Nikica Zoričić

ZNAČENJE I PERSPEKTIVA IZNAJMLJIVANJA SOBA I APARTMANA U KUĆNOJ RADINOSTI KAO VAŽAN SEGMENT TURISTIČKE PONUDE

Privatni smještaj sve se više uključuje u turističko privređivanje. izuzmemo li posljednju ratnu godinu, kada je privatni smještaj ostvario svega 2% (dva posto) prošlogodišnjih noćenja na nivou "Jadrana", to zorno pokazuju brojke kako u broju kapaciteta i iznajmljivača tako i u ostvarenim noćenjima. Samo za primjer, broj ležaja za iznajmljivanje u posljednjih 10 godina u Crikvenici udvostručen je sa 5828 ležaja u 1981. g. na 10.428 u 1991. g, a broj noćenja od 205000 u 1981. na 355000 u 1989. g.

Turistički radnici Crikveničko-vinodolske rivijere shvatili su već davno da privatni smještaj znači više od "zlatne rezerve", te su mu stoga posvetili već odavno izuzetno značenje. To potvrđuje činjenica da se u posljednjih deset godina ovom djelatnošću bavi radna organizacija "Jadran" ravnopravno kao i prodajom hotelskih kapaciteta. Posebno se ta djealtnost razvija u posljednjih nekoliko godina, kada se u utakmicu uključuju i sve turističke agencije na području Crikveničko-vinodolske rivijere. Sve ovo uz, jasno, konjunkturu na tržištu rezultiralo je kako povećanjem broja iznajmljivača i ležajeva tako i povećanjem broja noćenja. Privatni je smještaj iz godine u godinu stjecao sve veći broj poklonika, da bi koncem osamdesetih godina doživio svoju punu afirmaciju. Česti su turisti koji traže upravo privatni smještaj, stoga što im on omogućuje izravan kontakt s domicilnim stanovništvom, upoznavanje njihovim načinom života, više slobode i na koncu još je ipak znatno jeftiniji od drugih vidova smještaja. Popularnost ovog vida smještaja vrlo vjerojatno i dalje će rasti, kada znamo da mali objekti čine polovinu ukupne turističke ponude naših konkurenata npr. u Italiji, Španjolskoj, Austriji.

Veoma je bitna kvaliteta i vrsta smještaja za što je mali privatni kapital pojedinca upravo nepogrešiv. Kada je tržište počelo tražiti novi vid smještaja - apartmane (početkom 80-tih godina) veoma brzo naši su se ljudi uz minimalna ulaganja preorijentirali na ovaj vid ponude, pa tako početkom 80-tih godina jedva da smo bilježili poneki apartman, da bi ih danas na čitavom području rivijere imali oko 1.800, tek nešto manje od ukupnih kapaciteta. Tako naprimjer katalozi inozemnih agencija obiluju ponudama kuća za odmor po kojima mi nimalo ne zaostajemo za konkurencijom.

Za kvalitetan i traženi privatni smještaj uz zadovoljnog gosta treba i zadovoljan domaćin. Situacija u tom smislu posljednjih je godina bila uglavnom sljedeća:

Na upit turističke organizacije ili agencije o zakupu kapaciteta, uglavnom su to bili apartmani, vlasnik i agencija sklapali su ugovor (o alotmanu ili fiksni) o suradnji. Može se vjerovati da pojedinac nije u stanju ili u situaciji da na tržištu sam prodaje svoje kapacitete i za to će tražiti partnera u agenciji. Na tržištu se pojavljuju i sve više privatnih agencija, pa će se i one upustiti u ovu utakmicu, što svakako treba pozdraviti i ne ograničavati s bilo čime ove procese, već ih potpuno liberalizirati. Smatram da ovaj način suradnje predstavlja najviši stupanj međusobne povezanosti. Na ovom smo području do sada iskazali najveće rezultate. Objektivni cilj prodaje unaprijed iznosi oko 50% ukupnih kapaciteta u privatnom smještaju. Ta brojka ne bi trebala biti neostvarljiva, jer je sam "Jadran" u godini 1990. ostvario cca 120.000 noćenja putem agencija,

što čini približno 1/3 ukupnog broja noćenja. Prema dosadašnjim pokazateljima od ukupnog broja kapaciteta 50% je veoma kvalitetnih, koji se mogu prodavati unaprijed putem kataloga.

Ovdje je bitno tražiti nove putove do gosta, organiziranija prodaja na stranom tržištu. Jedan od idućih koraka mogao bi biti uobličavanje individualne i alotmanske prodaje putem vlastitih kataloga.

Da bi se ovom području ipak odredila pravila igre, trebati će se u okviru novih zakonskih propisa o formiranju turističkih zajednica davati određeni ton i politika razvoja privatnog smještaja i to posebno za:

- uvjete i načine formiranja cijena,
- odnose koji nastaju na relaciji iznajmljivač-agencija,
- utvrđivanje minimuma kvalitete usluga, vrste i kategorije smještajnih kapaciteta,
- druga pitanja koji proizlaze iz poslova iznajmljivanja, posebno kontrola i dr.

Dilema više nema: privatni je smještaj izborio pravo građanstva. Da je tako pokazuje i izrazito povećanje ostvarenog broja noćenja. Ipak, još smo na početku u organizacijskom smislu. Želimo privatni smještaj a svjesni nedorečenosti poreznog sistema i u želji da društvu, posredniku, pribavimo što veću korist sputavali smo privatnike. Vrijeme je da upravo sada kada su se u društvu dogodile epohalne promjene učinimo ovaj segment ponude poslom zadovoljnih gostiju, iznajmljivača i države.