

Apartman

Plus

Specijalizirani časopis za
pružatelje ugostiteljskih usluga
smještaja u domaćinstvu

jesen 2017 · Broj 3 · Godina I

Poseban
prilog

**SAFETY
CARD**

Na 7 jezika

TEMA BROJA

**RTV pristojba
za male
iznajmljivače**

AKTUALNO

**Imaju li
hrvatski
apartmani
niske cijene**

Iznajmljivači iz susjedstva

**Vjera Matulić,
Iznajmljivači
sa srcem**

Sve što ste željeli znati o poslovanju s apartmanima, sobama i kućama za odmor

Pretplatite se!

Iskoristite pogodnost pretplate na godišnje tiskano izdanja časopisa "Apartman Plus".

Godišnja pretplata na tiskano izdanje časopisa iznosi 200,00 kn za četiri izdanja.

Godišnja pretplata na elektronsko izdanje časopisa iznosi 50,00 kn za četiri izdanja.

Svi pretplatnici ostvaruju pravo na:

- jedno besplatno savjetovanje godišnje u Savjetovalištu za obiteljski smještaj Interligo, osobnim dolaskom ili e-mailom,
- besplatna analiza internet oglašavanja,
- besplatno mjesečno korištenje aplikacije RentlIO.

Časopis u tiskanom izdanju dostavlja se na adresu pretplatnika.
Časopis u elektronskom izdanju dostavlja se na e-mail pretplatnika.

Besplatnu godišnju pretplatu iznajmljivači mogu dobiti upitom kod turističke zajednice koja je platila pretplatu u ime svojih iznajmljivača a vidljive su u časopisu. **Kontaktirajte svoju turističku zajednicu!**

Zašto se pretplatiti:

- praćenje svih aktualnosti; oglašavanje, zakonske obveze, poslovanje apartmana, soba, kuća za odmor,...
- besplatna dostava u vaš poštanski sandučić (za pravne osobe zatražite predračun)
- besplatno savjetovanje
- pogodnosti partnera

Pretplatiti se možete i pozivom na broj telefona 099 2964 440.

Za sve dodatne upite kontaktirajte nas na interligo@interligo.hr.



Impresum:

Apartman Plus

Specijalizirani časopis za pružatelje
ugostiteljskih usluga smještaja
u domaćinstvu

ISSN 2459-8852

Izdavač:

Interligo d.o.o.

Sjedište:

Visoka 22
21000 Split, Hrvatska

Redakcija:

Visoka 22
21000 Split, Hrvatska
099/319 89 62
099/385 00 22
www.interligo.hr
interligo@interligo.hr
MB: 060295995
OIB: 59543941730

Zagrebačka banka d.d.

IBAN: HR66 2360 0001 1023 4928 0

Glavna urednica:

Meri Čizmić Kraljević
meri.kraljevic@gmail.com

Direktorica:

Anamarija Cicarelli

Grafička priprema:

Ana Luketin Fahrewald
analf@artur.hr
Artur j.d.o.o.

Lektorica:

Marijeta Matijaš

Suradnici na ovom izdanju:

Marijeta Matijaš, Rujana Lukač,
Kruno Pekas, Nela Kovačević,
Ana- Marija Kajić,
Vedran Pražen, Marko Mišulić

Izvori fotografija:

arhive turističkih zajednica
shutterstock.com

Prenošenje tekstova djelomično ili u cijelosti dozvoljeno je samo uz pismeno odobrenje izdavača i autora. Zabranjena je svaka vrsta optičkog, mehaničkog ili elektroničkog umnožavanja. Sva prava zadržana. Tekstovi i fotografije šalju se u elektronskom obliku. Stav autora teksta ne mora biti uvijek i stav izdavača. Izdavač ne može garantirati za trajnost objavljenih informacija i ne odgovara za sadržaj oglasnih stranica.

Poštovani čitatelji, došli smo do kraja još jedne turističke sezone. Nadamo se da je svima bila uspješnija od prošlogodišnje, brojke govore tome u prilog. Znamo da ste se naradili. Goste je trebalo dočekati, pripremiti smještaj, rješavati tekuće probleme koji su bili neizbježni. Sada treba sjesti i u miru izračunati koliko je financijski turistička sezona bila isplativa, ne zaboravljajući pri tom uračunati svoj rad i rad svoje obitelji. Sljedeće stranice nude pregršt tema koje bi trebale pomoći i pripremiti vas za sljedeću sezonu te tako pomoći vašem poslovanju.

Za temu broja pokušali smo dobiti objašnjenje u vezi s plaćanjem RTV pristojbe, ovlastima kontrolora i treba li iznajmljivač plaćati televizijsku pristojbu tijekom čitave godine ili samo za razdoblje u kojem iznajmljuje apartmane.

U prošlom broju Apartmana Plus tema broja bila je izdavanje računa. U članku smo pisali općenito kako se izdaju računi. Javilo nam se jako puno malih iznajmljivača koji rade s turističkim agencijama, naveli su s kojom agencijom rade te tražili objašnjenje kako izdati račun na konkretnom primjeru.

U rubrici Savjeti otkrivamo koje su najčešće greške iznajmljivača u prezentaciji i oglašavanju te objašnjavamo zbog čega su fotografije najvažniji alat u poslovanju privatnog smještaja, ali i najbolji način njegove prezentacije. No, valja imati na umu da ni najbolja fotografija neće dati rezultat ako ju gost ne vidi.



Posjetili smo inicijatoricu Facebook grupe „Iznajmljivači sa srcem“ Vjeru Matulić koja nam je s ponosom govorila o spremnosti malih iznajmljivača diljem Lijepe Naše, ali i udruga, da pomognu obiteljima s bolesnom djecom nudeći im besplatan smještaj.

Ako ne radite tijekom cijele godine i vaš posao je „gotov“ za ovu sezonu, konzervirajte svoje objekte i započnite s onim dijelom posla koji traži od vas angažman u sljedećem razdoblju. Iskoristite sve mogućnosti, držite korak s novim trendovima, učite kako savladati nove tehnologije. Čovjek uči dok je živ.

Na kraju, nadamo se da vam je čitanje ovog časopisa ugodno i korisno.

Budite aktivni i dalje, šaljite nam pitanja, pohvale, ali i kritike. Srdačan pozdrav!

Meri Čizmić Kraljević



6. RTV PRISTOJBA ZA MALE IZNAJMLJIVAČE

18. Na koji način komunicirati s gostima?



- 3. Riječ urednika
- 10. Izdavanje računa kod poslovanja s turističkim agencijama
- 12. Informacije za povećanje sigurnosti u vašem objektu
- 14. Zamke samostalne naplate rezervacija
- 21. Boravišna pristojba
- 22. Rooms to VET
- 26. Gost ne zna, ali osjeća
- 28. Iznajmljivači sa srcem

- 36. Imaju li hrvatski apartmani niske cijene
- 37. Kako do gosta u postsezoni
- 40. Upute za upotrebu
- 42. Zaboravljene stvari gostiju
- 44. Prva zamjena
- 48. Naplata i primanje gotovine u eurima u poslovanju iznajmljivača
- 50. Idejom, upornošću i kreditnim angažmanom do ostvarenja sna

24. Facebook grupe za popunjavanje smještaja



30. Apartmani u stambenim zgradama



32. DIFUZNI HOTELI

- 52. Kako vlasnik apartmana može zaraditi više u sezoni
- 53. Digitalni iznajmljivači
- 54. Vaša pitanja
- 55. Podignite komunikaciju s gostima na novu razinu
- 56. Iznajmljivači i agencija To Islands Travel
- 58. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije
Joško Stella, direktor
- 60. Turističke zajednice
- 66. Test
- 68. Horoskop
- 70. Zabava
- 71. Zanimljivosti

38. Najčešća greška iznajmljivača – prezentacija i oglašavanje



Stjepan Tafra / Shutterstock.com

RTV PRISTOJBA ZA MALE IZNAJMLJIVAČE

Proteklih mjeseci imali smo puno upita u vezi s plaćanjem televizijske pristojbe za obiteljski smještaj. Mnogi iznajmljivači plaćaju televizijsku pristojbu na razne načine, stoga bilo je mnogo nedoumica o ovoj temi. U sljedećem tekstu odgovorit ćemo na najčešća pitanja iznajmljivača te detaljno pojasniti sve nejasnoće.





Prema Zakonu o HRT-u mjesečna pristojba za prijavnike u kućanstvu plaća se u skladu s člankom 34. Zakona o HRT-u s time da je u stavku 6. ovog članka definirano kućanstvo kao svaka obiteljska ili druga zajednica osoba koje zajedno stanuju i zajednički troše svoje prihode za podmirenje osnovnih životnih potreba.

Objekte općenito dijelimo na kategorizirane i nekategorizirane. Nekategorizirani objekti smatraju se kućanstvom, dok se kategorizirani objekti smatraju ugostiteljskim objektom.

Kućanstvom se smatra objekt u kojem pružatelj ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu živi ili objekt koji koristi kao vikendicu. Ako objekt koristi kao vikendicu, potrebno je to dokazati. Dokazom da je neki prostor vikendica smatra se Rješenje o plaćanju poreza na vikendicu.

Mjesečnu pristojbu za smještajne jedinice koje iznajmljuje, iznajmljivač je obvezan u skladu sa stavkom 8. članka 34. plaćati za mjesec tijekom kojih u skladu s odobrenjem, odnosno rješenjem nadležnih tijela, obavlja djelatnost iznajmljivanja. Iznajmljivač tada plaćanjem pristojbe za jedan prijavnik u smještajnim jedinicama ostvaruje pravo korištenja triju dodatnih prijavnika.

U praksi to može biti:

- Iznajmljivač živi u kući u kojoj iznajmljuje još tri apartmana. U ovom slučaju iznajmljivač za prostor (dio objekta, ili stan) u kojem živi, dužan je plaćati mjesečnu pristojbu za svoje kućanstvo. Isto tako dužan je platiti još jednu televizijsku pristojbu za tri apartmana koja iznajmljuje.

Može li kontrolor HRT-a ući u vaš dom?

Nepovredivost doma odnosi se samo na kontrolu posjedovanja prijamnika u kućanstvu.

Za prijamnike u smještajnim jedinicama za koje je izdano rješenje o obavljanju djelatnosti smještaja gostiju u sobama, apartmanima i sl. pružatelji ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu obvezni su omogućiti kontrolu prema Zakonu o HRT-u jer se radi o registriranoj djelatnosti!

- Iznajmljivač živi na jednoj lokaciji, a na drugoj ima apartman koji koristi za svoje potrebe, kao vikendicu. Ako taj apartman nije kategoriziran, iznajmljivač za njega ne treba plaćati televizijsku pristojbu ako je plaća u drugom gradu ili mjestu gdje inače živi. U ovom slučaju, dužan je priložiti dokaz da se radi o vikendici (Rješenje o plaćanju poreza na vikendicu).
- Ako iznajmljivač u kući ili vikendici koju koristi za svoje potrebe ima još primjerice tri

kategorizirana apartmana, dužan je za njih (sva tri) platiti jednu televizijsku pristojbu.

Iz ovog vidimo da kada iznajmljivač dobije goste, oni nisu dio njegovog kućanstva. Svatko tko ima registrirano iznajmljivanje apartmana i postelja po jednoj plaćenju pristojbi ima pravo koristiti tri dodatna uređaja. Pristojba koju plaća za svoje kućanstvo u to se ne uračunava.

Plaća li iznajmljivač televizijsku pristojbu tijekom čitave godine ili samo za razdoblje u kojem iznajmljuje apartmane?

Iznajmljivač je dužan plaćati televizijsku pristojbu za apartmane samo za period u kojem iznajmljuje. Pri tome ne misli se na razdoblje u kojem su apartmani popunjeni nego razdoblje za koje iznajmljivač ima rješenje nadležnih tijela za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja tj. Rješenje o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu.

Ako iznajmljivač ima Rješenje za čitavu godinu, dužan je plaćati

televizijsku pristojbu tijekom čitave godine. Ako ima rješenje za npr. šest mjeseci, onda je dužan plaćati jednu televizijsku pristojbu za maksimalno tri apartmana samo tih šest mjeseci.

Ako kontrolor Kontrolne službe HRT-a naplati iznajmljivaču televizijsku pristojbu na drugi način, npr. četiri pristojbe za četiri apartmana tijekom četiri mjeseca, što iznajmljivač može napraviti?

U ovom slučaju iznajmljivač može uputiti prigovor HRT-u – RJ Pristojba ili na e-adresu pristojba@hrt.hr. Prigovor mora biti argumentiran. Argumentom se smatra Rješenje o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu u kojem se vidi tijekom kojeg su razdoblja apartman, soba ili kuća za odmor raspoloživi za iznajmljivanje. Također, ako se radi o kućanstvu, u što se ubraja i vikendica, potrebno je priložiti Rješenje o plaćanju poreza na vikendicu.

