

Daniela Gračan*
Maja Uran**

ISTRAŽIVANJE POTREBA I ZADOVOLJSTVA NAUČARA U ACI MARINAMA

The customer satisfaction research in ACI marinas

ISSN 0469-6255
(217-227)

UDK 797.1 : 333.48
Prethodno priopćenje
Preliminary communication

Sažetak:

Koncepcija tržišnog poslovanja nameće potrebu da istraživanju tržišta posvetimo posebnu pozornost. U radu su navedeni rezultati istraživanja na temelju provedene ankete u šest odabranih ACI marina. Dobiveni rezultati uspoređeni su s rezultatima istovjetnog istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001, koje je proveo Institut za turizam, Zagreb. Na temelju podataka o potrebama, željama, stavovima i zapažanjima nautičkih turista te ocjenom performansi, navodi se način i mogućnost poboljšanja poslovanja i ponude ACI Cluba, nautičkog turizma a tako i hrvatskog turizma uopće.

Ključne riječi: *nautički turizam, ACI Club, istraživanje tržišta, strategija razvoja*

Abstract:

This paper presents the research that was conducted in six ACI marinas. The data was gathered with questionnaires. The results were compared with the results of similar research TOMAS-NAUTIKA 2001 by Institute of Tourism, Zagreb. The nautical tourists were asked about their needs and wishes, beliefs and opinions concerning their stay in ACI marinas. They were also asked to assess the satisfaction with the services in ACI marinas. Based on the analysis of these data, we suggest the methods and possibilities to improve service performances and business results of ACI marinas, nautical tourism and the Croatian tourism in general.

Key words: *nautical tourism, ACI Club, market research, development strategies*

1. Uvod

Introduction

Nautički turizam predstavlja najperspektivniji oblik selektivne turističke ponude u Hrvatskoj. Temelji se na zavidnim prirodnim ljepotama, čistom moru, mnoštvu otoka i otočića, uvala, neditrutoj prirodi, povoljnom zemljopisnom položaju, pravilnom demografskom razmještaju duž cijele obale, pomorskim i drugim ambijentalnim prednostima i ostalim atraktivnim faktorima primorskih destinacija.

Osnovni nosilac ponude nautičkog turizma je Adriatic Croatia International Club (ACI Club) koji ostvaruje 90% hrvatskog nautičko-turističkog prometa. ACI je sinonim jedinstvenog nautičkog sustava sa standardiziranim marinama. Sadrži 21 marinu od kojih 17 s cjelogodišnjim poslovanjem i 4 koje posluju sezonski. Pored marina koje pružaju ugostiteljske, tehničke, yacht charter i brackering usluge te usluge trgovačke ponude izdvaja se i ANA, nautička akademija te se organiziraju ACI regate (najpoznatija ACI CUP Match Race) s ciljem promicanja vrijednosti hrvatskog nautičkog turizma. Analiza svih fizičkih pokazatelja ACI Cluba (broj brodova na dnevnom, mjesečnom i godišnjem vezu) pokazuje istovjetan trend kao i ukupan nautički turizam. Istraživanje je pokazalo da je u 2000.g. ACI ostvario 7% veći broj brodica na stalnom vezu i 25% veći broj brodica u tranzitu u odnosu na prethodnu godinu što potvrđuje perspektivu nautičkog turizma¹. U svrhu ocjenjivanja kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja poslovanja ACI-a provedena je anketa među nautičkim turistima koja otkriva ciljni segment gostiju, podatke o dolasku i boravku u Hrvatskoj te dojmove o ukupnoj ponudi u marinama. Navedeno istraživanje o potrebama i zadovoljstvu nautičkih turista provedeno je u ljetnoj sezoni 2001. godine. Radi postizanja veće reprezentativnosti rezultata dobivenih analizom, usporedili smo ih s rezultatima istraživanja Instituta za turizam TOMAS-NAUTIKA 2001, Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj (koje je provedeno u istom razdoblju).

* Mr.sc. Daniela Gračan, asistent, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Primorska 42, Ika
** Mr.sc. Maja Uran, asistent, Visoka škola za turizam Portorož, Obala 29, Portorož, Slovenija

¹ Gračan, Daniela: Doprinos nautičkog turizma strategiji razvoja hrvatskog turizma, Magistarski rad, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002., str. 246

2. Analiza potražnje ACI marina *Analysis of ACI marina demand*

Kvantitativnim istraživanjem provedena je analiza potražnje u marinama ACI Cluba. Korištena metodologija prilikom raščlambe objašnjena je u nastavku. Glavni cilj istraživanja je prikupiti i obraditi podatke o socio-demografskim karakteristikama nautičkih turista u ACI marinama, upoznavanju karakteristika njihovog boravka, te zadovoljstvu pruženim uslugama. U svrhu navedenog cilja prikupljeni su primarni podaci primjenom anketnog ispitivanja nautičara, te je obavljena statistička obrada i raščlamba podataka. Objekt istraživanja je nautički turizam u odabranim ACI marinama.

Podaci dobiveni istraživanjem mogu se svrstati u sljedeće skupine:

- osnovni podaci o nautičkim turistima (državljanstvo, starosna dob, naobrazba, godišnji prihodi, tip i dužina broda na kojemu plove i zastava pod kojom plove),

- podaci o dolasku i boravku u Hrvatskoj (osnovni razlog dolaska, učestalost i trajanje boravka u Hrvatskoj, osposobljenost za plovidbu, karakteristike potrošnje),

- podaci o dojmovima, mišljenja i zadovoljstvo pojedinim elementima ponude u marinama ACI Cluba,

- prijedlozi i zapažanja.

Takvim istraživanjem dolazi se do odgovora na sljedeća pitanja:

- Koje su karakteristike i koja je struktura nautičkih turista koji posjećuju marine ACI Cluba (s obzirom na spol, dob, naobrazbu, godišnje prihode i državljanstvo)?

- Kakve su njihove navike prilikom dolaska i boravka na brodu i u marini?

- Na koji se način odlučuju za određenu destinaciju?

- Kakvo je njihovo mišljenje o ponudi marina ACI Cluba?

- Koliko su zadovoljni s pojedinim elementima ponude?

- Kako izražavaju svoje zadovoljstvo/nezadovoljstvo?

- Što žele poboljšati u cjelokupnoj ponudi marina ACI Cluba?

