

„FOUR STARS CHARTER QUALITY“ U CHARTER-DJELATNOSTI REPUBLIKE HRVATSKE

“Four Stars Charter Quality” in Charter Service of Croatia

doc. dr. sc. Daniela Gračan

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Primorska 42, Opatija
E-mail: danielag@fthm.hr

mr. sc. Zrinka Zadel

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Primorska 42, Opatija
E-mail: zrinkas@fthm.hr

Andreja Rudančić- Lugarić

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Primorska 42, Opatija
E-mail: alugaric@fthm.hr

UDK 338.48:797.1(497.5)
797.1:338.48(497.5)

Sažetak

Potaknuti situacijom na tržištu charter-djelatnosti, autorice su nastojale istaknuti važnost sastanka u organizaciji Yachtpoola, gdje je bila namjera uvesti standard kvalitete charter-djelatnosti i izdvojiti renomirane charter-tvrtke koje posao obavljaju profesionalno, štiteći tako ugled nautičkoga turizma, ali i svih s njim povezanih partnera. Sve renomirane takve tvrtke nisu ujedno i partneri Yachtpoola, no Yachtpool je imao viziju u sklopu svoje Four Stars kvalitete stvoriti brand i pečat vrhunske kvalitete u koju će klijenti steći povjerenje.

Cilj je radu iz praktičnih primjera poslovnih sustava dobivenih od charter-kompanija i analizom charter-tržišta s pozicije inozemne jacht charter-agencije, projicirati određene zaključke u svezi s tom djelatnosti u Hrvatskoj. Zaključci i rezultati ispitivanja i neka subjektivna mišljenja posvećeni su svim zainteresiranim subjektima kojima mogu biti od pomoći u uviđanju nekih ohrabrujućih, ali i upozoravajućih pokazatelja.

Ključne riječi: charter-djelatnosti, Four Stars Charter Quality, nautičko tržište, turistička destinacija, luke nautičkog turizma.

Summary

Motivated by the situation at the charter services market, the authors were making effort to emphasize the importance of meeting organized by The Yachtpool. Yachtpool initiative was to introduce a quality standard in charter activity and set aside a reputable charter companies that work professionally and in that way are protecting the reputation of nautical tourism and all the related partners. All reputable charter companies are not Yachtpool partner's either, but Yachtpool had a vision as part of its Four Stars quality to create a brand and mark of superior quality that customers will access with confidence.

The aim of this paper was from practical examples of business systems knowledge obtained from the charter companies and charter market analysis of the foreign yacht charter agencies, to project specific conclusions regarding these activities in Croatia. Conclusions and test results as well as some subjective opinions are dedicated to all stakeholders that may be helpful in understanding some encouraging and warning indicators.

Keywords: charter service, Four Stars Quality Charter, nautical market, tourist destination, nautical tourism port

UVOD/ Introduction

Potražnja za Hrvatskom kao nautičkom zemljom u stalnom je porastu. Razlozi su višestruki. Jedan od njih je da Hrvatska, na putu u EU integraciju kao buduća članica, i službeno postaje zemlja sa sigurnim pravnim i društvenim sustavom, koji je svijet takav donio i prihvatio. Ta činjenica uvelike pridonosi otvorenosti emitivnog tržišta prema Hrvatskoj i u ekonomskome i u turističkom smislu. Pristupanje Hrvatske Europskoj uniji obećava nagli porast investicija i dolazak stranih poduzetnika u potrazi za prirodnim, ljudskim i materijalnim resursima koji nisu iskorišteni ili su pogrešno usmjereni. Upravo je nautički turizam u Hrvatskoj plodno tlo koje su i prepoznali strani poduzetnici preusmjeravajući svoje flote na Jadran, razvijajući uspješne i danas nerijetko vodeće charter-kompanije.

ZNAČAJKE CHARTER-DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ / Characteristics of charter services in the Republic of Croatia

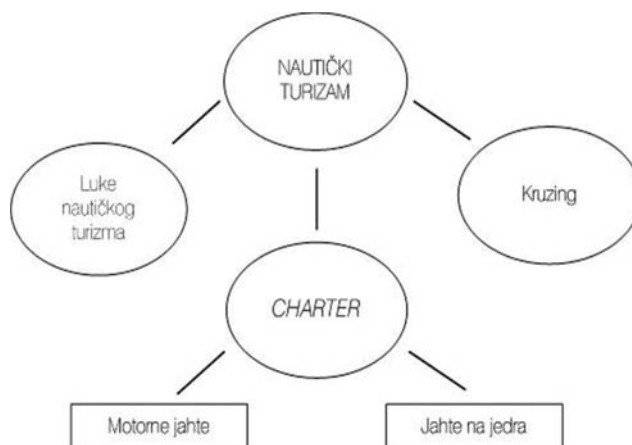
Povijesno gledajući, pojam *chartera* se prvi puta spominje tridesetih godina prošlog stoljeća, i to u Nizozemskoj, a potom se dalje širio Europom pa poslije Amerikom. *Charter* kao gospodarska djelatnost, a osobito kao segment nautičkog turizma, relativno je novijeg datuma, i prvi put se pojavila na Azurnoj obali 1955. godine.¹ Začetnici *charter*-djelatnosti u Hrvatskoj su sljedeće tvrtke: ACI, SAS, Coning, AYC, Moorings, Hetzel yachting, Ecker yacht. *Charter*-plovila bila su 99% pod stranom zastavom, a za vrijeme komercijalnog iskorištavanja bila su pod režimom privremenog uvoza.

U početku su se pretežno iznajmljivali motorni brodovi, no danas u *charter* ulaze sve vrste plovila, od jedrilice za krstarenje ili regatu, preko katamarana do motornih brodova, jahti i megajahti koje su osobito zadnjih godina zastupljene u manjem opsegu.

No, treba sagledati gdje se nalazi *charter*-djelatnost u sveukupnom nautičkom turizmu. Nautički turizam u sebi inkorporira upravljanje lukama nautičkog turizma,

¹ A. Dulčić, *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Ekokon, Split, 2006., str. 23

kruzing i *charter*-djelatnost, koja je i tema ovog rada. Shema broj 1. ilustrira i daje pregled svih činitelja nautičkog turizma u Hrvatskoj.



