PONUDA USLUGA BRIGE O TURISTIČKIM OBJEKTIMA U HRVATSKOJ

Čotić, Mislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:031141

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

PONUDA USLUGA BRIGE O TURISTIČKIM OBJEKTIMA U HRVATSKOJ

Mentor:
doc.dr.sc. Ivana Bilić

Student:
Mislav Čotić

Split, kolovoz, 2017.

Sadržaj:

Sadržaj

1. **Uvod** **2**

1.1 Osnovni ciljevi rada **2**

1.2 Metode istraživanja **2**

1.3 Struktura rada **2**

2. **Povijesni razvoj i obilježja hrvatskog turizma** **4**

2.1 Povijesni razvoj **4**

2.2 Trendovi hrvatskog turizma **6**

2.3 Sezonalnost turzima u Hrvatskoj **8**

2.4 Kretanja Hrvatskog turizma **12**

3. **Usluge brige o nekretninama** **16**

3.1 Teorijski aspekt pružanja usluga briga **17**

4. **Ponuda usluga brige turističkih objekata u Hrvatskoj** **23**

5. **Zaključak** **29**

Literatura **30**

Popis slika i grafova: **31**

Popis tablica: **31**

1. Uvod

1.1 Osnovni ciljevi rada

Primarni cilj rada je istražiti teorijske aspekte pružanja usluge održavanja objekata i ponude vlasnicima kroz istu uslugu. Također, nakon istraživanja teorijskog aspekta i definiranja usluge istražit će se ponuda i razvoj usluge U Hrvatskoj. Sekundarni cilj rada je definiranje osnovnih turističkih trendova i obilježja Hrvatskog turizma. Konstantni rast turizma na području Hrvatske otvara prostor za povećanu ponudu uslužnih djelatnosti, a jedna od njih je i usluga brige o nekretninama. Zbog velikog broja nekretnina čiji vlasnici ne žele ili nisu u mogućnosti voditi brigu o svom posjedu, agencije za menadžment nekretnina rastuća su vrsta usluge koja se bazira na vođenju brige o nekretnini i njenom stavljanju u funkciju za turističke svrhe, kako bi se zadovoljila sve veća potražnja. Usluga brige o nekretninama kroz svoj rad podiže kvalitetu smještajnih kapaciteta koji su prije bili zapušteni ili izvan funkcije i iste dovodi ih do upotrebljivog stanja za primanje gostiju.

1.2 Metode istraživanja

Za pisanje rada korišteni su sekundarni izvori podataka: knjige, domaći statistički podaci, strateški dokumenti Ministarstva turizma, istraživanja te internet stranice domaćih i stranih agencija za upravljanje nekretninom. Za obradu podataka i istraživanje primijenjene su istraživačke metode analize, sinteze i dedukcije.

1.3 Struktura rada

Prvi dio rada odnosi se na uvod. Drugi dio rada daje uvid u opća kretanja i osnovne čimbenike povijesnog razvoja turizma na prostoru Republike Hrvatske. Navedene su etape hrvatskog turizma te problematika sezonalnosti kao glavnog obilježja turizma na ovim prostorima, popraćene grafikonima i analizom trendova. Treći dio rada bavi se teorijskim aspektom pružanja usluge održavanja objekata te osnovna obilježja te usluge. Četvrti dio rada usmjeren je na

istraživanje ponude usluga brige o turističkim objektima u Hrvatskoj te paketima u kojima se ta usluga nudi. Također, provedena je usporedba domaće ponude i opće ponude u ostatku svijeta.U petom dijelu se prezentira zaključak i navodi se popis literature i popis tablica koje su korištene u radu.

2. Povijesni razvoj i obilježja hrvatskog turizma

2.1 Povijesni razvoj

Hrvatska (službeni naziv: Republika Hrvatska) država je zemljopisno smještena na prijelazu iz Srednje u Jugoistočnu Europu. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Hrvatska ima 4.284.889 stanovnika.[1] Kopnenom granicom Hrvatska na sjeveru graniči s Mađarskom i Slovenijom, na istoku sa Srbijom, a na zapadu i jugu s Bosnom i Hercegovinom s kojom ima najveću kopnenu granicu te s Crnom Gorom. Osim kopnene granice, Hrvatska ima morsku granicu s Italijom. Upravo zbog svog položaja najveći povijesni utjecaj na Hrvatsku dolazili su iz srednjeeuropskog i sredozemnog kruga.

Turizam kao djelatnost i gospodarska grana najutjecajnija je karika razvoja Republike Hrvatske. Početak turističkog djelovanja na ovim područjima seže od sredine 19. stoljeća te se razvija sve do danas.

Hrvatska turistička ponuda svoje temelje utvrđuje na povijesno privlačnom području Mediterana, koje krasi blaga klima sa dugim i toplim ljetima. Razvedenost Hrvatske obale te impresivan broj otoka kojih je 1244 svakako obilježava taj dio kao vrlo interesantan. Također treba spomenuti i velik broj nacionalnih i prirodnih parkova koji se, osim na priobalnom, nalaze i na kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Razdoblje oko 1850. godine označava se kao neka primarna faza razvoja turizma. Tih godina dolazi do razvoja interesa za stvaranje određenih uvjeta za primanje gostiju, zbog shvaćanja moguće koristi. Upravo tako su nastali prvi ugostiteljski objekti i u to vrijeme popularna lječilišta na Jadranu.

[1] Stanovništvo prema narodnosti po gradovima/općinama, popis 2011. Državni zavod za statistiku RH, raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1468.pdf

Suprotno određenom današnjem očekivanju, prvi turistički promet je najveći razvoj doživio u kontinentalnom području Hrvatske. Lokacije s mineralnim izvorima postala su okupljališta koja su se postepeno pretvarala u lječilišta, a nakon toga njihova svrha prelazi u kupališta. Krajem 19. stoljeća primorje postepeno budi interes turista i to za zimovanje, a ne ljetovanje. Pokretanje interesa turista motiviralo je određene krajeve za opći razvoj kroz turizam koji je omogućio novi oblik prihoda i podizanje životnog standarda u tim mjestima.

Razdoblje od polovice 19.stoljeća do Prvog svjetskog rata bilo je važno za primarni razvoj turizma zbog postepene izgradnje cesta i željeznica koje su omogućile nesmetano odvijanje prometa. Također, treba spomenuti i uvođenje parobrodskih linija na Jadranskom moru koje su zatvorile taj novonastali krug prometne povezanosti kopna i mora, odnosno cjelokupne Hrvatske. Ulazak Hrvatske u Europsku Uniju 2013. godine svakako je pridonio dodatnom interesu za ovo područje i pomogao ostvarenju dodatnog rasta dolazaka zbog lakšeg protoka ljudi koji su pozitivno djelovali na ekonomske prilike i pokrenuli gospodarstvo.

Razvojne faze turizma prema W. Freyer-u(1998):

Tablica 1: Razvojne faze turizma prema W.Freyeru

Faza	**Vrijeme**	**Prijevozno sredstvo**	**Motivacija**	**Sudionici**
Predfaza	Do 1850.	Pješice Na konju Kočijom Brodom	Nomadi Hodočasnici Ratovi Otkrića Obrazovanje	Elita, plemstvo, obrazovani, poslovni ljudi
Početna faza	1850.-1914.	Vlak Parobrod	Odmor	Novi srednji stalež
Razvojna faza	1914.-1945.	Vlak Automobil Autobus Avion	Liječenje Odmor Trgovina	Imućni radnici

Visoka faza	Od 1945.	Automobil Avion(čarter)	Obnavljanje Odmor Slobodno vrijeme	Svi slojevi (u razvijenim zemljama)

Izvor: izradio student prema podacima iz knjige Freyer, W. (1998.) Tourismus, : izradio student prema podacima iz knjige Freyer, W. (1998) Tourismus – Einfuerung in die Fremdenverkehrsoekonomie, OldenburgVerlag, München, Wien, str.5

Kad govorimo o turističkim regijama Hrvatsku možemo podijeliti na primorski dio koji čine dvije cjeline, Dalmacija i Istra, te kontinentalni dio.

Dalmacija i Istra područja su puna kulturnih znamenitosti, ostataka gradova iz Rimskog Carstva te brojnih plaža i odmorišta koji su omogućili stvaranje bogate turističke ponude koja čini većinski udio cjelokupne potrošnje i dolazaka.

Najveći broj dolazaka ima područje Istre[2], koje je i infrastrukturno najrazvijenija županija kad govorimo o uslužnoj turističkoj djelatnosti. Kontinentalni dio Hrvatske također privlači određeni broj turista, no zbog manje ponude i nedovoljne promocije još nije ostvario svoj puni potencijal. Hrvatski turizam i dalje se identificira s brojem noćenja što je obilježje koncepta masovnog turizma. Zbog velike sezonske koncentracije dolazaka turista, ta masovnost je još više izražena. Svake godine svjedoči se ogromnom rastu potražnje u ljetnim mjesecima za raznovrsnim turističkim uslugama i robama. Produljenje turističke sezone na cijelu godinu bio je i ostat će najveći izazov hrvatskog turizma. No, današnji turisti sve više traže originalnost i autohtonu ponudu što nije pojava koja se veže uz masovnost. Tu se otvara veliki, neiskorišteni, potencijal hrvatskog turizma, koji se može opisati kao ruralni turizam, gdje turisti dolaze u neistražene lokacije dalje od klasičnih turističkih centara u potrazi za mirom i slobodom.

