

**MALI TURISTIČKO-MARKETINŠKI RJEČNIK ZA IZNAJMLJIVAČE
PRIVATNOG SMJEŠTAJA U RURALNOM PODRUČJU**

**THE TOURIST-MARKETING GLOSSARY FOR PRIVATE ACCOMMODATION
RENTAL IN THE RURAL AREA**

Marija Baburić Vranešić, univ.spec.oec.

viši predavač

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

I.B.Karlovića 16, Gospić

e-mail: mbaburic@velegs-nikolatesla.hr

Sladana Čuljat, prof.

predavač

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

I.B.Karlovića 16, Gospić

e-mail: sculjat@velegs-nikolatesla.hr

Sažetak:

Polazeći od činjenice da rezultati istraživanja razvoja turizma pokazuju kako ruralna područja sa svojim prirodnim i kulturnim resursima predstavljaju kvalitetnu osnovu za razvoj privatnih iznajmljivača uočena je potreba za edukacijom istih.

Problemi s kojima se privatni iznajmljivači suočavaju uglavnom su neznanje stručnih pojmovna iz engleskog jezika prvenstveno marketinškog karaktera. Jedan od uočenih problema

jest način dopiranja do eminentnih turističkih tržišta putem oglašavanja, izrada promidžbenih materijala s naglaskom na korištenje stručnih engleskih pojmova u turizmu.

Iz navedenog proizlazi činjenica potrebe za izradom malog rječnika engleskog jezika kao pomoć privatnim iznajmljivačima na ruralnom području za komuniciranje sa potencijalnim turistima u izravnom kontaktu i prilikom izrade promidžbenih materijala.

Ključne riječi: *ruralno područje, turizam, marketing, engleski jezik.*

Abstract:

Starting from the fact that the results of tourism development research show that rural areas with their natural and cultural resources represent a quality basis for the development of private renters the need for their education has been identified.

The problems that private renters face with are mainly lack of knowledge of professional terms in the English language, primarily in marketing sense. One of the identified problems is the way of reaching eminent tourist markets through advertising, the production of promotional materials with an emphasis on the use of professional English terms in tourism.

Therefore, there is the need to create a small dictionary, glossary, of English in order to help private renters in rural areas to communicate more successfully with potential tourists both in direct contact and when designing promotional materials.

Keywords: *rural area, tourism, marketing, English language.*

1. Uvod

Ruralna područja su ona u kojima prevladava prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama, a najčešće ih odlikuje loša gospodarska i demografska slika te značajno zaostajanje za urbanim sredinama. S ciljem razvoja ruralnih područja, značajnu ulogu zauzima ruralni turizam. Posljednjih desetljeća turizam se sve više razvija i poprima nove oblike, a moderne turiste i njihove potrebe sve je teže zadovoljiti. Budući da turisti postavljaju sve više zahtjeva postavlja se pitanje kako na pravi način privući turiste uz postojeće turističke resurse i poboljšanje ponude. Među specifičnim oblicima turizma u posljednje vrijeme se sve više ističe ruralni turizam. Naime, uslijed velikih promjena u stilu života, starenja populacije i sve izražajnijeg stresnog i ubrzanog načina življenja, pojedinci često posežu za putovanjima u ruralna područja s ciljem relaksacije i razonode. Naime, kada uzmemo u obzir da samo grad Gospić kao ruralno područje ima 1120 kreveta u vlasništvu privatnih iznajmljivača proizlazi potreba za izradom malog turističkog rječnika za privatne iznajmljivače. Glavni cilj malog turističko-marketinškog rječnika za iznajmljivače privatnog smještaja u ruralnom području jest pomoći iznajmljivačima u nedostatku poznavanja engleskog postizanje osnovne i efikasne komunikacije s gostima. U cilju olakšavanja komunikacije privatnih iznajmljivača, koji se još nisu odlučili za učenje stranog jezika, u svrhu uspješnije komunikacije sa stranim gostima, predstavljamo „Mali turističko-marketinški rječnik za iznajmljivače privatnog smještaja u ruralnom području“, koji sadrži najučestalije riječi i izraze u području marketinga.