Shema 1. Model klasifikacije osnovnih činitelja nautičke djelatnosti

Shema 1. Model of classification of basic types of nautical activities

Izvor: Obrada autorâ prema T. Luković, i Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007, str. 123

Prema shemi 1. luke nautičkog turizma kategoriziraju se u marine, sidrišta, suhe marine i prostor za odlaganje plovila na kopnu.² U Hrvatskoj je 2009. godine registrirano 98 nautičkih luka, od čega je 48 marina i 10 suhih marina s kapacitetom od 16.848 vezova. Ukupna površina akvatorija svih luka je 3.293.558 m².³

Kruzing je vrsta nautičkog turizma koja označava kružna putovanja plovilom kruzing-kompanije s „all inclusive“ uslugom. Značenje kruzinga potrebno je promatrati s dva aspekta. S aspekta ponude plovila za kruzing u kojem ponudu čini samo plovilo, i s aspekta gdje su svi sadržaji uključeni u ponudu. „Hrvatska Cruise“ ponuda temelji se na *old timer* floti trabakula-kruzera.⁴

² Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, NN, 72/08.

³ Priopćenje Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, www.dzs.hr, 15. 12. 2010.

⁴ www.trabakullarus.hr 15. 12. 2010.

Charter nautička djelatnost je najmlađa skupina čimbenika u ponudi nautičkog turizma, koja je definirana kao usluga u nautičkom turizmu a obuhvaća sljedeće: iznajmljivanje veza u lukama nautičkog turizma za smještaj plovni objekata i turista nautičara koji borave na njima, iznajmljivanje plovni objekata s posadom ili bez posade, s pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja, radi odmora, rekreacije i krstarenja turista nautičara (*charter*, *kruzing*), usluge upravljanja plovnim objektom turista nautičara, prihvat, čuvanje i održavanje plovni objekata na vezu u moru i suhom vezu, usluge opskrbe turista nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom), uređenje i pripremanje plovni objekata, davanje različitih informacija turistima nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči) i druge usluge za potrebe nautičkog turizma.⁵

Charter ili *chartering* je poslovanje s plovilima, u smislu njihova iznajmljivanja nautičarima.⁶

Uslugu iznajmljivanja plovila u nautičkom turizmu mogu obavljati fizičke i pravne osobe ako ishode rješenje da su ispunjeni minimalni tehnički uvjeti o pružanju turističkih usluga iznajmljivanja plovila.

Ti uvjeti definirani su Pravilnikom o uvjetima, koji je donesen 21. ožujka 2005., što ih mora zadovoljiti plovni objekt i fizička ili pravna osoba koja obavlja djelatnost iznajmljivanja plovila.

Charter-tvrtka je fizička ili pravna osoba koja je registrirana u Republici Hrvatskoj za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja plovila.⁷ Tvrtka može iznajmljivati vlastita plovila ili plovila u vlasništvu druge domaće fizičke ili pravne osobe, i tada je riječ o *charter*-menadžmentu.

Jedan od važnijih propisa u iznajmljivanju *charter*-plovila je da plovila koja se iznajmljuju u Republici Hrvatskoj moraju ploviti pod hrvatskom zastavom, a tvrtka za svako plovilo u *charteru* mora ishoditi koncesijsko odobrenje za obavljanje te djelatnosti.⁸

Danas, *charter* predstavlja vrlo unosan posao, pri čemu se pretpostavlja da povrat uloženog kapitala iznosi 3-5 godina. Preduvjet za profitabilnost ove djelatnosti je između ostaloga prosječna popunjenost od 16 do 20 tjedana po plovidu, što je za Hrvatsku, s vrlo velikom konkurencijom ne samo na svjetskom tržištu već i zbog velike ponude unutar zemlje, vrlo teško izvedivo. Uz to se polazi od toga da plovilo nakon

⁵ Zakon o pružanju usluga u turizmu, NN, 68/07., čl. 45, st. 1.

⁶ T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 121.

⁷ Odnosi se na isti prije navedeni Pravilnik.

⁸ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture izradilo je i poseban *online* program *e-Crew* koji omogućava pravnim i fizičkim osobama koje se bave iznajmljivanjem jahti i brodica da obvezno prijave popise posade i putnika samostalno preko interneta, neovisno o tome gdje se nalaze i neovisno o radnom vremenu lučkih kapetanija.

pet godina takva intenziteta u *charter*-djelatnosti više nije prikladno pa bi se trebalo isključiti iz *charter*-flote. Plovilo te starosti postaje teško iznajmiti jer zahtijeva jednak ili povećan angažman održavanja, a cijena najma mu pada. Dodatna otegotna činjenica je ta da se svakih pet godina mijenja struktura potražnje, i to u smislu vrste plovila, njegove veličine i opremljenosti.

Istodobno, današnja hrvatska *charter*-djelatnost obilježena je velikim *dampingom* cijena i padom kvalitete usluga. Iz ispitivanja provedenih s *charter*-kompanijama razvidno je kako je uz nekontroliran porast troškova upravo to ključni problem za nositelje ove djelatnosti.

Hrvatski kapital, oslabljen ratnim zbivanjima i poslijeratnim oporavkom, te pogrešnim gospodarskim potezima, nije imao moć prevladati pa ni preživjeti jaku konkurenciju. Paralelno s tim dotadašnje zakonske odredbe dale su prostor crnom *charteru* i nekontroliranom odlasku neoporezivanog kapitala iz Hrvatske. Sredinom prvog desetljeća u novom tisućljeću konačno se stalo na put crnom *charteru* uz pojačanu kontrolu pa su se donijele porezne odredbe pri pružanju usluga stranih poduzeća. Do tada su se hrvatske kompanije snažno borile uz pomoć svojih prednosti dugogodišnje tradicije i poznavanja domaćeg terena, te adutima hrvatskoga gostoprimstva, čime je ipak bio privučen znatan broj nautičara. S naglim porastom broja registriranih *charter*-kompanija s nešto plovila u pojedinoj floti, narušena je ravnoteža, s jedne strane, prevelikom ponudom u odnosu prema potražnji, a s druge strane, naglim obaranjem cijena što su ga poduzele nove *charter*-kompanije zbog postojeće konkurencije i napora da se probiju na tržište. Doda li se tomu stalan porast troškova u marinama, trošarine pri uvozu novih plovila i nove nepoticajne zakonske odredbe, nemoguće je tvrditi da je hrvatski nautički turizam imao realne mogućnosti za porast kvalitete i standarda kakve je očekivala i očekuje vrlo dinamična i promjenjiva potražnja.