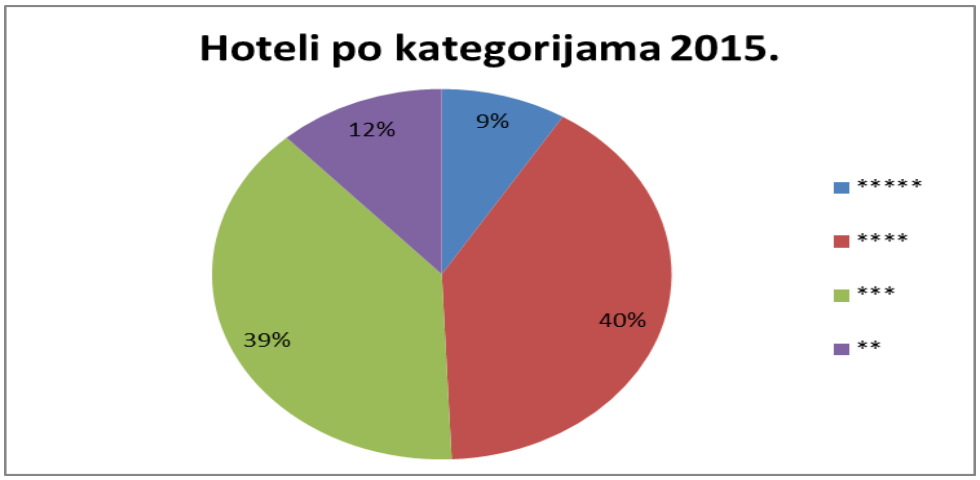
2.2 Trendovi hrvatskog turizma

Suvremeni turistički trendovi usmjereni su na podizanje kvalitete smještaja, posebice njegovu modernizaciju i povećanje broja sadržaja.

[2] Ministarstvo turizuma,, raspoloživo na na http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

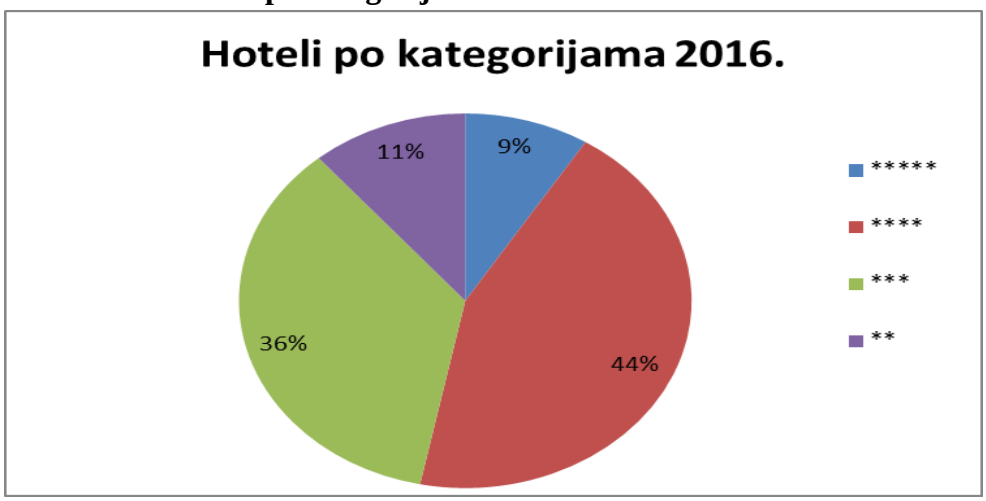
Potvrda ovih trendova najbolje se vidi u povećanju broja smještajnih jedinica u hotelima i privatnom smještaju. Osim povećanja broja smještaja kako bi se zadovoljila sve veća potražnja, velik faktor hrvatskog turističkog razvoja je i sve veći broj luksuznih apartmana i hotela sa 5 zvjezdica. To je bitno, kako bi se osim privlačenja trenutnih gostiju, potaknuo dolazak gostiju koji imaju veću platežnu moć i takvim gostima osiguralo prikladan oblik smještaja.

Grafikon 1: Hoteli po kategorijama 2015.



Izvor: Turizam u brojkama 2015 http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

Grafikon 2: Hoteli po kategorijama 2016



Izvor: Turizam u Brojkama2016 http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

Prethodni grafikoni prikazuju klasifikaciju hotelskih smještaja 2015. i 2016. godine.

Usporedbom grafikona može se primijetiti da se broj hotelskih smještaja sa dvije i tri zvjezdice smanjuje. Hoteli sa dvije zvijezdije činili su 12% ukupnog broja hotela 2015.,a 2016 njihod udio je iznosio 11%. Hoteli sa tri zvijezdice 2015. činili su 39% ponude, dok se u 2016. njihov udio smanjo na 36%. U isto vrijeme, udio hotela sa četiri zvijezdice povećao se s 40% 2015. Na 44% 2016.godine. Objašnjenje promijene odnosa u broju kapaciteta s određenom kvalitetom može se, osim smanjenjem potražnje za nižim kvalitetama, prepisati i sve većim potrebama turista za vrijeme boravka što zahtjeva nova ulaganje u podizanje razine usluge

Vidljivo je da potražnja za kvalitetnijim smještajem raste. Baš zbog toga važno je istaknuti da veći dio smještajnih kapaciteta čine apartmani, pa se njihovo unaprijeđivanje smatra nužnim iz godine u godinu. Također, svi oni kapaciteti koji nisu pravilno iskorišteni svoju svrhu mogu pronaći preko agencija za brigu o nekretninama, koje preuzimaju brigu o nekretnini na sebe te ih unaprijeđuju kako bi ta nekretnina mogla ostvariti tržišni plasman što bi u ovom slučaju značilo ulogu apartmana.

2.3 Sezonalnost turzima u Hrvatskoj

Kad govorimo o obilježjima hrvatskog turizma nemoguće je izostaviti pojavu sezonalnosti. Sezonalnost označava fenomen, odnosno cikličke varijacije u kretanju neke pojave svake godine u određeno vrijeme. Kad govorimo o sezonalnosti u turizmu ona je društvene prirode te se može opisati sljedećom definicijom Butlera et.al (1997.) :

„Sezonalnost u turizmu predstavlja privremenu neravnotežu u turističkoj aktivnosti koja se manifestira kroz broj posjetitelja, njihovu potrošnju, promet na autocestama i drugim oblicima prijevoza ta kroz zaposlenost i stupanj posjećenosti atrakcija.“

Razina sezonalnosti u Hrvatskoj smatra se visokom. Kao pojava je nepoželjna zbog velike fluktuacije u potrošnji i radnim mjestima, pa se njeno rješavanje smatra jednim od službenih ciljeva Republike Hrvatske.

Hrvatski primjer sezonalnosti možemo opisati preko primjera dolazaka gostiju. Broj noćenja znatno je veći u ljetnim mjesecima i to je trend koji se javlja svake godine.

Sezonalost svakako spada u najčešća i najvažnija obilježja suvremenog turizma. Hrvatska kao povijesno receptivno područje još više osjeti utjecaj te pojave. Prema Čavleku et al (2010) klimatski čimbenici koji izravno diktiraju pogodnost korištenja turističkih resursa (npr. Jadransko more), dok je ipak s druge strane jedan od presudnih čimbenika u korištenju tih resursa ustaljeni trend u korištenju godišnjih odmora u pojedinim europskim zemljama iz kojih se generira najveća turistička potražnja za turizmom u Hrvatskoj.
Sezonalnost se kao pojava također može gledati sa dvije točke, a to su prirodni i institucionalni čimbenici.