2. Poznavanje stranog jezika u turizmu/marketingu

Ako se bavite iznajmljivanjem smještaja, upoznati ste sa frustrirajućim situacijama kada u razgovoru s gostom želite nešto reći, no nikako se ne uspijevate pravilno izraziti na engleskom ili nekom drugom stranom jeziku. Dobar domaćin je onaj koji uspješno vlada vokabularom te mu nije problem predstaviti svoju ponudu, obrađivati rezervacije putem telefona i e-mail upita, objasniti pravila kućnog reda svojim gostima i uputiti ih u sobu, izvršiti naplatu te riješiti eventualnu pritužbu. Vladajući ovim vještinama dobiti ćete zadovoljne goste koji se vraćaju iz sezone u sezonu.

Iznajmljivanje smještaja je proces, a kako bi potencijalni gost uopće pokazao interes za vašim apartmanom, najprije je potrebno ostvariti komunikaciju putem e-maila ili telefona. Ako

taj korak uspješno obavite, slijedi dolazak gosta u vaš smještaj, a na vama je da predstavite sebe, apartman i destinaciju na najbolji način. Ako smatrate da niste dovoljno spremni puno objašnjavati, olakšajte si. Pripremite za goste brošure i turističke vodiče prevedene na nekoliko svjetskih jezika u kojima će moći pronaći sve potrebne informacije. Biti privatni iznajmljivač nije posao u kojem se svi snalaze podjednako, a nikako se na ovaj vid turističke usluge ne smije gledati kao lagan i u službi „brze zarade“. Upravo suprotno, to je posao u kojem vas jedna greška u komunikaciji ili prihvatu gosta može koštati ne samo gubitka tog gosta nego i ostaviti dugoročne posljedice na ukupni rejting vaše smještajne jedinice.

Za dugoročno iznajmljivanje svakako je preporuka da se posvetite učenju stranih jezika. Za početak, neka to bude engleski, najrašireniji jezik svijeta s najvećim brojem govornika. Engleski jezik, kao globalni jezik, neizostavan je dio poslovanja u komunikaciji sa stranim gostima. Danas je engleski jezik standard i jezik kojim najčešće komuniciramo sa svim svojim gostima, a svaki dodatan jezik kojeg usvojimo, olakšava nam komunikaciju s gostima i promociju smještaja. Treba naglasiti da poznavanjem većeg broja jezika turistički djelatnik dobiva kompetitivnu prednost.

3. Ruralni turizam kao čimbenik ruralnog razvoja

Za ruralni turizam se može reći da predstavlja relativno novu turističku aktivnost koja ima za cilj vratiti čovjeka tradicijskim vrijednostima i prirodnom okruženju. Pritom je važno istaknuti da ruralni turizam nije nastao tek kao potreba za novim turističkim kapacitetima, već kao potreba očuvanja i revitalizacije odnosno oživljavanja i davanja nove dodatne vrijednosti naslijeđenoj baštini i autentičnom promoviranju tradicijskih znanja i vještina kroz organizaciju atraktivne i originalne turističke ponude (Demonja, 2012.).

Kao jedna od glavnih zadaća ruralnog turizma ističe se davanje prilike opstanka stanovnicima na selu, te sprječavanje iseljavanja mladih s ruralnih prostora. Prilikom proučavanja literature vezane uz ruralni turizam, može se uočiti da se pojmovi "ruralni turizam" i "agroturizam" često poistovjećuju, a u novije vrijeme je prisutan trend da se pojam agroturizam – u strateškom poimanju razvoja – zamijeni širim pojmom "ruralni turizam", čiji je on sastavni dio, te da se u tom kontekstu i razvoj agroturizma sagledava s aspekta razvoja ruralnog turizma.