Iz mnoštva *charter*-kompanija moguće je izdvojiti tri skupine koje se razlikuju u pogledu formiranja cijena i kvalitete usluge. Prva obuhvaća one što svoje cijene još uvijek drže na višim razinama, s razumnim popustima od 5 do, najviše, 15% u razdoblju ranoga i *last minute bookinga*, nudeći svojim klijentima visoku ili višu kvalitetu plovila i usluga. Te kompanije svoje cijene formiraju prema starosti i opremljenosti plovila, pri čemu razina usluge ostaje nepromijenjena. Drugu skupinu čine one kompanije koje imaju oscilacije ovisno o stanju na tržištu i o dijelu sezone. Njihove cijene pripadaju srednjoj klasi, uz prikladnu i pouzdanu kvalitetu plovila i usluge. Starost je plovila različita pa u skladu s time i cijene, slično kao i kod prve skupine. Razlika između

njih je ta što u posljednja dva tjedna prije starta *chartera* njihove cijene mogu padati i do 40% uz zadržavanje postojeće kvalitete. Zašto je to tako, govori jedna od bitnih činjenica: *charter*-kompanije iz prve skupine drže da je veći profit postignut uz manji broj *charter*-tjedana i stalne cijene više razine, dok one iz druge skupine, uz podršku te tvrdnje, podržavaju i stav da se u posljednjem tjednu može dopustiti i veći pad cijena kako bi se ipak približilo planiranom broju *charter*-tjedana. No ne smije se pritom zanemariti opasnost da tržište potražnje takve poteze može iskoristiti na štetu svih kompanija i svoju odluku o *charteru* u budućnosti donijeti tek u posljednjem trenutku. Dobar je primjer za to zrakoplovni prijevoz; on je u posljednji tren prepoznao tu opasnost i cjenovnu je politiku okrenuo u suprotnom smjeru. Približavanjem datumu leta, cijene tako rastu dnevno. Na taj način potražnja je prisiljena svoje putovanje planirati unaprijed, čime ne izaziva neizvjesnost i konkurentsku borbu *damping*-cijenama. U treću skupinu svrstavaju se *charter*-kompanije koje, iz svojih poslovnih razloga i ciljeva, otežavaju poslovanje ostalih kompanija i narušavaju imidž hrvatskome nautičkom turizmu. Naime, njihova je cjenovna politika za konkurenciju poražavajuća, no jedna olakotna činjenica je da takve *charter*-kompanije privlače uglavnom nove nautičare. Oni se prvi put susreću s nautičkim turizmom, pa, u potrazi za najpovoljnijim ponudama, ne razmišljaju o kvaliteti i ne uspoređuju ih s ostalim ponudama kojih su cijene u većini više i do 30% bez obzira na vrijeme *bookinga*. *Charter*-kompanije toga tipa često oblikuju cijene flote prema ispravnosti i stanju plovila. Naime, ono koje je u prikladnom stanju, ima razinu cijene sličnu tržišnim koje su u Hrvatskoj. No, njihovu flotu čine uglavnom plovila u neprikladnom stanju, pa su cijene, u skladu s tim, vrlo niske. Čak 99% zato završava s reklamacijom i vrlo nezadovoljnim gostom. Poznato je da je promocija od „usta do usta“ najbolja, stoga ovakvi primjeri imaju dvostrano značenje. S jedne strane, gosti/nautičari će svojim nezadovoljstvom odašiljati poruku da je hrvatska ponuda neprikladna za njihov standard, ali će se ujedno i negativnim reklamirati i ona kompanija koja je za to zaslužna. Veliku odgovornost u tom pogledu nose i agencije koje surađuju s kompanijama. U tom smislu, one imaju zadaću goste upoznati s postojećim ponudama i upozoriti na bitne činjenice u odnosu između cijene i usluge. Nažalost, još uvijek je mnogo agencija aktivno koje, bez obzira na već postojeće stanje konkurencije među *charter*-kompanijama, i dalje kreiraju svoju cjenovnu politiku prema klijentima, narušavajući dodatno cijeli postojeći sustav.

Rješenje koje se nudi zahtijeva prije svega

inicijativu *charter*-kompanija, uz podršku legislative, da se ovoj djelatnosti dodatno ne otežava poslovanje donošenjem naglih i nepromišljenih zakona. Zatim, potrebno je izvan zakonskih okvira (jer bi procedura trajala predugo) uskladiti minimalnu razinu kvalitete plovila i usluge u *charteru*, prihvaćanjem određenog standarda. Primjer mogu biti neke *charter*-kompanije koje su se svojom kvalitetom i višom razinom cijena uspjele održati na tržištu uz određenu stopu rasta. Inicijativu je najlogičnije pokrenuti ili na razini postojećih udruga ili na razini skupine *charter*-kompanije jedne marine, grada, općine ili iste lokalne samouprave, koje imaju vrlo slične poteškoće, kao što su troškovi marine i slično. Ta će udruženost biti potrebna kako bi se svi izborili za svoj položaj u budućnosti i spriječili daljnju aktivnost neprofesionalnih i nelojalnih poduzeća. S ujednačenom kvalitetom i strogo utvrđenim pravilima *charter*-kompanije će imati mogućnost upravljati svojom cjenovnom politikom i prema uporednim gostima i prema *charter*-agencijama s kojima rade. Naime, uloga agencija u ovom pothvatu ne smije se izostaviti jer bez njihova uključivanja u takve inicijative, neće biti znatnih promjena. Upravo se agencije, kao jedan od glavnih kanala prodaje, moraju upozoriti na tu problematiku i, po potrebi, ograničiti im maksimalnu razinu promjene njihove cijene, no uz opravdanu kvalitetu usluge i profesionalnost.