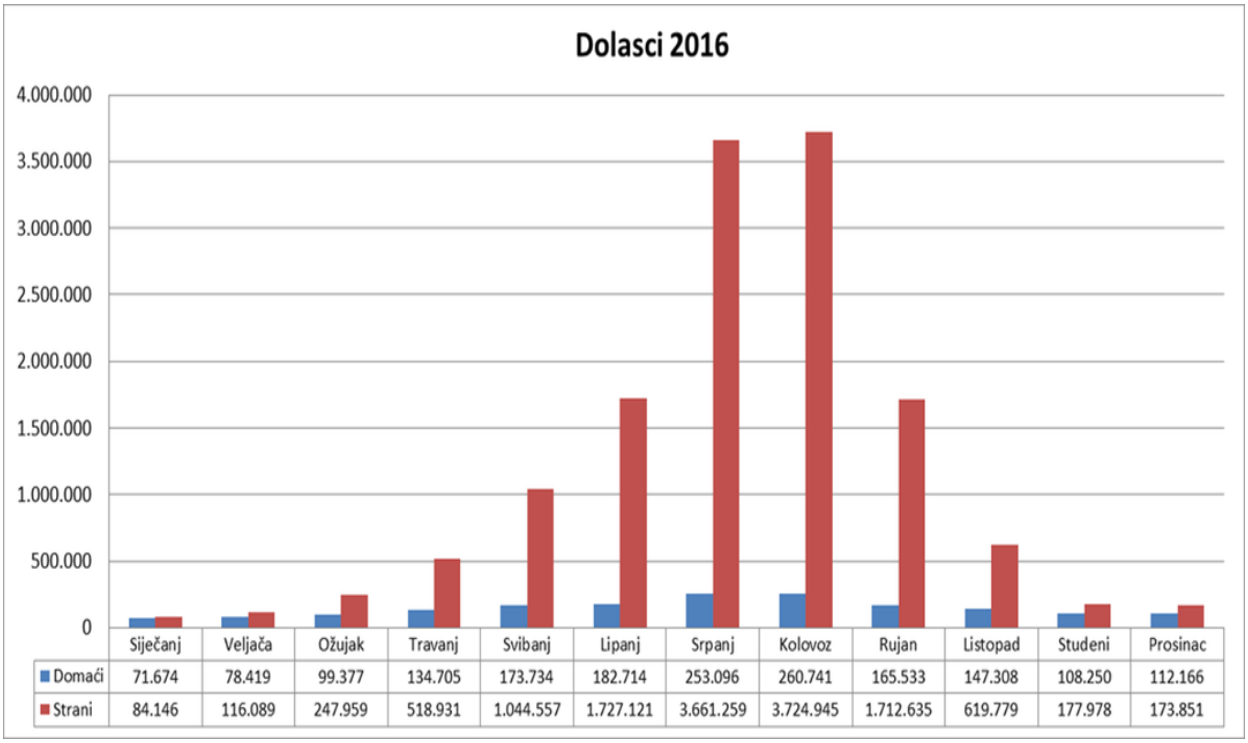
„Prirodni čimbenici sezonalnosti (na primjeru klime) prema Čavleku et.al(2010):

- Prosječna mjesečna temperatura
- Prosječne mjesečne padaline
- Mjesečni sunčani sati
- Temperatura mora

Prema Čavleku et al (2010.), institucionalni čimbenici sezonalnosti povezani su sa kulturološkim i ekonomskih obilježjima emitivnih tržišta koja na određeni način diktiraju raspored aktivnosti tih država.

Također potrebno je istaknuti da turistička sezonalnost ima brojne negativne učinke, kako na turističko gospodarstvo tako i na razinu kvalitete života lokalnog stanovništva. Koenig-Lewis et.al (2005.) u svom istraživanju opisuje određene negativne učinke sezonalnosti. Među najčešće spontane negativneučinke sezonalnosti ubrajaju se niža stopa povrata na turističke investicije, velike fluktuacije potražnje za radnom snagom u turizmu i značajna opterećenja na fizički okoliš i prirodne resurse destinacije. U ekonomskom smislu, sezonalnost se manifestira kao unutar godišnje osciliranje niza drugih gospodarskih varijabli poput primjerice cijena, tečaja valute ili poreznih prihoda, koje su usko povezane sa zaposlenošću i proizvodnjom. Sezonalnost je pojava karakteristična, kako za brojne gospodarske aktivnosti, tako i za cijele gospodarske sektore.

Grafikon 3: Dolasci turista 2016



	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	Rujan	Listopad	Studeni	Prosinac
Domaći	71.674	78.419	99.377	134.705	173.734	182.714	253.096	260.741	165.533	147.308	108.250	112.166
Strani	84.146	116.089	247.959	518.931	1.044.557	1.727.121	3.661.259	3.724.945	1.712.635	619.779	177.978	173.851

Izvor:Ministarstvo turzima http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

Produbljenje trendova sezonalnosti svakako se nameće kao jedan od najvećih izazova hrvatskog turizma. Kako bi se ti, za pravilan i razvoj turizma na zdravim temeljima, trendovi zaustavili potrebno je stvoriti mehanizme za uspješnu borbu protiv sezonalnosti. Tako se prema Čavleku et al (2010.) predlažu sljedeće mjere:

- Osuvremenjivanje turističkih proizvoda destinacija prema konceptu razvoja specifičnih oblika turizma (kongresni turizam, kulturni turizam, ekoturizam itd.), što uvjetuje i donošenje nove strategije razvoja turizma koja treba svakom dijelu Hrvatske redefinirati postojeću ili dodijeliti novu razvojnu ulogu
- Tržišno usmjerenje svake pojedine destinacije i specijalizacija njihove ponude prema odabranim uskim segmentima potražnje
- Angažiranje turističkih posrednika u popunjavanju turistički receptivnih kapaciteta u pred i posezoni

- Osnažiti sustav turističke inspekcije u cilju suzbijanja nelojalne konkurencije među pružateljima usluga smještaja
- Cjelovita sistematizacija i certificiranje radnih mjesta u sustavu turizma što će osigurati višu kvalitetu u pružanju usluga, zadovoljnije korisnike usluga, a u konačnici i izdašniju turističku potrošnju, redizajniranje sustava obrazovanja za potrebe turizma koji će omogućiti optimalno zadovoljenje potreba tržišta rada u turizmu za pojedinim profilima zaposlenika, kao i njihovo cjeloživotno usavršavanje

U hrvatskoj kampovi i privatni smještaji, koji posluju samo tijekom ljetnih mjeseci čine oko 80% ukupnih smještajnih kapaciteta. Zadnjih desetak godina utjecaj sezonalnosti još je veći pa se 86&% posto ukupnih noćenja ostvari od početka lipnja do kraja rujna. No,sezonalnost je fenomen koji postoji u svim mediteranskim zemljama.

Riječi turist i turizam dolaze od engleske riječi *tour* koja je u početku imala značenje samo za kružno putovanje.

Kriteriji za definiranje pojmova turist/tuziram prema Čavleku et.al (2011.):

- Prostorna komponenta - Da bi osoba mogla postati turistom, mora krenuti na put. Svaka osoba koja poduzima putovanje od točke A do točke B je putnik. No, svaki putnik ipak nije turist,dok je svaki turist putnik! Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO) putovanje se mora zbiti izvan uobičajene sredine određene osobe. Vanhove smatra da uobičajenu sredinu jedne osobe čini izravna udaljenost od mjesta rada ili obrazovanja te ostalih mjesta koja se učestalo posjećuju.

- Obilježja putovanja – Osoba napušta uobičajenu sredinu na vlastitu inicijativu, dobrovoljno, u okviru svog slobodnog vremena, te ne obavlja nikakvu lukrativnu djelatnost (ne privređuje);putovanje je uvijek dvosmjerno, što znači da se turist uvijek vraća u mjesto svog stalnog boravka (domicil).

- Vremenska komponenta – Osoba mora privremeno izbivati iz uobičajene sredine dulje od

24h, a maksimalno jednu godinu. Onaj tko boravi manje od 24h se naziva izletnik ili jednodnevni posjetitelj.

- Svrha putovanja–Turisti prema definiciji UNWTO-a su: osobe motivirane odmorom,rekreacijom, sportom, zdravstvenim razlogom, posjetom prijateljima i rodbini ili su na poslovnom putu, studiju, hodočašću, a nisu: aktivni pripadnici oružanih snaga, putnici na dnevnim rutinskim putovanjima, putnici koji svakodnevno putuju na posao, u školu, na studij, putnici u tranzitu, migranti i radnici na privremenom radu, nomadi, izbjeglice i prognanici te osobe iz diplomatskog kora i konzularni predstavnici.