Pri povezivanju pojmova ruralnog turizma i održivog razvoja, važno je istaknuti da su ruralna turistička odredišta znatno kompleksnija od tradicionalnih kupališno-odmorišnih i gradskih turističkih destinacija budući da podrazumijevaju razne, vrlo usitnjene aspekte ponude. Naime, kao jedan od značajnijih problema javlja se slabije obrazovano stanovništvo ispodprosječnog stupnja obrazovanja koje sudjeluje u kreiranje turističkog proizvoda), a ističe se i problem nedostatka financijske potpore javnog sektora tom razvoju, posebno na razini turističkih destinacija. Sve to doprinosi neravnoteži između želje da ruralna destinacija postane što popularnija među turistima i želje da se istovremeno sačuvaju prirodne karakteristike ruralnog područja. Ruralni razvoj podrazumijeva integralni i višesektorski pristup te održivi razvoj ruralnog (neurbanog) prostora (Krajnović i suradnici,2011) Dakle, nužno je da suvremeni ruralni razvoj počiva na istovremenom usuglašavanju i kompromisnom usklađivanju zahtjeva okoliša i ostvarivanja zadovoljavajućeg gospodarskog razvitka.

Aktualno stanje ruralnog turizma u Ličko-senjskoj županiji može se promatrati kroz broj dolazaka i noćenja turista.

Tablica 1: Dolasci i noćenja turista u Ličko-senjskoj županiji najrazvijeniji (2020. godina).

	2020		
	Ukupno	Domaći	Strani
LIČKO-SENJSKA			
I			
Dolasci	5.596	1.275	4.321
Noćenja	8.244	2.928	5.316
II			
Dolasci	5.539	1.505	4.034
Noćenja	7.476	2.561	4.915
III			
Dolasci	1.555	699	856
Noćenja	2.554	1.270	1.284
IV			
Dolasci	32	28	4
Noćenja	174	77	97
V			
Dolasci	3.253	2.296	957
Noćenja	6.434	3.860	2.574
VI			

	2020		
	Ukupno	Domaći	Strani
Dolasci	32.150	8.241	23.909
Noćenja	126.572	20.336	106.236
VII			
Dolasci	94.182	9.628	84.554
Noćenja	524.221	43.542	480.679
VIII			
Dolasci	98.422	13.462	84.960
Noćenja	559.784	64.320	495.464
IX			
Dolasci	16.201	4.240	11.961
Noćenja	74.326	10.870	63.456
X			
Dolasci	6.245	3.824	2.421
Noćenja	12.140	6.198	5.942
XI			
Dolasci	2.537	1.767	770
Noćenja	4.886	3.034	1.852
XII			
Dolasci	2.144	1.895	249
Noćenja	4.112	3.325	787

Izvor: vlastiti uradak prema: <http://www.dzs.hr/>

4. Popis riječi i izraza (hrvatsko - engleski termini) u turizmu/marketingu

agroturizam

agritourism

apartman

apartment

boravišna pristojba

accommodation fee

boravišni turizam

residential tourism

cijena noćenja

price per night

depozit

deposit

dizajn u turizmu	design in tourism
domaći turizam	domestic tourism
doživljaj u ruralnim (seoskim) područjima	experience in rural areas
dvokrevetna soba	double room
eko turizam	eco tourism
ekološki osviješten turist	ecologically aware tourist
ekonomska održivost turizma	economic sustainability of tourism
ekonomska propaganda	economic propaganda
emitivni turizam	outbound tourism
estetske vrijednosti ruralnih područja	aesthetic values of rural areas
gastronomska ponuda	gastronomic offer
gospodarski napredak	economic progress
gostoljubivost	hospitality
inspekcijske službe u turizmu	inspection services in tourism
interni (unutrašnji) turizam	internal tourism
interregionalni turizam	interregional tourism
intraregionalni turizam	intraregional tourism
investicije u turizmu	investments in tourism
istraživanje turističkog tržišta	tourism market research
izbor ciljnog tržišta	selection of the target market
izlet	excursion / trip
izletnički turizam	excursion tourism
izletnik	hiker
izložbe i sajmovi autohtonih proizvoda	exhibitions and fairs of indigenous products
izvan sezone	out of season
jednokrevetna soba	single room
karakteristike ruralnog područja	characteristics of a rural area
kategorizacija privatnog smještaja	categorization of a private accommodation