ISTRAŽIVANJE I ANALIZA CHARTER-TRŽIŠTA U AUSTRIJI I NJEMAČKOJ / *Research and analysis of the charter market in Austria and Germany*

U sklopu prve hrvatske *Four Stars* konferencije *charter*-tvrтки za unapređenje kvalitete usluga i odnosa s klijentima (gostima) i partnerima, na sastanku Yachtpoola koji je održan u Biogradu, u listopadu, 2009. godine prezentirano je istraživanje i analiza *charter*-tržišta u Austriji i Njemačkoj za segment tržišta Hrvatske i Slovenije u sezoni 2009. Toj inicijativi Yachtpoola Hrvatske, Yacht-Pool Internationala iz Austrije i Ageme iz Koprivnice, pridružile su se 24 domaće *charter*-tvrтки i jednak broj *charter*-agencija s njemačkog govornog područja poradi reinženjeringa hrvatskog *chartera*, i to prije svega u kvaliteti njegovih usluga i kvaliteti odnosa s agencijama.⁹ Neki od uvjeta koje postavlja inicijativa *Four Stars* jesu: održavanje brodova, minimalna tehnička opremljenost (sukladno suvremenim zahtjevima gostiju), način komunikacije s gostima, znanje i vještine djelatnika, cjenovna politika u kojoj se posebno pridaje pozornost nekontroliranim

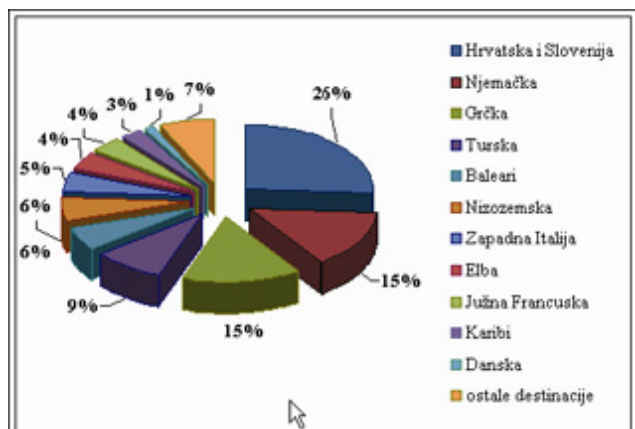
⁹ http://www.4stars-charter.com/hr/4_Stars_Charter_Quality/, 5. 6. 2010.

popustima.¹⁰

U nastavku ove elaboracije izložit će se neki rezultati istraživanja prezentiranoga u sklopu Yachtpoola¹¹ o zadovoljstvu *charter*-gostiju u sezoni 2009., te očekivanja za 2010. godinu. Rezultati su nastali intervjuiranjem skipera¹² koji su u 2009. godini unajmili plovilo. Analiza pokazuje potencijal i trendove na tržištu, kanale ugovaranja *chartera*, stupanj zadovoljstva uslugama i postotak povratka ovih gostiju.

Na pitanje gdje su gosti iz Njemačke proveli svoj godišnji *charter* odmor u 2009. godini, odgovori su grafički prikazani grafikonom 1.:

- Hrvatska i Slovenija 26%,
- Njemačka i Grčka po 15%,
- Turska 9%,
- ostale destinacije poput Nizozemske, Italije, Elbe, Francuske, Kariba i Danske 1 – 7%.



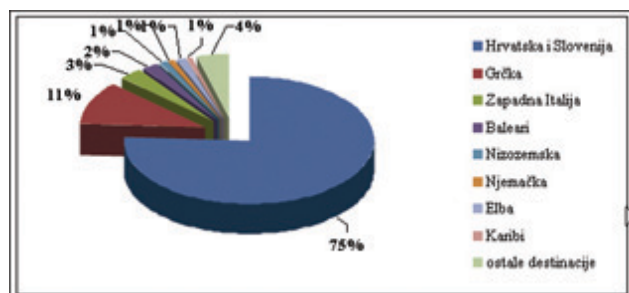
Grafikon 1. Pregled odabira *charter*-destinacija njemačkih nautičara u 2009. godini

Graph 1. Overview of the selected *charter* destinations of German sailors in 2009

Izvor: Obrada autorâ prema istraživanju Yachtpoola za 2009./2010. godinu, Biograd, 2009.

Odgovori austrijskih nautičara na isto pitanje prikazani na grafikonu 2.:

- Hrvatska i Slovenija 75%,
- Grčka 11%,
- ostale destinacije kao Italija, Baleari, Nizozemska, Njemačka, Elba, Karibi, Seycheli s udjelom od uglavnom 1 – 3%.



Grafikon 2. Pregled odabira *charter*-destinacija austrijskih nautičara u 2009. godini

Graph 2. Overview of the selected *charter* destinations of Austrian sailors in 2009

Izvor: Obrada autorâ prema istraživanju Yachtpoola za 2009./2010. godinu, Biograd, 2009.

Sljedeći podaci u tablici 1., vrlo su bitni za planiranje potencijala *charter*-agencija jer pokazuju kojim kanalima se za 2009. godinu realizirao *booking*.

Ako se ovim rezultatima pridodaju zanimljivi podaci da je, primjerice, u 2008. godini na *charter*-plovilima bilo oko 55.000 isplovljavanja, koja se mogu otprilike izjednačiti s brojem *bookinga*, i ako se uvidi da je udio *charter*-gostiju iz Njemačke iznosio 13,5%, a udio Austrije 15% ukupnog broja ovih gosti u istoj godini, tada se može reći da se preko agencija iz Austrije realiziralo gotovo 4.000 *charter*-ugovora i iz Njemačke 5.100 takvih ugovora.

Yachtpool je također obavio ispitivanje i za način dolaska. Većina ovih turista doputovala je osobnim automobilom, i to njemačkih 61%, a austrijskih 93%; zatim slijedi zrakoplov s 36% i vlak s 3% kad je riječ o njemačkim gostima.