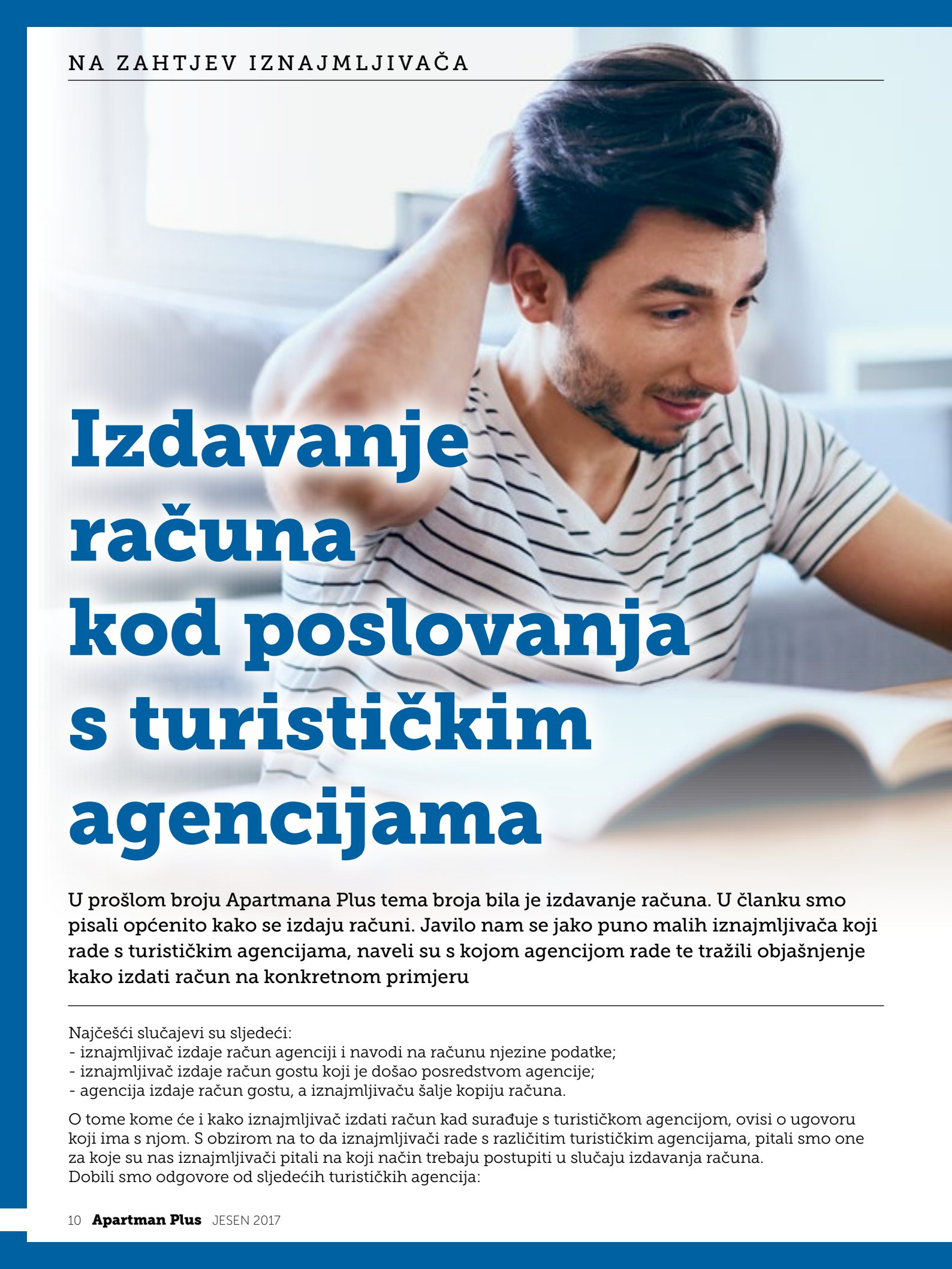
Neargumentirani prigovori ne uzimaju se u obzir.

Ako iznajmljivač nema ni jednu televiziju u kući ni u apartmanima, mora li plaćati RTV pristojbu?

Obvezu plaćanja mjesečne pristojbe ima svatko tko ima u posjedu ili vlasništvu prijamnik. Prijamnik je definiran kao radijski ili televizijski prijamnik ili drugi uređaj za prijam radijskog ili audiovizualnog programa. Stolno računalo, prijenosno računalo (laptop), tablet i pametni telefon također se smatraju prijamnicima.

Iznajmljivači mogu odjaviti prijamnike ili izjaviti da ih ne posjeduju, no kontroloru Kontrolne službe HRT-a moraju omogućiti pristup objektu koji iznajmljuju.

Prema Zakonu o HRT-u kućanstvo se definira kao svaka obiteljska ili druga zajednica osoba koje zajedno stanuju i zajednički troše svoje prihode za podmirenje osnovnih životnih potreba.

A man with dark hair and a beard, wearing a white and black striped t-shirt, is looking down at a document or book he is holding. He has his right hand behind his head, suggesting a moment of concentration or stress. The background is a bright, out-of-focus indoor setting.

Izdavanje računa kod poslovanja s turističkim agencijama

U prošlom broju Apartmana Plus tema broja bila je izdavanje računa. U članku smo pisali općenito kako se izdaju računi. Javilo nam se jako puno malih iznajmljivača koji rade s turističkim agencijama, naveli su s kojom agencijom rade te tražili objašnjenje kako izdati račun na konkretnom primjeru

Najčešći slučajevi su sljedeći:

- iznajmljivač izdaje račun agenciji i navodi na računu njezine podatke;
- iznajmljivač izdaje račun gostu koji je došao posredstvom agencije;
- agencija izdaje račun gostu, a iznajmljivaču šalje kopiju računa.

O tome kome će i kako iznajmljivač izdati račun kad surađuje s turističkom agencijom, ovisi o ugovoru koji ima s njom. S obzirom na to da iznajmljivači rade s različitim turističkim agencijama, pitali smo one za koje su nas iznajmljivači pitali na koji način trebaju postupiti u slučaju izdavanja računa. Dobili smo odgovore od sljedećih turističkih agencija:

INTERHOME

www.interhome.hr
info@interhome.hr

Interhome naplaćuje gostu, a iznajmljivaču plaća cijenu koja je navedena u ugovoru. Iznajmljivači račun ispostavljaju agenciji Interhome, a iznos pojedinačne usluge je iznos iz ugovora (eventualno umanjen za odobreni popust).

DOMINIUM TRAVEL

www.book-dubrovnik.com
info@book-dubrovnik.com

Dominium Travel radi na dva načina, ovisno o tome jesu li oni naplatili gostu ili je vlasnik po dolasku gosta cjelokupni iznos naplatio u gotovini. Dakle, ovisno o načinu plaćanja iznajmljivač izdaje račun ili gostu ili Dominium Travelu.

ADRIATIC.HR

www.adriatic.hr
info@adriatic.hr

Mi poslujemo u svoje ime, a za račun iznajmljivača. To znači da Adriatic.hr izdaje račun gostu, dok iznajmljivač izdaje račun agenciji. Kako bismo iznajmljivačima olakšali taj posao (posebice malim iznajmljivačima), mi šaljemo poštom za svaku rezervaciju predložak računa sa svim stavkama i iznosima prema ugovoru koji smo potpisali s iznajmljivačem. Iznajmljivač mora samo upisati redni broj računa prema redosljed u svojoj evidenciji te potpisati ga (i naravno vratiti nama). Prihvaćamo, naravno, i račune iznajmljivača koji nisu učinjeni na našem predlošku sve dok sadrže točne podatke i cijene prema ugovoru.

To ISLAND TRAVEL d.o.o. travel agency
www.hrvatska-apartmani-hoteli.com.hr
proizvod@titravel.hr

Agencije rade ili kao posrednici – u ime i za račun iznajmljivača, ili kao organizatori (turoperator) – u svoje ime i za svoj račun.

Kada je agencija posrednik, agencija i iznajmljivač dogovaraju prodajne cijene po kojima se prodaju kapaciteti iznajmljivača. Te cijene moraju biti istaknute na cjeniku u smještajnoj jedinici i po tim cijenama izdaju se računi gostima (bez obzira izdaje li račun agencija u ime iznajmljivača ili iznajmljivač gostima koje je samostalno ugovorio). Računi moraju imati redosljed npr. 01/2017, 02/2017 itd. i tim redosljedom upisuju se u EP obrazac ili knjigu Evidencija prometa. Naravno, i iznajmljivač i agencija mogu dati popust gostima radi li se o poteškoćama prilikom bookinga, starim gostima, *first* ili *last minute* akcijama i sl., ali to mora biti naznačeno na računima, dok je osnovna cijena uvijek ona iz cjenika. Agencije posrednici izdaju račune u ime iznajmljivača te šalju ga s vaučerima gostima i iznajmljivaču za njegovu arhivu. U tom slučaju iznajmljivač ne mora izdavati račun gostima jer je to već učinila agencija u njegovo ime.

Ako agencija radi u svoje ime i za svoj račun, zakupljuje određeni termin te iznajmljivač izdaje račun agenciji po svojim cijenama, a mora poslati i jedan primjerak računa agenciji za njezinu arhivu.

Agencija dalje fakturira uslugu gostu.

Mi s malim iznajmljivačima koji paušalno plaćaju porez radimo kao posrednici u njihovo ime i za njihov račun. Takvih je oko 95%.

S iznajmljivačima koji su u sustavu PDV-a, radimo u svoje ime i za svoj račun.

Ako turistička agencija s kojom surađujete za koju ste nas pitali kako izdavati račune nije dala odgovor na ovo pitanje, molimo da kontaktirate direktno s agencijom.

INFORMACIJE ZA POVEĆANJE SIGURNOSTI U VAŠEM OBJEKTU

Mali iznajmljivači, odnosno fizičke osobe koje se bave pružanjem usluga smještaja turistima, u svom smještaju, o čemu smo pisali u prethodnom broju, ne moraju imati vatrogasni aparat, naljepnice kojima se označava izlaz iz apartmana u slučaju požara ili druge opasnosti i sl. Od sigurnosnih predmeta moraju imati samo plan evakuacije. Koliko je on doista potreban našim gostima i koliko će im pomoći u izvanrednim situacijama kao što je primjerice požar, tema je o kojoj se mnogo govorilo i došlo do istog zaključka koji je gotovo bio jednoglasan: plan evakuacije je potpuno suvišan, posebno u apartmanima koji imaju samo jedan izlaz. No, moramo ga imati jer nam tako nalaže Pravilnik čije uvjete moramo poštivati ako želimo poslovati legalno.

Nakon što smo ispunili uvjete Pravilnika, moramo vidjeti što je to što je našim gostima važno da bi se osjećali sigurnijima, ali i da bi doista bili sigurni. Ipak su to nepoznati ljudi koji borave u našem objektu, koriste našu imovinu pa bi njihova sigurnost i sigurnost našeg objekta trebale nam biti važne.

Neki portali predlažu postavljanje tzv. *Safety Carda* što sve veći broj iznajmljivača prihvaća. *Safety Card* ili sigurnosna kartica sadrži informacije koje mogu biti poslone gostu u SMS-u, e-poruci, mogu se nalaziti na papiru u apartmanu, izvješene na zidu u apartmanu i sl. Sigurnosna kartica daje gostu informacije kome se može obratiti i što može napraviti u nepredviđenim situacijama.

Sigurnosna kartica najčešće sadrži informacije o tome kako kontaktirati s vlasnikom ili drugom osobom kojoj se može obratiti za vrijeme svog boravka (domaćin/ domaćica objekta, osoba koja govori strani jezik ako ga vlasnik ne govori, agencija koja upravlja objektom,...).

Gosti za vrijeme svog boravka mogu naići na brojne nepredviđene situacije: gubitak ključa, puknuće cijevi u apartmanu, kvar klimatizacijskog uređaja, perilice,... U takvim situacijama gost mora znati kome će se obratiti.

Također, mogu se dogoditi situacije kada gostu vlasnik objekta ne može pomoći brzo i efikasno pa treba pomoć policije, vatrogasaca i sl. službi. Za takve je situacije važno gosta informirati kako će kontaktirati s takvim službama odnosno koji su njihovi brojevi telefona.

Dodatne informacije kao što je primjerice mjesto gdje se nalazi kutija prve pomoći, vatrogasni aparat (ako ga imate), vatrootporna deka, broj taksi boat službe za hitne slučajeve i druge važne informacije preporučuje se navesti u sigurnosnoj kartici.