klima i prirodne aktivnosti	climate and natural activities
komuniciranje s turističkim tržištem	communication with the tourism market
kraći odmor	short break
kreiranje turističkog proizvoda	creating a tourism product
kultura i kulturološki elementi	culture and cultural elements
kulturni turizam	cultural tourism
kulturno – zabavne manifestacije	cultural and entertainment events
lokalna zajednica	local community
lokalni običaji	local customs
lokalni obrti	local crafts
lovni turizam	hunting tourism
marketing mix u turizmu	marketing mix in tourism
marketing u turizmu i ugostiteljstvu	marketing in tourism and gastronomy
marketinška strategija	marketing strategy
masovni turizam	mass tourism
međunarodni turizam	international tourism
menadžment okoliša	environmental management
motivi turističkih putovanja	motives of tourist trips
nacionalni parkovi	national parks
nacionalni turizam	national tourism
način plaćanja smještaja	accommodation payment method
namjena zemljišta u ruralnim područjima	land use in rural areas
nosioci marketinga u turizmu	holders of marketing in tourism
obilježja ruralnog turizma	characteristics of rural tourism
očuvana priroda	preserved nature
očuvano graditeljsko nasljeđe	preserved architectural heritage
očuvane sociokulturne značajke	preserved socio-cultural features
odjava gosta	guest check-out
određivanje specifičnih marketinških ciljeva u	determining specific marketing

u ruralnim područjima	goals in rural tourism
održivi razvoj turizma	sustainable tourism development
održivi razvoj ruralnog turizma	sustainable development of rural tourism
održivi turizam	sustainable tourism
opg	family farm
optimalno zadovoljenje turističkih potreba needs	optimal fulfilment of tourist
osiguravanje uvjeta za dinamičan razvoj turizma dynamic	providing conditions for the tourism development
osiguravanje uvjeta za profitabilno poslovanje poslovnih subjekata u turizmu	providing conditions for profitable business entities in tourism
osobna prodaja	personal sales
paket aranžman	package deal
parkovi prirode	nature parks
paušalna cijena	flat-rate
paušalno plaćanje turističke pristojbe	flat-rate tourist tax payment
pješačke i biciklističke staze	hiking and biking trails
platforme za rezervaciju	booking platforms
polupansion	half board
poljoprivreda i poljoprivredni resursi resources	agriculture and agricultural
posjetitelj	visitor
poticaji u ruralnim područjima	incentives in rural areas
potrošnja u turizmu	consumption in tourism
prijava gosta	guest registration /check-in
prirodni resursi	natural resources
privatno domaćinstvo	private household
prometni putovi	traffic routes

propisi u turizmu	regulations in tourism
puni pansion	full board
publicitet	publicity
ranč	ranch
različite vrste putovanja	different types of travel
razvoj lokalnih proizvoda i usluga	development of local products and services
receptivni turizam	inbound tourism
registracija privatnog smještaja	registration of private accommodation
rezervacija	booking
rezervacijski sustav	booking system
ribolovni turizam	fishing tourism
robinzonski turizam	Robinson tourism
ruralni turizam	rural tourism
seljačko gospodarstvo	peasant economy
sezonalnost turizma	tourism seasonality
slikoviti krajobraz	picturesque landscape
slobodno kretanja turista	free movement of tourists
smještaj	accommodation
strateške marketinške aktivnosti	strategic marketing activities
stvoriti pozitivni imidž na turističkom tržištu	create a positive image in the tourism market
tradicionalna hrana	traditional food
tranzitni turizam	transit tourism
trokrevetna soba	three-bed room
turist	tourist
turistička politika	tourism policy
turistička ponuda	tourist offer
turistička potražnja	tourist demand