I jedna i druga skupina ispitanih gosti je s gotovo 100% učestalosti bila zadovoljna destinacijom, što se potvrđuje i ispitivanjem TOMAS nautika 2007.¹³ Kad je riječ o pojedinačnim uslugama, kao što su restorani, *yacht* baze, marine, brodovi, ljubaznost i opće zadovoljstvo, tada su rezultati (prema tablici 2.) uglavnom vrlo zadovoljavajući. Gastronomijom su austrijski i njemački nautičari gotovo podjednako zadovoljni (ili vrlo ili

¹³ Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj 2007., TOMAS Nautika, Institut za turizam, Zagreb, 2008.

¹⁰ Članice su dogovorile maksimalni popust od 15%

¹¹ Yachtpool je osiguravajuća kompanija specijalizirana za osiguranje plovila, *charter*-aranžmana i odgovornosti skipera

¹² U ovom primjeru misli se na goste nautičare koji su iznajmili plovilo a nalaze se u evidencijskoj bazi Yachtpoola kao osobe koje su ovlaštene za upravljanje plovilom.

srednje zadovoljni). Ono što je vrlo zanimljivo za *charter*-djelatnost jest ocjena koja se odnosi na yacht baze, tj. na pojedine *charter*-tvrtke i njihovu organizaciju te opremu pri preuzimanju i vraćanju plovila. Ta je usluga od obiju skupina gosti ocijenjena kao vrlo dobra, i to s gotovo 80% učestalosti. Samo 4 – 6% je tu uslugu ocijenilo lošom. Ocjene za ovaj dio usluge mogu biti i pod utjecajem zadovoljstva gosta ljubaznošću osoblja, marinom i tehničkim stanjem plovila, pa je zanimljivo proučiti i ta tri segmenta koji čine *charter*-djelatnost. Kad je riječ o marinama i plovilima, ocjene su gotovo

dobro, a 25% srednje dobro. Dakle, ima još prostora za poboljšanje cjelokupne ponude nautičkog *chartera*.

Promatrajući trend zadovoljstva gostiju uslugama u *charter*-bazi od 2004. do 2009. godine, može se uočiti da je stupanj zadovoljstva bio najviši u 2004. godini, nakon čega se bilježi pad sve do 2008. godine. U 2009. ocjene su ponovno počele rasti no još nije postignut rezultat iz 2004. godine.

Zadovoljstvo nautičara *charter*-tvrtkom razvidno je iz tablice 3. Rezultati su vrlo zadovoljavajući, ali je

Tablica 1. Kanali bookinga u 2009. godini za *charter*-goste Njemačke i Austrije
Table 1. Booking channels in 2009 for charter guests from Germany and Austria

Podrijetlo gosti	Agencija/ neposredno	Agencija/ internet	Charter-kompanija/ internet	Charter kompanija/ direktno	Broker preko interneta
Njemačka	41%	28%	13%	13%	4%
Austrija	23%	24%	13%	35%	6%

Izvor: Obrada autorâ prema dijagramu iz „Istraživanja i analize *charter* tržišta Austrije i Njemačke“, Yachtpool, Biograd, 2009.

Tablica 2. Zadovoljstvo austrijskih i njemačkih nautičara uslugama u 2009. godini
Table 2. Satisfaction Austrian and German sailors with recived services in 2009

Vrsta usluge	Austrijski nautički turisti			Njemački nautički turisti		
	Vrlo dobro	Srednje dobro	Loše	Vrlo dobro	Srednje dobro	Loše
Restorani	44%	50%	6%	48%	44%	8%
Yacht baze	80%	16%	4%	74%	20%	6%
Marine	63%	33%	4%	65%	32%	3%
Plovila	67%	28%	5%	64%	30%	6%
Ljubaznost	69%	27%	3%	70%	25%	5%
Opće zadovoljstvo	74%	25%	1%	72%	25%	3%

Izvor: Obrada autorâ prema dijagramima iz Istraživanja i analize *charter*-tržišta Austrije i Njemačke“, Yachtpool, Biograd, 2009.

identične. Oko 65% ispitanika iz jedne i druge zemlje ove dvije cjeline ocijenilo je kao vrlo dobro, no taj je udio ipak manji nego kada je riječ o *yacht* bazama. Ocjena upućuje na činjenicu da nema dostatno marina i drugih vrsta luka nautičkog turizma što nude cjelovitu uslugu kao matične marine u kojima gosti preuzimaju i vraćaju plovila. Ljubaznost su i austrijski i njemački gosti sa 70% učestalosti ocijenili vrlo dobrom, no ti su rezultati nešto lošiji od ocjene yacht baza. Generalno je opće zadovoljstvo gosti sa gotovo 75% ocijenjeno kao vrlo

zanimljivo kako su austrijski gosti te tvrtke ocijenili bolje nego njemački. Bilo bi poželjno doznati razlike u očekivanjima tih dviju skupina kako bi se za jačanje konkurentnosti pojedinih *charter*-tvrtki ocjena „dobro“, s udjelom od 23% za austrijske turiste i 38% za njemačke, s vremenom pretočila u ocjenu „veoma dobro“.

Tablica 3. Zadovoljstvo austrijskih i njemačkih gosti charter-tvrtkom u 2009. godini
 Table 3. Satisfaction of Austrian and German guests with charter company in 2009

Gosti	Veoma dobro	Dobro	Srednje	Dovoljno	Loše
Njemačka	47%	38%	9%	4%	4%
Austrija	65%	23%	6%	2%	4%

Izvor: Obrada autorâ prema dijagramima iz „Istraživanja i analize charter-tržišta Austrije i Njemačke“, Yachtpool, Biograd, 2009.

Prethodno su izneseni podaci o kanalima rezervacija za charter. Po ispitivanju zadovoljstva agencijom koja je posredovala u rezervaciji plovila, gosti su se pretežno očitivali kao veoma zadovoljni, i to njemački turisti sa 65% i austrijski sa 74%; za ocjenu „dobro“ odlučilo se njih 28% i 19% te 6% i 2% za ocjenu „srednje“. Neznatni postoci raspodijelili su se na ocjene „zadovoljavajuće“ i „loše“.