- Što im nedostaje prilikom njihova boravka?

Odgovori na ta pitanja osnova su za oblikovanje smjernica budućeg razvoja i postavljanje strategije budućeg razvoja nautičkog turizma na modelu ACI Cluba.

3. Metodologija istraživanja *Research methodology*

Znanstvenici nisu suglasni prilikom određivanja načina istraživanja u turizmu – kvalitativno ili kvantitativno istraživanje. U želji da obilježja nautičkog turizma na modelu marina ACI Cluba budu sveobuhvatno istražene, koristili smo kvantitativne metode istraživanja. Istraživanje je deskriptivno, jednokratno na namjerno izabranom uzorku. Podaci su prikupljeni anketnim upitnicima čija su glavna obilježja već predstavljena. Za istraživanje stupnja zadovoljstva korištena je Likertova

petostupanjska ljestvica. Radi prikaza što boljeg stanja i što vjerodostojnijih zaključaka, provedena je analiza šest tipičnih marina ACI Cluba i njihovih obilježja.

Uzorak za ovo istraživanje izabran je namjerno. Marine su odabrane proizvoljno, no upravo sa svrhom da budu zastupljeni svi oblici nautičke ponude ACI Cluba. Uzorak je izabran da spoznamo prednosti i nedostatke svake od njih te da te podatke generaliziramo i usporedimo s drugim marinama, kao i da dobijemo sliku o razlici među tim odabranim marinama, te da zaključimo u čemu su njihove pozitivne strane a u čemu negativne. Zbog tog razloga u obzir za razmatranje uzeta je marina u Istri na krajnjem sjeveru, u blizini Italije i Austrije – marina ACI Rovinj; zatim jedna od najljepših i najsadržajnijih marina – marina ACI Opatija; dvije otočne marine, da se dobije slika o stanju turizma na otocima (u smislu opremljenosti, strogo sezonskog karaktera) jedne marine ACI Rab i druge ACI Cres koje su iako slične uvelike različite i odgovaraju različitim zahtjevima nautičara; te na kraju marine s juga naše obale: marina ACI Split i marina ACI Trogir sa svojom tradicijom i poviješću. Ispitivanje zadovoljstva nautičara pruženim uslugama i sadržajima u marinama, na odabranom modelu provedeno je u razdoblju od 20. srpnja do 5. kolovoza 2001. g.

Provedena anketa među nautičarima ACI marina ima za cilj bolji uvid u bit problema, odnosno u obilježja potražnje. U navedenih šest marina podijeljeno je 720 upitnika – anketa, i to na četiri jezika (hrvatski, njemački, talijanski i engleski), odnosno 120 upitnika u svakoj od odabranih marina, što znači da je svako govorno područje zastupljeno u broju od 30 komada po pojedinim marinama. Distribuciji anketnih upitnika po marinama prema uzorku, prethodila je najava. Anketa je bila anonimna. Svim direktorima marina, kao i djelatnicima recepcija marina u kojima je provođeno ispitivanje duguje se zahvalnost što su svojom susretljivošću dopustili i potpomogli anketiranje te na taj način omogućili ovo istraživanje.

Podaci dobiveni istraživanjem obrađeni su statističkim metodama, prikazanim u sljedećem poglavlju. U prilogu 1 nalazi se provedena anketa među nautičarima ACI marina.

4. Rezultati istraživanja *Research results*

Iz tablice 1 vidljivo je da je planirana veličina uzorka 720 anketnih upitnika, od čega je u zadanom roku vraćeno 342 pravilno ispunjena upitnika ili 47,5%. Smatra se da se na temelju prikupljenih podataka može obaviti kvalitetna statistička obrada podataka podržana računalom.

Zanimljiv je podatak vidljiv iz tablice 1 da u ACI marini Split prevladavaju ispunjeni upitnici engleskog govornog područja (što ne mora značiti da su ga ispunjavali samo engleski nautičari već i ostali: Česi, Mađari, Poljaci, Skandinavci,...) dok su u ACI marini Rovinj najispunjeniji

Tablica 1: Broj podijeljenih i primljenih anketnih upitnika po marinama u kojima je provedeno ispitivanje zadovoljstva nautičara ponudom i kvalitetom pruženih usluga
Table 1: Number of questionnaires distributed and received in marinas in which satisfaction of nautical tourists about the quality of services were investigated

ACI	Broj podijeljenih anketnih upitnika					Broj primljenih anketnih upitnika					Udio primljenih u podijeljenima				
	Ukupno	HR	I	D	GB	Ukupno	HR	I	D	GB	Ukupno	HR	I	D	GB
Rovinj	120	30	30	30	30	63	9	29	21	4	53	30	97	70	13
Cres	120	30	30	30	30	56	16	12	24	4	47	53	40	80	13
Opatija	120	30	30	30	30	75	15	28	25	7	63	50	93	83	23
Rab	120	30	30	30	30	Upitnici nisu vraćeni u roku									
Trogir	120	30	30	30	30	76	6	18	28	24	63	20	60	93	80
Split	120	30	30	30	30	72	15	13	15	29	60	50	43	50	97
Ukupno	720	180	180	180	180	342	61	100	113	68	47.5	34	56	63	38

Izvor: Obrada autora

upitnici na talijanskom jeziku. Kod istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001 ukupno je bilo 1466 ispravno ispunjenih upitnika, što predstavlja omjer 1:4,3².

Raščlanjujući socio-demografsku strukturu nautičkih turista koji su sudjelovali u anketi dolazi se do sljedećih zanimljivih podataka:

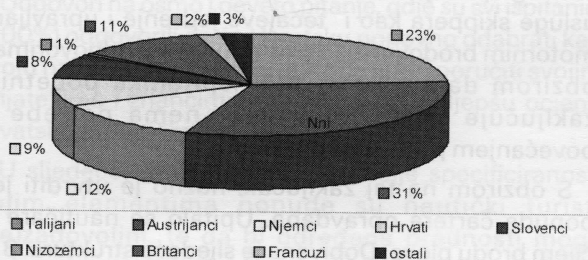
- anketne upitnike ispunjavalo je 74% muškaraca i 26% žena, kod istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001³ bilo je 77% muškaraca i 23% žena.
- nautički turisti prema državljanstvu tvorili su sljedeću strukturu koju se prikazuje u grafikonu 1.

