskustvo, gdje je put već cilj. Najpoznatije ličnosti prošlog stoljeća putovale su Orient Expressom i bile su očarane. Danas su putovanja, uglavnom sredinom Europe, poput tematike putovanja u prošlost.

Nostalgična prijevozna sredstva uključuju ona prijevozna sredstva koja nisu više u stalnoj uporabi, već prometuju u turističke svrhe. Takva prijevozna sredstva putnicima pružaju mogućnost doživljaja prošlog vremena i vraćanje u prošlost, upravo zato se nazivaju nostalgična prijevozna sredstva.

Najviše se koriste vlakovi na parni pogon, originalni muzejski primjerci, i brodovi na parni pogon te stari jedrenjaci. Takva se putovanja organiziraju pod zajedničkim nazivom nostalgična putovanja i nisu skupa, pa je dominantan doživljaj nostalgije, a ne luksuza.²⁰ Često su to

¹⁸ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 179.

¹⁹ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 188.

²⁰ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 195.

vlakovi na parni pogon, rekonstruirani ili obnovljeni brodovi kao što je Romanca u Hrvatskoj te zrakoplovi kao što je Lufthansa u Londonu.

Avanturistička prijevozna sredstva sjedinjuju veliku grupu prijevoznih sredstava s elementima avanture, napetosti, neuobičajenih doživljaja te adrenalina. Često je avanturističko prijevozno sredstvo primarni razlog dolaska posjetitelja, ali ono može biti i popratna atrakcija na putovanju. Primjerice, u Hrvatskoj to su vožnje gumenim splavima po rijekama, vožnje čamcima po rijekama, vožnje brdskim biciklima u prirodi, letovi balonom na topli zrak, jahanje izvan hipodroma, off road vožnja terenskim automobilima te letenje zmajem.

Prijevoz je sastavni dio turističkog doživljaja, kako je već više puta rečeno, a može biti o turistički doživljaj sam za sebe ako je riječ o posebno atraktivnom prijevozu. Međutim, postoji cijela lepeza važnosti prijevoza u turističkom doživljaju.²¹ U ostali atraktivni prijevoz ubrajaju se brodovi za razgledavanje gradova, žičare, autobusi za razgledavanje gradova, podmornice za razgledavanje, mali zrakoplovi za razgledavanje te vožnje kočijom ili jahanje na devu. Radi se o kraćim relacijama jer bi se u suprotnom prijevoz svrstavao u skupinu avanturističkog prijevoza.

3.1. Koncept „Prijevoz kao turizam“

Pristup organizaciji prometa za potrebe turizma koji na promet gleda kao na integralni dio turističkog doživljaja i sastavni je dio turističke ponude, naziva se „Prijevoz kao turizam“. Ovako organiziran promet nudi drugačiju perspektivu destinacije, nije dominantan troškovni model, nego model zasnovan na doživljaju. Promet je inkorporiran u turističku ponudu i nije više samo komponenta omogućavanja pristupa, tj. element vanjske ili unutrašnje dostupnosti destinacije. U koncepciji nije dominantan troškovni aspekt ili aspekt koristi (cijena prijevoza ili duljina trajanja putovanja), nego doživljaj koji stvara korištenjem usluge prijevoza (promatranje atraktivnosti prometa- panoramski vlakovi, krstarenja, panoramske vožnje autobusima, tematske rute).²² Dakle u spomenutom pristupu, za razliku od koncepta „Prijevoz za turizam“, prijevoz je cilj, a ne nužnost i način, to jest sredstvo za savladavanje udaljenosti.

²¹ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 200.

²² Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 201.

Za koju će se koncepciju odlučiti neka destinacija, ovisit će prije svega o vrsti ili specifičnom obliku turizma koji razvija ili želi razviti, ali i o stupnju primjene marketinške koncepcije u planiranju prometa za potrebe turizma.²³

Slika 2. Razlike između koncepta „Prijevoz za turizam“ i „Prijevoz kao turizam“

"Prijevoz za turizam"	"Prijevoz kao turizam"
<ul style="list-style-type: none">• prijevoz je nužnost• zadovoljstvo se mjeri funkcijom utrošenog vremena i cijene prijevoza• odabir prijevoznog sredstva malo ili uopće ne pridonosi povećanju vrijednosti putovanja• načelo ustupak za ustupak• dominira troškovni pristup	<ul style="list-style-type: none">• prijevoz je cilj• integralni dio urističke ponude• turistički doživljaj• povećava zadovoljstvo boravka u destinaciji• nudi drugačiju perspektivu destinacije• dominantan aspekt doživljaja

Izvor: izradio autor prema Čavlek, Bartoluci, Prebežac i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 202.

Organizatori turističkih putovanja koji se odlučuju na koncept „Prijevoz kao turizam“, takvim prijevoznim sredstvom trude se da doživljaj vožnje upotpune raznim sadržajima i učine ga zanimljivijim. Često se pojedina vrsta prijevoza nadopunjuje drugim, jednako atraktivnim prijevozom (na primjer, vožnja muzejskim vlakom do Achenskog jezera u Austriji, a potom muzejskim brodom po jezeru, ili u Hrvatskoj, na primjer, krstarenje brodom među otocima i vožnja biciklom preko otoka).²⁴ Znatan dio takvih putovanja podrazumijeva i korištenje avanturističkog prijevoza ili je pak sam prijevoz avantura zbog koje se turističko putovanje poduzima. Takva je vožnja gumenim splavima (rafting) ili čamcima (kanuing) po rijekama, vožnja brdskim biciklima u prirodi, letovi balonom na topli zrak, jahanje izvan hipodroma, off road vožnje terenskim automobilima i slično. Takav prijevoz, odnosno turistički doživljaj nije skup, pa si ga može priuštiti veliki broj zainteresiranih turista i izletnika.²⁵

²³ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 202.

²⁴ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 179.

²⁵ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 197.

3.2. Prijevozno sredstvo kao odrednica povećanja atraktivnosti destinacije

Atraktivna i egzotična prijevozna sredstva u destinaciji zasigurno uveliko povećavaju njezinu atraktivnost i sadržajnost turističke ponude jer uz razne znamenitosti, prirodne ljepote i druge sadržaje, prijevoz je također atrakcija koja privlači sve veći broj turista.

Na samu uslugu prijevoza i na samo prijevozno sredstvo se gleda kao na integralni dio turističkog doživljaja i smatra se važnim elementom turističke ponude koji može pridonijeti povećanju zadovoljstva turista boravkom u destinaciji. Promet, kao dio turističke ponude, nudi drugačiju perspektivu destinacije, kada se ina uspoređuje s konkurentskim destinacijama.²⁶ Samim time destinacije koje su obogaćene specifičnim i atraktivnim prijevoznim sredstvom imaju veliku konkurentsku prednost nad destinacijama koje nemaju u svom turističkom sadržaju ponuđeno takvo prijevozno sredstvo. Također, važno je osim adrenalinskih i modernih, prijevoznih sredstava napomenuti i ona stara, to jest tradicionalna prijevozna sredstva jer turisti sve više žele upoznati način života lokalnog stanovništva.

Sve te vrste prijevoza uglavnom upotpunjuju turistički doživljaj jer se razlikuju od uobičajenog načina prijevoza i može ih si, zbog cijena koje nisu pretjerane, priuštiti veliki broj turista. Te se vrste prijevoza uglavnom realiziraju u destinaciji i/ili njezinoj neposrednoj okolini, a ne koriste se za dolazak u turističku destinaciju. Stoga te vrste prijevoza služe za povećanje atraktivnosti destinacije i za poboljšavanje unutarnje prometne dostupnosti.²⁷

Dakle, osim što povećava atraktivnost i motivira turiste za dolazak u turističku destinaciju, atraktivna prijevozna sredstva poboljšavaju i prometnu infrastrukturu te olakšavaju kretanje turista u destinaciji iako im to nije primarna funkcija i svrha, već obogaćivanje doživljaja i zadovoljenje potreba za iskušavanjem nečeg novog.

²⁶ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. i dr. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 202.

²⁷ Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str.201.

3.3. Analiza atraktivnih prijevoznih sredstava na primjeru Londona

3.3.1. Double Decker

Popularni dvokatni bus posao je jedna od poznatijih simbola Londona. Iako prometuje u raznim zemljama svijeta, londonski jarkocrveni je najpopularniji. Postao je jedan od glavnih sredstava za obilazak, razgledavanje i upoznavanje Londona. Double decker je dosegao svoj kulturni status s Routemasterom koji je prometovao londonskim ulicama od 1956. godine do 2005. Iako službeno više nije u funkciji, postoji još nekoliko sačuvanih primjeraka koji voze kroz središnji London kao posebna turistička atrakcija.²⁸ Od klasičnih autobusa razlikuju se po tome što su kraći, ali nude veći kapacitet sjedećih mjesta. Također, pogodan je za razgledavanje grada jer je njime lakše upravljati po uskim i zakrivljenim ulicama. Prednost je u tome što se kreće brzinom koja je prilagođena za razgledavanje, brže od hoda, ali dovoljno sporo kako bi posjetitelji uživali u razgledavanju grada i vožnji, zatim zbog svoje konstrukcije i dizajna pruža dobar pogled posjetiteljima na grad. Tijekom dva sata vožnje moguće je vidjeti 50 znamenitosti Londona. Cijena karte kreće se već od £1,50.²⁹ Double decker je dobar primer na koji način atraktivno prijevozno sredstvo može biti nadopuna turističkom sadržaju destinacije, ali pruža posebno zadovoljstvo za posjetitelja.

Slika 3. Double decker



Izvor: INSIDER: London Is Converting Old Double-Decker Buses Into Homeless Shelters, <https://www.insider.com/london-is-converting-old-double-decker-buses-into-homeless-shelters-2019-6> (3.9.2021.)

²⁸ Punkufer.hr: Kako je autobus na kat postao moćni simbol Londona?, <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/kako-je-dvokatni-autobus-postao-mocni-simbol-londona---506506.html> (24.6.2021.)

²⁹ Culture trip: London Icons: The Double-Decker Bus, <https://theculturetrip.com/europe/united-kingdom/england/london/articles/london-icons-the-double-decker-bus/> (26.6.2021.)

3.3.2. Singing cabbie

Radi se o specifičnom, unikatnom načinu taxi prijevoza tijekom kojeg posjetitelji uživaju u glazbi i raznim drugim pogodnostima koje ovaj oblik prijevoza nudi. Aiden Kent profesionalni je pjevač i vozač te je 2015. godine sjedinio svoje dvije profesije i postao „Singing cabbie“ i na taj način londonskim posjetiteljima pružio još jedan vid atraktivnog prijevoznog sredstva. Vozi svoj taxi više od 20 godina, profesionalni je pjevač, izvođač kabarea koji voli nastupati pred publikom. Nastupao je diljem Velike Britanije, uključujući poznati londonski Palladium. Shvatio je da može stvoriti sjajno iskustvo za svoje putnika na ovaj specifičan i unikatna način. Kabinu je opremio i obogatio crvenim tepihom, talijanskim crvenim kožnim sjedalima i bocom šampanjca za goste, te na taj način dodatno povećao vrijednost i doživljaj posjetitelja. Također atraktivnost je povećao posebno prilagođenim PA sustavom kako bi doživjeli izvanrednu izvedbu dok prolaze pokraj londonskih znamenitosti. Cijena za vožnju kreće se od £69.³⁰

Slika 4. Singing cabbie



Izvor: Singing cabbie, <https://www.singingcabbie.com/> (3.9.2021.)