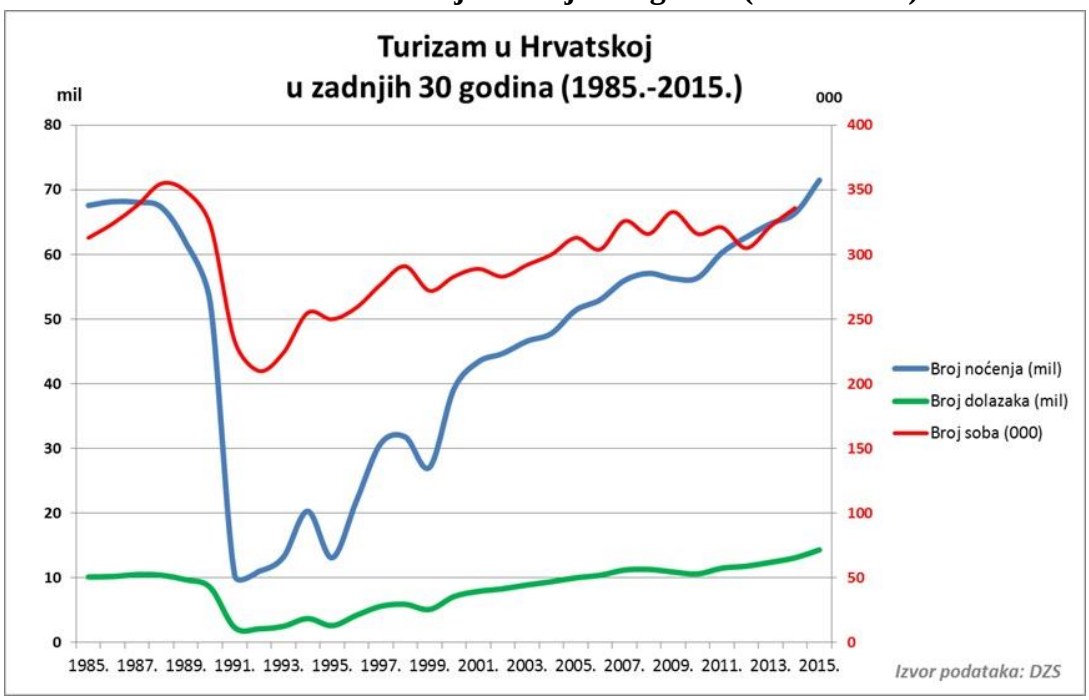
2.4 Kretanja Hrvatskog turizma

Hrvatski turizam već godinama niže pozitivne trendove. No, treba spomenuti da je tek 2015.

Hrvatska dosegla predratni broj noćenja. Broj dolazaka u usporedbi s predratnim godinama premašio se 2007. godine. Točni pregled dolazaka i vremenska usporedba bit će vidiljiva u gonjem grafikonu. Nemoguće je izostaviti negativni utjecaj rata na ovim prostorima na razvoj turizma, koji je poništio velike napore turističkog sektora u Hrvatskoj. Od 1990. se jasno vidi opadajući trend dolazaka i noćenja u Hrvatskoj. Broj noćenja prije rata iznosio je gotovo 70 miliona, da bi samo u dvije godine došao na razinu od 10 miliona. Broj soba se također smanjio, iako u manjem intenzitetu. Razdoblje nakon rata označilo je oporavak cijelokupnog hrvatskog gospodarstva, pa tako i turističkog sektora koji tek u zadnje vrijeme popripa prijeratni oblik.

U zadnjih 15 godina samo jedne godine(2009.) Hrvatska je zabilježila pad noćenja i to za 1,4%,dok su sve ostale godine zabilježile rast, unatoč svjetskoj financijskoj i gospodarskoj krizi.

Grafikon 4: Turizam u Hrvatskoj u zadnjih 30 godina(1985.-2015.)



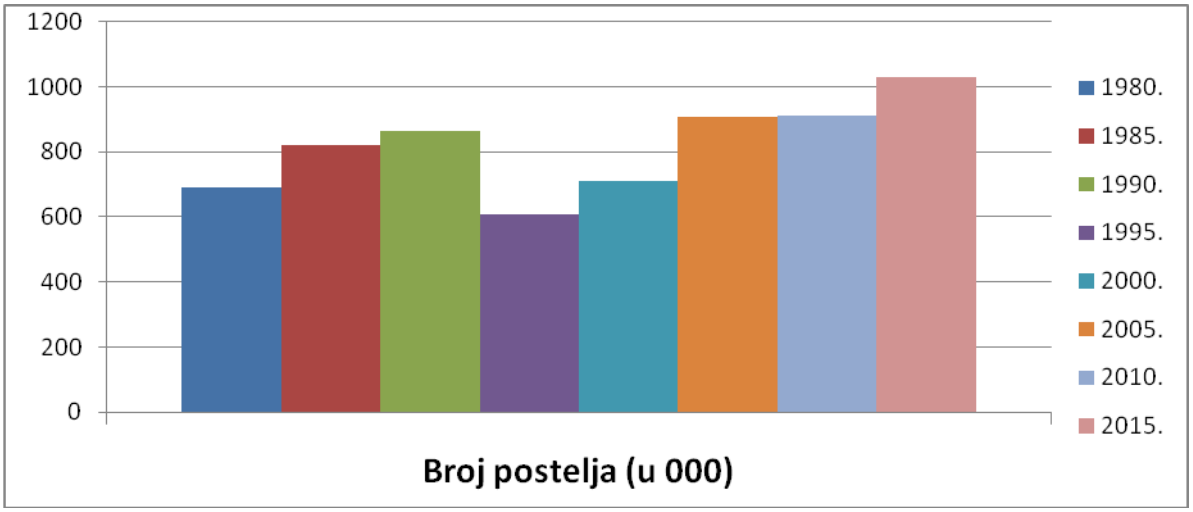
Izvor: Eclectica.hr https://eclectica.hr/2016/03/29/turizam-u-hrvatskoj-u-jednom-grafikonu-1985-2015/

Iako pod velikim utjecajem sezonalnosti, hrvatski turizam iz godine u godine bilježi sve bolje rezultate praćene povećanom razinom potrošnje gostiju. Ograničavajući faktor, daljnjeg, ubrzanijeg rasta hrvatskog turizma svakako su smještajni kapaciteti. U Hrvatskoj prevladavaju kapaciteti privatnog smještaja s oko 45 %, a zatim slijede kampovi čiji udio iznosi 23 %, nakon kampova slijede hoteli s udjelom u ukupnoj strukturi od 12 %, te na kraju turistička naselja čiji udio iznosi 6 %.

Osim problema kvanitetete, svakako se može istaknuti i nedostatak profesionalnog upravljanja koje vodi slabijoj iskorištenosti istih kapaciteta. No, nevezano za ograničavajuće faktore, hrvatski turizam zbog ostvarenog rasta i daljnjeg potencijala za isti, polako počinje uviđati prednosti koje nudi ulaganje u kvalitetu smještaja da bi se zadovoljila sve veća potražnja gostiju.

Sljedeći grafikoni prikazuju trend broja dolazaka u Hrvatsku, kao i razvoj smještajnih kapaciteta od 1980. – 2015. i njihovu razinu iskorištenosti.

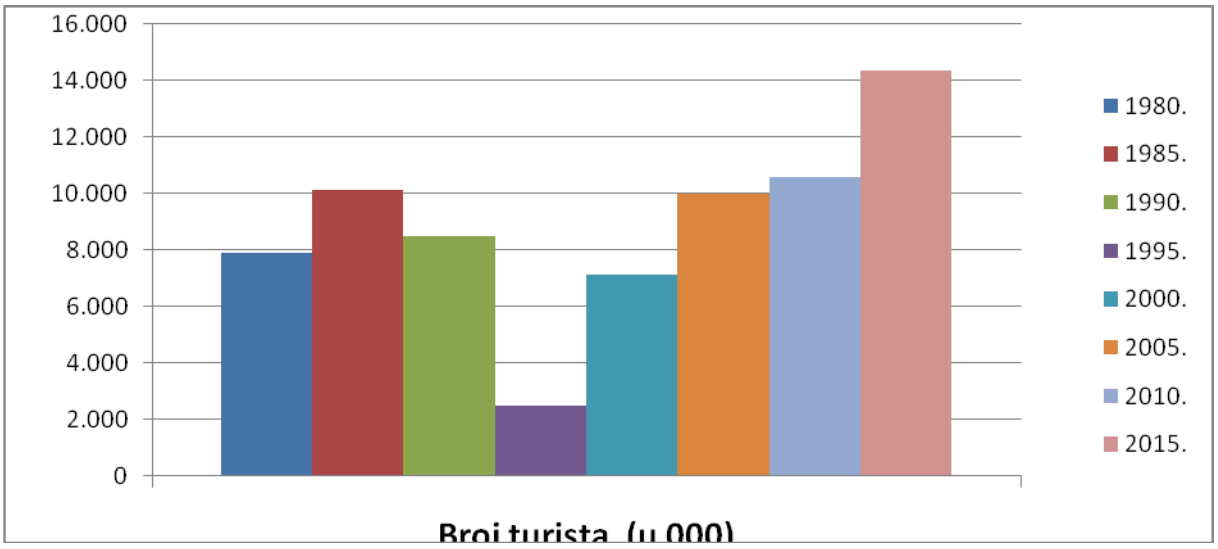
Grafikon 5:Broj postelja (u 000)



Izvor: Izrada studenta prema podacima Ministarstva turzima http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

Grafikon 5 nam prikazuje broj postelja u tisućama te njihovo kretanje od 1980. do 2015. godine. Kao što je prethodno navedeno, rat na prostorima Hrvatske imao je negativne posljedice na cjelokupni turizam. Tako je vidljivo da je broj postelja do 1990. narastao preko 800 000, da bi 1995. iznosio nešto manje od 600 000. Nakon toga usljedio je oporavak pa je 2015. Broj postelja iznosio više od 1 000 000.