- 28% svih ispitanika plovi pod slovenskom zastavom (TOMAS-NAUTIKA 2001⁴, 4,9%),
- 26% pod talijanskom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 15,7%),
- 15% pod austrijskom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 19,1%),
- 14% pod hrvatskom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 29,8%),
- 8% pod američkom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 2,3%),
- 5% pod britanskom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 4,5%),
- 3% pod francuskom (TOMAS-NAUTIKA 2001, 2,0%) te
- 2% pod zastavama ostalih država (TOMAS-NAUTIKA 2001, 6,3%).

Uspoređujući podatke našeg istraživanja i istraživanje TOMAS-NAUTIKA 2001⁵ najveća odstupanja primjećuju se kod ispitanika koji plovi pod slovenskom, hrvatskom i talijanskom zastavom.

Nautičare se upitalo za podatke o tipu i dužini plovila:

- njih 58% odgovorilo je da plovi motornim brodom, a 42% jedrilicama, kod istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001, 51% ispitanika plovilo je na jedrilicama.
- prema dužini broda, najviše upitanih – 36% plovi na brodovima 10 do 12 metara dužine, 25% na brodovima 8 do 10 metara dužine, 18% na brodovima 12 do 15 metara dužine, 12% na brodovima do 8 metara dužine i 9% na brodovima iznad 15 metara dužine⁶. Dobivena struktura prikazana je grafikonom 2.



Grafikon 1: Struktura nautičkih turista prema državljanstvu

Graph 1: Structure of nautical tourists according to nationality

U strukturi nautičkih turista prevladavaju Austrijanci s 31%, slijede Talijani s 23% te Nijemci s 12%. Oni predstavljaju primarna tržišta s ukupnim udjelom u iznosu sa 66%. U ukupnoj strukturi domaći nautički turisti zastupljeni su s 9%.

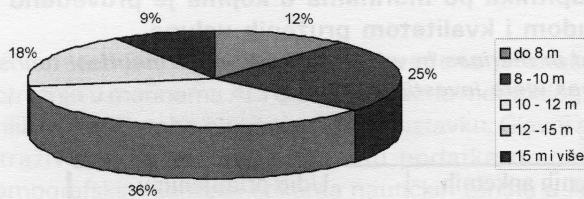
Prema zastavi pod kojom plovi može se zaključiti da:

⁴ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 33

⁵ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 29

⁶ Kod istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001 kategorije su drukčije obilježene, te stoga podaci nisu usporedivi.

² TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 18
³ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 41



Grafikon 2: Dužina plovila

Graph 2: The lenght of craft

Dob anketiranih nautičara čini sljedeću strukturu:

- skupini od 17-24 godina pripada 5% ispitanika (TOMAS-NAUTIKA 2001⁷ 4,9%),
- skupini od 25-34 godina pripada 19% ispitanika (TOMAS-NAUTIKA, 2001, 14,8%),
- skupini od 35-44 godina pripada 37% ispitanika (TOMAS-NAUTIKA, 2001, 28,0%),
- skupini od 45-64 godina pripada 29% ispitanika (TOMAS-NAUTIKA 2001, 27,6%),
- skupini više od 65 godina pripada 10% ispitanika (TOMAS-NAUTIKA 2001, 24,7%).

Iz navedenog se može zaključiti da je najviše anketiranih nautičara dobi između 35-44 godine. Ako se agregira dob iznad 35. godine dobiva se podatak da na njih otpada većina od 76%, kod istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001 također je većina od 80,3%.

S obzirom na naobrazbu najviše anketiranih nautičara ima višu ili visoku stručnu spremu - 62%, zatim njih 31% srednju, a 7% osnovnu školu. Podaci TOMAS-NAUTIKA 2001, pokazuju još viši postotak ispitanika s višom ili visokom stručnom spremom (74%), 22,7% s srednjom te 2% s osnovnom školom⁸. Da bi se donio sud o kupovnoj moći dotičnog segmenta potrošača, upitalo se nautičke turiste koliki su njihovi godišnji prihodi:

- 29% zarađuje više od 100.000 DEM,
- 26% između 35.000 i 50.000 DEM,
- 21% između 50.000 i 100.000 DEM,
- 18% između 25.000 i 35.000 DEM te
- 5% manje od 25.000 DEM godišnje⁹.

U nastavku su analizirani izračunati relativni brojevi. U daljnjem tekstu neki od njih prikazani su grafički. Rezultati su raščlanjeni redom po pitanjima iz anketnog upitnika. Prvim pitanjem anketnog upitnika cilj je bio doznati jesu li ispitanici već otprije upoznati s Hrvatskom i hrvatskim morem.

Na postavljeno pitanje "Je li ovo Vaš prvi odmor na hrvatskom moru?" dobili su se sljedeći odgovori: 71 % (TOMAS-NAUTIKA 2001, 76,4%)¹⁰ gostiju bilo je u Hrvatskoj više puta, 16% njih dolazi svake godine, a samo 13% (TOMAS-NAUTIKA 2001, 9,6%) gostiju je tu prvi put.

Može se zaključiti da su gosti već boravili na hrvatskom moru, što je dobar znak da su se odlučili vratiti. Opće je poznato da nema bolje preporuke od zadovoljnog gosta. Na činjenicu da su nautičari uglavnom stalni gosti koji se često vraćaju, ukazuje podatak da je 71% upitanih odgovorilo da su u Hrvatskoj bili već više puta. Zanimljiv je podatak da 16% nautičkih turista dolazi svake godine, a neki čak i preko trideset godina zaredom. Promatrajući te odgovore po pojedinim marinama može se zaključiti da su nautički turisti zadovoljni ili ponudom ili samim prirodnim datostima Hrvatske.

S obzirom na dužinu boravka zanimljivo je bilo ispitati koliko taj odmor najčešće traje. Najviše nautičkih turista (33%) na hrvatskom moru boravi dva tjedna, a njih čak 32% i više od dva tjedna. Prema podacima istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001¹¹, 32,2% gostiju boravi 8-14 dana, 25,8% od 15-21 dan i 19,9% više od 22 dana.

S kime najčešće ljetuju nautički turisti doznalo se raščlanjujući treće pitanje. Raščlamba ukazuje da većina njih ljetuje s prijateljima (52%) ili s obitelji (43%).