3.3.3. Pedibus

Pedibus je vrlo zanimljiv i atraktivan način razgledavanja destinacije, također ekološki je prihvatljiv i ne zagađuje okoliš. Radi se o prijevoznom sredstvu kapaciteta za grupu do 12 osoba po pojedinačnom biciklu. Prigodan je za razgledavanje zbog male brzine i dobrog pogleda jer nema krov. Vrijeme trajanje vožnje je oko 75 minuta. Ono što daje prednost ovom atraktivnom prijevoznom sredstvu je to što posjetitelji uz uzbudljivu vožnju mogu obići destinaciju na zanimljiv način, također grupa se može zabavljati uz hranu i piće koje mogu donijeti sa sobom, svaka je osoba ograničena na dvije čaše alkoholnog pića u pedibusu, ali posjetitelji se

³⁰ SINGING CABBIE, <https://www.singingcabbie.com/> (29.6.2021.)

zaustavljaju u pubovima po želji. Svaka biciklistička traka opremljena je audio sustavom na koji se grupa može spojiti i puštati glazbu po želji sa svojih mobitela.. Svaki pojedinačni bicikl može primiti do 12 osoba. Za rezervaciju je potrebno najmanje pet osoba, ali moguće je zatražiti obilazak do 84 osobe s više biciklističkih barova. Košta 25 funti po osobi te se vožnja plaća prilikom ukrcaja. Pedibus nudi nadstrešnice za bicikle, tako da ni kiša ne može prigušiti zabavu.³¹

Slika 5. Pedibus



Izvor: Flickr: Pedibus, <https://www.flickr.com/photos/cityswift/18278513352> (3.9.2021.)

3.3.4. Cable car

Cable car, to jest žičara ili kabela kabina je atraktivno prijevozno sredstvo koje omogućava razgledavanje Londona iz zraka. Vožnja traje kraće, ali dovoljno da posjetitelj vidi važne dijelove grada. Cijena vožnje kreće se od 4,50 £, odnosno za one koji žele „obilaska od 360 stupnjeva“ , 7 funti. Vožnjom iznad Temze u žičari Emirates Air Line i pruža pogled na londonski horizont od poluotoka Greenwich do Kraljevskih dokova. Mogući su i noćni letovi nakon 19 sati kako bi posjetitelji mogli uživati u zalasku sunca.³² Emirates Air Line žičara je koja prelazi rijeku Temzu u Greenwichu, a put od 1 km putnicima pruža spektakularne poglede na London s visine do 90 m. Uz nevjerojatne poglede na Temzansku barijeru, nebodere Canary harf i impresivan Olimpijski park, žičara se spušta i južno od rijeke Temze u kraljevskom okrugu Greenwich. Zaustavlja se na samo deset minuta udaljenosti od zabavnog kompleksa O2 Arene, koji uključuje brojne barove, kino, glazbena mjesta uživo i noćni klub.³³

³¹ Stars stripes: Bike and drink your way through London with Pedibus, <https://europe.stripes.com/lifestyle/bike-and-drink-your-way-through-london-pedibus> (29.6.2021.)

³² Visit London: Emirates Air Line cable car, <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/25549367-emirates-air-line-cable-car> (24.6.2021.)

³³ Visit Britania Shop: The Emirates Air Line: Take a flight over London on the Thames Cable Car, <https://www.visitbritainshop.com/world/articles/visitor-oyster-card-thames-cable-car/> (29.6.2021.)

Slika 6. Cable car



Izvor: TRANSPORT FOR LONDON: Emirates Air Line, <https://tfl.gov.uk/modes/emirates-air-line/> (3.9.2021.)

3.3.5. Lufthansa

Lufthansa nudi nostalgične letove nad Londonom u tromotornom Junkres JU52 iz II. svjetskog rata. Cijena leta je 150 eura, a bombarder polijeće s East Enda, koji je bio razrušen u nacističkom napadu tijekom 1940. i 1941. godine. Pozivnice za 45-minutne letove šalju se i veteranima britanskog zrakoplovstva (RAF), a promocija se vrši pod sloganom Nostalgija, šarm i jedinstveni pogled na London iz ptičje perspektive.³⁴

Slika 7. Lufthansa



Izvor: Aerotime hub: Lufthansa puts an end to the 83-year career of “Tante Ju”, <https://www.aerotime.aero/22277-lufthansa-puts-an-end-to-the-83-year-career-of-tante-ju> (3.9.2021.)

³⁴ Horak S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb, str. 196.

4. EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA U TURIZMU

Egzotična prijevozna sredstva predstavljaju prijevozna sredstva koja odudaraju od klasičnog oblika prijevoza, to može biti prema izgledu ili načinu kretanja. Često su to tradicionalna prijevozna sredstva koja su nekada služila lokalnom stanovništvu za prijevoz ljudi i robe, a danas služe i u turističke svrhe te privlače turiste koji u mjestu stalnog boravka nemaju mogućnost vožnje na takvom prijevoznom sredstvu, primjerice rikša i tuk-tuk. Također, osim tradicionalnih, egzotičnih prijevoznih sredstava postoje i ona moderna, inovativna kao što je Maglev. Osim svog neobičnog izgleda i načina kretanja turistima su privlačna i zbog toga što većina pruža mogućnost zanimljivog razgledavanja destinacije, primjerice Double Decker i Dukw. Takva prijevozna sredstva daju destinaciji veliku konkurentsku prednost nad destinacijama koje u svojoj turističkoj ponudi ne sadrže egzotične oblike prijevoza.

4.1. Pustolovni turizam

Prema definiciji u Zakonu o pružanju usluga u turizmu koji je stupio na snagu 1. siječnja 2018. godine (NN 130/17) "turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma su aktivnosti na kopnu, vodi i zraku, na otvorenom ili neuređenom prirodnom okruženju ili u posebno uređenim i opremljenim mjestima koje zbog svojih specifičnosti predstavljaju rizik od ozljeda i njihovih posljedica za korisnike"³⁵ Turističke usluge pustolovnog i aktivnog turizma (prema HGK) su:³⁶

- Kanuing (canoeing)
- Špiljarenje (caving)
- Slobodno penjanje (sportskih smjerova, Deep water solo: penjanje iznad mora)
- Biciklizam
- Planinarenje
- Jahanje
- Kajak po rijekama
- Rafting i INLineRaft

³⁵ HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA: Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti i potrebnih uvjerenja ili certifikata, <https://www.hgk.hr/odjel-turizam/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti> (29.6.2021.)

³⁶ HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA: Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti i potrebnih uvjerenja ili certifikata, <https://www.hgk.hr/odjel-turizam/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti> (3.9.2021.)

- Kanjoning
- Zipline
- Aktivnosti u okviru adrenalinskih parkova
- Padobransko jedrenje/parajedriličarstvo
- Kitesurfing/kiteboarding
- Skakanje s užetom (Bungee jumping)
- Usluge koje se pružaju na motoriziranim vozilima uz vodiča - buggy, quad, jeep vožnje

Potreba za avanturističkim, to jest pustolovnim tipom odmora proizlazi iz motiva i želje za rekreacijom, adrenalinom i sportom. Uglavnom su to razne aktivnosti na otvorenom uz rekvizite ili prijevozna sredstva koja povećavaju sadržajnost i poboljšavaju doživljaj turista, takve destinacije su često egzotične. Pojedinci koji se bave avanturističkim turizmom obično su oni koji traže vježbanje, uzbuđenje, istraživanje i općenito sudjelovanje u jedinstvenim aktivnostima u okruženju koje posjećuju. Oglasi avanturističkog turizma uglavnom se fokusiraju na ponudu jedinstvenih iskustava kako bi se potencijalni turisti potaknuli na posjet.³⁷ Neki od pojmova koji opisuju avanturistički turizam su- uzbuđenje, adrenalin, strah, izazov, ekspedicija, rizik, stimulacija, osvajanje i uspjeh te se smatraju odlikama avanture (tablica 1).³⁸

Tablica 1. Odlike avanture

1.	Nesiguran ishod
2.	Opasnost i rizik
3.	Izazov
4.	Očekivana nagrada
5.	Novo
6.	Stimulacija i uzbuđenje
7.	Eskapizam i izolacija
8.	Istraživanje i otkrivanje
9.	Udubljenost i koncentriranost
10.	Suprotstavljanje emocije

Izvor: izradio autor prema Rabotić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd

³⁷ Adventure tourism, <https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=68afe467d4ef4d6b880bff946e65792e> (8.7.2021)

³⁸ Rabotić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, str. 84.

Tablica 1. prikazuje odlike avanture. Za početak avanturu odlikuje nesiguran ishod uz koji se veže opasnost i rizik u koji se svjesno prihvaća osoba koja se upušta u avanturu. Uz avanturu se povezuje i određeni izazov koji osoba mora prijeći i ispuniti te za koji može dobiti očekivanu nagradu ili zadovoljstvo jer je doživjela uzbuđenje i novo iskustvo koje pruža avantura te su zbog toga izazov, očekivana nagrada, stimulacija i uzbuđenje također odlika avanture, navedene odlike posebno su izražene kod slobodnog penjanja, skakanja s užetom te raftinga. Na sedmom mjestu tablice nalaze se eskapizam i izolacija, te se odlike mogu vidjeti primjerice kod planinarenja što je pogodno za ljude koji žele bijeg od gradske vreve i užurbanog načina života. Udubljenost i koncentracija odlike su avantura kao što su aktivnosti u adrenalinskom parku za koje osoba treba biti koncentrirana kako bi prešla prepreke. Suprotstavljene emocije su strah, zadovoljstvo i uzbuđenje koje osoba osjeća pri bavljenju avanturističkom aktivnošću.

Pustolovni turizam definira se kao kretanje ljudi s jednog mjesta na drugo izvan njihovog mjesta stalnog boravka radi istraživanja ili putovanja u udaljena područja, egzotična i moguće neprijateljska područja. Avanturistički turizam je vrsta turizma u kojem turist obavlja neke avanturističke aktivnosti poput padobranstva, penjanja na brda, ronjenja. Avanturistički turizam vrlo je popularan među mladim turistima. Avanturistički turizam stječe velik dio svog uzbuđenja omogućavajući turistima da izađu izvan svoje zone udobnosti. To može biti posljedica doživljaja kulturnog šoka ili provođenja djela koja zahtijevaju određeni stupanj rizika (stvarni ili opaženi) i fizičke opasnosti.³⁹

Motivi sudionika imaju veze sa uživanjem koje izaziva podizanje adrenalina u susretu s opasnošću (rizik kao krajnji cilj), ali mogu biti odraz potrebe za uvidom u nepoznato, skriveno i neistraženo. Postoje, naime, mišljenja da u osnovi avanture nije samo preuzimanje rizika, već i potraga za novim i saznanje. Jedan od glavnih problema je višestruka motivacija za ovakav tip turizma (slika 8).⁴⁰

³⁹ Tourism notes: Adventure tourism, <https://tourismnotes.com/adventure-tourism/> (8.7.2021.)