Grafikon 6: Broj turista (u 000)

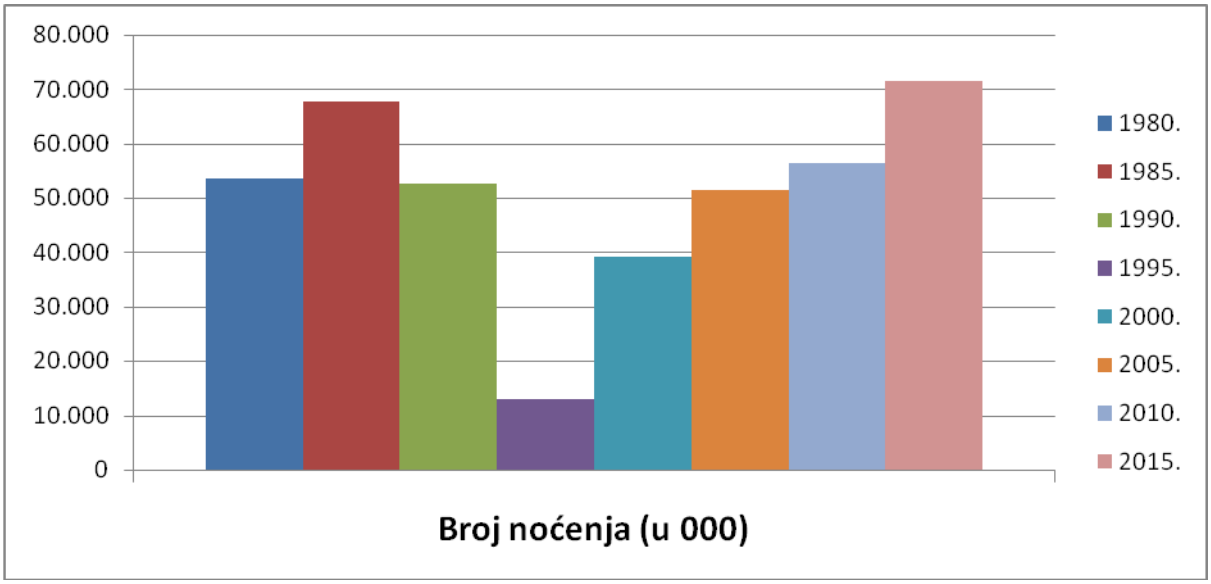


Izvor: Izrada studenta prema podacima Ministarstva turzima

http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

U grafikonu 6 prikazana je svakako najvažnija razvojna stavka za turizam, a to je broj turista. Prije rata, dosegnuta je broja od 10 000 000 turista, točnije 1985. godine i ta brojka se dosegla tek 2010. što svakako prikazuje kolike je razmjere na razvoj turizma imao rat.

Grafikon 7: Broj noćenja (u 000)



Izvor: Izrada studenta prema podacima Ministarstva turzima http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf

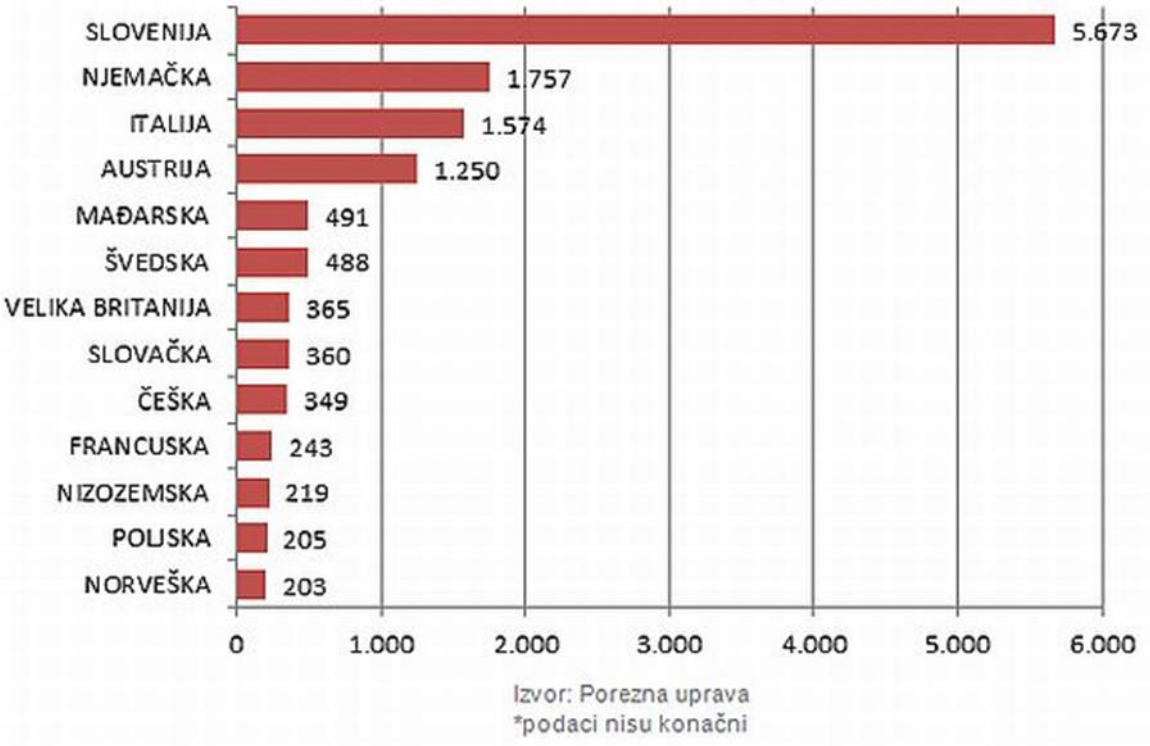
Hrvatski turizam, kako je već navedevno, od poslijeratnih godina bilježi konsantan rast noćenja i dolazaka. No, bez planiranja i pravilnog ulaganja hrvatski turizam i kvalitetu hrvatskog proizvoda bit će teško zadovoljiti tu rasteću potražnju. Kvaliteta smještaja i briga o gostima nezaobilazne su stavke turističkog razvoja. Zbog sve veće potražnje i rasta kapaciteta potrebno je osigurati siguran i ugodan boravak potencijalnim gostima. Agencije za brigu o nekretninama kao rastući servis i usluga jedno su od mogućih rješenja za unaprijeđenje kvalitete smještaja i osiguravanje svih potrepština za vrijeme boravka. Svi kapaciteti koji imaju potencijal za stavljanje u funkciju turizma, a njihovi vlasnici ne žele ili nisu u mogućnosti voditi bigu o njima, svakako predstavljaju jedan zanimljiv segment tržišta koji se lako može stvaviti u funkciju. Ulogu agencija na nekretnine obradit će se u sljedećim poglavljima završšnog rada.

3. Usluge brige o nekretninama

Uz postojeći turistički razvoj pojava usluga poput usluga brige o turističkim objektima je neizbježna. Održavanje turističkih objekata kao poduzetnička ideja tip je usluge koji označava brigu o tuđim nekretninama za koju se plaća određena naknada. S obzirom na sve veći broj privatnih smještaja ova usluga je prijeko potrebna kako bi se kvaliteta smještaja i boravljenja postavila na određenu,prepoznatljivu razinu. Rast broja nekretnina u stranom ili domaćem vlasništvu koji su udaljeni od svog posjeda stvorila je uvjete za razvoj novog tržišta koje se specijalizira za prihvat brige i održavanje nekretnine.

Prikaz vlasništva nekretnina u inozemnom posjedu:

Grafikon 9: Vlasništvo nekretnina u inozemnom posjedu u Hrvatskoj



Izvor: Poslovni.hr http://www.poslovni.hr/nekretnine/kako-stranci-mogu-kupovati-nekretnine-u-hrvatskoj-i-jos-vaznije-evo-tko-ih-najvise-kupuje-242513

Grafikon 9 prikazuje vlasništvo nekretnina u inozemnom posjedu koje je jedno od zanimljivih područja na kojem menadžment nekretnina može pronaći potencijalne klijente zbog vjerojatne neiskorištenosti nekretnine tijekom cijele godine.

3.1 Teorijski aspekt pružanja usluga briga

Briga o nekretninama može se definirati kao skup radnji i profesionalnih usluga koje se poduzimaju kako bi se nekretnina održala u takvom stanju u kojem je dostatna za redovitu uporabu. Također, briga o nekretninama na određeni način može i poboljšati njegu uporabljivost. Usluga brige je primarno namijenjena vlasnicima nekretnina koji žive u inozemstvu ili van mjesta u kojem se ona nalazi ili se jednostavno nisu u mogućnosti brinuti o njoj. Brigu o nekretninama se može promatrati kao određeni oblik menadžmenta.
Definicija menadžmenta prema Weinhrichu i Koonztu(1998.):

*"**Menadžment je proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojem pojedinci, radeći zajedno u skupinama, efikasno ostvaruju odabrane ciljeve"***

Gornja definicija nam otvara prostor da upravljanje o nekretninama stavimo pod okrilje menadžmenta zbog same činjenice da se o nečem treba brinuti, što u ovom slučaju označava briga o upravljanju nekretninom, koja treba biti u optimalnom stanju, održavana i spremna za uporabu.