Na pitanje jesu li nautički turisti osposobljeni za upravljanje motornim brodovima ili jedrilicama dobilo se sljedeće odgovore: 13% svih ispitanika su početnici na brodu i potreban im je skipper, 15% su profesionalci, a većina ispitanika (72%) posjeduje određena znanja o plovidbi i upravljanju brodom. Ovi odgovori između ostalog upućuju na dvojbu treba li u ponudu uključiti i usluge skippera kao i tečajeve jedrenja i upravljanja motornim brodovima. Prema dobivenim odgovorima (s obzirom da su samo 13% ispitanika početnici) zaključuje se da još uvijek nema potrebe za povećanjem postojeće ponude.

S obzirom na taj zaključak, nužno je utvrditi je li ponuda čartera opravdana. Upitalo se nautičare na čijem brodu plove. Dobivena je sljedeća struktura: 31% ispitanika plovi na iznajmljenom brodu (TOMAS-NAUTIKA 2001¹², 31,2%), 15% na plovilu prijatelja te 54% na vlastitom brodu. Većina ispitanika plovi na vlastitom brodu (54%), što ukazuje na potrebu za dodatnim uslugama kao što su čuvanje, servisiranje, održavanje i slično, s obzirom da njih 64% svoje plovilo ostavi u Hrvatskoj i to 53% u moru i 11% na suhom vezu, dok ostalih 36% nautičara otpremi brod natrag u svoje mjesto boravka.

Na pitanje zašto su se odlučili za odmor u Hrvatskoj, ispitanici su dali sljedeće odgovore, koji se prikazuju grafički:

⁷ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 41

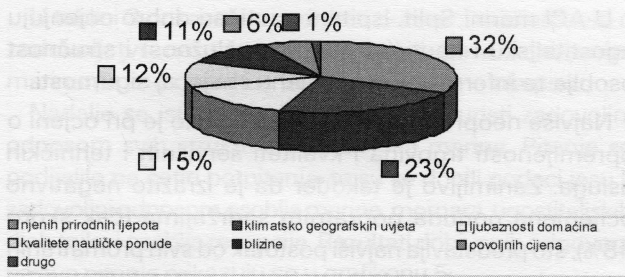
⁸ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 45

⁹ Istraživanje je provedeno u 2001.g., kad još nije bilo novčane jedinice EURO. TOMAS-NAUTIKA 2001 nema u svoju anketu uključeno pitanje o godišnjim prihodima.

¹⁰ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 48

¹¹ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 58

¹² TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 59



Grafikon 3: Za odmor u Hrvatskoj odlučili ste se zbog:

Graph 3: You decided for vacations in Croatia because:

S obzirom da najvažniji razlog konkurentne sposobnosti Hrvatske čini upravo prirodno bogatstvo koje posjeduje, veseli podatak da je velik postotak ispitanika izabrao hrvatsko more i zbog kvalitete usluga koje se pružaju u marinama. Navedeno ukazuje da hrvatski nautički turizam posjeduje dobre elemente konkurentnosti na koje se da utjecati, za razliku od prirodnih resursa koji su postojeći i nije ih moguće mijenjati, već je potrebno veću pažnju posvetiti njihovom održavanju i očuvanju.

Prema provedenoj anketi, nautičari su za Hrvatsku kao nautički zanimljivu destinaciju čuli najčešće od prijatelja i znanaca (67%), zatim iz medija i tiska (31%) te preko turističkih agencija (2%). Navedeni podaci ukazuju da Hrvatsku najviše promoviraju uslugama i ponudom zadovoljni gosti, što je u jednu ruku dobro, no zbog nemogućnosti utjecaja na povećanje opsega promocije radi povećanja tržišnog udjela, s druge strane i nije potpuno pozitivno¹³.

Odgovori na osmo i deveto pitanje, gdje su svi ispitanici (100%) odgovorili da će Hrvatsku ponovno odabrati kao svoju nautičku destinaciju te da će je preporučiti svojim prijateljima i znancima, predstavljaju najljepšu ocjenu hrvatskog nautičkog turizma.

U sljedećoj grupi pitanja radi bolje specifičnosti kojim elementima ponude su nautički turisti (ne)zadovoljni, te da bi određene prednosti mogli maksimizirati i određene slabosti ispraviti, postavilo se više tvrdnji i upitalo nautičare slažu li se s pojedinom tvrdnjom. Za svaku su tvrdnju nautičari mogli zaokružiti jedan odgovor na ljestvici od 1 do 5, što znači:

- 1 - u potpunosti se slažem
- 2 - slažem se
- 3 - neopredijeljen sam
- 4 - ne slažem se
- 5 - u potpunosti se ne slažem

U jedanaestom pitanju upitalo se nautičare kako percipiraju prometnu povezanost do hrvatskih marina i među njima. Struktura odgovora prikazana je u tablici 2.

POSTOJI DOBRA PROMETNA POVEZANOST:	1	2	3	4	5
A) DO HRVATSKIH MARINA	12	40	21	21	6
B) MEĐU HRVATSKIM MARINAMA	11	30	37	18	4

Tablica 2: Prometna povezanost istraživanjem obuhvaćenih marina

Table 2: Traffic links of the marinas researched (u %)

Iz tablice 2 može se zaključiti, da je 52% ispitanika uglavnom zadovoljno prometnom povezanošću do hrvatskih marina, 27% je nezadovoljnih, dok se 21% ne može opredijeliti. Odstupanja su vidljiva kod ispitanika marina ACI Trogir i ACI Cres glede nezadovoljstva s prometnom povezanošću. U dotičnim marinama ispitanici su manje zadovoljni prometnom povezanošću, a u marinama ACI Opatija i ACI Rovinj veliki je dio ispitanika ostao neopredijeljen. Što se tiče prometne povezanosti među marinama, većina ih je neopredijeljenih ili nezadovoljnih (59%), što još jednom potvrđuje poznatu činjenicu da Hrvatska ima slabu prometnu infrastrukturu.