Koje ćete još informacije navesti ovisi o vašoj procjeni. Vi najbolje znate koje ste nepredviđene situacije imali pa je dobro navesti, uz općenite, informacije o načinu ponašanja upravo u takvim situacijama.

U nastavku pogledajte kako izgleda „Safety Card“ na sedam jezika.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
Skype: marijapp
E-mail: info@apartment-mare.hr
Web: www.apartment-mare.hr



U slučaju bilo kakvih nepredviđenih situacija molimo Vas da kontaktirate s vlasnikom na broj: + 385 xxxxxx.
Ako su Vam potrebni policija, hitna medicinska pomoć ili vatrogasci, nazovite broj 112.
Kutija prve pomoći nalazi se u toaletnom ormaru u kupaonici apartmana.

Primjeri sigurnosne kartice na 7 jezika



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

V případě akýchkovek nepredvíteľných situácií prosíme Vás, aby ste kontaktovali majiteľa na tel. číslo: + 385 xxxx.
 V prípade potreby polície, prvú pomoc alebo hasičov kontaktujte na tel. číslo 112. Sada na prvú pomoc sa nachádza v toaletnej skrinke v kúpeľni apartmánu.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

In case of any unpredictable situation please contact the owner at +385 xxxx.
 If you require police, emergency medical care or fire department please call 112.
 The first aid kit is in the toilet cabinet in the bathroom of the apartment.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

In caso di situazioni impreviste pregiamo di contattare il proprietario al numero di telefono: + 385 xxxx.
 Per la polizia, l'emergenza sanitaria e i vigili del fuoco chiamate il numero 112.
 La cassetta di pronto soccorso si trova nell'armadietto nel bagno dell'appartamento.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

В случае непредвиденной ситуации, пожалуйста, свяжитесь с нами по телефону: + 385 xxxx.
 Для вызова полиции, скорой помощи, пожарной службы звоните по номеру 112.
 Аптечка находится в шкафу в ванной комнате апартаментов.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

Im Falle von jeglichen unvorhergesehenen Situationen kontaktieren Sie uns unter der Nummer: + 385 xxxx.
 Im Falle dass Sie die Polizei, einen Krankenwagen oder die Feuerwehr benötigen kontaktieren Sie 112.
 Der Erste-Hilfe-Kasten befindet sich im Badezimmerschrank im Badezimmer des Apartments.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba
 Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar
 Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299
 Skype: marijapp
 E-mail: info@apartment-mare.hr
 Web: www.apartment-mare.hr

SAFETY CARD

Dans le cas d'une situation imprévue, veuillez contacter le propriétaire au numéro de téléphone: +385 xxxx.
 Si vous avez besoin d'aide de la police, du service d'aide médicale ou du service des pompiers appelez le numéro 112.
 La trousse de secours se trouve dans l'armoire de rangement dans le cabinet de l'appartement.

Prijevod:
 Montanense d.o.o.
 tumači i prevoditelji
 info@montanense.com
 www.montanense.com

Zamke samostalne naplate rezervacija

Iznajmljivači koji rade s portalima koji naplaćuju smještaj u njihovo ime rijetko imaju problema s isplatom i naplatom rezervacija. Međutim, ako iznajmljivač radi s portalom koji je obvezu naplate smještaja prenio na iznajmljivača, situacija nije uvijek jednostavna.

Kako većina iznajmljivača posluje s portalima (OTA kanalima), sve se više među nama nameće pitanje naplate. Većina portala naplaćuje uslugu smještaja za iznajmljivača te nakon pružene usluge, dogovoreni iznos isplaćuje gostu. Isplata iznajmljivaču najčešće bude realizirana drugi radni dan po dolasku gosta, ako nije drugačije određeno.

Međutim, ne rade svi portali na jednak način. Neki portali naplatu prepuštaju iznajmljivačima te oni postaju obvezni naplatiti gostu smještaj. Iznajmljivač od gosta, u ovom slučaju, naplaćuje polog, avans, čitav iznos rezervacije ili ostatak za naplatu u slučaju nedolaska gosta. Također, naplaćuje i iznos za otkazivanje rezervacije u roku kada besplatno otkazivanje rezervacije više nije dozvoljeno, ako gost „pobjegne“ ili ako je gost uvjeren da je platio karticom.

Iznajmljivači najviše „vole“ poslovanje kada sve te probleme oko naplate na sebe preuzima portal te oni dobiju uplatu od samog portala. U tom slučaju izbjegavaju mnoge neugodnosti koje izravno naplaćivanje od gosta donosi.





1. UPLATA AVANSA (PREDUJMA/ AKONTACIJE)

Ako ste za naplatu vi zaduženi, vi postavljate uvjete plaćanja. Sami određujete koliki je avans potrebno uplatiti. Ako npr. postavite da je avans potrebno uplatiti odmah nakon rezervacije, tada gostu po rezervaciji šaljete poruku s navedenim iznosom, rokom da kada ga moraju platiti, podacima o vlasniku računa, IBAN i ostale detalje potrebne za uplatu na vaš račun.

Ako vam gost ne uplati u zadanom roku, npr. unutar 3 dana, možete nazvati portal i zatražiti da vam se rezervacija odmah otkaže.

U drugom slučaju, ako se radi npr. o portalu Booking.com, možete kliknuti na opciju „zatraži otkazivanje rezervacije“ i odabrati opciju „uplata nije zaprimljena“. Ovako dajemo gostu još 24 sata za uplatu avansa, nismo mu otkazali rezervaciju, nego smo mu dali još vremena tj. sustav mu je poslao poruku da ima još 24 sata za uplatu avansa kako bi njegova rezervacija bila važeća.

Stoga, preporučujemo, ako portal nudi ovakav način komunikacije s gostom u vezi s uplatom avansa, koristite ga, a tek ako nakon toga gost ne uplati traženi iznos, tražimo otkazivanje direktno od portala.

Važno je postaviti rok kada se naplaćuje avans. To može biti po rezervaciji ili u trenutku kad gost više nema mogućnost besplatnog otkazivanja.

Preporučujemo naplatu avansa po rezervaciji jer vam to pruža veću sigurnost i na taj način eliminirat ćete nevažeće kartice, lažne rezervacije i sl.

Rok za uplatu avansa trebao bi biti najmanje 24 sata, a uobičajeno je 3 radna dana. Ako dobijete rezervaciju tijekom zime, nekoliko mjeseci prije rezerviranog termina, taj rok može biti i do 7 dana.

Posljednjih godina poznato je da mnogi gosti na portalima gdje nije potrebno platiti avans odmah ili gdje se rezervacija ne naplaćuje odmah ili gdje je otkazivanje besplatno, rezerviraju u isto vrijeme veći broj smještajnih jedinica i onda 2 do 3 ili 7 dana prije dolaska otkazuju rezervacije koje im ne odgovaraju.

Mnogi iznajmljivači primijetili su ako bi postavili rok za besplatno otkazivanje rezervacije unutar 14 dana, da im gost koji je rezervirao njihov smještaj unatrag 6 do 7 mjeseci, otkaže rezervaciju dan prije tog četrnaestog dana.

Ozbiljan gost je onaj koji će zaista doći u vaš smještaj pa i sam želi biti siguran da će ga upravo taj smještaj čekati. Uplata avansa vašem gostu pruža sigurnost i predstavlja vas kao ozbiljnog i profesionalnog iznajmljivača. Mala je mogućnost da ćete s gostom koji na vrijeme plati avans imati ikakvih problema u kasnijoj komunikaciji ili tijekom njegova boravka u vašem objektu.

2. NAPLATA REZERVACIJE

Mnogim iznajmljivačima nije ugodno tražiti gosta da plati

smještaj odmah po dolasku. Radije pričekaju da se gosti raspakiraju, smjeste, odmore i sl. To je svakako lijepo i uvidavno od iznajmljivača, ali upravo zbog takovog ponašanja može doći do brojnih problema i nesporazuma.

Ako od gosta ne naplatite iznos odmah, prvi dan po dolasku, nego odlučite sve naplatiti zadnji dan, moguće je da gost želi ranije otići iz nekog razloga koji može biti: prijatelji ga zovu u obližnju destinaciju, pronašao je bolji i jeftiniji smještaj, pogoršalo se vrijeme, kiša je,... Ako tom gostu niste naplatili prvog dana puni iznos za cjelokupni boravak, teško ćete od njega, prije odlaska, ako odlazi npr. 3 dana ranije, naplatiti za svih npr. 7 dana za koliko je rezervirano vaš smještaj. Kako biste izbjegli ovu situaciju, potrebno je gostu naplatiti odmah prvog dana.

Kad je gost došao u vaš objekt, vidio da se radi o smještaju koji je rezervirao, potrebno je uzeti podatke za prijavu, izdati račun i naplatiti.

Bilo je slučajeva da su gosti došli, boravili dva dana u objektu i rano ujutro otišli a da se nisu javili vlasniku i, naravno, da nisu platili. Ako vam se tako nešto dogodi, ne možete napraviti ništa, vaša je greška što gostu niste naplatili odmah po dolasku.

Ako radite s primjerice portalom Booking.com, od gosta se prilikom rezerviranja smještaja traže podaci o njegovoj kreditnoj kartici (ako je iznajmljivač tako postavio). Prilikom rezerviranja smještaja gost prolazi istu proceduru kao i kad plaća karticom samo što u ovom slučaju ne plaća nego daje podatke o svojoj kartici kako bi vlasnik smještaja imao neku garanciju ako gost ne dođe. Vrlo



Ako od gosta ne naplatite iznos odmah, prvi dan po dolasku, nego odlučite sve naplatiti zadnji dan, moguće je da gost želi ranije otići iz nekog razloga. Ako tom gostu niste naplatili prvog dana puni iznos za cjelokupni boravak, teško ćete od njega, prije odlaska, ako odlazi npr. 3 dana ranije, naplatiti za svih npr. 7 dana za koliko je rezervirano vaš smještaj.

često gost misli, tj. uvjeren je da je smještaj platio karticom. Ovo je prilično neugodna situacija za iznajmljivača jer je gost uvjeren da je platio, a vi od njega tražite novac.

U ovom slučaju potrebno je gosta uputiti da pogleda potvrdu o rezervaciji koju je dobio od portala. Ako i tada nije siguran da nije plaćena rezervacija, uputite gosta da nazove predstavnika portala u svojoj zemlji i da od njega traži objašnjenje. Ako gostu objašnjavate da nije platio, dovodite sebe u neugodnu situaciju i kod gosta možete izazvati nepovjerenje, gost se može osjećati kao da mu želite dvaput naplatiti tj. prevariti ga. Mnogo jednostavnije za oboje je prepustiti rješavanje problema portalu putem kojeg je gost rezervirao smještaj jer ovo nipošto nije nesporazum koji je nastao vašom greškom.

I zbog toga se preporučuje naplata prvog dana, jer ako

gost misli da je već platio, može se dogoditi da nema dovoljno novca sa sobom da vam plati svoj boravak. U ovoj situaciji gostu možete predložiti uplatu na bankovni račun za vrijeme boravka u objektu ili kad dođe kući. No, hoće li gost uplatiti ili ne, ovisi isključivo o njegovoj dobroj volji. Ako vam ne plati, ne postoji mehanizam kako ga prisiliti da to učini.

Kad naplaćujete sami od gostiju, postoje i drugi problemi s kojima se možete susresti:

- gost nije došao, imate podatke o njegovoj kartici, ali nemate POS uređaj. Ne možete naplatiti rezervaciju.
- gost može otkazati rezervaciju besplatno 14 dana prije dolaska, nakon tog roka naplaćuje se puni iznos. Gost je otkazao 5 dana prije dolaska. Vi imate podatke o njegovoj kartici, ali nemate POS uređaj, dakle ne možete naplatiti rezervaciju.

- gost je otišao iz vašeg smještaja, ali nije platio. Vi imate podatke o njegovoj kartici, ali nemate POS aparat, dakle ne možete naplatiti rezervaciju.
- gost je rezervirao smještaj u zadnji tren, niste imali vremena čekati uplatu pologa. Gost se može pojaviti, a i ne mora, nemate nikakvu garanciju da će doći.
- gost vam je otkazao u roku kada ima pravo na besplatno otkazivanje. Uplatio vam je prije toga polog i sada mu polog trebate vratiti. Pri povratu pologa vi snosite dodatne troškove transakcije. Gostu morate vratiti ukupan iznos pologa.

Kako vidimo, kod pripreme za sljedeću sezonu dobro bi bilo uključiti opciju da portal naplaćuje u ime iznajmljivača, uvjete otkazivanja, uplate pologa, naplate prije dolaska i sl. postaviti manje fleksibilnima ili nabaviti POS uređaj.

Na koji način komunicirati s gostima?