Sama usluga brige uključuje angažiranje treće strane koja je zadužena za dnevne operacije investiranja u nekretnine. Menadžment tih nekretnina se kreće od obiteljskih kuća do velikih apartmanskih kompleksa.

Zbog široke usluge, prije angažiranja treće stane koja se brine o nekretnini, potrebno je sklopiti ugovor koji točno određuje uvijete i odgovornost brige o nekretnini. Prema časopisu The Balance ugovor o brigi najčešće uključuje neke od sljedećih stavki:

1. **Odgovornost za rentu**
2. **Odgovornost za stanare**
3. **Odgovornost za održavanje i popravke**

4. **Odgovornost za poznavanje zakona**
5. **Odgovornost za nadgledanje nekretnine**
6. **Odgovornost za budžetiranje i arhiviranje**
7. **Odgovornost za poreze**

Odgovornost za rentu

Odgovornost za rentu uključuje uslugu u kojoj treća strana određuje iznos početne rente, brine se o njenom prikupljanju i eventualnom prilagođavanju rente.

1. Određivanje rente-Treća strana zbog svog znanja u mogućnosti je odrediti optimalan iznos rente kako bi privukli stanare u posjed za koji se brinu. Njihovo znanje određivanja rente proizlazi iz razumijevanja tržišnih kretanja i stanja, te razmatranja same lokacije na kojoj se nekretnina nalazi koji pomažu dodatno korigirati rentni iznos.

2. Prikupljanje rente-Treća strana osigurava optimalni protok novca postavljanjem određenih vremenskih uvjeta plaćanja i brine se da se isti taj protok novca poštuje, odnosno da se renta prikuplja

Prilagođavanje rente-U određenim okolnostima se početni iznos rente može povećati za uglavnom fiksni iznos godišnje. Osim toga može se i sniziti ako dođe do određenih negativnih okolnosti koji onemogućavaju optimalni protok novca.

Odgovornost za stanare

Jedna od najvažnijih odgovornosti treće strane koja obavlja uslugu brige o nekretnini je svakako briga o stanarima. Ta odgovornost kreće od samog procesa pronalaženja stanara, brigu o njihovim zahtjevima do eventualnog procesa uklanjanja stanara sa nekretnine.

1. Pronalaženje stanara-Treća strana je odgovorna za određeni marketing nekretnine kako bi se ona popunila. Bitna stavka menadžmenta nekretnine je znanje koje će omogućiti pravilne kanale oglašavanje i isticanje onih stavki koje su bitne. Osim toga, zaduženi su za određene kozmetičke pripravke nekretnine kako bi se ona učinila privlačnom.

2. Pregledavanje i odabiranje stanara- Potencijalne stanare koji šalju prijave za korištenje nekretnine detaljno se proučava kako bi se odabrali oni koji najviše odgovaraju idealnom profilu. Sam proces proučavanja je nešto što se odvija u koracima, a fokus se stavlja na pregledavanje kreditnih mogućnosti, odnosno financijskog stanja klijenata te pozadine kandidate gdje se izbjegavaju oni sa kriminalnom prošlošću. Iskusni menadžeri nekretnina imaju bolju ideju kako izgleda pravi profil potencijalnog korisnika koji će svoje obveze podmiriti na vrijeme, dugotrajnijeg je vijeka i ne stvara probleme.

3. Osiguravanje korištenja-Menadžeri nekretnina su odgovorni za postavljanje vremenske dužine korištenja i poduzimaju sve potrebne korake kako bi se zaštitio vlasnik. Osim toga, dužni su odrediti i prikupiti određeni iznos koji služi kao primarni depozit za osiguravanje.

4. Rješavanje žalbi i hitnih slučajeva-Usluga brige o nekretnini uključuje rješavanje kućnih popravaka koji nastaju pri korištenju iste te odgovornost za situacije kad korisnici nekretnine stvaraju buku i uznemiruju susjedstvo.

5. Rješavanje iseljenja-Kad određeni korisnik napusti nekretninu, menadžer je odgovoran za detaljnu inspekciju prostora koja se sastoji od provjere nekretnine za moguću štetu koja je nastala tijekom boravka. Taj postupak određuje koliki će se dio sigurnosnog depozite vratiti korisniku. Nakon što postupak iseljenja završi, potrebno je očistiti nekretninu i popraviti nastale štete ako postoje, a na kraju pripremiti nekretninu za nove korisnike.

6. Rješavanje problema izbacivanja iz nekretnine-Ako korisnik nekretnine ne plaća rentu(najam) ili probija ugovorom određene granice i pravila korištenja, menadžer nekretnine pokreće postupak izbacivanja trenutnih korisnika

Odgovornost za održavanje i popravke

Pružatelji usluga brige o nekretnini zaduženi su za fizičko održavanje prostora koje uključuje redovne provjere i popravke kako bi se održalo željeno stanje.

1. Održavanje-Pružatelju usluge brige povjerena je odgovornost za izvođenje preventivnih radnji održavanja nekretnina kako bi ona bila u mogućnosti funkcionirati u izvrsnom stanju. Kao primjer ovoga može se uzeti moguća nastala šteta na odvodnim cijevima. Ako su u mogućnosti, pružatelji usluge moraju sami odraditi taj popravak, a ako nisu na njima je da unajme nekog tko će to riješiti što prije. Svrha održavanja je zadovoljavanje postojećih korisnika kvalitetom usluge kao i privlačenje novih.

2. Popravci-Ako postoji problem vezan za pravilno funkcioniranje nekretnine dužnost pružatelja usluga je da sam riješi ili unajmi nekog tko može. Pružatelji usluga često su povezani s velikim brojem pouzdanih partnera koji su zaduženi za popravljanje(vodoinstalateri, električari itd)

Odgovornost za poznavanje zakona

Iskusni i pouzdani pružatelju usluga brige o nekretninama imaju potrebno znanje o zakonima države u kojoj posluju koji su povezani sa odnosima vlasnika nekretnine i trenutnog korisnika kako bi se pravilno izvele sljedeće stavke:

1. Pregledavanje stanara
2. Odgovornost za sigurnosne depozite
3. Raskid odnosa s korisnikom nekretnine
4. Izbacivanje korisnika nekretnine

5. Omogućavanje svih sigurnosnih standarda

Odgovornost za nadgledanje nekretnine

1. Ostali zaposlenici-U slučaju zapošljavanja dodatnog osoblja na posjedu nekretnine, poput zaštitara, menadžer nekretnine je odgovoran da to osoblje pravilno odrađuje svoj posao. Osim nadgledanja kvalitete rada osoblja, pružatelj usluge brige o nekretnini je taj koji dodatnom osoblju određuje visinu plaće i u krajnjem slučaju prekida suradnju s njima, odnosno uručuje im otkaz

2. Nepopunjene nekretnine-Usluge menadžera nekretnine vrlo često se koriste da bi se brinulo o nepopunjenim tj. praznim nekretninama kako bi se omogućila sigurnost nekretnine i izvršavali redovni pregledi posjeda. Također, usluga brige je korisna zbog nadgledanja i provjere kvalitete rade i poštivanja rokova onih koji popravljaju nekretninu.

Odgovornost za budžetiranje i arhiviranje

Menadžeri nekretnina su odgovorni za pravilnu uporabu budžeta te arhiviranja svake nastale promijene.

1. Odgovornost za budžet-Menadžer mora djelovati unutar unaprijed određenog budžeta namijenjenog na korištenje nekretnini. U određenim izvanrednim situacijama kad su trenutni korisnici ili sam posjed u opasnosti, menadžeri se mogu koristiti vlastitim sredstvima kako bi se opasnost otklonila bez zadiranja u granice budžeta.

2. Arhiviranje-Menadžer nekretnine zadužen je za arhiviranje svih događaja koji su povezani s posjedom. Arhivi primarno uključuju sve prihode i rashode, ali se dalje protežu na detaljne zapise svih inspekcija, popis unajmljivača, zahtjeva za održavanjem, odrađenih popravaka i žalbi. U arhiv su uključene i cijene svih održavanja i popravaka te se vodi popis prikupljenih renti i plaćenih osiguranja

Odgovornost za poreze

Menadžer nekretnine svoje usluge proteže i na porezno savjetovanje vlasnika vezano za nekretninu. Ako je tako određeno i dopušteno zakonom, menadžer se može samostalno brinuti o svim porezima koji su povezani s nekretninom.

Menadžer nekretnine pravna je ili fizička osoba kojoj je na dužnost povjerena briga o nekretnini uz određenu nadoknadu, kad vlasnik nije u stanju sam to obavljati ili nije zainteresiran za to. Odgovornost menadžera nekretnine jednaka je odgovornosti agencije koja pruža uslugu brige o nekretnini.