Pitanjem broj 12 ispitala se kvaliteta pojedinih elemenata ponude kao i kvaliteta pružanja usluga. Nautički turisti ocijenili su koliko se slažu s pojedinim tvrdnjama. U obradi su se zbrojile ocjene 1 i 2 jer označavaju slaganje s tvrdnjom i ocjene 4 i 5 koje označavaju neslaganje. U anketnom upitniku nalaze se sljedeći elementi ponude:

- a - dobra nautička ponuda
- b - dobra ugostiteljska ponuda
- c - kvalitetne tehničke i servisne usluge
- d - dobro opremljene trgovine
- e - dovoljno parkirnog prostora
- f - ljubazno osoblje
- g - osoblje koje je uvijek spremno biti na usluzi
- h - stručno osposobljeno osoblje
- i - pouzdano osoblje
- j - čiste i uređene sanitarije
- k - ostale popratne sadržaje za odmor i razonodu
- l - egzaktna i pravodobna informacija o klimi: vjetrovima, temperaturi
- m - osjećaj zaštićenosti i sigurnost

U prilogu 2 grafički su prikazani rezultati ispitivanja o tome što nautički turisti misle o pojedinim elementima ponude u svim marinama koje su obuhvaćene istraživanjem. U prilogu 3 nalazi se tablica s rezultatima obrade pitanja br. 12 o zadovoljstvu nautičkih turista pojedinim elementima ponude u svim odabranim ACI marinama kao i prosječna ukupna vrijednost rezultata svih navedenih marina.

Iz priloga 2 može se zaključiti koje su prednosti a koje slabosti ponude u istraživanju obuhvaćenim ACI marinama. Promatrajući odabrane marine većina se nautičara slaže da se osjeća zaštićeno i sigurno, da je

¹³ Poznato je da se u svijetu turistička destinacija 40-50% promovira upravo usmeno.

osoblje u marinama ljubazno, da su egzaktno informacije o vremenu, da je osoblje pouzdano i uvijek spremno biti na usluzi te da je stručno osposobljeno. S gore navedenim tvrdnjama složilo se više od 70% ispitanika. Najviše ispitanika ostalo je neopredijeljeno, u pitanju pružaju li ACI marine ostale popratne sadržaje za odmor i razonodu te kvalitetne tehničke i servisne usluge. Najviše njih nezadovoljno je pruženim popratnim sadržajima, parkiralištima, trgovinama i ugostiteljskom ponudom. Većina prije navedenih pruženih usluga kojima su nautičari nezadovoljni ne premašuje 20%.

Rezultati istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001¹⁴ slični su navedenim vrijednostima: gosti su srednje zadovoljni s uslužnošću osoblja u marinama te dostatnošću priključaka za vodu i struju, slabo su zadovoljni s opskrbljenošću vodom, vezovima, urednošću i čistoćom okoliša, dostatnošću i čistoćom sanitarija, a nezadovoljni su opskrbljenošću gorivom, kvalitetom ugostiteljskih usluga, mogućnostima kupnje u marinama, kvalitetom tehničkog servisa, cijenom i opskrbljenošću rezervnim dijelovima.

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja po pojedinim marinama.

U ACI marini Rovinj najviše su ocijenjeni ljubaznost i uslužnost osoblja, osjećaj sigurnosti te ugostiteljska ponuda; najviše neopredijeljenih je o stručnosti i pouzdanosti osoblja, čak 47%, a najlošiju ocjenu su dobila parkirališta i opremljenost trgovina. Zanimljivo je da su svi ispitanici imali točno određen stav pri opredjeljenju na pitanje je li osoblje ACI marine Rovinj ljubazno, odnosno 70% njih smatra da je osoblje u marini ljubazno, dok se 30% s tom izjavom ne slaže. Također je važno napomenuti da je postotak ispitanika koji se slažu s pojedinom izjavom u prosjeku puno niži od prikazanih rezultata i važećih za sve marine ukupno.

U ACI marini Opatija nautičari najviše cijene egzaktnost informacija o vremenu, osjećaj sigurnosti, uslužnost osoblja, ponudu popratnih sadržaja i ugostiteljsku ponudu. Potrebno je naglasiti da se u ACI Opatija s pojedinom tvrdnjom u velikoj većini slaže više od 60% ispitanika. Zanimljiva je ocjena kvalitete tehničkih i servisnih usluga, gdje 50% ispitanika smatra da su iste kvalitete, dok se 50% njih nije moglo odlučiti. Najviše njih ne slaže se s opremljenošću trgovine, ljubaznošću i stručnošću osoblja te uređenošću i čistoćom sanitarija, i to ne više od 15% u svakom od tih elemenata.

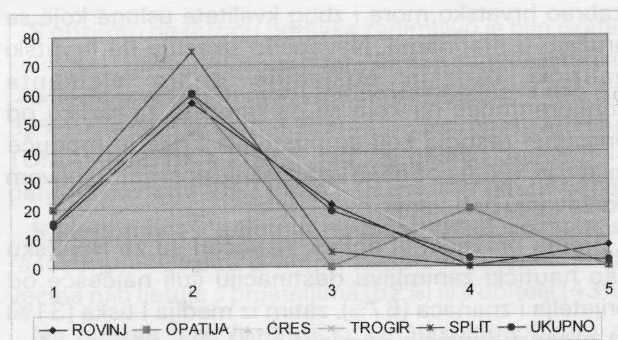
U ACI marini Cres dolazi do velikih odstupanja pri međusobnom uspoređivanju elementa. Dok se oko 90% ispitanika slaže da je osoblje uslužno, ljubazno, stručno i pouzdano, veliki broj njih nezadovoljan je ponudom popratnih sadržaja i ugostiteljskom ponudom, gdje je i visok postotak neopredijeljenih.

U ACI marini Trogir mišljenja ispitanih nautičkih turista pretežno su ujednačena. Njih više od 80% slaže se da je nautička ponuda dobra, da je osoblje ljubazno, da su dobre i pravodobne informacije o vremenu te da se u marini osjećaju sigurno. Najviše njih nezadovoljno je i neopredijeljeno ponudom trgovine i popratnih sadržaja te ugostiteljskom ponudom i čistoćom sanitarija.

U ACI marini Split, ispitani nautičari dobro ocjenjuju ugostiteljsku i nautičku ponudu, uslužnost i stručnost osoblja te informacije o vremenu i osjećaj sigurnosti.

Najviše neopredijeljenih ispitanika bilo je pri ocjeni o opremljenosti trgovina i kvaliteti servisnih i tehničkih usluga. Zanimljivo je također da je izrazito negativno ocijenjena ponuda popratnim sadržajima (čak skoro 48%), što predstavlja najviši postotak od svih promatranih marina i premašuje drugi najgori rezultat čak za 17% (ACI Cres).