Kao i u svakom poslu, i u ovome valja biti dostupan svojim korisnicima – gostima, što u trenutku kada se odlučuju za naš smještaj, a što dok putuju ili su već stigli do nas. Tehnologija je toliko napredovala da danas možemo birati na koji ćemo način komunicirati s ljudima tisuće kilometara udaljenima od nas. U moru aplikacija i komunikacijskih alata, suzili smo izbor na one koje naši gosti najčešće koriste.



Bez obzira dolaze li vaši gosti preko agencije, portala ili su direktno stupili u kontakt s vama, na neki ste način s njima započeli komunikaciju najvjerojatnije dok još nisu niti krenuli na putovanje. Ako su rezervaciju napravili preko turističke agencije s kojom surađujete, zamolite agenciju da vam proslijedi njihov kontakt. Ako su smještaj rezervirali preko kojeg *online* kanala (Airbnb, Booking.com i dr.) kojima vi upravljate, najvjerojatnije su vam se gosti javili u *inbox* prije no što su potvrdili rezervaciju. Ako nisu, njihovi će vam podaci biti dostupni nakon što je rezervacija potvrđena. Ako su gosti direktno kontaktirali s vama, njihovi

Pripremite personaliziranu poruku.

podaci bit će vam odmah dostupni. I što sada kada imate njihov kontakt, pitate se. Kao dobar domaćin koji već pri prvom (virtualnom) susretu pokazuje uljudno i toplo gostoprimstvo, predstavite im se, pošaljite im personaliziranu poruku zahvale što su odabrali baš vaš smještaj i upitajte ih treba li im koja dodatna informacija.

Primjer poruke
– američki engleski

*Dear Mr. Miller:
My name is Ana and I will be your host at Villa Magnolija from July 17 to 27. Thank you for choosing our apartment/house for your vacation. We want to make your stay as comfortable as possible so please let us know if you need any extra information or service such as GPS coordinates, road instructions, baby cot, ect.*

Thank you!

Best regard, Ana

Primjer poruke

– britanski engleski

*Dear Mr Miller
My name is Ana and I
will be your host at Villa
Magnolija from July 17 to 27.
Thank you for choosing our
apartment/house for your
vacation. We want to make
your stay as comfortable
as possible so please let us
know if you need any extra
information or service such
as GPS coordinates, road
instructions, baby cot, ect.*

Thank you!

Yours sincerely, Ana

Izbor kanala

Sada kada smo napisali svoju poruku, koju je dobro imati pohranjenu kako ju ne bismo morali svaki put nanovo pisati, kojim ćemo ju kanalom poslati? Prvo što će nam suziti izbor jesu podaci koji su nam dostupni. Ako imamo samo e-adresu, poslat ćemo gostu e-poruku (*e-mail*). Ako imamo samo broj telefona, možemo gosta nazvati, poslati SMS ili poruku preko neke od aplikacija.

**Komunikacija
e-poštom
nije uvijek
najpouzdanija.**

Komunikacija e-mailom

Odlučimo li se za komunikaciju e-mailom, valja imati na umu dvije stvari: gost je možda upisao poslovnu e-adresu na kojoj uoči putovanja više nije dostupan (jer je na godišnjem odmoru); gost

ne pregledava e-poštu često pa je u tom slučaju dobro e-poruku poslati nekoliko dana prije njegova dolaska.

Također, u našem pregledniku e-pošte, ako nam je ta opcija dostupna, dobro je prilikom slanja zatražiti automatsku potvrdu primitka poruke. Tako kada gost otvori e-poruku, trebali bismo dobiti potvrdu da je poruka zaprimljena i/ili pročitana.

SMS ili poziv

Ako niste vični pisanju te lakše se i brže sporazumijevate usmenim putem, nazovite gosta. Svakako mu se najprije predstavite i pri tome dajte što više konkretnih informacija poput svog imena i prezimena, naziva objekta i agencije preko koje je rezervacija ostvarena, lokacije objekta, termina rezervacije i sl. Time ćete pokazati gostu da ste to doista vi – njegov domaćin, a ne osoba koja se lažno predstavlja. Moguće je da vam se gost neće javiti (neki se ljudi ne javljaju na nepoznate brojeve), ako vam gost nakon izvjesnog

**Informirajte se
o naknadama
teleoperatera za
međunarodne
poruke i pozive.**

vremena nije odgovorio na poziv, pošaljite mu SMS s napomenom da je broj s kojeg ste ga zvali vaš te zamolite ga da vam se javi kada bude slobodan.

Ako niste pobornik aplikacija, pošaljite gostu običan SMS. Ako imate uključenu opciju primitka izvješća o isporuci poruke, znat ćete da je vaša poruka dostavljena na važeći broj telefona. Odlučite li se za ovu opciju,

provjerite kod svog teleoperatera koje su naknade za međunarodne pozive i poruke kako ne biste imali neugodna iznenađenja na mjesečnim računima. Obično su cijene znatno više nego za usluge u domaćem prometu.

Aplikacije za komunikaciju

Vrlo korisne, i mnogi će reći besplatne, su aplikacije za komunikaciju poput Vibera, WhatsAppa, Skypa, Messengera (Facebook), WeChata i drugih. Riječ je o komunikacijskim alatima koji koriste internet za uspostavu veze s primateljem. Potrebno ih je instalirati na uređaj, najbolje na mobitel ili tablet, koji će vam uvijek biti pri ruci. Aplikacija na stolnom računaru koji palite jednom dnevno nije najbolja opcija. Naime, komunikacija ovim kanalima podrazumijeva relativno brzu razmjenu poruka, stoga potrebno je biti *online* i dostupan. No, koju aplikaciju izabrati? Koju aplikaciju naš gost koristi? Istraživanje koje je Similar Web proveo u veljači ove godine (www.similarweb.com) pokazuje da je u većini zemalja najpopularniji WhatsApp, slijedi Messenger pa tek onda Viber. Skype nema puno korisnika, a WeChat najviše korisnika ima u Kini. Nas su zanimale zemlje odakle najviše naših gostiju dolazi pa smo za vas potražili te podatke.

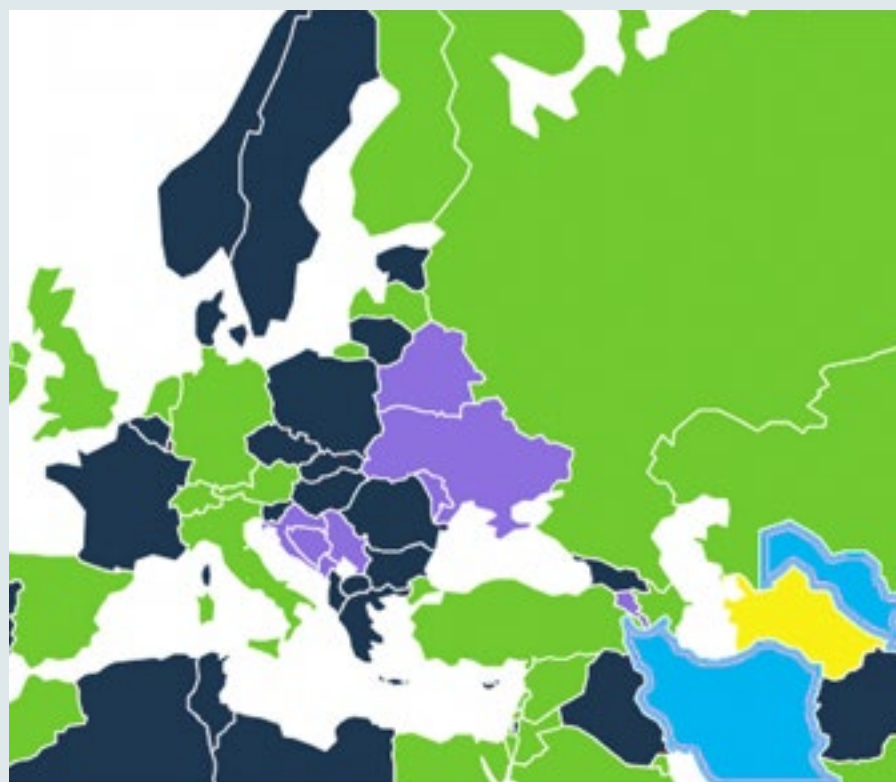
**Nijemci, Talijani,
Austrijanci,
Britanci najčešće
koriste WhatsApp.**

Prema statističkim podacima za 2016.
naši najčešći gosti su Nijemci.
Slijede Slovenci, Talijani, Austrijanci pa Česi i Poljaci.

Strani turistički promet po zemljama (u 000)

	DOLASCI TURISTA			NOĆENJA TURISTA		
	2015.	2016.	INDEKS 2016./15.	2015.	2016.	INDEKS 2016./15.
Njemačka	2.124	2.277	107,2	15.770	17.082	108,3
Slovenija	1.192	1.298	108,9	6.678	7.139	106,9
Italija	1.111	1.120	100,8	4.800	4.960	103,3
Austrija	1.120	1.238	110,5	5.902	6.511	110,3
Češka	696	689	99,0	4.812	4.770	99,1
Poljska	675	757	112,1	4.323	4.964	114,8
Francuska	466	495	106,2	1.709	1.886	110,4
Ujedinjeno Kraljevstvo	491	596	121,4	2.419	3.027	125,1
Mađarska	436	486	111,5	2.266	2.528	111,6
Slovačka	381	390	102,4	2.550	2.606	102,2
Ostali	3.991	4.462	111,8	14.634	16.720	114,3
UKUPNO STRANI	12.683	13.808	108,9	65.863	72.193	109,6

Izvor: Turizam u brojkama 2016., www.htz.hr



- Facebook Messenger ● WhatsApp Messenger ● Viber ● WeChat
- Skype - free IM & video calls ● BBM ● Telegram
- LINE: Free Calls & Messages ● KakaoTalk: Free Calls & Text ● Zalo

Izvor: www.similarweb.com, preuzeto 21. 6. 2017.

Nijemci, Talijani, Austrijanci, Britanci najčešće koriste WhatsApp, dok su Slovenci više vični Facebook Messengeru kao i Česi, Poljaci, Francuzi, Mađari i Slovaci. Prema istraživanju Similar Weba Hrvati najčešće koriste Viber, a ova je aplikacija najpopularnija i kod susjeda – u Srbiji, Bosni i Hercegovini te Crnoj Gori.



Prednost WhatsAppa i Vibera je u tome što će se ime gosta odmah pojaviti u imeniku aplikacije čim ga spremimo u imenik uređaja. Ako ga nema, znači da gost za taj broj telefona nema aplikaciju. Facebook Messenger povezan je s računom na Facebooku pa kad jednom uspostavimo komunikaciju s gostom tim putem, lakše ćemo ga navesti da *lajka* stranicu našeg smještaja i prati naše objave. Veliki plus svih ovih aplikacija je i to što omogućuju slanje fotografija, videozapisa, audiozapisa pa čak i dokumenata, omogućuju nam praćenje kada je korisnik online te u istom trenutku kada korisnik otvori našu poruku, dobivamo obavijest da je poruka videna. Sve nam to pruža dodatnu sigurnost da je naša poruka doista stigla do onoga kome je bila namijenjena.

Autorica: Marijeta Matijaš, prof.,
lektorica i poslovna savjetnica
Kreacija j.d.o.o.
www.kreacija.info
kreacija.info@gmail.com

Boravišna pristojba

Temeljem članka 16. i članka 20. stavka 7. Zakona o boravišnoj pristojbi («Narodne novine», br. 152/08, 59/09 – ispravak i 30/14), Vlada Republike Hrvatske je na sjednici održanoj 4. kolovoza 2017. godine donijela Uredbu o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2018. godinu.

Prema ovoj Uredbi došlo je do promjene samo za one iznajmljivače koji plaćaju boravišnu pristojbu po noćenju.

Oni koji se nalaze u turističkom razredu mjesta A do sada su plaćali boravišnu pristojbu po gostu, za noćenje u glavnoj sezoni 7 kuna, u 2018. će plaćati 8 kuna. U postsezoni i predsezoni će umjesto 5,50 kn plaćati 6 kn, dok će izvan sezone umjesto 4,50 kn plaćati 5 kn.

Boravišna pristojba po noćenju u glavnoj sezoni turističkog mjesta A iznositi će u 2018. godini 8 kuna, umjesto dosadašnjih 7 kuna.



Boravišnu pristojbu u glavnoj sezoni oni koji su u razredu B plaćat će umjesto 6, 7 kn, u razredu C umjesto 5, sada će plaćati 5,50 kn dok će se u razredu D i ostalim nerazvrstanim mjestima plaćati umjesto dosadašnje 4, 4,50 kn po noćenju.

Boravišna pristojba za sve pružatelje ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu koju plaćaju paušalno nije se mijenjala.