⁴⁰ Rabotić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, str. 86.

Slika 8. Motivacija u pustolovnom turizmu

Motivacija za pustolovni turizam	Sudjelovanje	Rezultat
<ul style="list-style-type: none"> • Uzbuđenje • Izazov • Rizik • Neizvjesnost • Opasnost • Novo • Stimulacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Predviđanje i priprema • Izazov • Otkriće • Korist 	<ul style="list-style-type: none"> • Savladavanje rizika i opasnosti • Razvijanje osobnih vještina • Osobni razvoj • Primjena vlastitih vještina u određenim okolnostima • Učenje na iskustvu • Dostignuće

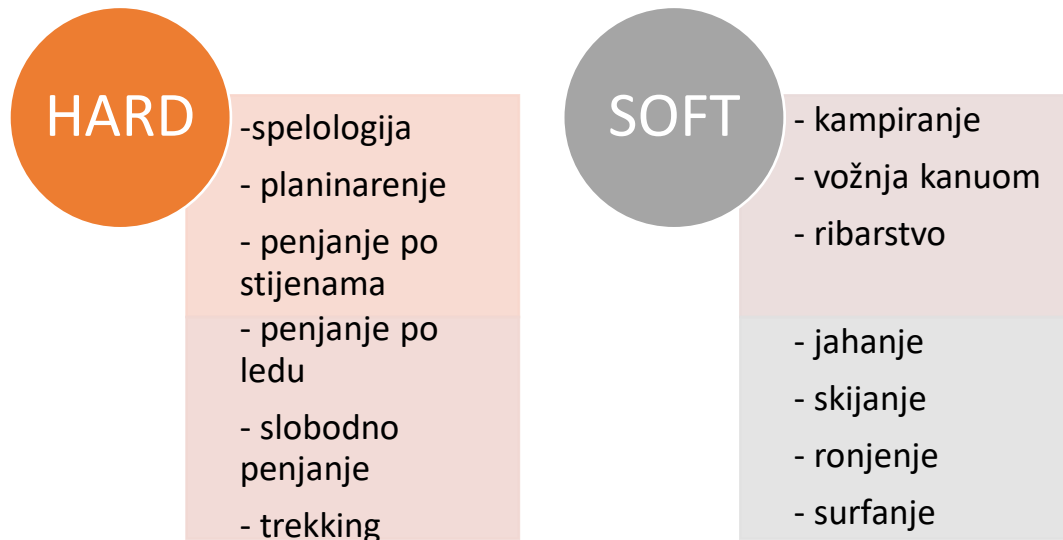
Izvor: izradio autor prema Rabotić, B. (2013), *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd

Slika 8. prikazuje na koje aktivnosti i sudjelovanja potiču motivi za pustolovni turizam te koji rezultati proizlaze nakon avanturističkih aktivnosti. Dakle, glavni motivi su uzbuđenje, izazov, rizik, neizvjesnost, opasnost, novo i stimulacija te oni potiču osobu na sudjelovanje u aktivnostima kao što su predviđanje i priprema, određeni izazov, otkriće novih doživljaja te korist. Rezultat takvih aktivnosti, primjerice, planinarenja, raftinga, penjanja po stijenama, ronjenja i sl. je savladavanje rizika i opasnosti jer osoba prevladava strah, razvijanje osobnih vještina, osobni razvoj, primjena vlastitih vještina u određenim aktivnostima, primjerice pri kampiranju, učenje na iskustvu te dostignuće.

Ovisno o riziku koji uključuje, avanturistički turizam ima razne modalitete, od soft do hard oblika. Što je avanturistička komponenta „teža“, veća je razina fizičkog izazova, percipiranog rizika i realne opasnosti. Autor Johnston (prema: Morpeth, 2001) uvodi pojam „prag rizika“ (engl. risk threshold) i tvrdi da sudionici u avanturističkim aktivnostima mogu ostvariti pozitivna osjećaja sve dok ne dosegnu takvu granicu. Kada sudionik pređe prag rizika, stiče negativan stav prema konkretnoj aktivnosti. Inače, za hard varijantu avanturističkog turizma u praksi se ustalio i termin „adrenalinska tura“. Morpeth (ibid., 215) navodi bitne razlike između dvije spomenute vrste avanturističkog turizma. Hard turizam nudi izazovni ambijent za turistu kome je ključni motiv suočavanje sa rizičnim situacijama. Kod soft turizma, međutim, glavni

motiv je saznanje, pri čemu uživanje u prirodnom i kulturnom okruženju predstavlja važan aspekt doživljaja (slika 9).⁴¹

Slika 9. Avanturističke aktivnosti



Izvor: autor prema Tourism notes: Adventure tourism, <https://tourismnotes.com/adventure-tourism/> (posjećeno 8.7.2021.)

Slika 9. prikazuje avanturističke aktivnosti raspoređene prema podjeli na hard (teže) oblike te soft (lakše) oblike. U hard varijantu ubrajaju se aktivnosti kao što su spelologija, planinarenje, penjanje po stijenama, penjanje po ledu, slobodno penjanje te trekking jer su to aktivnosti koje su izazovnije, opasnije i nose veći rizik, dok je kod soft varijante izraženija želja za uživanjem u prirodi i kulturnom okruženju, često su to grupna putovanja i aktivnosti koje su manje izazovne te manje rizične, tu se ubraja kampiranje, vožnja kanuom, jahanje, skijanje, ronjenje te surfanje.

Međunarodno tržište avanturističkog turizma procjenjuje se na oko 60 milijuna turista. Imajući u vidu značajan potencijal potražnje, prirodno je što se javlja veliki broj specijaliziranih turoperatora i drugih pružatelja usluga (uključujući i posebno obučene vodiče). Organizirane ture predstavljale su 1% svih dolazaka u 2000. godini, najpopularnije su u SAD-u, Australiji i Novom Zelandu. Korisnici su uglavnom mladi turisti (25-40), mada ima i starijih, a većinom se radi o muškarcima.⁴²

Pustolovni, odnosno avanturistički turizam važan je i za produženje sezone i smanjenje utjecaja sezonalnosti. Naime, „novi“ turisti ne traže samo more, sunce i klasični tip odmora, već žele

⁴¹ Rabotić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, str. 86.

⁴² Rabotić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, str. 85-86.

dodatne sadržaje koji će obogatiti njihov odmor. Bogata ponuda destinacije, posebice atraktivnim sadržajima povećava zadovoljstvo turista.

Ova vrsta turizma bazira se na individualnoj percepciji svakog pojedinca, stoga se može zaključiti kako je ona subjektivna i jedinstvena.⁴³

4.2. Egzotična prijevozna sredstva u svijetu

4.2.1. Tuk-tuk

Najzastupljenije vozilo na Šri Lanki je "tuk-tuk" koji služi za transport ljudi i robe. Upravo ova vozila u mnogim zemljama Dalekog istoka koriste se kao jedna vrsta taksija, a stanovništvo ih koristi za obavljanje svakodnevnih obaveza. Ipak, "tuk-tuk" na Šri Lanki služi i u turističke svrhe, odnosno za prijevoz turista koji su izdaleka došli uživati u ljepotama te zemlje. Zbog njihovih malih dimenzija, kretanje kroz naseljene sredine "tuk-tukovima" je mnogo lakše nego drugim vrstama prijevoznih sredstava. Šri Lanka nadaleko je poznata po tropskim šumama, poljima čaja, riže i kaučukovcu, a glavni izvor prihoda je čaj. Riječ je o zemlji u kojoj žive 22 milijuna ljudi različitih vjera i kultura.⁴⁴ Radi se o vozilu na tri kotača u vidu cabrio vozila. Tuk-tuk zastupljen je u raznim zemljama te je vrlo privlačan posjetiteljima te im pruža jedinstven doživljaj i zanimljiv način razgledavanja destinacije te je odlična opcija zbog velike preglednosti iz vozila te prilagođene brzine. Idealan je za kraće vožnje do 2 km, a cijena ovisi o udaljenosti, dobu dana te gužvi, ali i o vozaču koji može sam odrediti cijenu usluge prijevoza, međutim kraće vožnje posjetitelji ne bi trebali platiti više od 6 kuna. Lokalni vozači stalno ih pokušavaju modernizirati i poboljšati izgled vozila kako bi privukli turiste. Obično se u tuk-tuku uvijek sluša zabavna i glasna glazba.

Tuk-tuk je klasični prijevoz za turiste, posebno u Bangkoku. Radi se o vrlo bučnom načinu prijevoza, ali je bez obzira na to vrlo atraktivan i zanimljiv turistima.⁴⁵ Tuk-tuk je poput malog kamionskog kola s tri kotača s krovom za tendu nad tijelom i dvije klupe za putnike. Karakteristični zvuk motora nalikuje tajlandskoj kombinaciji "tuk-tuk".⁴⁶ S obzirom na nisku

⁴³ Geić, S. (2011), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, str. 296.

⁴⁴ TRT.HR: Tuk-tuk najzastupljenije sredstvo za transport ljudi i robe na Šri Lanki, <https://www.trt.net.tr/hrvatski/znanost-tehnologija-i-zdravlje/2018/06/16/tuk-tuk-najzastupljenije-sredstvo-za-transport-ljudi-i-robe-na-sri-lanki-993332> (9.7.2021.)

⁴⁵ Coppershop: Prijevoz u Tajlandu Tuk-Tuki u Tajlandu, <https://coppershop.ru/hr/rukodelie/transport-v-tailande-tuk-tuki-v-tailande.html> (8.7.2021.)

⁴⁶ Tuk- tuk Tajland, <https://hr.womanuntamed.com/tuk-tuk-thailand/> (9.7.2021.)

brzinu, kompaktnu veličinu i dobru manevarnost, nesreće koje uključuju tuk-tuk su vrlo rijetke, stoga se tuk- tuk smatra sigurnim načinom prijevoza.⁴⁷

Slika 10. Tuk-tuk



Izvor: One More Destination: Tuk-tuk, <https://onemoredestination.com/en/tuk-tuk-thailand/> (4.9.2021.)