U nastavku je prikazano mišljenje nautičkih turista u svezi s pitanjem ispunjava li izbor usluga u marini njihove zahtjeve. Raščlambom dobivenih odgovora stvara se sveopća slika zadovoljstva gostiju uslugama i kvalitetom tih usluga i to prema najnovijim konceptima sagledavanja kvalitete usluga. Navedeno znači da ukoliko usluga ispunjava ili nadilazi očekivanja gostiju, onda je ta usluga kvalitetna, a u suprotnom je nekvalitetna.



Grafikon 4: Zadovoljstvo nautičkih turista izborom usluga u ACI marinama

Graph 4: Satisfaction of nautical tourists of the services within ACI marinas

Iz grafikona 5 vidljivo je da većina (75%) nautičkih turista izražava zadovoljstvo izborom usluga, 19% je neopredijeljenih, a samo 5% nezadovoljnih. Najzadovoljniji su ispitani nautičari ponudom u ACI marini Split, dok je najveće nezadovoljstva izborom usluga u ACI marini Rovinj (ako gledamo ocjenu 5) i ACI marini Opatija (ako gledamo ocjenu 4).

ACI MARINA	OCJENA				
	1	2	3	4	5
ROVINJ	14	57	21	0	7
OPATIJA	20	60	0	20	0
CRES	4	65	27	4	0
TROGIR	21	46	29	0	4
SPLIT	20	75	5	0	0
UKUPNO	15	60	19	3	2

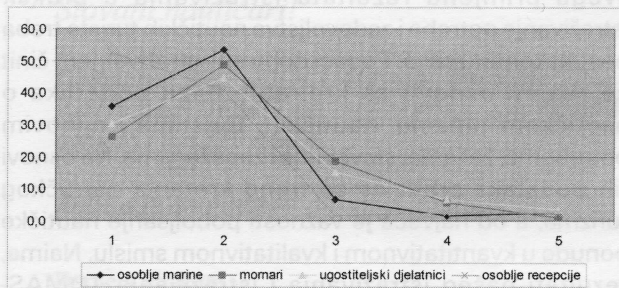
Tablica 3: Zadovoljstvo nautičara izborom usluga u ACI marinama

Table 3: Satisfaction with the services offered in ACI marinas

¹⁴ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 66

U tablici 3 prikazani su rezultati dobiveni raščlambom o zadovoljstvu nautičara izborom usluga u odabranim marinama kao i rezultati po svim marinama ukupno.

Nadalje se istraživalo jesu li nautički turisti zadovoljni odnosom svih struktura zaposlenika marine. Pitanje se podijelilo na četiri potpitanja, te su se dobili podaci jesu li zadovoljni odnosom osoblja marine, mornara, ugostiteljskih djelatnika i osoblja recepcije. Rezultati dobivenih odgovora na ovo pitanje prikazuju se u grafikonu 5.



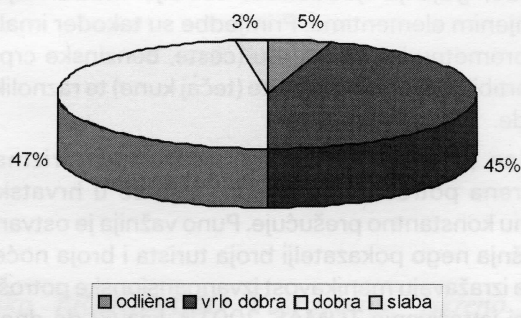
Grafikon 5: Zadovoljstvo nautičkih turista odnosom zaposlenika u ACI marinama

Graph 5: Satisfaction of nautical tourists with the personnel attitude in ACI marinas

Iz grafikona 5 vidljivo je da je većina nautičara (74,8-93,2%) zadovoljna sa svim osobljem u marini, no ipak se primjećuju određena odstupanja u pogledu njihova zadovoljstva. Nautički turisti su najzadovoljniji osobljem marine, a najmanje zadovoljni osobljem recepcije. U tablici 4 iznose se vrijednosti dobivene u pojedinim marinama: marinama.

O C J E N A					
ROVINJ	1	2	3	4	5
osoblje marine	29,4	52,9	5,9	5,9	5,9
mornari	31,3	50,0	6,3	12,5	0,0
ugostiteljski djelatnici	41,2	35,3	11,8	5,9	5,9
osoblje recepcije	38,9	50,0	0,0	5,6	5,6
OPATIJA	1	2	3	4	5
osoblje marine	50,0	35,7	0,0	7,1	7,1
mornari	30,8	30,8	30,8	7,7	0,0
ugostiteljski djelatnici	15,4	53,8	23,1	7,7	0,0
osoblje recepcije	69,2	15,4	0,0	7,7	7,7
CRES	1	2	3	4	5
osoblje marine	29,6	70,4	0,0	0,0	0,0
mornari	37,0	59,3	3,7	0,0	0,0
ugostiteljski djelatnici	11,5	53,8	15,4	15,4	3,8
osoblje recepcije	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0
TROGIR	1	2	3	4	5
osoblje marine	27,8	52,8	16,7	0,0	2,8
mornari	12,9	51,6	25,8	6,5	3,2
ugostiteljski djelatnici	20,0	50,0	23,3	3,3	3,3
osoblje recepcije	48,6	43,2	2,7	2,7	2,7
SPLIT	1	2	3	4	5
osoblje marine	50,0	45,8	4,2	0,0	0,0
mornari	25,0	40,0	30,0	5,0	0,0
ugostiteljski djelatnici	34,8	47,8	8,7	4,3	4,3
osoblje recepcije	82,6	13,0	4,3	0,0	0,0
UKUPNO	1	2	3	4	5
osoblje marine	35,6	53,4	6,8	1,7	2,5
mornari	26,2	48,6	18,7	5,6	0,9
ugostiteljski djelatnici	30,3	44,5	15,1	6,7	3,4
osoblje recepcije	52,5	40,7	1,7	2,5	2,5

Sljedećim se pitanjem htjelo doznati kako nautički turisti ocjenjuju osnovnu opremljenost marina.



Grafikon 6: Kako ocjenjujete osnovnu opremljenost marina?

Graph 6: How do you assess basic marina equipment?