Poslovi menadžera nekretnine sastoje se od pronalaženja novih ili izbacivanja postojećih stanara i ostalih poslova brige o potrebama stanara. Ti poslovi uobičajeno uključuju prikupljanje rente, pokrivanje određenih troškova i poreza, povremeno izvještavanje vlasnika o stanju nekretnine i poslovima vezanim uz nju te ostale poslove koji se specifično dogovaraju i prilagođavaju vlasnikovim željama.

Osim brige o stanarima, veliki dio posla menadžera nekretnine se sastoji od dogovaranja raznih usluga vezanih za nekretninu. Oni se uglavnom kreću od provjera stanja nekretnine i dogovaranja svih potrebnih popravaka kako bi nekretnina zadržala optimalno stanje za primanje gostiju. U slučaju kad nekretnina nema stanara, menadžer se brine o sigurnosti posjeda osobno ili unajmljujući usluge drugih ljudi. Sve ove usluge, iako tipične za menadžment nekretnina, u određenim zakonskim regulativama zahtijevaju stjecanje službene licence za obavljanje posla.
Odgovornost menadžera nekretnine primarno je usmjerena na vlasnika nekretnine, a tek onda prema agenciji. Profesionalan i odgovoran odnos menadžera nekretnina i njenog vlasnika ili stanara ključan je za formiranje povjerenja i ispunjavanje svih očekivanja vezanih za rad i korištenje nekretnine.

Sve navedene stavke plod su dugogodišnjeg razvijanja usluge brige o nekretninama. Upravo zbog njih implementacija ove usluge u turističke svrhe jedan je od načina poboljšavanje ponude i kvalitete smještaja na prostoru Hrvatske. Zbog velikog broja apartmana i vlasničke strukture usluge brige o nekretninama imaju potencijal ujediniti standrarde ponude smještaja u Hrvatskoj i tako osigurati siguran i ugodan smještaj turistima,te u isto vrijeme izvor zarade svojim vlasnicima.

4. Ponuda usluga brige turističkih objekata u Hrvatskoj



Slika 1:Menadžment nekretnina

Izvor: http://www.celinese.com/file/2017/06/houston-property-management-rental.jpg

Hrvatsko tržište menadžmenta nekretnina uglavnom je fokusirano na upravljanje turističkim objektima zbog najveće mogućnosti zarade i sve većeg tržišta. Agencije koje se bave ovim poslom tako su svoje utočište našle na Jadranskoj obali i to u svim značajnijim gradovima i turističkim odredištima poput Dubrovnika, Splita, Hvara, Zadra i Pule.

Usluga brige o nekretnini u Hrvatskoj je ozbiljniji razvoj doživjela je u prvom desetljeću 21. stoljeća. Razlog tomu je bilo moderniziranje turističke ponude na ovim prostorima, kao i sve veći broj apartmana i prilika koje su se pružale za stvaranje dodatne zarade u uslužnom sektoru.
Osnovna razlika između platforma koje se bave posredovanjem između gosta i vlasnika nekretnine poput Booking-a i menadžmenta nekretnine je to što menadžment nekretnine stvara

dodatnu vrijednost vlasniku i samoj usluzi turizma. Baš zato je važno da se ponuda ovakvih usluga i dalje razvija na ovom prostoru jer olakšava brigu i dostupnost nekretnina, te podiže opću kvalitetu smještaja.

Kad govorimo o ponudi agencija uluga brige u Hrvatskoj, one većinom slijede prethodno navedene opće stavke usluga. No, razlika između klasične brige o nekretnini i brige o nekretnini u Hrvatskoj je da što su agencije u Hrvatskoj orijentirane na turistički sektor.
Agencije za brigu o nekretninama svoju ponudu ponajviše nude na prostorima primorja, odnosno na obali Jadranskog mora. Najviše agencija za brigu o nekretninama nalazi se u Splitsko-dalmatinskoj županiji, posebno na području samog grada Splita gdje ih djeluje više od deset. Ostali veći gradovi koji su vezani za turizam uglavnom imaju jednu ili dvije agnecije koje se bave menadžmentom nekretnina, osim Dubrovnika koji također ima velik broj agencija u usporedbi s ostalim turističkim destinacijama u Hrvatskoj. No, te lokacije zbog svog smještaja idealno su čvorište agencija na nekretnine zbog velikog turističkog prometa i svoje povijesne važnosti u oblikovanju hrvatskog turizma. Također, kao gradovi predstavljaju sjedišta svojih županija što tim istim agencijama omogućuje centralirizanu ponudu usluge za područje cijele županije, poput agencije PMC(Property management Croatia) koja svoje usluge nudi za prostor od Makarske do Šibenika, te na okolnim otocima poput Lastova, Hvara i Korčule.

Ponuda agencija koje nude uslugu brige u Hrvatskoj može se opisati preko sljedećih stavki:

- Briga o apartmanu

  Paket usluga brige o apartmanu kreće od bookinga. Booking označava proces primanja rezervacije za korištenje nekretnine(apartmana), koji omogućuje nesmetan protok gostiju u određenom vremenskom razdoblju. Nakon zaprimanja rezervacija, agencija je zadužena za pripremu apartmana na korištenje. Prvi korak pripreme je čišćenje apartmana kako bi goste dočekao u idealnom stanju. Osim čišćenja, agencija je tu kako bi detaljno pregledala nekretninu u potrazi za oštećenjima koje je dužna popraviti.

- Doček gosta

  Nakon zaprimljenih rezervacija i pripreme nekretnine na korištenje slijedeći korak je doček gosta. Faza dočeka gosta počinje odmah nakon pripreme za korištenje gdje se u apartman dodaju sitni estetski detalji poput poklona za nove korisnike, čija je svrha stvaranje pozitivnog dojma pri ulasku u nekretninu. Nakon što se gost dočeka slijedi pokazivanje svih popratnih sadržaja i prostorija nekretnine, kao i prezentacija lokacije u kojoj se nalaze. Završna faza dočeka gostiju je njihov ispraćaj i ponovni pregled apartmana kako bi se utvrdilo je li došlo do oštećenja prostora prilikom korištenja.

- Marketing

  Bez pravog marketinga teško bi bilo izdvojiti apartman od konkurencije. Fotografiranje apartmana osnovni je korak marketinga. Za usluge fotografiranja u praksi se često koriste profesionalni fotografi da bi prezentacija apartmana napravila što privlačnijom. Nakon fotografiranja slijedi oglašavanje na internetu, pa se agencija, osim korištenja vlastitih web stranica, služi modernim komunikacijskim medijima poput Facebooka te ostalih portala i partnerskih stranica kako bi što bolje istakla svoju ponudu.

- Komunikacija s gostima

  Komunikacija s gostima je jedna od odgovornosti koje agencija preuzima na sebe. Ona uključuje primarnu komunikaciju nakon rezervacije koja se sastoji od slanja detaljnih informacija o destinaciji boravka. Također, agencija je tu da se pobrine za sve upite koji potencijalni korisnici nekretnine imaju oko svog boravka. Ova odgovornost je najvažnija tijekom samog boravka gostiju jer agencija mora biti dostupna i brinuti se o korisničkim potrebama i upitima kako bi omogućila siguran i ugodan boravak.

Agencije koje se bave menadžmentom nekretnina u Hrvatskoj ove usluge većinom nude dvije varijante svoje ponude potencijalnim korisnicima. Također, treba napomenuti kako većina agencija svoj fokus stavljano na turističko tržište, onodsno apartmane. Pregledala se ponuda agencija na njihovim web stranicama, na splitskom području, poput Akinetosa i Luxury Croatie te se njihova ponuda može sastaviti u dva dijela,a to su osnovni paket i dodatni paket.

Osnovni paket se sastoji od:

- Čuvanja ključa-ključ od nekretnine se povjerava agenciji i ona je dužna da prima gosta uz redovno slanje podataka o korištenju vlasniku nekretnine
- Eksternog i internog pregleda nekretnine za moguću nastalu štetu na mjesečnoj bazi
- Otvaranja privatne e- mail adrese za komunikaciju
- Dogovaranja popravaka ako se utvrdi nastala šteta
- Mjesečnog izvještaja o stanju nekretnine preko e-mail adrese koji prilaže potrebnu dokumentaciju o inspekciji nekretnine kao i slike izvana i iznutra

Dodatni paket uključuje:

- Osnovni paket
- Eksterni i interni pregled nekretnine za moguću nastalu štetu dva puta mjesečno
- Usluge prijevoda ako je nužno za komunikaciju
- Dogovaranje i sređivanje plaćanja računa vezanih za nekretninu
- Razmjenu informacija s računovođom
- Provjera stanja svih uređaja u nekretnini, ispravnost rada struje,vode i plina
- Provjera vodovodnih cijevi i dogovaranje popravaka
- Kupnju kućnih potrepština prije dolaska korisnika
- Uređenje vrta i cjelokupnog posjeda

Usluge brige održavanja turističkih objekata sve se važnija i popularnija stavka ponude turizma, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Proširenjem hrvatske ponude agencija i povećavanjem njihova broja ova usluga postaje sve dostupnija iznajmljivačima.