turistička potrošnja	tourist expenditure
turistička sezona	tourist season
turistička signalizacija	tourist signalisation
turistička zajednica	tourist board
turističke aktivnosti	tourist activities
turističke potrebe	tourist needs
turističke znamenitosti	tourist sights
turistički proizvod	tourist product
turistički sajam	tourist fair
turističko oglašavanje	tourist advertising
turističko tržište	tourist market
turizam	tourism
unapređenje prodaje	sales promotion
upoznati turista s detaljima i prednostima turističkog proizvoda	introduce a tourist with the details and advantages of a tourist product
upoznati turista s mogućim obuhvatom potrošnje	introduce a tourist to the possible scope of consumption
upotreba recikliranih promidžbenih materijala materials	use of recycled promotional
upravljanje doživljajem posjetitelja	visitor experience management
uvođenje inovativnosti u turističku ponudu	introduction of innovation in the tourist offer
vikend turizam	weekend tourism
vinski turizam	wine tourism
vrsta prijevoza	type of transport
zaštita okoliša	environmental protection
zaštita prirodnog bogatstva	protection of natural resources
zaštita turističkih resursa	protection of tourist resources

5. Zaključak

Ruralno područje obilježeno je malim brojem stanovnika, dominantnim korištenjem zemlje i šuma za opstanak te tradicionalnim običajima i seoskim identitetom, a njegov gospodarski razvoj prvenstveno se temelji na poljoprivredi i šumarstvu, uz značajno uvažavanje okoliša i očuvanje seoskih običaja i tradicija. Osim navedenog, ruralna područja odlikuju brojne prirodne ljepote i specifičan način života pa se u posljednje vrijeme značajno razvija koncept ruralnog turizma. Pisanjem ovog rada može se zaključiti da ruralni turizam predstavlja značajan faktor u funkciji ruralnog razvoja. Razvoj ruralnog turizma temeljen je na održivom razvoju, koji omogućuje njegov rast i razvoj bez oštećivanja i iscrpljivanja onih faktora na kojima se temelji, kao što je zdrava klima, nezagađeni zrak, tlo i voda, odsutnost buke, odsutnost potencijalnih opasnosti od elementarnih nepogoda, očuvana priroda, očuvano graditeljsko nasljeđe, očuvane sociokulturne značajke, slikoviti krajobraz i mogućnost slobodnog kretanja turista.

Lika kao regija povezuje zelenu i plavu Hrvatsku, a prvenstveno je prepoznatljiva po najvećoj hrvatskoj planini Velebit i najstarijem hrvatskom nacionalnom parku Plitvičkim jezerima. Kao preduvjet za ruralni turizam javljaju se impresivni reljefni oblici, guste šume, veličanstvene špilje, rijeke i jezera te bogata kulturna i prirodna baština. Brojna etno sela, parkovi, špilje i staze te smještajni kapaciteti omogućuju daljnji napredak ruralnog turizma ove regije. Privatni iznajmljivači se susreću sa nizom problema zbog nepoznavanja stručnih riječi u turizmu sa naglaskom na promoviranje putem raznih marketinških kanala. Polazeći od činjenice da je poznavanje stručnih riječi u turizmu i marketingu dugotrajan proces, kao pomoć malim privatnim iznajmljivačima izradile smo mali turističko-marketinški rječnik za iznajmljivače privatnog smještaja u ruralnom području. U radu su navedene riječi i osnovni pojmovi s kojima se privatni iznajmljivači susreću na engleskom i hrvatskom jeziku.

Literatura:

1. Andrić, B.(2011.): Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu. Praktični menadžment, Vol. II, br. 2,
2. Bartoluci, M. i sur. (2015): Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Acta Turistica, Vol 27, No 2
3. Defilippis, J. (2005): Hrvatska u ruralnom prostoru Europe. Sociologija sela.

4. Krajnović i sur. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice. Oeconomica Jadertina
5. Welles Holly, How to overcome communication barriers as a landlord
<https://www.rentecdirect.com/blog/overcome-communication-barriers-as-a-landlord/>
(zadnja posjeta: 20. travnja 2021.)
6. Oxford Dictionary of Travel and Toursim, Oxford University Press, 2012
7. <https://hr.glosbe.com/en/hr> (zadnja posjeta: 7. svibnja 2021.)