Jedan od podataka zanimljivijih za očekivanje u sezoni 2010. u smislu povezanosti s gospodarskom krizom bili su odgovori gosta na pitanje hoće li ponovno charterirati u 2010. godini. Čak 100% austrijskih i 82% njemačkih turista odgovorilo je potvrdno. Od 18% njemačkih turista koji se nisu pozitivno izjasnili na prethodno pitanje, njih je 3% odgovorilo negativno ne navodeći razlog odustajanja, 11% još nije donijelo odluku i preostalih 3% za neodlučnost krivi gospodarsku krizu. Vrlo bitan podatak je taj da ni jedan gost iz Austrije nije odgovorio negativno navodeći gospodarsku krizu kao razlog odustajanja.

Ono što daje pozitivna očekivanja hrvatskome nautičkom turizmu odgovori su na pitanje hoće li se ti isti gosti ponovno vratiti u Hrvatsku ili Sloveniju. Njih 75% odgovorilo je potvrdno, pa se daje očekivati da će sezona proteći približno očekivanjima jer je u 2007. godini stopa „vjernih“ nautičara iznosila 80%. U daljnjem nastavku rada daje se pregled charter djelatnosti i tržišta Hrvatske i Slovenije.

„FOUR STARS CHARTER QUALITY“ U CHARTER-DJELATNOSTI HRVATSKE / „Four Stars Charter Quality“ in charter activity of Croatia

„Four Stars Charter Quality“¹⁴ je inicijativa za reinženjering hrvatskog chartera i to prije svega u kvaliteti njegovih usluga i kvaliteti odnosa s agencijama.

¹⁴ „Four Stars Charter Quality“ inicijativu pokrenuo je Yacht-Pool Hrvatska, Yacht-Pool International iz Austrije i Agema iz Koprivnice

Inicijativa je razrađena u Elaboratu o sadašnjem stanju kvalitete usluga i odnosa u charteru, te perspektivi koju bi omogućila promjena marketinške strategije u kojoj bi osnovni i trajni cilj bio neprestani razvoj kvalitete usluga u charter-tvrtkama. Postupno je sazrijevala ideja da se osnuje „Four Stars Pool“, koji bi sjedinio hrvatske charter-tvrtke i njihove flote u zajedničku ponudu prema gostima i agencijama, ali prema pravilima i procedurama zajednički prihvaćenoga kodeksa. Tom prilikom donesen je *Four Stars Kodeks*¹⁵ i aklamacijom je odlučeno da se ide u osnivanje „Four Stars Poola“, poradi zaštite interese svojih članica, i u stvaranje „Four Stars flote“, koja će konkurirati za najzahtjevnije klijente. Trajna zadaća Pool-a pritom jest uvesti standarde kvalitete i neprestano poboljšavati usluge u radu ovih tvrtki.¹⁶

„Four Stars inicijativa“ charter-firmama svojim članicama jamči: poboljšanje likvidnosti i povećanje dobiti, veću bazu podataka agencija, korištenje novim sustavom za rezervacije i pomoć u rješavanju problema cjenovnog rata i unapređenja kvalitete.

Za nautičare ta inicijativa znači izbor najboljih plovila u traženoj destinaciji, osiguranje uplate charter-cijene u slučaju insolventnosti agencije ili tvrtke, pravno osiguranje na temelju tzv. *Fairtraga* (Fair ugovora) koji klijentima osigurava pravnu sigurnost u sporu s charter-tvrtkom ili agencijom, mogućnost *bookinga* leta, pravedne uvjete bez potrebe cjenkanja i slično. Charter-agencijama „Four Stars“ nudi rješavanje problema nelikvidnosti i povećanje dobiti, pomaže u motiviranju klijenata da rezervacije obavljaju preko njih umjesto izravno u charter-tvrtki i slično.

Odgovor zašto je „Four Stars“ pokrenuo ovu inicijativu i ponudio nabrojana rješenja proizlazi iz poteškoća s kojima se suočava charter-tržište u protekle tri godine. Zbog manjka potražnje u odnosu prema ponudi, cjenovna borba s visokim popustima i davanje dodatnih usluga bez nadoplate postale su gotovo jedini

¹⁵ *Four Stars Charter Quality* Kodeks je skup pravila i procedura u odnosima charter-tvrtki prema klijentima i prema agencijama. Članice Four Starsa su sljedeće tvrtke koje raspolažu flotom u Hrvatskim marinama: Beta Yachting (motorne jahte u Sukošanu, Marina Dalmacija), Foka Nautika (jedrilice i motorne jahte u Šibeniku, Marina Mandalina), Mir Amo Nautika (jedrilice u Sukošanu, Marina Dalmacija), Nautic Adria (jedrilice u Puli / Veruda i Sukošanu, Marina Dalmacija), Navigo (jedrilice i motorne jahte u Sukošanu, Marina Dalmacija), Pulena (jedrilice u Splitu, marina Špinut), Royal Yachts (jedrilice u Sukošanu, Marina Dalmacija), Waypoint (jedrilice i motorne jahte u Rovinju, Puli, Trogiru, na Murteru i Dubrovniku), Dalmatia Charter (jedrilice u Primoštenu i Trogiru), Kroki (jedrilice i motorne jahte u Sukošanu, Marina Dalmacija) Nautika Centar Nava (jedrilice i motorne jahte u Splitu), Pitter Yachting (jedrilice i motorne jahte u Puli/Veruda, Biogradu, Murteru, Šibeniku, Trogiru i Splitu), Ro-charter (jedrilice u Puli / Bunarina), Sail Croatia / Jedrenje (jedrilice u Kaštelima), Sailing Europe Charter, (jedrilice na Šolti, Rogač) i Ultra Sailing Charter (jedrilice – Kaštela, Trogir i Dubrovnik).