Rezultati pokazuju da samo 5% upitanih nautičara smatra da je osnovna opremljenost marina odlična, 45% njih da je vrlo dobra, 47% dobra, 3% da je slaba, a nitko od ispitanika nije smatrao da je opremljenost vrlo slaba. Promatrajući dobivene odgovore po pojedinim marinama, može se zaključiti da su marinama ACI Split i ACI Opatija ispitanici podijelili samo više ocjene. U ACI Rovinj prevladava ocjena «dobro», kao i u ACI Opatija i ACI Trogir, dok u ACI Split i ACI Cres prevladava ocjena «vrlo dobro».

Ispitanici su naveli svoju ocjenu o tome što bi bilo neophodno ispraviti. Nautički turisti najčešćim su problemom navodili sanitarne čvorove, nedovoljan broj parkirnih mjesta, servisne usluge, ugostiteljsku ponudu, ograničeno korištenje vode i električne energije (naročito na otocima), te razonodu kao osnovne nedostatke koje je nužno ispraviti. Do istih se zaključaka došlo već raščlanjajući dvanaesto pitanje o zadovoljstvu nautičara pojedinim elementima ponude. Zabrinjava činjenica da se primjedbe nautičara uglavnom odnose na infrastrukturu, što ponuđaču usluga jamačno ne ide u prilog.

Sljedeće se pitanje nadovezuje na prethodno, jer se njime iskazuje što je nautičkim turistima najviše nedostajalo tijekom boravka u marini. Najčešće su kao nedostatak navodili očuvanje njihove intime i privatnosti (mir noću), čistoću i urednost sanitarnih čvorova, ograničeno korištenje vode i električne energije, a također im je nedostajala i dodatna ponuda popratnih sadržaja i razonode.

Nadalje, nautičari navode što im je najviše nedostajalo ili smetalo tijekom boravka u Hrvatskoj. Raščlanjajući njihove odgovore pobuđuje zanimanje podatak da većina

Tablica 4: Zadovoljstvo nautičkih turista odnosom zaposlenika u ACI marinama

Table 4: Satisfaction of nautical tourists with personnel attitude in ACI marinas

na prvom mjestu navodi ljubaznost turističkog osoblja kao najveći nedostatak, što je suprotno rezultatima analize zadovoljstva gostiju pojedinim elementima ponude, gdje je ljubaznost osoblja među najviše ocijenjenim elementima. Primjedbe su također imali na lošu prometnu infrastrukturu (ceste, benzinske crpke), konvertibilnost domaće valute (tečaj kune) te raznolikost ponude.

Važan pokazatelj važnosti nautičkog turizma je ostvarena potrošnja po turistu, koja se u hrvatskom turizmu konstantno prešućuje. Puno važnija je ostvarena potrošnja nego pokazatelji broja turista i broja noćenja koji ne izražavaju manjkavost izvanpansionske potrošnje. Podaci istraživanja TOMAS 2001¹⁵, kazuju da dnevna potrošnja po turistu iznosi 30 USD kod osnovnih kapaciteta ponude i 15 USD kod komplementarnih kapaciteta ponude, odnosno u prosjeku dnevno 25 USD, jer se oko 80% potrošnje odvija u osnovnim kapacitetima ponude. Uspoređujući te podatke s podacima Svjetske turističke organizacije i Statističkog ureda Republike Slovenije¹⁶, u Europi putovanja u prosjeku traju 4-7 dana, a prosječna dnevna potrošnja kod svih vrsta putovanja iznosi 89 USD. Zanimljiv je podatak da turisti na ljetovanju prosječno dnevno potroše 90 USD. U Sloveniji, tijekom ljetne sezone, prosječna dnevna potrošnja turista iznosi 63 USD.

Prema istraživanju TOMAS-NAUTIKA 2001¹⁷ prosječna dnevna potrošnja nautičkih turista iznosi 41 USD, od čega ukupni troškovi plovila iznose 25 USD te ostali troškovi 16 USD. Za putovanje koje u prosjeku traje 18,4 dana nautičari izdvoje ukupno 755 USD, od čega za troškove plovila 460 USD te za ostalo 295 USD.

5. Zaključak Conclusion

Nakon provedene raščlambe istraživanja potražnje u ACI marinama, došlo se do zanimljivih podataka. Sintezom dobivenih podataka o obilježjima, potrebama i zadovoljstvu anketiranih nautičara može se stvoriti generalni zaključak, da su anketirani nautički turisti u ACI marinama prema socijalno-demografskim obilježjima bogati pojedinci srednjih godina, s višom ili visokom naobrazbom, koji dolaze na hrvatsko more uglavnom iz Italije, Slovenije, Austrije i Njemačke.

Većini njih to nije prvi posjet Hrvatskoj i ponovno će se odlučiti za odmor na našem moru. U Hrvatsku su došli

uglavnom na preporuku prijatelja i znanaca. Najveći broj nautičkih turista Hrvatsku doživljava kao zemlju izuzetnog prirodnog bogatstva s neponovljivim doživljajem mora i prirode. Upravo zato svi će oni biti promotori hrvatskog turizma i preporučiti će Hrvatsku svojim prijateljima i znancima. Nautički turisti u pravilu za svoj odmor u Hrvatskoj prosječno dnevno troše više od ostalih turista, ali i traže veću kvalitetu usluga.

Kao preporuku za buduće djelovanje svakako treba istaknuti važnost nastavka takvih istraživanja, a prije svega primjenu rezultata istraživanja u praksi. Istraživanje potreba i zadovoljstva nautičkih turista treba postati kontinuirano. Podaci dobiveni istraživanjem činit će realnu osnovu za kreiranje baze podataka o nautičkom turizmu, nautičkim turistima i njihovim potrebama, željama, stavovima i zapažanjima. Na osnovi tih podataka pratit će se trend kretanja nautičkog turizma, a od najveće je važnosti poboljšanje nautičke ponude u kvantitativnom i kvalitativnom smislu. Naime, rezultati našeg istraživanja i istraživanja TOMAS-NAUTIKA 2001 pokazuju da turisti vole hrvatsko more i njegove datosti, ali ponuđači usluga tu ljubav ne znaju ili ne žele iskoristiti za ostvarivanje boljih poslovnih rezultata u nautičkom turizmu, što se svakako može i mora projicirati i na hrvatski turizam uopće. S pravom možemo zaključiti da je nautički turizam važan čimbenik u ukupnom turizmu Hrvatske i nezaobilazan segment u strategiji njegova razvoja.