Oni koji su u razredu turističkog mjesta A plaćaju 300,00 kn po krevetu godišnje, u razredu B 255,00 kn po krevetu godišnje, u razredu C 210,00 kn i u razredu D i ostalim nerazvrstanim mjestima 150,00 kn.

Dakle, iznajmljivačima „paušalcima“ nije se izmijenio iznos boravišne pristojbe za 2018. godinu.

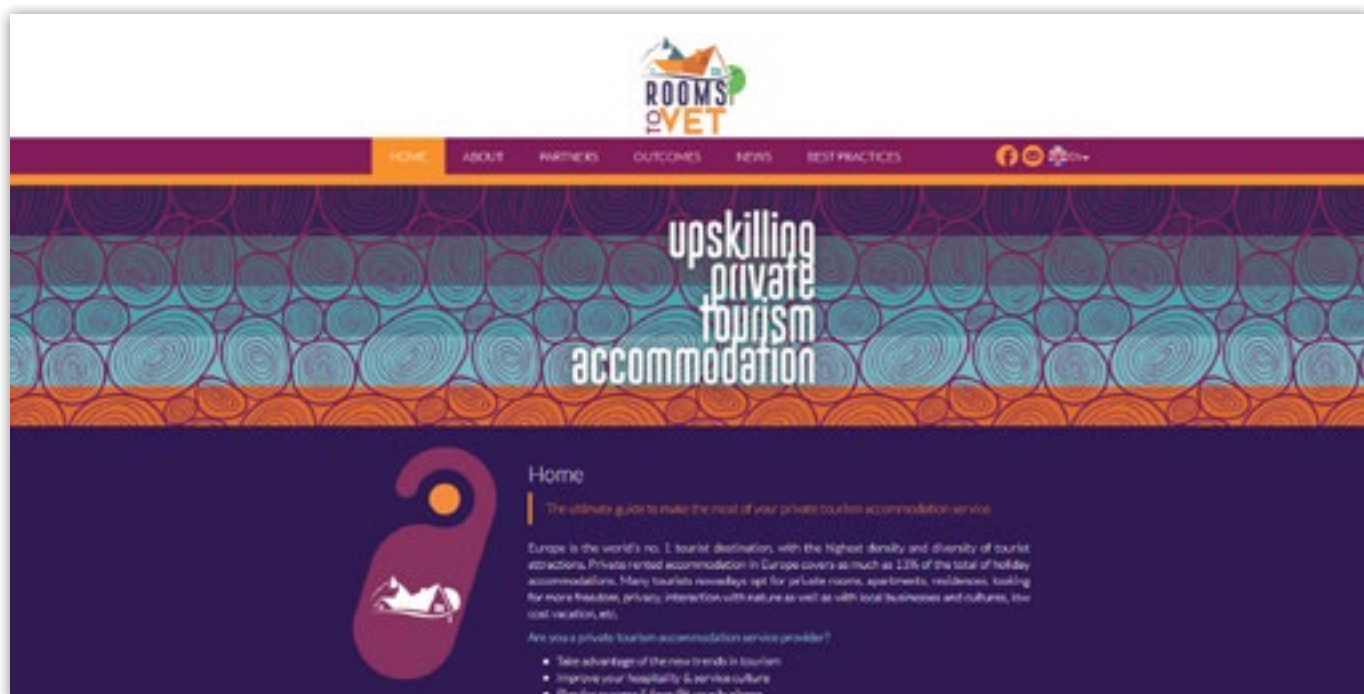
Boravišna pristojba za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu koji plaćaju paušalno nije se izmijenila za 2018. godinu, već ostaje ista.

Rooms to VET



Europa je tradicionalno najznačajnija svjetska turistička makroregija. Na obiteljski smještaj u Europi otpada 13% ukupno raspoloživih smještajnih kapaciteta.

Kada je u pitanju Hrvatska, ona raspolaže s više od 500 tisuća postelja u obiteljskom smještaju, što je više od polovice ukupnih smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj.



Suvremeni turisti sve više ljetuju u obiteljskom smještaju tražeći više slobode, privatnosti, interakciju s prirodom i lokalnom zajednicom, povoljnije cijene i veću vrijednost za novac. Iako je obiteljski smještaj u Europi vrlo rasprostranjen i u stalnom u je porastu, zbog nedostatka kontrole nad njegovim razvojem europske destinacije suočene su s brojnim izazovima. Jedan od glavnih razvojnih izazova je edukacija vlasnika obiteljskog smještaja i njegova profesionalizacija a sve s ciljem podizanja kvalitete obiteljskog smještaja i, u konačnici, podizanja ukupne

**Suvremeni turisti
sve više ljetuju
u obiteljskom
smještaju tražeći više
slobode, privatnosti,
interakciju s
prirodom i lokalnom
zajednicom,
povoljnije cijene i
veću vrijednost za
novac.**

razine kvalitete destinacijske ponude. Drugi bitan trend koji karakterizira suvremeno turističko tržište je sve veća upotreba ICT-a kako u fazi planiranja putovanja tako i tijekom boravka turista u destinaciji.

Imajući u vidu sve veću potrebu vlasnika obiteljskog smještaja za cjeloživotnim obrazovanjem te za podizanjem razine njihovih znanja, vještina i kompetencije te, s druge strane, uvažavajući sve rasprostranjeniju primjenu ICT-a u turizmu, pokrenut je projekt Rooms to VET. Projekt se financira iz EU Erasmus+ KA2 fonda, provodi ga Institut



za turizam iz Zagreba u suradnji s 8 partnera iz 4 europske zemlje (Cipar, Grčka, Slovenija, Španjolska) a na projektu su angažirani stručnjaci s područja turizma, cjeloživotnog strukovnog obrazovanja i primjene ICT-a u turizmu. Glavni cilj projekta je podizanje razine kvalitete i konkurentnosti obiteljskog smještaja u zemljama partnerima, pomoću besplatne „e-learning“ platforme za vlasnike obiteljskog smještaja i kuća za odmor, a koja će korisnicima omogućiti da na brz, zanimljiv i jednostavan način (tzv. „bite-sized learning“) usvoje znanja i vještine koje su im potrebne za unaprjeđenje razine kvalitete obiteljskog smještaja. Platforma će se sastojati od 6 modula za učenje koji su osmišljeni temeljem detaljnog istraživanja obrazovnih potreba i navika vlasnika obiteljskog smještaja. Radi se o sljedećim modulima: gostoprinstvo i kultura pružanja usluga, planiranje za uspješno poslovanje, unaprjeđenje svakodnevnog poslovanja, uređenje i uljepšavanje smještajnog objekta, kreiranje

inovativnih proizvoda i usluga te efikasnija promocija i prodaja. Korisnici platforme će prolaziti kroz svaki modul tako da će prvo naučiti teorijsku osnovu s određenog područja nakon čega će prolaziti kroz proces provjere stečenog znanja.

Osim platforme, na stranicama projekta (www.roomstovet.eu) će se nalaziti baza podataka s najboljim praksama s područja obiteljskog smještaja kao primjer i poticaj drugim iznajmljivačima koji žele podići kvalitetu svog smještajnog objekta.

Projekt se financira iz EU Erasmus+ KA2 fonda, provodi ga Institut za turizam iz Zagreba u suradnji s 8 partnera iz 4 europske zemlje (Cipar, Grčka, Slovenija, Španjolska).





Facebook grupe za popunjavanje smještaja

Društvene mreže imaju sve važniju ulogu u poslovanju bilo koje tvrtke pa tako i u poslovanju sa smještajnim jedinicama. Osim izrade Facebook stranice, sve veći značaj u poslovanju na ovoj društvenoj mreži imaju Facebook grupe.

Facebook grupu čini skupina ljudi s vlastitim profilom, a povezani su zajedničkim interesima.

Neke grupe su „otvorene“ ili javne, dok su neke zatvorene.

Kako za razne djelatnosti i interese, tako na Facebooku postoje i grupe za iznajmljivače i goste. Grupe na Facebooku koje su vezane za privatni smještaj većinom su zatvorene, što znači da je potrebno dobiti odobrenje da bi se postalo članom grupe.

Nakon što ste postali član određene grupe, važno je poštivati pravila grupe.

Npr. u grupama koje okupljaju male iznajmljivače i čiji je cilj međusobno savjetovanje, razmjena iskustava i sl. nije dozvoljeno oglašavati svoju Facebook stranicu smještajnog objekta jer su to grupe čije sadržaje ne gledaju potencijalni gosti, već služe isključivo za druženje iznajmljivača.

Osim ove vrste grupa, sve popularnije su grupe za ponudu i potražnju smještaja i sl. Ove grupe okupljaju iznajmljivače koji nude svoj smještaj i goste koji traže smještaj.

**Osim „hrvatskih“,
postoje i „inozemne“
grupe pa oni koji
bolje poznaju strane
jezike i općenito
Facebook kao
društvenu mrežu
imaju više uspjeha
u popunjavanju
smještaja na ovaj
način.**

Kao iznajmljivač, možete objaviti *post* o smještaju koji nudite, a koji uključuje opis, fotografije i cijene te slobodne termine, popuste i sl.

Kad iznajmljivač objavi tj. ponudi svoj smještaj, potencijalni gosti mu se javljaju u komentarima ili u privatnim porukama.

Također, potencijalni gost može objaviti kakav smještaj traži, na kojoj lokaciji, za koji termin i po kojoj cijeni. Nakon što je gost objavio što traži, iznajmljivači

čiji smještaj odgovara onome što gost traži u komentarima nude svoj smještaj.

Ovaj način prodaje i potražnje smještajnih jedinica postaje sve popularniji. Sve više iznajmljivača popunjava svoje smještajne jedinice na ovaj način.

Osim „hrvatskih“, postoje i „inozemne“ grupe pa oni koji bolje poznaju strane jezike i općenito Facebook kao društvenu mrežu imaju više uspjeha u popunjavanju smještaja na ovaj način.

Ovakav način popunjavanja smještajnih jedinica ima i onu „lošiju“ stranu, a to su cijene. S obzirom na to da se na jedan objavljen oglas gosta javi jako puno iznajmljivača koji se doslovno natječu tko će ponuditi bolji i povoljniji smještaj, teško ćete na ovaj način postići višu cijenu za svoju smještajnu jedinicu.

Bez obzira na to, broj iznajmljivača koji na ovaj način nudi svoj smještaj neprestano raste što je najbolji pokazatelj da je ovo kvalitetan kanal prodaje smještaja.



Gost ne zna, ali osjeća

Uredili smo apartman i okoliš za goste, pozabavili se papirologijom i zakonskim regulativama koje nas se tiču kao privatnog iznajmljivača i već imamo prve rezervacije i goste. Puno truda (i novca) se ulaže u jedan cilj, a taj je da gost bude zadovoljan i da nam se ponovno vrati.

**Istraživanja
pokazuju kako se
gosti prije svega
vraćaju zbog osjećaja
dobrodošlice i
povjerenja koje imaju
u svoje domaćine.**

Kada razmišljamo o tome na što smo sve pazili i o čemu smo vodili računa kada smo razmišljali o gostima koje ćemo ugostiti, koliko smo razmišljali o nama samima i načinu na koji smo s gostima komunicirali. Uglavnom smo razmišljali o tome što im sve trebamo reći, koje su važne informacije za njih, koje dokumente mi moraju dati, što je moja obaveza dok su u našem prostoru i slično. Jeste li se ikada zapitali KAKO te informacije prenosite gostima?

Istraživanja pokazuju kako se gosti prije svega vraćaju zbog osjećaja dobrodošlice i povjerenja koje imaju u svoje domaćine. Znamo li kako se stvara taj osjećaj? Kada bismo komunikaciju promatrali na strukturirani način ona bi u 93% bila neverbalna, a samo u 7% verbalna. Drugim riječima, na svog sugovornika odnosno gosta u daleko većoj mjeri utječemo kroz govor tijela i ton glasa što čini neverbalnu komunikaciju, a vrlo malo riječima odnosno sadržajem. Znači, KAKO ćemo nešto reći ima veći utjecaj od onoga ŠTO ćemo reći. To je ono što će gost osjetiti i percipirati kao dobrodošlicu ili pak neugodu.

Promotrimo ovu teoriju na jednom jednostavnom primjeru. Svi smo mi svakodnevno

kupci u nekoj lokalnoj trgovini. Sigurna sam da ste naišli na prodavača koji vam je vrlo ljubazno, ugodnim tonom glasa i uz osmijeh te pogled u oči rekao Dobar dan. A isto tako sam sigurna da vam se dogodilo da vam je isti taj pozdrav prodavač rekao smrknutog lica, prekrštenih ruku uz okretanje očima i neugodnim tonom glasa. Dakle, sam sadržaj (onih 7%) je isti u oba slučaja, ali način na koji je to rečeno uvelike mijenja dojam i osjećaj kod nas kao kupca.