¹⁶ http://www.4stars-charter.com/hr/4_Stars_Charter_Quality/ 5.6.2010.

argumenti za uvjeravanje gostiju. Paralelno s tim nastaje pad kvalitete usluge i plovila, reklamacija gosti, te pad imidža. No na cjenovni rat ne utječu samo *charter*-tvrtke već i agencije. Mnoge agencije poradi „preotimanja“ gostiju nude plovila po *damping*-cijenama čime njihova zarada biva svedena na minimum. Iz godine u godinu tako od potražnje dolaze novi zahtjevi za sve većim smanjenjem cijena, ali i za boljim uvjetima, visokom kvalitetom i bogatom ponudom. U protekle dvije do tri godine *booking* se iz vremena *first minute* i sajmovskih akcija prebacio u *last minute*, što uvelike opterećuje financijsku stabilnost uglavnom *charter*-tvrtka, ali i agencija. To opterećenje uzrokovano je najnižom prodajnom cijenom i naplatom u posljednji trenutak.

su aktivna 2,2 *charter*-plovila. Bitno je istaknuti da obje *charter*-tvrtke posluju već više od pet godina. Zanimljiv je podatak da od ukupnog broja plovila, 98% pripada plovilima na jedra koja su novijeg godišta proizvodnje (većinom 2010.) te nautičari nisu imali primjedbe na tehničko stanje plovila. Nadalje, uočen je trend da se nautičari sve više vraćaju potpunom doživljaju prirode, miru i tišini koji se može najbolje osjetiti upravo jedrenjem. Međutim valja naglasiti da je i recesija koja je zahvatila i područje nautičkog turizma također ostavila traga visokom cijenom goriva i skupim održavanjem motornih jahti.

Nadalje, udio nautičara po zemljama u *charter*-tvrtkama za 2009. godinu u Sloveniji je raspoređen tako da 31%

Tablica 4. Raspoloživi kapaciteti u marinama Republike Hrvatske i Republike Slovenije u 2009. godini
Table 4. The available capacities in marinas of Republic Croatia and Republic Slovenia in 2009

Zemlja	Površina akvatorija (m ²)	Dužina obale (km)	Broj marina	Broj vezova u marinama	Udio vezova u ukupnom broju vezova na Mediteranu (u %)	Prosječna cijena godišnjeg veza (€)
Hrvatska	3.293.558	5.835	58	16.848	6,0	3,430
Slovenija	183.000	32	3	1.820	0,7	4,409

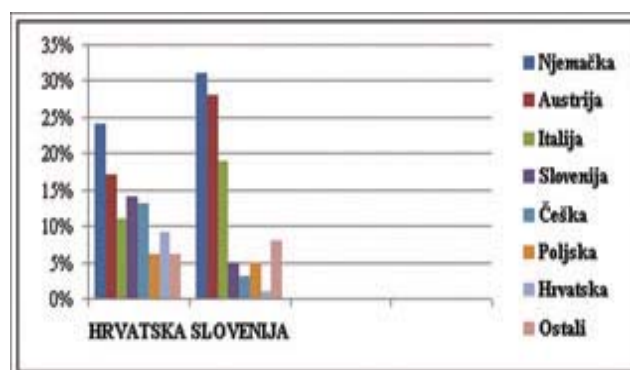
Izvor: Obrada autorâ prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske i Republike Slovenije

OBILJEŽJATRŽIŠTACHARTER-DJELATNOSTI HRVATSKE I SLOVENIJE / Features of charter activity market in Croatia and Slovenia

U svrhu znanstvene vrijednosti rada, autori su dodatno istražili slovenske *charter*-tvrtke, te stavili u odnos hrvatsko i slovensko *charter*-tržište. Republika Slovenija u svom sastavu ima samo 3 marine sa 1.820 vezova, te površinu akvatorija 183.000 m².¹⁷ U tablici 4. stavljen je u odnos prikaz raspoloživih kapaciteta u marinama Hrvatske i Slovenije za 2009. godinu.

Analizirajući podatke iz gornje tablice, vidljivo je da Slovenija po nautičkim kapacitetima bitno zaostaje za Republikom Hrvatskom. Interesantan je podatak da Slovenija čini samo 0,7 %, dok se u Hrvatskoj nalazi 6% od ukupnog broja vezova na Mediteranu a ipak je cijena godišnjeg veza u Sloveniji 28% viša nego u Republici Hrvatskoj. Za potrebe ovog rada istražene su dvije renomirane *charter*-tvrtke u Sloveniji: Adria service – Izola i Navtik Plus Jonathan yachting – Portorož. Ukupan broj plovila u *charteru* je 60 plovila a zaposleno je 26 djelatnika, od čega 50% sezonskih. Kao i u Republici Hrvatskoj, na jednog djelatnika prosječno

nautičara dolazi iz Njemačke, 27% iz Austrije, 19% iz Italije, 6% iz Slovenije, a minimalan je udio hrvatskih nautičara. Dobiveni podaci stavljeni su u korelaciju s podacima Republike Hrvatske u sljedećem grafikonu.



Grafikon 3. Struktura nautičara prema zemljama dolaska u Hrvatskoj i Sloveniji za 2009. godinu u %
Graph 3. Structure of charter tourists according to their nationality in Croatia and Slovenia in 2009 by %

Izvor: Obrada autorâ prema izvršenom istraživanju

¹⁷ Državni zavod za statistiku Republike Slovenije <http://www.stat.si/>, 15. 12. 2010.

Sintetizirajući podatke iz grafikona 3., može se zaključiti da u Republici Hrvatskoj (preko 50%) i Sloveniji (čak 78%) prevladavaju nautičari iz Njemačke, Austrije i Italije. Slovenski nautičari prepoznali su kvalitetu hrvatskih *charter*-kompanija međutim, hrvatski nautičari u neznatnom broju koriste *charter*-usluge u Sloveniji. Obje slovenske *charter*-tvrtke u potpunosti su zadovoljne sezonom 2009. Smatraju da su najbolji rezultati postignuti u zadovoljstvu nautičara, ali su izostali očekivani financijski rezultati. Čak 40% *bookinga* ostvareno je u predsezoni kao i u razdoblju bez posebnih popusta i akcija a tek 20% u *last-minute* razdoblju. Uspoređujući ove podatke sa rezultatima u Hrvatskoj može se zaključiti da je u Hrvatskoj manji postotak *bookinga* sklopljen u razdoblju bez posebnih cijena, a veći u *last-minute* što je i odraz cjelokupne gospodarske situacije u Republici Hrvatskoj.

U Sloveniji kao i u Republici Hrvatskoj, najučestaliji oblik i kanal promoviranja i prodaje *charter*-usluga prema rezultatima istraživanja odnosi se na promoviranje putem Interneta i sajмова.