4.2.2. Maglev

Maglev je magnetsko levitirajući vlak, posebna, moderna vrsta željezničkog vozila koja je specifična po tome što pri kretanju ne dodiruje podlogu. Kreće se brzinom od minimalno 200 km/h. Razvoj započinje u 19. stoljeću u Japanu i Njemačkoj. Što se sigurnosti za putnike tiče vrlo su strogi sigurnosni standardi, prilagođene pruge, ograde oko pruga, posebni prijelazi za divlje životinje te senzori i sigurnosne kamere. Osim svoje brzine pogodan je i zbog smanjuje buke, udobnosti, sigurnosti, neovisnosti o vremenskim nepogodama, mogućnosti savladavanja većih uspona te smanjenog utjecaja na okoliš. Koncept zelene pokretljivosti označava smanjenje zagađenja okoliša zbog manjih energetske potreba te manje ovisnosti o uvozu goriva. Za turiste koji u zemljama stalnog mjesta boravka nemaju priliku putovati takvim oblikom prijevoza, maglev je zasigurno turistička atrakcija koju bi na putovanju željeli posjetiti i iskusiti novi doživljaj. Trenutno najbrži vlak na svijetu je kineski Shanghai Maglev Train, kreće od aerodroma te vozi prema gradu. Šangaj ima jedini komercijalni vlak maglev u zemlji, koji se nalazi između Longyang ceste na liniji 2 metroa u Šangaju i međunarodne zračne luke Shanghai Pudong, koja je u pogonu 17 godina od 2002. godine. Maksimalna brzina iznosi 552 kilometara na sat. Mnogi turisti iz drugih dijelova zemlje dolaze isprobati šangajski maglev

⁴⁷ Tuk- tuk Tajland, <https://hr.womanuntamed.com/tuk-tuk-thailand/> (9.7.2021.)

vlak, koji je postao popularna turistička atrakcija.⁴⁸ Putovanje od 30 km do zračne luke Pudong može se obaviti za samo 7 minuta, koristeći magnetsku odbojnost da se održi nekoliko centimetara iznad tračnica, a može postići brzinu do 431 km /h.⁴⁹

Slika 11. Maglev



Izvor: Global Times: World's speediest 600 km/h maglev rolls off assembly line in E.China's Qingdao, <https://www.globaltimes.cn/page/202107/1229097.shtml> (4.9.2021.)

4.2.3. Suspension Railway- Njemačka

Radi se o visećoj, povišenoj željeznici te je za turiste atraktivna upravo zbog svoje specifične konstrukcije te zbog dobrog pogleda na grad iznad kojeg prolazi. Izgrađena je upotrebom 19.200 tona čelika. Preko 85 000 putnika svakodnevno ju koristi za putovanje oko Wuppertala. Ulaznice za ovješenu pruga za autobuse se mogu dobiti u automatima za prodaju karata na svakoj stanici ovještene pruge ili u autobusima od vozača autobusa. Za djecu do šest godina vožnja je besplatna..⁵⁰

Iskustvo turista:

“Pa, to zapravo nije atrakcija za lokalno stanovništvo - to je jednostavno njihov "metro" ili "tramvaj". Ova vrsta suspenzijskog tramvaja / željeznice jedinstvena je u svijetu i zaista je vrijedna pogleda! Kupite turističku kartu na bilo kojoj od stanica, što je dobro za neograničene vožnje tijekom 24 sata (ako se dobro sjećam) po stvarno jeftinoj cijeni. Zatim, samo uskočite i odvezite se do mile volje! Vozio sam se naprijed-natrag s jednog na drugi kraj i danju i noću kako bih dobio različite perspektive grada preko kojeg Schwebbahn putuje. Veći dio

⁴⁸ Newlife: Šangaj maglev vlak princip je elektromagnetski ili trajni magnet?, <http://m.hr.kingmagtac.com/info/shanghai-maglev-train-principle-is-electromagn-37034474.html>, (9.7.2021.)

⁴⁹ Travel.earth: 12 Of The Most Unusual Modes of Transport Around The World and Where To Find Them, <https://travel.earth/most-unusual-modes-of-transport>, (9.7.2021.)

⁵⁰ WUPPERTAL / TOURISM & CITY INFORMATION: Suspension monorail, <https://www.wuppertal.de/microsite/en/tourism/schwebbahn/schwebbahn.php>, (9.7.2021.)

putovanja Schwebbahn odvija se preko rijeke i prilično je slikovit. Savjet: najbolja sjedala nalaze se na zadnjem dijelu Schwebbahna. Kad god ste na bilo kojoj stanici, pokušajte stajati što bliže rubu perona gdje će biti postavljena stražnja vrata tramvaja kad se tramvaj zaustavi. Bit ćete najbliži stražnjem dijelu pa ćete brzo moći sjesti na ovo prvo mjesto prije nego što to bilo tko drugi učini. Primijetit ćete da se gotovo svi trude smjestiti straga pored velikog prozora - pa sretno! Trenutno Schwebbahn radi samo vikendom (subotom i nedjeljom) zbog održavanja do ljeta 2021. (tako kaže njihova web stranica), pa planirajte u skladu s tim. Kad vozi, nikada ne morate dugo čekati, jer vlakovi voze svakih 6 minuta. Oh, i bilo je klimatizirano, što je bilo tako lijepo kad sam pokušavao pobjeći od ljetnih vrućina. Svakako preporučujem!.,⁵¹

Slika 12. Suspension Railway



Izvor: The Guardian: World's oldest electric suspension train reopens in Germany, <https://www.theguardian.com/world/2019/aug/01/worlds-oldest-electric-suspension-train-reopens-in-germany> (5.9.2021.)

4.2.4. Gondola- Venecija

Venecija je poznata po velikoj mreži kanala, a najbolji način da se obiđu je tradicionalnim gondolama izrezbarenim u drvetu. One su savršen način za razgledavanje mnogih gradskih atrakcija. Međutim, gondole su danas uglavnom rezervirane za turiste; mještani favoriziraju nešto manje glamurozni Traghetto.⁵² Gondola je jedan od simbola Venecije, radi se o brodiću, to jest čamcu prilagođenom za vožnju po plitkim vodama i uskim kanalima. Što se tiče

⁵¹ Tripadvisor: The Wuppertal Suspension Railway, https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g187388-d4411222-Reviews-The_Wuppertal_Suspension_Railway-Wuppertal_North_Rhine_Westphalia.html (9.7.2021.)

⁵² Travel.earth: 12 Of The Most Unusual Modes of Transport Around The World and Where To Find Them, <https://travel.earth/most-unusual-modes-of-transport/>, (10.7.2021.)

konstrukcije duga je od 10,80 do 11 m, široka od 1,40 do 1,60 m, teška do 600 kg. Može prevesti do 6 putnika uz jednog ili 2 gondolijera. Sjedišta gondole su vrlo specifična i privlačna, nalik na bogato ukrašenu drvenu fotelju te blago položenog naslona. Postoji i posebno pravilo sjedenja u gondoli za parove, naime dama sjedi s lijeve strane, dok gospodin sjedi s desne strane. Cijeli doživljaj tijekom vožnje obogaćuje i gondolijer koji stoji iza gospodina i vesla velikim drvenim veslom, uz ugodan razgovor i lagani zvižduk.

Vožnja na tradicionalnoj, izrezbarenoj, drvenoj gondola pruža pogled na venecijanske atrakcije poput mosta Rialto uz talijanske pjesme; „it’s a must-do in Venice“.⁵³ Ono što treba naglasiti je da ovakvo zadovoljstvo ima svoju cijenu – vožnja u trajanju 30-45 minuta košta oko sto Eura. Iako skupa, ili usprkos tome, vožnja gondolom je zasigurno najromantičnija atrakcija u kojoj dvoje zaljubljenih može uživati u Veneciji.⁵⁴ Klasična tura gondolom koja traje 45 minuta košta oko 100 Eura, dok standardna (30- 35 min.) stoji 80 Eura- po vožnji (a ne po osobi)..⁵⁵ Blago asimetrična u konstrukciji, s lijevim krilom neprimjetno širim od desnog, gondola je za turiste bila i ostala simbol grada. Događaj sam po sebi, s gondolijerom u tradicionalnoj, prugastoj, teget-bijeloj ili crveno-bijeloj odjeći i slamnatim žirado šeširom, ulazak nekog para u gondolu, obično privuče veliki broj znatiželjnih pogleda radoznalih turista.⁵⁶

Slika 13. Gondola



Izvor: Enciklopedija.hr: Gondola, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=22648> (5.9.2021.)

⁵³ Triip: 30 Unique Types Of Transport Around The World, <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/> (9.7.2021.)

⁵⁴ Turizam i putovanja: VENECIJA – TOP 8 ATRAKCIJA ZA ZALJUBLJENE, <https://www.turizamiputovanja.com/venecija-top-8-atrakcija-za-dan-zaljubljenih/> (9.7.2021.)

⁵⁵ Furaj: Venecijski gondolijeri, <https://furaj.ba/venecijanski-gondolijeri/> (9.7.2021.)

⁵⁶ Furaj: Venecijski gondolijeri, <https://furaj.ba/venecijanski-gondolijeri/> (9.7.2021.)

4.2.5. Zračni tramvaj - Švicarska

Zračni tramvaj zapravo je zračni lift, prijevoz žičarom koja kabine, automobile, gondole ili otvorene stolice vuče po zraku pomoću kabla. Takav način prijevoza koristi se najčešće za planinske teritorije jer je to brži i jednostavniji način uspinjanja na visoka područja. Za turiste zračni tramvaj osim prijevoza do destinacije predstavlja zanimljivu i adrenalinsku vožnju te poseban doživljaj vožnje iznad tla tijekom koje uživaju u pogledu na predivni krajolik. U Švicarskoj to je zračni tramvaj koji prevozi putnike tijekom cijele godine do ledenjačkog raja Matterhorn, njih 2 000 po sat. Najviša žičara na svijetu 3S, povezuje Trockener Steg s rajskom postajom ledenjaka Matterhorn. Vožnja od Zermatta traje oko 45 minuta. Što se tiče cijene, dvodnevni uspon na Matterhorn košta do 1 300 eura.⁵⁷

Iskustva turista:

“Do vrha vode 3 žičare. Prva vožnja od grada do baze i prilično slikovita sa zelenilom i vodenim kanalima. Druga je prava stvar - ovdje iz zelenila vidite snijeg naokolo kako provlači veličanstvene planine. Prije nego što uđete u treći, postoji otvoreno područje na kojem se može igrati sa snijegom - to je na 9600 metara. Kad izađete iz ove, s lijeve strane nalazi se galerija za gledanje - do nje treba liftom. Pogledi su nevjerojatni. Očigledno postoji 38 vrhova od četiri tisuće metara i 14 ledenjaka. Dobiva se pogled od 360 stupnjeva bez prepreka.,⁵⁸

Slika 14. Zračni tramvaj



Izvor: Triip: Unique Types Of Transport Around The World <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/> (5.9.2021.)

⁵⁷ Triip: Unique Types Of Transport Around The World <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/> (5.9.2021.)

⁵⁸ Tripadvisor: Matterhorn Glacier Paradise, https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g188098-d2314066-r781014217-Matterhorn_Glacier_Paradise-Zermatt_Canton_of_Valais_Swiss_Alps.html (10.7.2021.)