**Na svog gosta u
daleko većoj mjeri
utječemo kroz govor
tijela i ton glasa što
čini neverbalnu
komunikaciju, a
vrlo malo riječima
odnosno sadržajem.**

Primjer možemo preslikati i na goste. Imamo goste koji su nam dragi i manje zahtjevni, a imamo i one zahtjevnije. Uzet ćemo jedne zahtjevnije koji vas po peti dan za redom traže još čistih ručnika iako je vaše pravilo da svaki treći dan dajete čiste ručnike. Recimo da im odlučite izaći u susret i dati tražene ručnike. Velika je razlika ako uz iskren osmijeh kažete: Nemamo takvu praksu, no dat ću vam ručnike koje ste tražili, važno mi je da vam je ugodno kod nas; ili kada biste u trenutku kada dajete ručnike gostu teško uzdahnuli, pogledali u pod, nakrivili usnicu i nervozno pružili ručnike uz

kiselo: Evo izvolite. Ručnike ste u oba slučaja dali, ali u prvom je gost čuo: Napravili smo iznimku zbog vas, cijenimo vas kao gosta, važni ste mi. A u drugom je čuo: Gnjavaš me, nisi mi drag ni bitan.

Što je to što vaši gosti čuju kada razgovarate s njima, koju poruku im vi šaljete, a koja zaista dođe do njih? Paziti na to KAKO ćemo nešto reći ne znači udovoljavanje gostu u svakom njegovom prohtjevu. Upravo suprotno – to znači biti iskren i ljubazan te pokazuje drugoj strani da ga cijenimo iako se ne slažemo. I to je ono što stvara osjećaj povjerenja zbog kojeg će se uvijek vratiti. I da, nije lako jer smo navikli koncentrirati se samo na sadržaj, ali uvijek možemo pokušati. Vjerujem da ćete se složiti da ako želimo promjenu i želimo neki novi i bolji rezultat, onda moramo i promijeniti način na koji smo radili i uvesti nove korake.

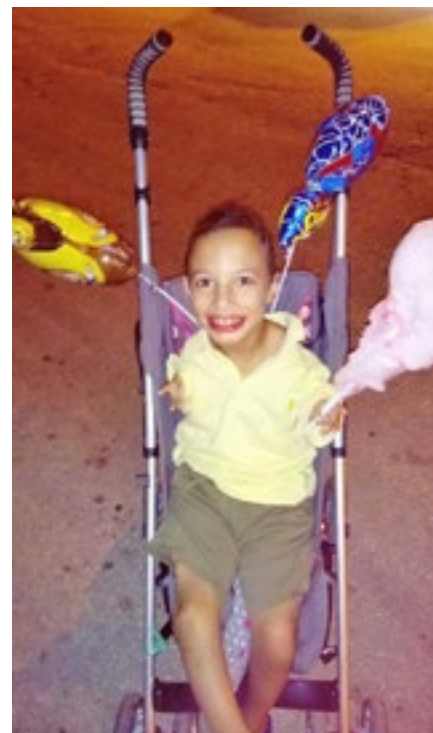
**Paziti na to KAKO
ćemo nešto reći ne
znači udovoljavanje
gostu u svakom
njegovom prohtjevu.
Upravo suprotno
– to znači biti
iskren i ljubazan
te pokazuje drugoj
strani da ga cijenimo
iako se ne slažemo.**

Sanja Gomuzak,
direktorica

SOFIS Savjetovanje d.o.o.
www.sofis-savjetovanje.hr

Iznajmljivači sa srcem

Protekla dva mjeseca svi mediji na prostoru Republike Hrvatske, ali i Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore pune svoje medijske prostore pričom o Facebook grupi "Iznajmljivači sa srcem". S obzirom na to da je časopis namijenjen malim iznajmljivačima, i mi smo odlučili stupiti u kontakt s gospođom Vjerom Matulić i iz prve ruke čuti o čemu se zapravo radi.



Vjera Matulić, skromna i srdačna gospođa, vlasnica je obiteljskog smještaja na otoku Braču u mjestu Postira. Iznajmljivanjem se bavi otkada se udala, već punih 35 godina. Tada je preuzela posao obitelji svoga supruga. Njezina sad već odrasla djeca u tome joj pomažu. Čiste apartman, dočekuju goste, vode *booking* i rade sve što je potrebno. Na pitanje kako je došla na ideju da

pokrene Facebook grupu, kaže da joj je ideja „tinjala“ u glavi godinama, ali kad je pročitala oglas gospođe Nikoline Visković Kadijević iz Dubrovnika u kojemu nudi besplatno svoj apartman na šest dana obitelji koja ima djecu s poteškoćama u razvoju, nadovezala se na njezin post i u samo deset minuta javila joj se obitelj iz Bosne i Hercegovine. Bila je to obitelj malog Haruna.

Uspostavili su kontakt s njom putem Messengera i dogovorili detalje o dolasku cijele obitelji. Imali su samo pet dana na raspolaganju jer je malenog Haruna čekao put u Istanbul kamo je trebao ići na operaciju. Kada su se sreli s njima, imali su dojam da se poznaju cijeli život. Zaljubili su se u dječaka i njegovu sestricu. Vjeruju da će im se opet vratiti sljedeće godine.



Glavni cilj grupe je motivirati iznajmljivače da izdvoje po koji dan za pomoć djeci s problemima u razvoju, par dana u ljetu svi to možemo, nitko neće osiromašiti, a nekoj potrebitoj obitelji s bolesnom djecom možemo priuštiti trenutak spokoja i odmora od briga.

Jedino pravilo je tolerancija i mirni dogovor. Omalovažavanje bilo koga, neće se tolerirati.

Kad je pokrenula Facebook grupu, nije ni sanjala da će imati takav odaziv malih iznajmljivača.

Svakodnevno se prijavljuju novi članovi iz cijele Hrvatske, ali i iz drugih zemalja tako da je grupa postala multinacionalna.

Do sada je više od 600 obitelji besplatno smješteno diljem Hrvatske.

I ovo je dokaz da imamo ljude s velikim i toplim srcem koji su senzibilni prema tuđim nevoljama, a posebno prema bolesnoj djeci. Najčešće se javljaju obitelji teškog materijalnog stanja s teško bolesnim djetetom. No, priča se nije zaustavila samo na besplatnom smještaju. Pokrenuta je lavina dobrote diljem lijepe naše. Pokrenuli su se i „Vozači velikog srca“.

Gospodin Tomislav Pavlović iz udruge „Stari papir za novi osmijeh“ otvorio je račun na koji se uplaćuju sredstva za pokrivanje troškova putovanja. Obitelji kojima su potrebna ta sredstva dijele se u tri kategorije:

1. kategoriju čine oni koji mogu doći javnim prijevozom, vlakom ili autobusom;

2. kategoriju čine obitelji koje imaju vlastiti automobil prilagođen djetetovom invaliditetu. Oni dobivaju INA-inu karticu za gorivo.



3. kategoriju čine obitelji koje imaju izrazito teško oboljelu djecu, a nemaju automobile. Njima je potreban prijevoz sanitetskim vozilom.

Gospodin Pavlović planira prikupljenim sredstvima kupiti sanitetsko vozilo pa gospođa Vjera koristi ovu prigodu i poziva sve iznajmljivače da pomognu svojim donacijama.

Još jednu vrijednu informaciju podijelila je s nama gđa Matulić.

Moto klub „Croatia“ u pregovorima je sa županom Osječko-baranjske županije koja bi izdvajala sredstva za putne troškove obiteljima s tog područja, a uključila bi se i hitna medicinska pomoć iz Osijeka. S radom ne namjerava stati, ali zbog zdravstvenog stanja odlučila se povući u sjenu. S punim povjerenjem glavninu posla prepustila je nekolicini djevojaka. Sada je ugostila obitelj s autističnim djetetom.

Na kraju našeg razgovora gospođa Matulić ponovila je da ona s besplatnim smještajem ne nudi ljetovanje nego terapiju.

Apartmani u stambenim zgradama

Svjedoci smo sve većeg broja apartmana u stambenim zgradama u kojima živi veći broj ljudi, pogotovo u gradovima. Mnogi su odlučili svoje stanove registrirati kao apartmane iz raznih razloga: neki su u tome vidjeli priliku kako zaraditi više nego kada iznajmljuju stanove klasičnim najmoprincima, neke je životna situacija prisilila na takav korak, netko je kupio stan u stambenoj zgradi i na taj način odlučio doći do dodatnih prihoda,... Razlozi su različiti.

Većina gostiju koja unajmljuje takve apartmane poštuje kućni red zgrada u kojima se apartmani nalaze i ne ometaju ostale stanare. No, ponekad se dogodi da iznajmljivači apartmana u stambenim zgradama imaju „problematične“ goste koji ometaju svakodnevni život stanara.

Iznajmljivačima se preporučuje da kroz kućni red svog apartmana goste upoznaju s kućnim redom zgrade u kojoj se apartman nalazi. To uključuje npr. zabranu glasnog puštanja glazbe, buke i sl. u određenom vremenu, obično od 22 do 8 sati, te od 14 do 17 sati.

Zabranu odlaganja vrećica za otpatke po stubištu, ostavljanje osobnih predmeta po stubištu, bacanje bilo kakvih predmeta kroz prozor ili balkon,... Na koje će detalje iznajmljivač kroz svoj kućni red upozoriti goste to ovisi u prvom redu o iskustvima koje ima kao i o upozorenjima stanara.

U slučaju da gosti ne poštuju kućni red, iznajmljivač može navesti da ima pravo uskratiti daljnji boravak gostu u apartmanu.

Ponekad uz sva upozorenja iznajmljivača, bilo kroz kućni red ili osobnim upozorenjima gosti se ogluše te organiziraju tulumе,

Iznajmljivačima se preporučuje da kroz kućni red svog apartmana goste upoznaju s kućnim redom zgrade u kojoj se apartman nalazi.

U slučaju da gosti ne poštuju kućni red, iznajmljivač može navesti da ima pravo uskratiti daljnji boravak gostu u apartmanu.

glasni su do kasno u noć i sl. U tom slučaju stanarima ostaje jedino pozvati policiju zbog remećenja javnog reda i mira.

Ako se takve situacije ponavljaju, stanari nerijetko ulaze u sukob sa samim iznajmljivačem što je izuzetno stresno i neugodno i za iznajmljivača i za stanare.

U ekstremnim slučajevima kada se iznajmljivač ne može „dogovoriti“ sa stanarima, postoji mogućnost provođenja Odluke o isključenju određenog suvlasnika iz stambene zajednice. Na temelju te odluke mora se pokrenuti parnični postupak i tek u sudskom postupku će sud ocijeniti jesu li razlozi za isključenje valjani (dostatni).

Ako sud ocijeni da su ispunjeni uvjeti za isključenje iz suvlasničke zajednice, donosi presudu kojom se nalaže suvlasniku u određenom roku (3 mj.) prodati nekretninu i iseliti se. Ako suvlasnik to ne učini, ostali suvlasnici mogu temeljem pravomoćne presude pokrenuti postupak prisilne prodaje, dražbu.

Do sada je do kraja pokrenuta i realizirana presuda o isključenju iz suvlasničke zajednice u Puli, nakon sudskog postupka koji je trajao 4 godine i protiv suvlasnika, koji je u svakom pogledu bio problematičan, zbog neplaćanja obveza, konstantnog remećenja javnog reda i mira, nasilnog ponašanja prema ostalim suvlasnicima, nekoliko kaznenih prijava i problema sa zakonom i u drugim segmentima.

Zakon o vlasništvu i dr. stvarnim pravima (NN 81/15, pročišćeni tekst) je tu problematiku regulirao u čl. 97, 98, i 99. zakona, navodeći koji uvjeti moraju biti ispunjeni da bi se provela Odluka o isključenju.

Ovo su neki od njih:

- ako dijelove nekretnine koji su u vlasništvu iznajmljivača kao posebni dijelovi ili dijelove koje rabe i drugi suvlasnici rabi na način koji znatno šteti drugim suvlasnicima;
- ako svojim bezobzirnim, nepristojnim ili uopće nedoličnim ponašanjem gosti čine tegobnim zajedničko stanovanje ostalim suvlasnicima, ili počine kažnjivo djelo protiv imovine, morala ili tjelesne cjelovitosti kojega od suvlasnika ili druge osobe koja stanuje u kući, a nije riječ o djelima tako maloga značenja da bi ih trebalo zanemariti;
- radnje i ponašanja suvlasnikovoga bračnoga druga i drugih članova obitelji

koji s njim stanuju, kao i osoba koje s njegovim pristankom rabe dijelove nekretnine, a koje je on propustio spriječiti koliko je bilo moguće, uzimaju se za radnje toga suvlasnika.