Analizirajući očekivane rezultate u aktualnoj turističkoj sezoni može se zaključiti da Slovenske *charter*-tvrtke, kao i Hrvatske, očekuju pozitivne financijske rezultate i uvećan promet za 12% (u RH 16%) iako neće zapošljavati nove radnike i minimalno će obnoviti *charter*-flotu. *Charter*-tvrtke u Sloveniji otežavajućim faktorom poslovanja smatraju u prvom redu neloyalnu konkurenciju, zatim troškove marine pa zakonske propise dok u Republici Hrvatskoj, *charter*-tvrtkama najviše poteškoća u poslovanju stvaraju visoke cijene u marinama.

Zaključak ovog istraživanja je također zanimljiv, a prema kojem *charter*-tvrtke smatraju da ne postoji problem nedostatka potražnje kao što je bilo očekivati u 2009., zbog širenja svjetske ekonomske krize.

Uzimajući gore navedenu korelaciju podataka istraživanja, rješenje koje se nudi zahtjeva prije svega inicijativu *charter*-kompanija uz podršku legislative u smislu da se *charter*-djelatnosti ne otežava dodatno poslovanje donošenjem naglih i nepromišljenih zakona. Nadalje potrebno je izvan zakonskih okvira uskladiti minimalnu razinu kvalitete plovila i usluge u *charter*u usvajanjem određenog standarda i to prema primjeru *charter*-kompanija koje su se svojom kvalitetom i višom razinom cijena uspjele održati na tržištu uz određenu stopu rasta.

S ujednačenom kvalitetom i strogo utvrđenim pravilima, *charter*-kompanije imat će mogućnost upravljati cjenovnom politikom, kako prema direktnim gostima, tako i prema *charter*-agencijama s kojima

rade. Naime, uloga agencija u ovom pothvatu ne smije se izostaviti jer bez njihova uključivanja u takve inicijative neće biti znatnih promjena.

Upravo se agencije kao jedni od glavnih kanala prodaje moraju upozoriti na tu problematiku i po potrebi im ograničiti maksimalnu razinu promjene njihove cijene prema gostima, no uz opravdanu kvalitetu, uslugu i profesionalnosti, kao i nepristranost u davanju prednosti jednoj agenciji u odnosu prema drugima.

ZAKLJUČAK / Conclusion

Svrha i cilj ovog rada je bio pokušaj autora u što obuhvatnijem broju objektivnih činjenica i mišljenja, i na strani ponude i na strani potražnje, te prateći trendove na globalnome turističkom tržištu, ponuditi moguće smjernice budućeg razvoja, i postavljanje strategije *charter*-djelatnosti u Republici Hrvatskoj.

Isto tako, „Four Stars Charter Quality“ pokrenuo je inicijativu i ponudio rješenja za redizajn cjelokupnoga poslovanja u hrvatskim *charter*-kompanijama kako bi se pomoglo u postignuću boljega poslovanja u nadolazećim turističkim sezonama.

Poradi toga, *charter*-djelatnost i kvaliteta njegove usluge moraju biti na vrhunskoj razini prilagođene najzahtjevnijoj klijenteli nautičkog turizma. Da bi se to postiglo, jedinstvo tih kompanija je neizbježno. Hrvatske *charter*-kompanije imaju priliku, po vlastitoj inicijativi i izboru, nastupiti na tržištu kao jedinka, i to s prepoznatljivom kvalitetom usluge i cjenovnom politikom.

Istraživanja pokazuju da se može očekivati porast vrijednosti spajanja i preuzimanja kompanija i za više od 50 % u godini ulaska u EU, te stvaranje više većih tvrtka na hrvatskom tržištu.

Očekujući povećan ulazak konkurentskih tvrtka iz Europe i svijeta, domaće bi tvrtke gubile poziciju, pa su počele shvaćati kako su ipak premale da bi se uspješno nosile s takvom konkurencijom. Zbog toga je „Four Stars inicijativa“ pravo rješenje za hrvatske *charter*-kompanije, jer će se u suprotnom, nažalost, morati suočavati s prisilnim rješenjima što će ih nametnuti tržište po ulasku u Europsku Uniju.

Nadalje, navedeni podaci dobiveni istraživanjem u ovom radu pokazuju da nema straha od nedostatka potražnje, ali da mnogo veći problem predstavlja višak ponude i neloyalna konkurencija. Ipak, dolaskom recesije smanjena je kupoprodaja novih i polovnih plovila od strane malih potrošača čime se povećao interes za *charterom*. Skuplje europske i svjetske *charter*-destinacije zamijenjene su onim bližima i

cjenovno pristupačnijima.

Stoga, Hrvatska kao zemlja bliska glavnim europskim emitivnim zemljama je dolaskom svjetske krize, ovim tržištima postala logičniji izbor alternativne i povoljnije nautičke destinacije.

Zaključno, budući razvitak *charter*-djelatnosti u Hrvatskoj mora se temeljiti na istraživanju nautičkog tržišta i određivanju ciljnog tržišnog segmenta kojem će se prilagoditi cjelokupna ponuda. Nužno je kvalitativno unaprijediti turistički proizvod temeljen na komparativnim prednostima hrvatskog Jadrana. Hrvatska mora kreirati i prepoznatljivi nastup na nautičkom tržištu Europe. *Charter*-ponuda Hrvatske mora asocirati na sve konkurentne prednosti i motivirati potencijalne turiste na posjet Jadranskom moru i hrvatskim marinama.

LITERATURA / References

1. Dulčić, A., *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Ekokon, Split, 2006.

2. Luković, T., Gržetić, J., *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007.
3. Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj 2007., TOMAS Nautika, Institut za turizam, Zagreb, 2008.
4. Zakon o pružanju usluga u turizmu, NN, 68/07., čl. 45, st. 1.
5. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, NN, 72/08.
6. Priopćenje Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, www.dzs.hr
7. Državni zavod za statistiku Republike Slovenije, <http://www.stat.si/>
8. www.trabakullarus.hr
9. www.4stars-charter.com/hr/4_Stars_Charter_Quality/

Rukopis primljen: 7. 6. 2010.