4.2.6. Dukw

Dukw je prijevozno sredstvo firme London Duck Tours. Radi se o vrlo specifičnom vozilu zbog toga što je djelomično čamac, djelomično kamion te tako prometuje i po vodi i po kopnu, tako postaje jedinstveno vozilo koje je vrlo privlačno turistima. Prepoznatljiv je po svojoj jarko žutoj boji i unikatnom obliku. Također iza vozila „patke“ krije se zanimljiva povijesna priča jer je ono korišteno u Drugom svjetskom ratu, izvorno se koristilo za prijevoz opskrbe s brodova do točaka na kopnu, a trenutno je turistička atrakcija Londona. Što se tiče cijene vožnje za odrasle ona je 27 funti, za djecu i mlade od 1 do 17 godine cijena je 19 funti, studenti, stariji te invalidi vožnju plaćaju 23 funte, također postoji obiteljska ulaznica koja uključuje 2 odrasle osobe (starije od 18 godina) i dvije ulaznice za djecu/mlade takva ulaznica stoji 79 funti. Za djecu do godinu dana vožnja je besplatna. Te je amfibijske kamione američka vojska tijekom Drugog svjetskog rata dizajnirala da prelaze i zemlju i vodu. Poznat kao DUKW (izgovara se kao "patka") sada nudi vožnju pored poznatih londonskih znamenitosti prije porinuća u rijeku Temzu kako bi putnici dobili pogled s vode.⁵⁹

Dukw vozila prevezla su 1,8 milijuna ljudi iz cijelog svijeta te su jedni od najvećih operatora putničkih brodova na rijeci Temzi. Trenutna flota od 9 patki vozi posjetitelje na kombiniranu cestovnu i riječnu turneju poznatih londonskih znamenitosti na brodu privlačnim žutim DUKW-ima. Turiste vodi turistički vodič uživo na engleskom jeziku. Većina turističkih vodiča profesionalni su glumci i izgradili smo snažnu reputaciju nudeći zanimljive i vrlo zabavne komentare. Naš stil kuće je zabavan, prijateljski i informativan. Svaki turistički vodič predstaviti će svoju jedinstvenu verziju obilaska. Nakon što su prošli kroz cjelovit program preuređenja i modernizacije, uključujući instalaciju nove tehnologije, patke premašuju stroge sigurnosne propise koje su postavile vlasti na cestama i rijekama. Svako vozilo prima 30 putnika i opremljeno je potpuno sigurnosnom opremom koju su odobrila odgovarajuća regulatorna tijela.⁶⁰

Iskustva turista:

“Obilazak patkom je brz način da u nekoliko sati pogledata nekoliko znamenitosti. Vodič je bio vrlo zabavan i duhovit, animirao je sve turiste u vozilu i održavao stvari živahnima. Uspio je i sve uključiti. Sama tura bila je vrlo informativna. Također je bilo lijepo saznati više o

⁵⁹ Travel.earth: 12 Of The Most Unusual Modes of Transport Around The World and Where To Find Them, <https://travel.earth/most-unusual-modes-of-transport/>, (10.7.2021.)

⁶⁰ London Duck Tours: About us, <https://www.londonducktours.co.uk/about-us/>, (10.7.2021.)

povijesti vozila, kao i o onome što je od tada učinjeno kako bi se naknadno opremili za trenutnu uporabu. Na vožnju smo doveli malu djecu, iako bih rekao da je vjerojatno prikladnija za stariju djecu / tinejdžere. Sve u svemu, sjajno iskustvo i preporučujem ga turistima koji planiraju posjetiti neke od istaknutijih znamenitosti Londona.,⁶¹

“Londonske patke su toliko zabavne. Mnoge znamenitosti već sam vidio, ali ovo je definitivno bio drugačiji način da ih vidim. Naš turistički vodič bio je vrlo informativan i detaljan, također turiste je zabavio zbijajući šale usput. Polazno mjesto bilo je vrlo lako pronaći. Vodič je održao sigurnosne demonstracije o tome kako staviti prsluk za spašavanje i gdje se nalaze splavi za spašavanje u slučaju nužde. Vozilo ne ide daleko uz rijeku, razumljivo je da ne mogu ići predaleko jer riječni promet postaje vrlo zauzet. Svakako bih ovo preporučio odraslima i djeci. (Oboje smo odrasli u kasnim 20-ima i ranim 30-ima).”,⁶²

Slika 15. Dukw



Izvor: Triip: Unique Types Of Transport Around The World <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/> (5.9.2021.)

⁶¹ Tripadvisor: ndon Duck Tours, https://www.tripadvisor.co.uk/Attraction_Review-g186338-d522877-Reviews-or15-London_Duck_Tours-London_England.html#REVIEWS , (10.7.2021.)

⁶² Tripadvisor: ndon Duck Tours, https://www.tripadvisor.co.uk/Attraction_Review-g186338-d522877-Reviews-or15-London_Duck_Tours-London_England.html#REVIEWS ,(10.7.2021.)

4.2.7. Houseboat

Kućni brod, odnosno Kettuvallam kako je nazvan, je čamac koji plovi državom Kerala u jugozapadnoj Indiji. Izrađen je na tradicionalni način korištenjem drva i konopa od kokosa kojim se drvo privezuje. Klasični brod dugačak je 30 stopa te može prevesti težinu do 30 tona. Nekada su to bili čamci za prijevoz robe, riže i začina, ali sada su bitna turistička atrakcija koja privlači brojne posjetitelje koji žele uživati u mirnoj, opuštajućoj i zanimljivoj vožnji. Danas postoje razne varijante kućnih brodova, primjerice brod s kompletno namještenom jednokrevetnom, dvokrevetnom te trokrevetnom sobom, wc-ima, kuhinjom i dnevnim boravkom, te je zbog toga idealan za krstarenja. Na brodu se nalaze kuhar, vozač te čistač. Brod plovi brojnim lagunama, kanalima, jezerima i rijekama, odnosno 900 km dugim plovnim putem. Također, važno je naglasiti da je uvršten među „50 destinacija u životu“ kako navodi National Geographic Traveler.⁶³

U posljednjih nekoliko godina povećan turizam rezultirao je okupljanjem mnogih drevnih Kettuvalla, a nove verzije tih časnih teretnih brodova izgrađene su prema istim tradicionalnim tehnikama. Nevjerojatno, ni jedan čavao se ne koristi za konstrukciju tijela broda. Umjesto toga, trupa se sastoji od dugačkih drvenih dasaka koje se pričvršćuju pomoću konopca s kokosovim vlaknima koji su postavljeni između njih, a na kraju se oblaže crnom smolom od kuhane školjke s oraščićem.⁶⁴

Iskustva turista:

“Bilo je nevjerojatno. Čamac je bio klasični, ali imao je WC, bio je jeftin s obzirom na dužinu putovanja i krajolik je oduzimao dah. Čamac mi je bio vrlo ugodan. Postoje dva zaustavljanja za međuobrok i veći obrok. Oni dodatno koštaju, ali su i dalje vrlo jeftini. Na brodu sam se osjećao sigurno, a osoblje je bilo od pomoći.,”⁶⁵

“Apsolutno briljantan ne bi ovo iskustvo propustio ni za što, naš brod je imao sve što biste poželjeli, sadržaje s kupaonicom, spavaća soba je mala, ali ne možete očekivati ništa drugo, spremište u sobi je minimalno, ali adekvatno, ali iskustvo jedra, krajolik i većina hrane, o moj Bože, na našem je brodu bilo 3 djelatnika, 1 kuhar, navigaciju itd., bili su fantastični i kao chef koji sprema hranu, raznolikost, riba iz rijeke, kozica i slično, to se ne smije propustiti, ako želite

⁶³ Kettuvallam, <https://www.kettuvallam.com/> (5.9.2021.)

⁶⁴ World tourism group: Kettuvallam: Veličanstveni kućni brodovi u Kerala, <https://hrv.worldtourismgroup.com/kettuvallam-magnificent-houseboats-kerala-12471>, (12.7.2021.)

⁶⁵ Tripadvisor: Kerala Backwaters, https://www.tripadvisor.in/Attraction_Review-g297631-d940955-Reviews-Kerala_Backwaters-Kerala.html#REVIEWS (12.7.2021.)

alkohol, morate osigurati svoj vlastiti, inače je sve osigurano, jednog smo dana prošetali selom, imali smo 2 noćenja.,⁶⁶

Slika 16. Kettuvallam



Izvor: Kettuvallam, <https://www.kettuvallam.com/> (5.9.2021.)

4.2.8. Rikša

Rikša (prema jap. *jinrikisha*, od jin: čovjek + riki: snaga + sha: vozilo), laka dvokolica koju (obično trčećim korakom) vuče čovjek i namijenjena je za prijevoz putnika. U Japanu je u uporabi od 1867., ubrzo se proširila na cijelu istočnu i južnu Aziju te u južnu Afriku. Imenom rikša nazivaju se i sami vozači rikše. Od 1930-ih u uporabi su i rikše sastavljene od kolica koja vuče prednji dio bicikla (nalik triciklu). U drugoj polovici XX. st. uglavnom izlazi iz uporabe.⁶⁷ Rikša je vrsta prijevoznog sredstva gdje se kao energija za pokretanje koristi ljudska snaga.

Kao što je u modernom svijetu benzin nužan za pokretanje automobila, tako je čovjek nužan za pokretanje staromodnih rikša. Čovjek se koristi nogama (hodanjem i trčanjem) dok modernije vrste rikša imaju bicikl koji opet na kraju vozi čovjek.⁶⁸ Međutim, napretkom

⁶⁶ Tripadvisor: Kerala Backwaters, https://www.tripadvisor.in/Attraction_Review-g297631-d940955-Reviews-Kerala_Backwaters-Kerala.html#REVIEWS (12.7.2021.)

⁶⁷ Enciklopedija.hr: rikša, <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52889>, (12.7.2021.)

⁶⁸ Wish.hr: Zašto je Rikša omiljeno prijevozno sredstvo u Aziji, <https://www.wish.hr/riksa/> (14.7.2021.)

tehnologije i modernizacijom, danas su rikše automatske, iako i dalje postoje tradicionalne ručne rikše. Što se tiče dimenzija, rikše su prilagođene za dvoje ljudi iako postoje rikše i za jednu osobu. Za turiste je privlačna zbog specifičnog načina prijevoza, prilagođene brzine vožnje te dobrog pogleda iz vozila što je prigodno za razgledavanje destinacije.