Iz navedenog vidimo da je znatno jednostavniji dogovor iznajmljivača s ostalim suvlasnicima o sastavljanju kućnog reda kojeg se, kao i svi ostali, moraju držati i gosti u apartmanima. Iznajmljivačima je znatno jednostavnije poslovati ako njihovi susjedi „nadgledaju“ goste te ih upozore o kršenju javnog reda i mira, nedoličnom ponašanju, uništavanju imovine i sl. Na ovaj način su i iznajmljivači sigurniji jer vrlo često iznajmljivač koji iznajmljuje stan kao apartman u stambenoj zgradi ne živi u istoj zgradi i ne zna što se događa s njegovim apartmanom koji je vrijedna imovina.

Iznajmljivačima je znatno jednostavnije poslovati ako njihovi susjedi „nadgledaju“ goste te ih upozore o kršenju javnog reda i mira, nedoličnom ponašanju, uništavanju imovine i sl.



DIFUZNI HOTELI

Pored integralnih hotela, čije je osnivanje moguće u Republici Hrvatskoj od 2014. godine, a o čemu je bilo riječi u prošlom broju časopisa, od iste je godine moguće osnovati i difuzni hotel.

Koncept difuznog hotela i onog što on nudi je posebno značajan za hrvatski turizam jer se smještaj i osnivanje difuznog hotela predviđa u malim povijesnim i ruralnim jezgrama kojima obiluju hrvatska obala i otoci. No, pri tome ne treba zanemariti niti velik potencijal difuznih hotela u kontinentalnim i planinskim područjima. Pojam difuzni hotel opisuje se kao „dijelom kuća, dijelom hotel“ s obzirom na to da u sebi ujedinjuje klasične usluge hotela i privatnog smještaja.

Za one koji nisu ljubitelji konvencionalnih hotelskih usluga, boravak u difuznom hotelu omogućava upoznavanje načina života jedne povijesne jezgre ili jednog grada uz istodobno pružanje standardne profesionalne hotelske usluge kao što je usluga prihvata gostiju na recepciji, usluga doručka te po mogućnosti i ostale restoranske usluge, čišćenje smještajnih jedinica, njihovo održavanje i dr.

Današnji turisti su turisti treće generacije, zahtjevni su, znaju što žele i putuju zbog motiva, a ne samo zbog potrebe za putovanjem te imaju želju snažno proživjeti svoj godišnji odmor i/ili putovanje, doživjeti iskustvo novih i različitih mjesta, imati individualnu i personaliziranu uslugu i otkriti autentične stvari; žele biti dio lokalne, jedinstvene i teško ponovljive (replicirane) kulture.

Zbog svojih karakteristika, difuzni hotel nudi autentično iskustvo turistima treće generacije koji upravo i žele takva iskustva doživjeti na svojim putovanjima.

Difuzni hotel je posebno zanimljiv u predsezoni i postsezoni s obzirom na to da je ponuda difuznog hotela

Pojam difuzni hotel opisuje se kao „dijelom kuća, dijelom hotel“ s obzirom na to da u sebi ujedinjuje klasične usluge hotela i privatnog smještaja.

pretežito neovisna o klimatskim uvjetima.

Ono što karakterizira difuzni hotel je da se on mora nalaziti u pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama te mora biti uređen i opremljen na tradicijski način i predstavljati funkcionalnu cjelinu koju čine tri ili više građevina ili dijelova građevina uklopljenih u lokalnu sredinu i način života jednog

Ono što karakterizira difuzni hotel je da se on mora nalaziti u pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama te mora biti uređen i opremljen na tradicijski način

naselja te svaka građevina ili dio građevine mora imati poseban ulaz, horizontalnu i vertikalnu komunikaciju.

Građevine ili dijelovi građevina u kojima se nalaze smještajne jedinice difuznog hotela mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju, između objekata drugih namjena, dok ugostiteljski sadržaji od smještajnih jedinica mogu biti odvojeni javnom ili zajedničkom površinom te se u ugostiteljske sadržaje može ulaziti neposredno iz vanjskog prostora.

Pored prethodno navedenog, difuzni hotel mora imati i:

- zajedničke sadržaje za prijam gosta – **prijamni hol s recepcijom i prostoriju za boravak**;
- zajedničke sadržaje ugostitelja za **pripremu i usluživanje doručka, pića i napitaka**;

Način usluživanja doručka, ostalih jela, pića i napitaka mora biti organiziran na jedan od sljedećih načina:

- u vlastitom ugostiteljskom objektu/objektima odgovarajuće vrste razvrstanih u skladu s propisima o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupine „restorani“, „barovi“, „catering objekti“ i „objekti jednostavnih usluga“ unutar funkcionalne cjeline difuznog hotela;
- u drugom ugostiteljskom objektu/objektima, odgovarajuće vrste razvrstanih u skladu s propisima o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupine „restorani“, „barovi“, „catering objekti“ i „objekti jednostavnih usluga“ u blizini funkcionalne cjeline difuznog hotela s time

da ugostitelj koji posluje difuznim hotelom mora imati zaključen ugovor s ugostiteljem koji pruža usluge doručka, ostalih jela, pića i napitaka;

- u vlastitom restoranu difuznog hotela, pod uvjetima koji moraju biti ispunjeni u skladu s Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekta iz skupine Hoteli;
- u vlastitom točioniku difuznog hotela, pod uvjetima koji moraju biti ispunjeni u skladu s Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekta iz skupine Hoteli;
- parkiralište za 20% smještajnih jedinica s time da objekt nedostupan za prometovanje vozila ili koji se nalazi na mjestu sa zabranom prometovanja vozila, ne mora imati parkiralište dok ugostitelj koji dokaže da je dolazak gosta u objekt

Građevine ili dijelovi građevina u kojima se nalaze smještajne jedinice difuznog hotela mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju, između objekata drugih namjena, dok ugostiteljski sadržaji od smještajnih jedinica mogu biti odvojeni javnom ili zajedničkom površinom te se u ugostiteljske sadržaje može ulaziti neposredno iz vanjskog prostora.

organiziran više od 50% avionskim putem, može smanjiti broj parkirališnih mjesta za 50%;

- sanitarni čvor uz recepciju i ostale zajedničke sadržaje.

Difuzni hotel svakako može ponuditi i dodatne usluge kao što su:

- personalizirana dobrodošlica gostu;
- usluge čuvanja djece u smještajnoj jedinici;
- automatski sustav buđenja;
- internetski priključak, brz internetski priključak;
- računalo na zahtjev gosta;
- videoigre na zahtjev gosta;
- bazen na otvorenom, bazen u zatvorenom;
- bazen za djecu na otvorenom;
- grijanje bazena na otvorenom ili u zatvorenom prostoru;
- knjižnica i čitaonica;
- privezište i/ili sidrište za brodove;
- označena *jogging* staza;
- teretana na otvorenom;

- klupski prostor;
- *business* centar;
- najam motornih čamaca, pedalina, kajaka, jedrilica i slično;
- škola i tečajevi ronjenja, jedrenja i surfanja.

Tako svaki difuzni hotel može obogatiti svoju ponudu i diferencirati je od drugih usluga smještaja na konkretnom području.

Smještajne jedinice u sklopu difuznog hotela su:

- soba;
- obiteljska soba;
- hotelski apartman;
- studio apartman;
- apartman.

Smještajne jedinice moraju udovoljavati uvjetima propisanim Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima

ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli.

Ako su za osnivanje i otvaranje difuznog difuznog hotela potrebna dodatna financiranja, svakako treba uzeti u obzir moguće financiranje Hrvatske banke za obnovu i razvoj te korištenje sredstava Ministarstva turizma i Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije.

Naime, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije najavilo je natječaj kojim će se poticati razvoj turizma davanjem podrške malom i srednjem poduzetništvu te poboljšati razvoj malog i srednjeg poduzetništva na domaćim i stranim tržištima.

Ciljevi najavljenog financiranja su poticanje investicija u početna ulaganja u turizmu, produljenje sezone i podizanje

konkurentnosti te ulaganja u materijalnu i nematerijalnu imovinu. Indikativni datum objave javnog natječaja je **29. rujna 2017.** godine pa svi koji žele osnovati difuzni hotel i potrebna su im dodatna sredstva financiranja, ne bi trebali propustiti ovaj natječaj s obzirom na to da najavljeni fond natječaja iznosi 202.278.555,00 kuna.

Zbog svega navedenog, a uzimajući u obzir potrebe turista treće generacije te mogućnosti osnivanja ovakvih objekata u Republici Hrvatskoj, difuzni hotel je snažan alat ne samo za lokalni turistički razvoj nego i za lokalni i regionalni gospodarski razvoj zbog rasta cijena nekretnina, otvaranja novih radnih mjesta i dr.

Autorica:
Ana-Marija Kajić, dipl. iur.



Imaju li hrvatski apartmani niske cijene

Često se govori o cijeni apartmana, koliko iznajmljivači zarađuju, i sl., ali ove godine o cijenama govori se malo glasnije. Mnogi, pri tome mislimo na neiznajmljivače, misle kako su cijene apartmana na Jadranu izuzetno visoke te kako iznajmljivači po visokim cijenama prodaju nekvalitetan smještaj.

Ako generalno gledamo na kvalitetu smještaja, prema ocjenama smještaj na portalu [Booking.com](https://www.booking.com), Hrvatska se nalazi na samom vrhu. Poznato nam je da mnogi iznajmljivači smatraju da je ocjena ispod 9 na portalu [Booking.com](https://www.booking.com) jako loša, dok je svjetski standard ocjena 7.

Koliko nam je na globalnom tržištu visoka kvaliteta, toliko nam je, bez obzira na razna mišljenja iznajmljivača i neiznajmljivača, niska cijena smještaja. Barem tako kažu konkretne brojke.

Nedavno je portal www.vouchercloud.com objavio usporedbu cijena smještajnih jedinica na portalu [Airbnb.com](https://www.airbnb.com). Prema prikazu Voucherclouda, Hrvatska se nalazi u skupini najjeftinijih zemalja u Europi po cijeni smještaja. Cijena smještaja koji se u Hrvatskoj može pronaći na Airbnb-u iznosi 49 eura.

Ako se usporedimo sa susjedima, možemo vidjeti da je smještaj u Crnoj Gori skuplji od smještaja u Hrvatskoj te iznosi 54 eura po noćenju.

Čak je i Slovenija znatno skuplja sa 63 eura po noćenju.



Cijene u Hrvatskoj su vrlo šarolike, kreću se od 30 do 300 eura po apartmanu

Najskuplja europska destinacija je Island gdje je prosječna cijena noćenja 129 eura, dok su najjeftinije destinacije Srbija, Kosovo, Moldavija, Albanija i Makedonija gdje je prosječna cijena noćenja oko 30 eura.

Ovo su naravno statistički podaci, izražene su prosječne

cijene noćenja. Inače, cijene u Hrvatskoj su vrlo šarolike, kreću se od 30 do 300 eura po apartmanu. Moramo uzeti u obzir činjenicu da se na portalu [Airbnb.com](https://www.airbnb.com), koji je poslužio kao osnova analize cijena, nalazi najveći broj nelegalnih smještajnih jedinica koje inače imaju nižu cijenu. No, bez obzira na to, slična situacija je i u drugim zemljama pa ovaj prikaz možemo smatrati prilično realnim. Iako skup domaćim gostima, gosti iz razvijenijih i bogatijih zemalja doživljavaju nas kao jeftinu destinaciju, barem tako kažu najposjećeniji europski news portali.

Kako do gosta u postsezoni

Glavna sezona je prošla, ove godine većina iznajmljivača oborila je vlastite rekorde što se tiče i prihoda i popunjenosti. No, postsezona nije toliko uspješna. Sve je više pitanja „Kako do gostiju u postsezoni?“.

Nažalost, većina iznajmljivača ovo pitanje počinje postavljati tek na kraju glavne sezone, a da bi imali goste u postsezoni, potrebno je već u 9. mjesecu početi raditi na njihovom „prikupljanju“.

Gostiju u postsezoni imat ćemo onoliko koliko će naše marketinške aktivnosti biti dobro osmišljene i učinkovite.

Kad govorimo o marketinškim aktivnostima, onim osnovnim, prvenstveno mislimo na internetsku stranicu, portale za oglašavanje i razvoj posebne ponude koja bi dala razlog gostu da dođe k vama.

Da bi vaša **internetska stranica** bila učinkovita, važno je da bude:

- prilagođena mobilnim uređajima;
- da ima mogućnost izravnog *bookinga*;
- prezentiranu ponudu destinacije;
- višezjezična;
- prodajno učinkovita.

Osim internetske stranice, najvažniji kanali prodaje su **rezervacijski sustavi i portali za oglašavanje**.