Iako na dobrom putu, ovaj tip usluge i dalje ima određenje slabosti i ograničenja rasta na hrvatskom tržištu. Glavne prednosti se očituju u prethodno obrađenom trendu porasta turističkih smještaja u privatnom posjedu koji je i najznačajniji faktor razvoja menadžmenta nekretnina u Hrvatskoj. Uz daljnji razvoj turizma sve je potrebnija profesionalna usluga brige o nekretnini kako bi posjed bio u najboljem izdanju prilikom primanja novih gostiju. Osim toga, menadžment nekretnine osigurava održavanje nekretnina što rasterećuje vlasnika koji nije u poziciji da mora

paziti na svaki kvar i reagirati, već je tu agencija da tijekom boravka gostiju i njihove rotacije dogovara i odrađuje sve popravke.

Svakako, potrebno je spomenuti i veliki ulazak stranog kapitala te porast investicija na polju turizma kao još jednu stavku koja stvara dodatnu potrebu za uslugama brige o nekretnini. Porast dolaska gostiju koji žele što kvalitetniji i luksuzniji smještaj podiže potrebni standard kvalitete apartmana i njegovog sadržaja pa je prava i odgovorna briga za stanje nekretnine nešto što postaje obvezna odlika za bavljenje turizmom.

Ograničavaju faktori razvoja tržišta menadžmenta nekretnina vezani su za neinformiranost javnosti i velik utjecaj sezonalnosti na hrvatski turizam. Sezonalnost se može opisati kao glavna ograničavajuća stavka za sve usluge hrvatskog turizma, pa menadžment nekretnina trpi iste posljedice kao i ostatak tržišta. Zbog ogromnog rasta potražnje u ljetnim mjesecima menadžment nekretnina nije u stanju svoju uslugu optimalno pružati tijekom cijele godine, već glavninu prihoda i posla mora odrađivati i zaraditi u tom periodu. Zbog toga je potrebna dobra i efikasna strategija privlačenja gostiju tijekom cijele godine, kako bi se smanjio pritisak na gospodarstvo koji povlači sezonalnost hrvatskog turizma.

Tablica 2: Prednosti i mane hrvatskog menadžmenta nekretnina

Prednosti i mane(ograničenja) hrvatskog menadžmenta nekretnina	
Prednosti	Mane(Ograničenja)
• Velik broj nekretnina u privatnom vlasništvu • Konstantni rast hrvatskog turizma • Ulazak stranog kapitala i rast inozemnog vlasništva nekretnina • Praćenje svjetskih trendova i njihova implementacija na hrvatskom tržištu	• Neinformiranost potrošača • Velika razina oporezivanja • Sezonalnost kao faktor koji onemogućava cjelogodišnje provođenje usluge

Izvor: Prikaz autora

Pregledom najvažnijih stavki ponude može se zaključiti da agencije koje djeluju na teritoriju Republike Hrvatske prate glavne trendove i obilježja ove usluge na međunarodnim tržištima. Svakako je za očekivati dodatno povećanje ponude i proširivanje usluge i broja agencija, što zbog sve većeg broja turista, ali i zbog rasta apartmana i objekata kojima je potrebna profesionalna usluga brige.

Zanimljivo je istaknuti i pojavu novog softvera koji OPMS(Engl.online property management software) čija je implementacija u svijet međunarodnog menadžmenta nekretnina smanjila cijene same usluge i probudila dodatan interes tržišta. U Hrvatskoj opća upotreba ovog softvera još nije postala praksa. Glavna odlika ovog softvera je pojednostavljivanje pružanja usluge bruge i posljedično, olakšavanje poslovanja. Za za očekivati je da će daljnjim rastom tržišta njena implementacija imati za posljedicu, kao i u ostalim slučajevima, smanjenje cijena i povećanu potražnju za uslugom brige o nekretnini, kako u općoj, tako i u funkciji agencija za uslugu brige koje svoje djelovanje fokusiranju na turistički sektor.

5. Zaključak

Suvremeni turistički trendovi zaokrenuli su hrvatski turizam u proizvod koji je međunarodno poznat i priznat po svojoj kvaliteti. Uz veliku konkurenciju koja također nastoji udovoljiti svim zahtjevima gostiju, diferencijacija ponude ključ je uspjeha i daljnjeg razvoja. Menadžment nekretnina jedan je od segmenata tržišne ponude koji je potreban kako bi se povećala mogućnost smještaja i unaprijedila kvaliteta istog

Kad se usporedi sadržaj koji nude agencija usluga brige u ostatku svijeta i onih koji djeluju u Hrvatskoj, jasno se vidi da hrvatska ponuda kvalitetom sadržaja prati korak s onima čija se usluga smatra vrhunskom. No, isto tako nemoguće je izostaviti neinformiranost javnosti o postojanju same usluge na ovim prostorima, čime bi se potražnja za uslugom mogla povećati, a velik broj nekretnina koje su zapuštene ili pod lošim upravljanjem, moglo bi se staviti u funkciju i unaprijediti kvalitetu smještaja. Agencija za usluge brige o nekretninama trebale bi poraditi na marketingu i informiranju potrošača o svojoj usluzi, ne samo u primorskim krajevima, već u cijeloj državi. Osim novih radnih mjesta i otvaranja novih agencija, dobar menadžment nekretnina obogatio bi i stvorio zdrave temelje za razvoj turizma diljem Hrvatske kroz poboljšanu kvalitetu smještaja i profesionalnsku skrb o stanarima.

Sezonalnost igra veliku ulogu u potražnji usluge brige o nekretninama. Kako je ova usluga na hrvatskom teritoriju uglavnom vezana za turističke potrebe, odnosno za sezonu, prolaskom ljetnih mjeseci dolazi do velikog smanjivanja potrebe za ovom uslugom. Strateški planovi Ministarstva turizma i suradnje turističkih zajednica ključne su za suzbijanje sezonalnosti i produžavanja dolazaka turista kroz cijelu godinu što bi omogućilo zadržavanje radnih mjesta, kvalitetniju uporabu resursa i potrebne uvjete za daljnji razvoj menadžmenta nekretnina u Hrvatskoj.

Literatura

1. Butler, R. W. (1994): Seasonality in tourism; issues and problems. U: A. V. Seaton (ur.), Tourism - the State of the Art, Chichester: John Wiley and Sons
2. H. Weihrich i H. Koontz: "Menadžment", 11. izdanje, Mate d.o.o, Zagreb, 1998
3. Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav - Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar i suradnici, Školska Knjiga, 2011
4. Freyer, W. (1998.) Tourismus – Einfuerung in die Fremdenverkehrsoekonomie, Oldenburg
5. Čavlek, N.,Bartoluci, M.,Kesar, O.,Čižmar, S., Hendija, Z., (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet - Zagreb, Katedra za turizam
6. Koenig-Lewis, N., Bischoff, E. E. (2005): Seasonality research: The state of the art. International Journal of Tourism Research
7. Property Management Kit for Dummies (2013.), 3rd Edition, Robert S. Griswold
8. Butler, R. W., Mao, B. (1997): Seasonality in Tourism: Problems and Measurement P, Quality Management in Urban Tourism

Internet izvori

1. Stanovništvo prema narodnosti po gradovima/općinama, popis 2011.. Državni zavod za statistiku RH, dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1468.pdf
2. Ministarstvo turizma, Turizam u Brojkama 2016., raspoloživo na http://www.mint.hr/UserDocsImages/170605_TUB-HR_%20016.pdf
3. Ministarstvo turizma,Turizam u Brojkama 2015., raspoloživo na http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf

4. Hrvatska turistička zajednica,PROJEKT PRED I POSEZONE „HRVATSKA 365“ raspoloživo na http://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/pps
5. The Balance,What is a property manager, raspoloživo na https://www.thebalance.com/what-is-a-property-manager-2124842
6. CPM,Croatian property management d.o.o,raspoloživo na http://www.croatianpropertymanagement.com/test
7. Split Priperty Management d.o.o http://www.splitpropertymanagement.com/
8. LuxuryCroatia.net - Obiteljska putovanja d.o.o., raspoloživo na https://luxurycroatia.net/

Popis slika i grafova:

1. Hoteli po kategorijama 2015. str.7.
2. Hoteli po kategorijama 2016. str.7.
3. Dolasci turista 2016. str.10.
4. Turizam u Hrvatskoj 1980.-2015. str.13.
5. Broj postelja(u 000) str.14.
6. Broj turista(u 000) str.14.
7. Broj noćenja(u 000) str.15.
8. Inozemno vlasništvo nekretnina str.16.

Popis tablica:

1. Razvojne faze turzima str.5
2. Prednosti i mane(ograničenja) hrvatskog menadžmenta nekretnina str.27,28.