Za sve avanturiste i turiste koje imaju priliku voziti se rikšama preporučuje se da iskuse ovakav tip vožnje. Osim što nije uobičajeno za naše prostore, tijekom vožnje rikšom na jedan način turisti postaju dio te tradicijske kulture koji u Aziji obitava već dugi niz godina. Cijena vožnje rikšom za otprilike 20 km, ne bi trebala biti skuplja od 300 rupija (oko 30-ak kuna) po rikši. Zanimljiva je činjenica da ne postoje ženske vozačice rikši, te da se ne preporučuje vožnja za vrijeme kiše ili monsuna.⁶⁹

Slika 17. Rikša



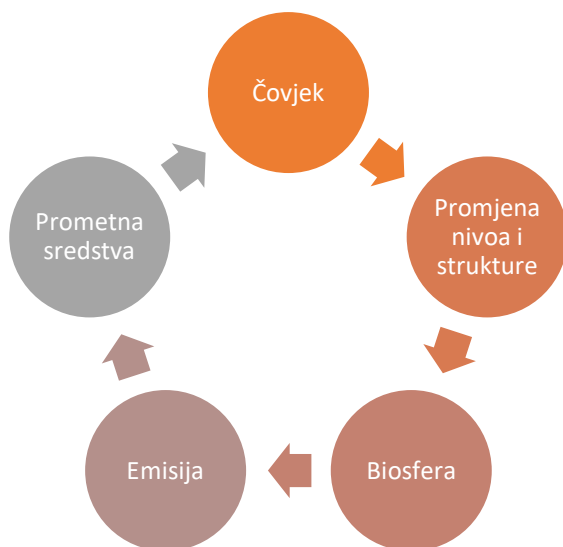
Izvor: Wish.hr: Zašto je Rikša omiljeno prijevozno sredstvo u Aziji, <https://www.wish.hr/riksa/> (5.9.2021.)

⁶⁹ Wish.hr: Zašto je Rikša omiljeno prijevozno sredstvo u Aziji, <https://www.wish.hr/riksa/> (14.7.2021.)

4.3. Utjecaj pojedinih egzotičnih prijevoznih sredstava na održivi razvoj

Ekologija dolazi od grčke riječi „*oikos*“ (kuća) i *logos* (riječ, znanje) i može se tumačiti kao “znanost o odnosima između živih organizama i okoline u kojoj žive“, tj. u našem slučaju između prometa i okoliša.⁷⁰ Povezanost čovjeka, okoline i prometa prikazan je na priloženoj slici 18.

Slika 18. Odnos čovjeka, okoline i prometa



Izvor: izradio autor prema Golubić J. (1999): *Promet i okoliš*, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb

Priložena slika prikazuje poveznice između čovjeka i okoline koje se odnose na promet. Naime, čovjek svojim utjecajem mijenja nivoe i strukturu, primjerice izgradnjom prometnica na mjestima gdje je bila priroda te tako mijenja okoliš. Emisija ispušnih plinova iz sve većeg broja prijevoznih sredstava također šteti okolišu te se zbog toga sve više budi svijest o potrebi za smanjenjem štetnih plinova.

Posebnu pozornost treba posvetiti razvoju mjernih sustava, i istraživanju uzoraka i veličine buke, ispušnih plinova i otpada od prometa. Istraživanja se trebaju odnositi kako na čovjeka, tako i na floru, faunu i klimu.⁷¹ Koncept održivog razvoja prate i pojedina egzotična prijevozna sredstva, koja se osim svojom atraktivnošću odlikuju i ekološkom prihvatljivošću. Općenito, na održivi razvoj, egzotična prijevozna sredstva utječu kroz ekonomsku održivost, to jest održavanje konkurentnosti destinacije, boljitak lokalne zajednice jer atraktivna prijevozna

⁷⁰ Golubić J. (1999): *Promet i okoliš*, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, str. 8.

⁷¹ Golubić J. (1999): *Promet i okoliš*, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, str. 9.

sredstva privlače veliki broj turista te kvalitetu radnih mjesta i društvenu pravednost jer se lokalnom stanovništvu omogućuje zarada vožnjom atraktivnih prijevoznih sredstava, također time je uključeno i blagostanje zajednice.

4.3.1. Maglev

Razvijene zemlje su danas suočene s velikim prometnim poteškoćama. Kilometarske automobilske kolone na autoputovima, gužve u zračnim lukama, sve veća i češća kašnjenja aviona, povećanje štetnog utjecaja današnjih načina prijevoza na okoliš, razlozi su zbog kojih se posljednjih tridesetak godina intenzivno razmatraju moguće promjene i poboljšanja postojećih transportnih sustava.⁷² Takvim načinom pogona omogućuje se jeftiniji i brži prijevoz, naime potrebe magleva su samo 25% potreba avionskog prijevoza sličnih karakteristika, time se pospješuje očuvanje okoliša ponajprije smanjenim izgaranjem fosilnih goriva. Smanjenje energetske potrošnje rezultira manjim onečišćenjem i smanjenom ovisnosti o uvozu goriva. Vlakovi maglev izuzetno su ekološki prihvatljivi jer imaju nula emisija ugljika budući da rade na električnu energiju. Vlakovi maglev također smanjuju zagađenje bukom u odnosu na redovne vlakove.⁷³ Znanstvenici u Japanu razvijaju vlakove s malim trenjem koji bi mogli uštedjeti energiju, ali i smanjiti zagađenje. Nastoji se smanjiti emisiju onečišćenja na 3,6 grama ugljičnog dioksida po osobi po kilometru, u usporedbi s 12,2 grama za vlakove maglev.⁷⁴

4.3.2. House boat

Povećanjem interesa turista brodovi su modernizirani. Iako velik dio koncepta ostaje isti, napravljene su određene promjene u obliku i dizajnu kako bi se brodovi prilagodili njihovoj novoj funkciji. Moderna plovila sadrže moderne uređaje i uređaje koji omogućuju optimalnu udobnost. Kao i u originalnom dizajnu Kettuvallama, gornji dio brodova satkan je od prirodnih materijala poput panambua, bambusa i kokosa, te je oblikovan u zasvođene formacije što rezultira visokim stropovima i prostranim unutrašnjostima.⁷⁵

⁷² Eskole.hr: Maglev, http://eskola.hfd.hr/fiz_sva_stva/maglev/2000_maglev_intro.html, (14.7.2021.)

⁷³ Maglev Trains, <https://user.eng.umd.edu/~austin/enes489p/projects2011a/MaglevTrains-FinalReport.pdf>, str. 5., (14.7.2021.)

⁷⁴ Down to earth: Eco-friendly trains, <https://www.downtoearth.org.in/news/ecofriendly-trains-18083>, (14.7.2021.)

⁷⁵ Culture trip: Kettuvallam: The Magnificent Houseboats of Kerala, <https://theculturetrip.com/asia/india/articles/kettuvallam-the-magnificent-houseboats-of-kerala/>, (14.7.2021.)

5. EGZOTIČNA PRIJEVOZNA SREDSTVA U HRVATSKOJ

Hrvatska je zemlja koja je već uveliko prepoznata kao vrlo zanimljiva i atraktivna turistička destinacija koja turistima nudi veliki broj atrakcija kojima ispunjavaju svoj odmor. Promjene u željama i preferencijama modernih turista prepoznali su i ponuđači usluga u Hrvatskoj te prate koncept u kojem je prijevoz uključen u turističku ponudu i postao sastavni dio turističke ponude te je na taj način ona u Hrvatskoj obogaćena. Samim time, sve više egzotičnih prijevoznih sredstava svijeta turisti mogu iskušati u Hrvatskoj, posebno ona kojima ujedno mogu i razgledavati destinaciju primjerice rikšu i tuk-tuk.

5.1. PoluPodmornica Kairos

Podmornica je plovilo konstruirano za samostalnu plovidbu po morskoj površini i ispod nje. Ponajprije služi za vojne namjene, a rjeđe i za civilne (znanstvenoistraživačka, turistička podmornica), za koje se mnogo češće rabi ronilica. U odnosu na druge brodove, podmornica ima mnoge specifičnosti koje njezinu gradnju čine složenim tehnološkom pothvatom. Podmornica ima vretenast, čvrst trup, iz kojega vire samo kormilne plohe (hidroplani), te lako nadgrađe s podmorničkim tornjem za ulazak i izlazak iz podmornice i zapovjedničkim mostom za motrenje i upravljanje podmornicom u površinskoj vožnji; u nadgrađu su smješteni i uvlačivi periskop, jarboli s radio i radarskim antenama, cijev za opskrbu atmosferskim zrakom (tzv. šnorkel) i dr.⁷⁶ U Hrvatskoj postoji primjer takozvane polupodmornice koja plovi na području Murtera. Plovilo prima 12 putnika, plovi brzinom od 1-2 čvora što je povoljno za turiste jer zbog manje brzine imaju mogućnost vidjeti mnogobrojne vrste riba, morskih biljaka, školjaka, mekušaca i slično. Podmornica polazi s plaže Slanica u dnevnim i noćnim terminima. Jedna vožnja traje 30 minuta te je cijena 80 kn po osobi za dnevne, odnosno 90 kn za noćne izlete.⁷⁷

PoluPodmornica Kairos je plovilo smišljeno da izgleda kao prava podmornica uključujući komandni most, vanjska kormila, te zaobljeni oblik trupa. PoluPodmornica ima najveći odnos površine prozora prema putniku, dovoljno je mala i okretna da putnike mpže dovesti u najbolju poziciju za razgledavanje. Ne roni ispod morske površine nego ima podvodnu kabinu s velikim

⁷⁶ Enciklopedija.hr: Podmornica, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48921>, (14.7.2021.)

⁷⁷ Kornatica: PoluPodmornica Kairos, <https://kornatica.com/hr/polupodmornica-kairos>, (5.9.2021.)

neprobojnim staklima koja se nalaze 1,5 metar ispod površine mora. U svakoj vožnji vidi se nešto novo jer nije usidrena niti smo vezani uz obalu.⁷⁸

5.2. Balon na vrući zrak

Balon na vrući zrak je prva letjelica s kojom je čovjek ikada poletio. Izumila su ga braća Montgolfier, a Pilatre de Rozier i Marquis d'Arlandes bili su prve osobe u povijesti čovječanstva koje su iskusile let. Balone na vrući zrak ubrzo su zamijenili plinski balon, a u svojem današnjem obliku baloni na vrući zrak se vraćaju šezdesetih godina kada ih redizajnira Amerikanac Ed Yost i počinje koristiti gorionik na plin i suvremene materijale. Ipak, kroz sve to vrijeme balon je ostao izravna poveznica za prave avanturiste koji su se odvažili poletjeti. Još uvijek lete u pletenim košarama, još uvijek uspješan let proslave pjenušcem, a taj osjećaj nespontanog leta, gdje na otvorenom posjetitelji plove u potpunoj tišini na nekoliko kilometara ili tek nekoliko centimetara iznad vrhova krošnji nije usporediv s ničim drugim na svijetu. Let balonom najbliže je osjećaju koji osobe imaju kad sanjaju da lete.⁷⁹

U Hrvatskoj vožnju balonom na vrući zrak turistima nudi Balon klub Zagreb. Cijena za letenje u grupi do 4 ili 5 osoba je 1.400,00 kn, dok cijena za letenje u dvoje iznosi 5.400,00 kn. Što se tiče vremena letenja, ono ovisi o vremenskim uvjetima. Leti se u jutarnjim satima oko 5:00 ili kasnije popodne oko 18:00. Ukupno vrijeme trajanja atrakcije je 4 sata, međutim u to vrijeme uračunato je vrijeme putovanja do i s mjesta letenja, druženje uz šampanjac te sam let u trajanju od sat vremena. U normalnim uvjetima balonom se prijeđe 3-5 km, dok je zbog vremenskih prilika kao što je jači vjetar moguće prijeći do 10 km te uključuje visinu do 1000 metara kako bi posjetitelji uživali u panoramskom pogledu na krajolik iznad kojeg se odvija vožnje. Postoje dobna ograničenja, naime vožnja balonom dozvoljena je djeci starijoj od 8 godina. Manji baloni su nosivosti 2-4 putnika, dok veći baloni mogu prevesti do 6 osoba.⁸⁰

Za vrijeme leta koji traje oko sat vremena ekipa na zemlji putnike prati te po slijetanju pomaže u iskrcavanju putnika te slaganju balona. Nakon što slože balon slijedi balonaško krštenje koje je jedan od nezamjenjivih trenutaka ovog druženja.⁸¹ Svi piloti posjeduju pilotske dozvole. Baloni se svakodnevno provjeravaju kao i prilikom slaganja prije svakog leta. Uz to svaki balon

⁷⁸ Kornatica: PoluPodmornica Kairos, <https://kornatica.com/hr/polupodmornica-kairos>, (14.7.2021.)

