

Neposredni resursi u poslovnom turizmu

- Neposredni resursi u poslovnom turizmu su svi resursi koji osiguravaju obavljanje aktivnosti koje su usmerene ka zadovoljenju potreba poslovnih gostiju i normalnom odvijanju aktivnosti poslovnog turizma
- U neposredne resurse spadaju:
 - ▣ Poslovno-ugostiteljski objekti
 - ▣ Agencije poslovnog turizma
 - ▣ Specijalizovani turistički kadrovi
 - ▣ Institucionalno-organizacioni činoci
 - ▣ Turistička obrazovanost i obučenost lokalnog stanovništva
 - ▣ Turistička atraktivnost susednih destinacija
 - ▣ Specifična infrastruktura poslovnog turizma

Specifična infrastruktura poslovnog turizma

- Poslovno putovanje se sastoji od 2 komponente:
 - **Turistička komponenta** u okviru koje se učesnik u poslovnim kretanjima ponaša kao i svaki drugi turista,
 - **Poslovna komponenta** u okviru koje učesnik u poslovnim putovanjima obavlja određene poslove i zadatke koji jesu njegov osnovni razlog kretanja.
- Zadatak **specifične infrastrukture poslovnog turizma** je da obezbedi nesmetano odvijanje poslovne komponente u okviru jednog poslovnog kretanja i u nju spadaju:
 - konferencijski,
 - izložbeni,
 - sajamski,
 - pokazni ili demonstracioni i
 - ostali kapaciteti u okviru kojih se odvija poslovna komponenta jednog poslovnog putovanja.

Hoteli kao deo specifičnih resursa poslovnog turizma

Može se izdvojiti nekoliko tipova hotela koji se koriste u okviru poslovnog turizma:

- Hoteli u blizini aerodroma – pogodni za održavanje događaja koji zahtevaju laku i brzu dostupnost učesnika događajima koji se tu organizuju i obično se koriste za održavanje jednodnevnih ili večernih događaja;
- Resorti – ovi hotelski objekti se biraju kada se organizuju veliki godišnji ili jubilarni skupovi velikih kompanija ili poslovnih udruženja, ali i kao destinacije podsticajnih putovanja;
- Hoteli u centralnim gradskim zonama – obično se nalaze u blizini velikih poslovnih kapaciteta (sajmovi, konferencijski centri i slično) i predstavljaju idealan izbor za smeštaj učesnika na velikim događajima, organizovanje konferencija za novinare, prateće događaje ili kao nezavisni kapaciteti za održavanje sastanaka i drugih poslovnih aktivnosti;
- Hoteli u predgrađima i van gradova – nude organizovaciju događaja u prijatnoj i opuštenoj atmosferi; vladine organizacije i različita udruženja su identifikovani kao glavni korisnici ovakvih kapaciteta;
- Netradicionalni hotelski kapaciteti – u ovu grupu spadaju mali (butik) hoteli, garni hoteli i apart hoteli čija osnovna namena nije bila organizovanje sastanaka, već odmor poslovnih gostiju.

Hoteli kao mesta za organizovanje poslovnih događaja i sastanaka imaju i svoja ograničenja kada su u pitanju veličina događaja koje mogu da opsluže i fleksibilnost hotela i njihovih kapaciteta.

Konferencijski centri kao deo specifičnih resursa poslovnog turizma

- Postojanje konferencijskog centra potvrđuje opredeljenost destinacije da razvija poslovni turizam i predstavlja krunju njene ponude.
- Konferencijski centri su velika investicija čija izgradnja i održavanje zahteva znatna finansijska sredstva i pored maksimalnih napora dobar deo godine stoje nepopunjeni, odnosno njihovi kapaciteti nisu maksimalno iskorišćeni.
- Zbog toga je bitna uloga javnog sektora, odnosno gradova i regija koje su često vlasnici ili suvlasnici ovih centara.
- Uloga partnerstva javnog i privatnog sektora je u vremenu krize još više naglašena.
- Postojanje konferencijskog centra generiše razvoj sveukupne destinacije i tu leži interes javnog sektora i državnih organa da ih finansiraju ili subvencionišu.

Sajamski kapaciteti kao resurs poslovnog turizma

- Sajmovi su prostrani izložbeni kompleksi smešteni u i oko velikih gradova i konurbacija, a namenjeni su velikim trgovinskim sajmovima i potrošačkim izložbama i u mogućnosti su da pruže dovoljno prostora za održavanje i najvećih međunarodnih događaja.
- Izgradnja savremenih sajmских kapaciteta podrazumeva i planski pristup razviju hotelske i trgovinske mreže, ugostiteljskih kapaciteta i prateće servisne infrastrukture, administrativnih i poslovnih zgrada.



Rezidencijalni konferencijski centri

- Rezidencijalni konferencijski centri imaju dvojaku ulogu i to:
 - Organizovanje poslovnih događaja kroz obezbeđivanje adekvatnog radnog prostora,
 - Obezbeđivanje smeštaja za učesnike u sopstvenim smeštajnim kapacitetima.
- Prednosti rezidencijalnih konferencijskih centara nad hotelima koji organizuju poslovne događaje su:
 - Omogućavaju potpuno fokusiranje učesnika na događaj zbog koga su došli bez smetnji i sukoba interesa kakvi se javljaju u hotelima (ostale grupe gostiju, održavanje svadbi i drugih događaja),
 - Osoblje zaposleno u centrima je u potpunosti na raspolaganju potrebama i zahtevima učesnika i potpuno je verzirano za opsluživanje ovakvih događaja,
 - Rezidencijalni konferencijski centri, za razliku od velikog broja hotela, raspolažu sa potpuno razvijenom infrastrukturom, većim brojem sala za sastanke i pratećim salama.

Nestandardni kapaciteti

- U ovu grupu spadaju:
 - **univerzitetski kapaciteti** - Kao početak upotrebe univerzitetskih kapaciteta u poslovnom turizmu uzimaju se rane 70-e godine XX veka kada prazninu u ponudi na tržištu popunjavaju univerziteti; U prethodnom periodu univerzitetski kapaciteti su znatno modernizovani i unapređeni, ali i pored toga ovakav vid kapaciteta ima i svoje nedostatke (sobe prilagođene studentima, ishrana u menzama, studentski kampusi liče na lavirint, samo tokom raspusta su potpuno slobodni...);
 - **neobični ili neuobičajeni kapaciteti** - kapaciteti koji se koriste za organizovanje konferencija i drugih poslovnih događaja uključujući muzeje, istorijska mesta, umetničke galerije i ostale prostore koji se uobičajeno koriste u sasvim druge svrhe.