Literatura References

- [1] Gračan, D., *Doprinos nautičkog turizma strategiji razvoja hrvatskog turizma*, Magistarski rad, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija., str. 246., 2002.
- [2] *Izveštje o fizičkom i financijskom prometu u ACI Clubu za 2000.*, Opatija, 2001.
- [3] *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj*, TOMAS-NAUTIKA 2001, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
- [4] *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, TOMAS 2001, Institut za turizam, Zagreb, 2001.
- [5] Uran, M., *Kvaliteta usluga kao strategija diferencijacije za kreiranje konkurencijskih prednosti slovenskog hotelijerstva*, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Ljubljana, str. 348., 2002.
- [6] Ivanović, Z., *Metodologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet, Opatija, 1996., str. 227.

Rukopis primljen: 3.12.2002.

¹⁵ Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS 2001, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 43

¹⁶ Prema Uran, Maja: Kvaliteta usluga kao strategija diferencijacije..., Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Ljubljana, 2002., str. 348

¹⁷ TOMAS-NAUTIKA 2001, str. 76

Prilog 1: Anketa

ANKETA

Štovani nautičari!

Ljubazno Vas **MOLIMO** da oprostite što nakratko **PREKIDAMO** Vaš odmor. Iskreno **ZAHVALJUJEMO** na odgovorima koji će uz Vašu pomoć doprinijeti kvaliteti i vjerodostojnosti ovog **ISTRAŽIVANJA**.

Anketa je anonimna!

Daniela Gračan
Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija

1. Da li je ovo Vaš prvi odmor na Hrvatskom moru?

- da, prvi put smo ovdje
 ne, bili smo ovdje već više puta
 dolazimo svake _____

2. Koliko najčešće traje ovakav odmor?

- samo vikend
 tjedan dana
 dva tjedna
 više od dva tjedna
 drugo _____

3. S kime ljetujete?

- sam
 sa obitelji
 sa prijateljima
 drugo _____

4. Na brodu ste:

- početnik -i potreban mi je skipper
 rekreativac
 profesionalac

5. Plovite na:

- iznajmljenom plovilu
 prijateljevu plovilu
 svojem vlastitom plovilu koje ćete:
 ostaviti u Hrvatskoj do druge plovidbe: u moru
 ostaviti u Hrvatskoj do druge plovidbe: na suhom vezu
 otpremiti ga natrag u svoje mjesto boravka

6. Za odmor u Hrvatskoj odlučili ste se zbog (možete zaokružiti više odgovora):

- njenih prirodnih ljepota
 klimatsko geografskih uvjeta
 ljubaznih domaćina
 kvalitetne nautičke ponude
 blizine
 povoljnih cijena
 drugo _____

7. Za Hrvatsku kao nautički interesantnu destinaciju čuli ste:

- iz medija i tiska u Vašoj zemlji.
 od prijatelja i znanaca.
 preko turističkih agencija.

8. Da li ćete ponovno odabrati Hrvatsku kao svoju turističku destinaciju?

- DA
 NE

9. U koliko NE, navedite zemlju u kojoj ćete krstariti brodom.

10. Da li bi Hrvatsku kao nautičku destinaciju preporučili svojim prijateljima i znancima?

- DA
 NE

Navodimo Vam nekoliko tvrdnji, a Vas molimo da nam kažete koliko se sa pojedinom slažete. Za svaku tvrdnju zaokružite jedan odgovor na ljestvici od 1 do 5, što znači:

- 1- u potpunosti se slažem
- 2- slažem se
- 3- neopredjeljen sam
- 4- ne slažem se
- 5- u potpunosti se ne slažem

11. Postoji dobra prometna povezanost:

- do hrvatskih marina 1 2 3 4 5
- među hrvatskim marinama 1 2 3 4 5

12. ACI marine pružaju:

- dobru nautičku ponudu 1 2 3 4 5
- dobru ugostiteljsku ponudu 1 2 3 4 5
- kvalitetne tehničke i servisne usluge 1 2 3 4 5
- dobro opremljene trgovine 1 2 3 4 5
- dovoljno parkirnog prostora 1 2 3 4 5
- ljubazno osoblje 1 2 3 4 5
- osoblje koje je uvijek spremno biti na usluzi 1 2 3 4 5
- stručno osposobljeno osoblje 1 2 3 4 5
- pouzdano osoblje 1 2 3 4 5
- čiste i uređene sanitarije 1 2 3 4 5
- ostale popratne sadržaje za odmor i razonodu 1 2 3 4 5
- egzaktna i pravovremena informacija o klimi:
vjetrovima, temperaturi 1 2 3 4 5
- osjećaj zaštićenosti i sigurnost 1 2 3 4 5

13. Izbor usluga u marini ispunjava Vaše zahtjeve.

- 1 2 3 4 5

14. Zadovoljni ste:

- odnosom osoblja marine 1 2 3 4 5
- odnosom mornara 1 2 3 4 5
- odnosom ugostiteljskih djelatnika 1 2 3 4 5
- odnosom osoblja recepcije 1 2 3 4 5

15. Kako ocjenjujete osnovnu opremljenost marina?

- ODLIČNA VRLO DOBRA DOBRA SLABA VRLO SLABA**

16. Neophodno bi bilo ispraviti _____

17. Što Vam je najviše nedostajalo tijekom boravka u marini? _____

18. Što Vam je najviše nedostajalo tijekom boravka u Hrvatskoj? _____

19. Molimo Vas još za sljedeće podatke: Spol: MUŠKI ŽENSKI

20. Vaša starosna dob:

- 17-24 godine
- 25-34 godine
- 35-44 godine
- 45-64 godine
- 65 i više godina

22. Vaši godišnji prihodi:

- do 25.000 DEM
- 25.000-35.000 DEM
- 35.000-50.000 DEM
- 50.000-100.000 DEM
- od 100.000 DEM na više

21. Vaša naobrazba:

- osnovna
- srednja
- viša ili visoka
- drugo _____

Vaše državljanstvo: _____

Tip i dužina broda kojim plovite: _____

Pod kojom zastavom plovite: _____

I za kraj Vas još samo molimo da iznesete svoje prijedloge i svoja zapažanja:

Prilog 2: Zadovoljstvo nautičkih turista pojedinim elementima ponude u ACI marinama