⁷⁹ Baloni. hr: Što je u letu balonom toliko čarobno?, <https://baloni.hr/faq/>, (14.7.2021.)

⁸⁰ Baloni. hr: Što je u letu balonom toliko čarobno?, <https://baloni.hr/faq/>, (5.9.2021.)

⁸¹ Baloni. hr: Što je u letu balonom toliko čarobno?, <https://baloni.hr/faq/>, (14.7.2021.)

prolazi godišnju provjeru od strane ovlaštenih institucija. Najveći faktor sigurnosti dolazi od odluke da li letjeti ovisno o vremenskim uvjetima.⁸²

5.3. TUK- TUK- Hvar

Hrvatska je kao i brojne zemlje svijeta prepoznala atraktivnost i privlačnost ovog egzotičnog prijevoznog sredstva. Na taj način povećana je turistička sadržajnost ponude na otoku Hvaru te je zasigurno postao jedan od čimbenika koji je privukao posjetitelje na otok Hvar. Tuk Tuk je tricikl Vespa na tri kotača i pruža jedinstven doživljaj krajolika s obzirom na to da se radi o cabrio vozilu. Ape Calessino je savršena reinterpetacija mitskog dizajna šezdesetih koja donosi povratak u svijet vrijednosti i značenja koja su tipična za Mediteran. Za razgledavanje atrakcija na našem najsunčanijem otoku koristi se navedeno vozilo, koje je atrakcija samo po sebi, a odlikuju ga udobnost, stil i kultura. Calessino se u trenu pretvara u cabrio te na taj način nudi nesvakidašnje iskustvo uživanja u okolini i pejzažu popraćeno laganim povjetarcem. Uz vozača koji je ujedno i vodič klijentima se pruža prilika da ovu turu dožive na drugačiji i jedinstven način.⁸³

Iskustva turista:

“Ljubazni vodič Petar vodio nas je tuk tukom po cijelom Hvaru i doživjeli smo eksploziju! Posjetili smo slikovite uzdahe i on nam je približio povijest svakog gradića. Naravno da smo se morali zaustaviti i kupiti malo lavande! Vožnja je trajala 2 sata i 30 minuta, bilo je puno zabave i smijeha s Petrom (on je također vrlo dobar fotograf). Toplo bih preporučio tuk tuk turu kao sjajan način za razgledavanje znamenitosti!⁸⁴

5.4. RIKŠA- Split

Kao što je slučaj i s tuk-tukom, rikša je također povećala turističku ponude destinacije, Splita. Postoji više rikši koje prometuju različitim dijelovima grada te pružaju mogućnost turistima za razgledavanje cijele destinacije egzotičnim prijevoznim sredstvom. Cijena vožnje je 300 kn za grupu, a aktivnost traje 60 minuta. Postoje i ture za 750 kn u trajanju od 160 minuta te tura po

⁸² Baloni. hr: Što je u letu balonom toliko čarobno?, <https://baloni.hr/faq/>, (14.7.2021.)

⁸³ Turističke priče: Znaete što je Tuk Tuk? Turisti na Hvaru poludili za turama ovim vozilom, <https://www.turistickeprice.hr/znaete-sto-je-tuk-tuk-na-hvaru-turisti-poludili-za-turama-ovim-vozilom/>, (14.7.2021.)

⁸⁴ Tripadvisor: Tuk Tuk Sightseeing Tour of Hvar, https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g659912-d17401478-Tuk_Tuk_Sightseeing_Tour_of_Hvar-Hvar_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html, (14.7.2021.)

cijeni od 185 kn u trajanju od 30 minuta. Klijenti će upoznati Split na rikši duž zapadne obale. Na ovoj zadivljujućoj turi proći će pored Rive, trajektne stanice, kazališta, ulice Marmont, Dioklecijanove palače i Sustipana. Istražit će Split i upoznati njegovu povijest. Započet će turu Rickshaw na Rivi i prema Dioklecijanu Pallasu i Hrvatskom narodnom kazalištu. Nakon toga idu glavnom ulicom Marmont i zapadnom obalom i starim gradskim parkom Sustipan. Osim vodiča mogu imati audio prezentaciju na četiri različita jezika: hrvatskom, engleskom, njemačkom i francuskom.⁸⁵

Iskustva turista:

“S Mariom smo imali vrlo ugodnu turneju Rikšom u Splitu, Rikša prima 2 osobe. Postoje 3 ture. Prvo, Dioklecijanova turneja, koja uključuje razgledavanje Rive, trajektne stanice, Dioklecijanove palače, HNK i ulice Marmont (do 30 minuta). Druga tura je Zapadna koja uključuje sve gore navedeno i vozi sve do Sustipana koji pokriva područje luke. Treća tura je Split Tour Excursion. Uključuje sve navedeno, plus posjet sjevernoj strani Splita. Mario je bio apsolutno čudesan. Zaustavio je rikšu na raznim stajalištima i fotografirao nas. Preporučio bih cijelu turu jer vas vodi po zapadnoj strani Splita. Bio je to potpuno lijep dan. Radno vrijeme je svaki dan od 8.30 do 23.00.⁸⁶

Trenutno u Hrvatskoj turisti imaju mogućnost vožnje balonom na vrući zrak, podmornicom, rikšom i tuk-tukom. Navedena prijevozna sredstva su prigodna za razgledavanje i obilazak destinacije što je vrlo pogodno za Hrvatsku jer posjeduje veliki broj prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti. Također, u budućnosti se očekuje proširenje turističkog sadržaja i ponude egzotičnih prijevoznih sredstava uvođenjem na tržište novih oblika prijevoza. Prilikom uvođenja novih prijevoznih sredstava važno je voditi brigu o ekološkom učinku i načinu na koji egzotično prijevozno sredstvo djeluje na okoliš jer je sve veći broj turista i ponuđača turističkih usluga ekološki osviješten. Proširenje turističke ponude egzotičnim prijevoznim sredstvom važno je i zbog veće konkurentnosti i diferencijacije destinacije na turističkom tržištu.

⁸⁵ Happy to visit: Split Izleti, događanja i vikend putovanja, <https://happytovisit.com/hr/Split/Riksa-i-pedikeb-ture/tours-g2-n17>, (14.7.2021.)

⁸⁶ Tripadvisor: Riksa Tour Split, https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g295370-d6612307-r269908091-Riksa_Tour_Split-Split_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html, (14.7.2021.)

6. ZAKLJUČAK

Prije svega važno je naglasiti da su turizam i promet usko povezani, tako da se može reći da je promet integralna komponenta razvoja turizma. Međutim, pojavom „novih“, suvremenih turista mijenjaju se njihove želje i potrebe, zahtijevaju što veću sadržajnost destinacije i što širu, raznolikiju turističku ponudu. Razni su motivi koji potiču turiste na dolazak u destinaciju, međutim vremenom su postali sve širi i raznovrsniji i vrlo individualni za svakog pojedinca. Ovim radom zaključuje se da je najčešći motiv turističkih putovanja razonoda, rekreacija i odmor. Tome se trebaju prilagoditi ponuđači turističkih usluga te ponuditi turistima uslugu koja će zadovoljiti njihove potrebe.

Razvojem turizma i pojavom tržišnih niša, pojavili su se i posebni oblici turizma kako bi se turistima pristupilo što individualnije jer suvremeni turisti zahtijevaju takav pristup. Posebnim oblicima turizma, kao što je na primjer pustolovni, odnosno avanturistički turizam, turistima se nudi konkretan turistički proizvod koji bi zadovoljio njihove potrebe. Turisti sve više žele upoznati način života lokalnih stanovnika, njihove običaje i tradiciju. Oni koji se odluče za pustolovni turizam žele svoje vrijeme provesti aktivno te im se treba ponuditi što više takvih atrakcija u destinaciji. Upravo su određena prijevozna sredstva, koja su u povijesti korištena za prijevoz robe, hrane ili čak tijekom ratova, prepoznata kao dobra prilika za proširenje turističke ponude jer privlače različite skupine turista posebno onih koji u zemljama stalnog boravka nemaju priliku iskusiti vožnju određenim prijevoznim sredstvom. Samim time prijevoz u turizmu prestaje biti samo način dolaska do destinacije, povezivanje točke A i točke B, već je on sastavni dio doživljaja koji turist ima prilikom posjeta destinaciji, pruža posjetiteljima posebno zadovoljstvo i zadovoljava njihove potrebe. Egzotična prijevozna sredstva daju turistima mogućnost da dožive destinaciju iz druge perspektive. Iz iskustva turista može se zaključiti da su prihvatili ideju uvođenja prijevoznih sredstava u turističku ponudu i da takva atrakcija zadovoljava njihove želje i potrebe. Iz svega navedenog u radu proizlazi to da prijevoz, konkretno egzotična prijevozna sredstva mogu biti integralni dio doživljaja prilikom obilaska destinacije, ali i zasebna atrakcija i razlog, odnosno motiv dolaska turista u destinaciju. Hrvatska je počela prepoznavati važnost atraktivnih prijevoznih sredstava te ih sve više integrira u turističku ponudu, te će se ona vremenom zasigurno obogatiti. Stoga, zaključak je da egzotična prijevozna sredstva postaju važan faktor i bitna atrakcija koja treba biti sastavni dio turističke ponude destinacija.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Hendija Z., Bilen M., Mikulić J., Tomašević A., Čizmar S. (2011), Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
2. Geić, S. (2011), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split
3. Golubić, J. (1999): Promet i okoliš, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb
4. Gržinić, J. (2018), UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula
5. Horak, S. (2007), Turizam i promet, ZSM, Zagreb
6. Kušan, E. (2002), Turistička atrakcijska osnova, Zagreb
7. Rabić, B. (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd

Časopisi:

1. Brunsko, Z. (2002), Turistička motivacija, Naše more, Vol. 49 No. 1-2, 70-75

Internet izvori:

1. Adventure tourism (2018, November 25), dostupno na: <https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=68afe467d4ef4d6b880bff946e65792e> (pristupljeno 8.7.2021)
2. Baloni. hr: Što je u letu balonom toliko čarobno? (2016), dostupno na: <https://baloni.hr/faq/>, (pristupljeno 14.7.2021.)
3. Coppershop: Prijevoz u Tajlandu Tuk-Tuki u Tajlandu (2019, October 11), dostupno na: <https://coppershop.ru/hr/rukodelie/transport-v-tailande-tuk-tuki-v-tailande.html> (pristupljeno 8.7.2021.)
4. Elen Von Weigand: Kettuvallam: The Magnificent Houseboats of Kerala (2017, May 15), dostupno na: <https://theculturetrip.com/asia/india/articles/kettuvallam-the-magnificent-houseboats-of-kerala/> (pristupljeno 14.7.2021.)

5. Charlotte Luxford: London Icons: The Double-Decker Bus (2018, November 15), dostupno na: <https://theculturetrip.com/europe/united-kingdom/england/london/articles/london-icons-the-double-decker-bus/> (pristupljeno 26.6.2021.)
6. Down to earth: Eco-friendly trains (2000, April 30), dostupno na: <https://www.downtoearth.org.in/news/ecofriendly-trains-18083>, (pristupljeno 14.7.2021.)
7. Enciklopedija.hr, dostupno na: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52889>, (pristupljeno 12.7.2021.)
8. Eskole.hr: Maglev, dostupno na: http://eskola.hfd.hr/fiz_sva_stva/maglev/2000_maglev_intro.html, (pristupljeno 14.7.2021.)
9. Furaj: Venecijski gondolijeri, dostupno na: <https://furaj.ba/venecijanski-gondolijeri/>, (9.7.2021.)
10. Happy to visit: Split Izleti, događanja i vikend putovanja (2018), dostupno na: <https://happytovisit.com/hr/Split/Riksa-i-pedikeb-ture/tours-g2-n17>, (pristupljeno 14.7.2021.)
11. HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA: Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti i potrebnih uvjerenja ili certifikata (2020, October 9), dostupno na: <https://www.hgk.hr/odjel-turizam/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti> (pristupljeno 29.6.2021.)
12. Kornatica: PoluPodmornica Kairos (2016), dostupno na: <https://kornatica.com/hr/polupodmornica-kairos>, (pristupljeno 14.7.2021.)
13. London Duck Tours: About us, dostupno na: <https://www.londonducktours.co.uk/about-us/>, (pristupljeno 10.7.2021.)
14. Abeye, B., Tang A., Wong, S., Mishra, H., Van, K.: Maglev Trains, dostupno na: <https://user.eng.umd.edu/~austin/enes489p/projects2011a/MaglevTrains-FinalReport.pdf>, str. 5., (pristupljeno 14.7.2021.)
15. Newlife: Šangaj maglev vlak princip je elektromagnetski ili trajni magnet? (2017), dostupno na: <http://m.hr.kingmagtac.com/info/shanghai-maglev-train-principle-is-electromagn-37034474.html>, (pristupljeno 9.7.2021.)
16. Punkufer.hr: Kako je autobus na kat postao moćni simbol Londona? (2018, February 15), dostupno na: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/kako-je-dvokatni-autobus-postao-mocni-simbol-londona---506506.html>, (pristupljeno 24.6.2021.)

17. Singing cabbie, dostupno na: <https://www.singincabbie.com/> , (pristupljeno 24.6.2021.)
18. Elizabeth Jones: Bike and drink your way through London with Pedibus (2020, June 11), dostupno na: <https://europe.stripes.com/lifestyle/bike-and-drink-your-way-through-london-pedibus> ,(pristupljeno 29.6.2021.)
19. Tourism notes: Adventure tourism (2018), dostupno na: <https://tourismnotes.com/adventure-tourism/> (pristupljeno 8.7.2021.)
20. Joe: 30 Unique Types Of Transport Around The World (2016, January 21), dostupno na: <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/> , (pristupljeno 9.7.2021.)
21. Travel.earth: 12 Of The Most Unusual Modes of Transport Around The World and Where To Find Them (2018),dostupno na: <https://travel.earth/most-unusual-modes-of-transport> , (pristupljeno 9.7.2021.)
22. TRT.HR: Tuk-tuk najzastupljenije sredstvo za transport ljudi i robe na Šri Lanki (2018), dostupno na: <https://www.trt.net.tr/hrvatski/znanost-tehnologija-i-zdravlje/2018/06/16/tuk-tuk-najzastupljenije-sredstvo-za-transport-ljudi-i-robe-na-sri-lanki-993332> ,(pristupljeno 9.7.2021.)
23. Tripadvisor, dostupno na: <https://www.tripadvisor.com/> , (pristupljeno 14.7.2021.)
24. Tuk- tuk Tajland, dostupno na: <https://hr.womanuntamed.com/tuk-tuk-thailand/> (9.7.2021.)
25. Turizam i putovanja: VENECIJA – TOP 8 ATRAKCIJA ZA ZALJUBLJENE, dostupno na: <https://www.turizamiputovanja.com/venecija-top-8-atrakcija-za-dan-zaljubljenih/> , (pristupljeno 9.7.2021.)
26. Turističke priče: Znete što je Tuk Tuk? Turisti na Hvaru poludili za turama ovim vozilom (2020, July 17), dostupno na: <https://www.turistickepriice.hr/znete-sto-je-tuk-tuk-na-hvaru-turisti-poludili-za-turama-ovim-vozilom/> , (pristupljeno 14.7.2021.)
27. UNWTO International Tourism Highlights 2020 Edition, str. 7, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>, (posjećeno 23.6.2021.)
28. Vip- travel.hr: Putovanje Vlakom Venice Simplon-Orient-Express (2018), dostupno na: <http://www.vip-travel.hr/ponuda/Lokacija/Tematska-putovanja/Putovanje-Vlakom/Venice-Simplon-Orient-Express.html?c3ZjXDQ0MjQ%3D> ,(pristupljeno 24.6.2021.)

29. Vision1cycling: LONDON BUS - PREGLED, POVIJEST, RUTE I RECENZIJE (2016), dostupno na: <https://hr.vision1cyclings.com/novosti-i-obschestvo/75521-londonskiy-avtobus-obzor-istoriya-marshruty-i-otzyvy.html> , (pristupljeno 24.6.2021.)
30. Visit London: Emirates Air Line cable car, dostupno na: <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/25549367-emirates-air-line-cable-car> , (pristupljeno 24.6.2021.)
31. Visit Britania Shop: The Emirates Air Line: Take a flight over London on the Thames Cable Car (2020) , dostupno na: <https://www.visitbritainshop.com/world/articles/visitor-oyster-card-thames-cable-car/> ,(pristupljeno 29.6.2021.)
32. WUPPERTAL / TOURISM & CITY INFORMATION: Suspension monorail, dostupno na: <https://www.wuppertal.de/microsite/en/tourism/schwebebahn/schwebebahn.php> , (pristupljeno 9.7.2021.)
33. World tourism group: Kettuvallam: Veličanstveni kućni brodovi u Kerali, dostupno na: <https://hrv.worldtourismgroup.com/kettuvallam-magnificent-houseboats-kerala-12471> , (pristupljeno 12.7.2021.)
34. Jakšić, M.,: Zašto je Rikša omiljeno prijevozno sredstvo u Aziji (2017), dostupno na: <https://www.wish.hr/riksa/> , (pristupljeno 14.7.2021.)
35. Davis, B.,: What are the benefits of recreation and leisure? (2021, April 29), dostupno na: <https://www.mvorganizing.org/what-are-the-benefits-of-recreation-and-leisure/> , (pristupljeno 8.9.2021.)
36. INSIDER: London Is Converting Old Double-Decker Buses Into Homeless Shelters (2019)<https://www.insider.com/london-is-converting-old-double-decker-buses-into-homeless-shelters-2019-6>, (pristupljeno 3.9.2021.)
37. Singing cabbie (2016), <https://www.singingcabbie.com/>, (posjećeno 3.9.2021.)
38. Flickr: Pedibus (2015), <https://www.flickr.com/photos/cityswift/1827851335>, (posjećeno 3.9.2021.)
39. TRANSPORT FOR LONDON: Emirates Air Line (2019), <https://tfl.gov.uk/modes/emirates-air-line/>, (posjećeno 3.9.2021.)
40. CLEMENT CHARPENTREAU: Lufthansa puts an end to the 83-year career of “Tante Ju” (2018), <https://www.aerotime.aero/22277-lufthansa-puts-an-end-to-the-83-year-career-of-tante-ju>, (posjećeno 3.9.2021.)

41. One More Destination: Tuk-tuk (2015), <https://onemoredestination.com/en/tuk-tuk-thailand/>, (posjećeno 4.9.2021.)
42. Global Times: World's speediest 600 km/h maglev rolls off assembly line in E.China's Qingdao (2021), <https://www.globaltimes.cn/page/202107/1229097.shtml>, (posjećeno 4.9.2021.)
43. The Guardian: World's oldest electric suspension train reopens in Germany (2020), <https://www.theguardian.com/world/2019/aug/01/worlds-oldest-electric-suspension-train-reopens-in-germany>, (pristupljeno 5.9.2021.)
44. Enciklopedija.hr: Gondola, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=22648>, (pristupljeno 5.9.2021.)
45. Kettuvallam, <https://www.kettuvallam.com/>, (pristupljeno 5.9.2021.)
46. Triip: Unique Types Of Transport Around The World (2016), <https://livinglocal.triip.me/30-unique-types-of-transport-around-the-world/>, (pristupljeno 5.9.2021.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Odlike avanture.....	17
---------------------------------	----

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. UNWTO klasifikacija motiva iz 2020. godine.....	3
Grafikon 1. Motivi putovanja u 2020. godini.....	4
Slika 2. Razlike između koncepta „Prijevoz za turizam“ i „Prijevoz kao turizam“	10
Slika 3. Double decker.....	12
Slika 4. Singing cabbie.....	13
Slika 5. Pedibus	14
Slika 6. Cable car.....	15
Slika 7. Lufthansa.....	15
Slika 8. Motivacija u pustolovnom turizmu.....	19
Slika 9. Avanturističke aktivnosti.....	20
Slika 10. Tuk-tuk.....	22
Slika 11. Maglev.....	23
Slika 12. Suspension Railway.....	24
Slika 13. Gondola.....	25
Slika 14. Zračni tramvaj.....	26
Slika 15. Dukw.....	28
Slika 16. Kettuvallam.....	30
Slika 17. Rikša.....	31
Slika 18. Odnos čovjeka, okoline i prometa.....	32