Što ste na većem broj portala prisutni, to je veća mogućnost da ćete doći do većeg broja gostiju.

No, istovremeno, važno je pravilno voditi svaki od tih portala kako bi vaš oglas bio dovoljno vidljiv. Važno je, dakle, odabrati optimalan broj portala na kojima ćemo se oglašavati, a koje možemo jednako kvalitetno voditi.

Jedan od najvažnijih faktora koji utječu na vidljivost koja je neophodna za uspjeh na pojedinom portalu je mogućnost izravnog *bookinga* ili tzv. *instant*

booking. Vodenje više portala s uključenim *instant bookingom* nije jednostavno. Dapače, jako je teško sinkronizirati sve rezervacije (nove i otkazane), stoga je važno imati neku od aplikacija koja će nam olakšati posao i povećati učinkovitost. Najboljom među hrvatskim iznajmljivačima, a sve više i iznajmljivačima u drugim zemljama pokazala se aplikacija www.rentl.io.

TripAdvisor je sve važniji portal, ne samo za čitanje tj. pisanje recenzija, nego i za rezerviranje smještaja. Da bi TripAdvisor bio naš kvalitetan kanal prodaje, važno je oglasiti se izravno na njemu. Naime, podosta smještaja nalazi se na TripAdvisoru, no on je ondje oglašen preko portala poput Booking.com i drugih, a ne izravno. To ujedno znači da umjesto 3% (koliko uzima TripAdvisor), provizija iznosi 15 i više posto.

Google Maps Googleov je alat koji vam omogućuje besplatno oglašavanje tako da vaš objekt bude vidljiv na Googleovim kartama. Ako tražite smještaj na Googleu, primijetit ćete da se karta javlja odmah pri vrhu. Ovo je

sve jači kanal oglašavanja putem kojeg nećete popuniti čitavu postsezona, ali ako ste ga dobro postavili, možete očekivati nekoliko rezervacija godišnje.

Kako ste mogli primijetiti, u prethodnom dijelu teksta isticali smo „ako ste dobro postavili“, „ako ste vidljivi“, „učinkoviti“,... Nije važno samo imati internetsku stranicu, prijaviti se na portale, registrirati se na TripAdvisoru ili Google Maps. Najvažnije je koliko ste dobro i kvalitetno prezentirani na svakom od navedenih kanala prodaje.

Da biste znali koliko je kvalitetna vaša prezentacija, jer je upravo to razlog vaše popunjenosti, nudimo vam besplatnu analizu vašeg digitalnog marketinga s konkretnim preporukama i savjetima kako iskoristiti internet za povećanje prodaje i broja rezervacija izvan glavne sezone.

Besplatna analiza digitalnog marketinga vašeg objekta:
www.smartingo.com/analiza

Vedran Pražen,
savjetnik za internetski marketing
www.smartingo.com



Knjiga „Kako mrežom uhvatiti goste“ djelo je američkih i hrvatskih stručnjaka. Sadrži konkretne upute za postizanje više rezervacija uz niže provizije, kao i ideje za produljenje sezone. Naručite danas i uz knjigu dobivate 700,00 kn poklon-vaučer za digitalni marketing.

Naručite na www.marketingvodica.com ili pozivom na **097 652 7331**

Najčešća greška iznajmljivača – prezentacija i oglašavanje

Turistička sezona gotovo je završila, a neki iznajmljivači, bez obzira na to što su njihovim susjedima već otišli zadnji gosti, još uvijek imaju pune apartmane, naročito kuće za odmor.

Objašnjenja ostalih iznajmljivača su različita: od onih da imaju odličnu agenciju koja ih dobro „puni“ i naplaćuje malu proviziju, do toga da imaju „nekog“ u Booking.com-u, da su živjeli vani pa su im to prijatelji,...

Gdje se krije istina?



U pravilu (s manjim iznimkama) daleko od svega navedenog.

Iako se jako puno piše i govori o važnosti fotografije, još uvijek mnogi iznajmljivači ne shvaćaju da je fotografija najvažniji alat u poslovanju privatnog smještaja.

Uzalud imate prekrasnu terasu, blizu ste mora, imate moderno uređene apartmane, odlično komunicirate s gostima za vrijeme njihova boravka, ako imate jako malo gostiju.

Osnovni alat za povećanje broja gostiju je upravo fotografija. Ako gost ne zna kako izgleda vaš smještaj, jako teško će se odlučiti boraviti u njemu.

Mnogi ulažu u opremanje, dodatne usluge, posteljinu, posuđe, namještaj,... Ali ako gost to ne vidi, njemu to ništa ne znači.

Možda ste jako puno novca uložili u fasadu objekta, novi krov, nove instalacije i sl., no gostima takva ulaganja ne znače ništa.

Lijep pogled s terase, udobne ležaljke, nova kuhinja, lijepa posteljina, pogled iz spavaće sobe, bicikle kao dodatna ponuda, organizacija transfera, mogućnost parkinga uz

Iako se jako puno piše i govori o važnosti fotografije, još uvijek mnogi iznajmljivači ne shvaćaju da je fotografija najvažniji alat u poslovanju privatnog smještaja.

apartman,... to je ono što je gostu važno. Naravno, ako to vidi na vašim fotografijama.

Međutim, fotografija je samo jedan detalj. Ni najbolja fotografija ne znači ništa ako je gosti ne vide.

Stoga su mjesta oglašavanja, odnosno mjesta gdje ćete prezentirati svoj objekt, drugi korak.

Oglasiti se s ciljem prodaje smještaja u objektu možete putem turističke agencije, raznih portala, društvenih mreža, vlastite internetske stranice, *newslettera*,...

**Međutim,
fotografija je
samo jedan detalj.
Ni najbolja
fotografija ne znači
ništa ako je gosti
ne vide.**

Važno je odabrati onaj način oglašavanja koji je vama najlakši, najučinkovitiji i najjednostavniji.

Mnogi iznajmljivači griješe upravo u tom izboru.

Za oglašavanje na portalima, društvenim mrežama, internetskoj stranici, *newsletterima* potrebno je znanje i iskustvo. Oni koji ga nemaju, ne razmišljaju o tome kako naučiti raditi, već traže plaćene portale koji će im donijeti direktne upite gostiju ili agencije koje neće naplatiti visoku proviziju, a popunit će njihov objekt tijekom čitave turističke sezone.

Važno je odabrati onaj način oglašavanja koji je vama najlakši, najučinkovitiji i najjednostavniji.

Nažalost takvih plaćenih portala i uspješnih agencija je sve manje. Oni koji su uspješni na tržištu, imaju jako visoke cijene.

Važno je znati što želite dobiti od svog smještaja.

Ako vam je dovoljno pokriti samo godišnje troškove kuće kako bi vaša djeca naslijedila nekretninu u dobrom stanju, onda se preporučuje raditi sa spomenutim kanalima prodaje.

No, ako želite zaraditi na svom smještaju, bez ozbiljnog marketinga i oglašavanja nećete uspjeti.

Sve popularniji način privlačenja gostiju je spuštanje cijene.

Ovaj način poslovanja ne garantira uvijek popunjenost jer je najčešće lančani, što znači da ako vi spustite cijene, vaši susjedi spuste još više pa čitava destinacija postaje jeftinija, a s vremenom i manje kvalitetna što sa sobom donosi i takve goste s kojima je teža komunikacija.

Fantastično uređen i opremljen objekt, blizu je mora, ima prekrasan pogled,... – nemoguće je da ima popunjenost od 40 dana uz cijenu od 10 eura po osobi. Pronađite grešku u svom poslovanju. Koliko god tražili „čarobnu formulu“ ona je vrlo jednostavna – prezentacija i oglašavanje.

Jedna od najčešćih situacija bila je „nema tople vode“. Naravno da iznajmljivači u svojim apartmanima imaju toplu vodu, ali bilo je gostiju koji nisu znali da kod nas većina iznajmljivača ima bojlere koje treba upaliti na prekidač. Jednostavno rješenje ovog problema bilo je, ako se gost obratio iznajmljivaču s primjedbom da nema tople vode, iznajmljivač bi mu objasnio da treba bojler upaliti ili bi osobno došao u apartman vidjeti u čemu je problem, zašto nema tople vode te sam mu upalio bojler.

Iako većina iznajmljivača koristi predložak kućnog reda koji je generalan, preporučuje se da, s obzirom na situacije koje ste imali, uočite najčešće „nesporazume“ te upravo te stavke navedete u kućnom redu.

Nažalost, mnogi gosti, posebno oni koji dolaze na jednu noć, ne bi se obratili iznajmljivaču, nego bi kasnije u ocjenjivanju smještaja naveli kao lošu stranu smještaja upravo nedostatak tople vode. Iako su iznajmljivači kao odgovor na takve komentare pisali da je bilo tople vode, ali je trebalo pritisnuti prekidač za bojler, ocjena je i dalje ostala nepovoljna za iznajmljivača te mu se na taj način spuštala ukupna ocjena smještaja.

Da biste izbjegli takve situacije, na ulazu u kupatilo trebala bi biti izvješena obavijest o načinu korištenja bojlera tj. kako do tople vode.

Upute za upotrebu

Mnogi iznajmljivači zaključili su da je nova generacija gostiju koji dolaze u privatni smještaj naučila na brojne „manuale“ tj. upute za upotrebu uređaja bez kojih ne mogu zamisliti život tako da ih iznajmljivači nerijetko proglašavaju „manual generacijom“.

Slična situacija bila je i s perilicama rublja. Neki gosti nisu znali pokrenuti perilicu te bi ostavljali slične komentare koji su spuštali ukupnu ocjenu smještaja.

Da bi se izbjegla ova situaciju, potrebno je izvjesiti obavijest o načinu korištenja perilice.

Nije rijetkost bilo ni začepljenje WC školjke nastalo zbog ubacivanja nerazgradivih vlažnih maramica. Dakle, potrebno je iznad WC školjke postaviti obavijest o zabrani ubacivanja vlažnih maramica, dječjih pelena, higijenskih uložaka i sl.

Kao jednu od češćih neugodnih situacija iznajmljivači su istaknuli prljanje jastučnica i ručnika šminkom ili plahti toniranim kremama za sunčanje. Bilo je i „ekstremnijih“ situacija kada su gosti ručnike koristili kao otirač za cipele. Problem je što se takva vrsta mrlja ne može ukloniti klasičnim pranjem posteljine pa to često znači daljnja neupotrebljivost jastučnica, ručnika ili plahti. Mnogi iznajmljivači došli su do podatka da godišnje imaju 10% uništene posteljine i ručnika. Znači li to da moramo istaknuti upozorenje u spavaćoj sobi o „načinu korištenja plahti i ručnika“? Nije loš prijedlog jednog iznajmljivača koji svojim gostima naplaćuje svaku uništenu jastučnicu ili ručnik 10 eura.

Ovi primjeri nas navode na zaključak da bi trebali čitav apartman ili kuću za odmor „oblijepiti“ uputama za upotrebu. Možda bi neki kreativniji iznajmljivač mogao osmisliti „upute za upotrebu“ kao svojevrsnu dekoraciju svoje smještajne jedinice, ali većina nas nema ideju kako to izvesti, a da smještaj i dalje izgleda lijepo i privlačno.

Da bismo izbjegli ove situacije, najjednostavnije rješenje je dobro osmišljen kućni red. Iako većina iznajmljivača koristi predložak kućnog reda koji je generalan,

preporučuje se da, s obzirom na situacije koje ste imali, uočite najčešće „nesporazume“ te upravo te stavke navedete u kućnom redu.

Iz navedenih situacije u kućnom redu bi između ostalog trebalo stajati:

- u slučaju da nemate tople vode u apartmanu, pritisnite prekidač za toplu vodu koji se nalazi na ulazu u kupaonicu (ovdje možete postaviti i fotografiju prekidača);
- prilikom korištenja perilice rublja, ako želite samo isprati rublje, koristite program br. 10, ako perete bijelo rublje, koristite program br. 12;
- zabranjeno je ubacivanje higijenskih uložaka, vlažnih maramica, dječjih pelena i sličnog sadržaju u WC školjku;
- u slučaju uništavanja jastučnica, ručnika i plahti toniranim kremama za sunčanje, šminkom i sl., gost je dužan nadoknaditi štetu u iznosu od 10 eura po jastučnici ili ručniku te 20 eura po plahti.

Praksa je pokazala da sve obavijesti koje gostima šaljemo prije njihova dolaska gosti vrlo rado čitaju. Ako među brojnim informacijama koje vaše goste zanimaju navedete i pravila ponašanja u vašem objektu, mogućnost da će gost to pročitati znatno je veća.

Bez obzira na sva upozorenja, kućni red, pisma dobrodošlice ili nešto četvrto, osobna kultura naših gostiju će ipak prevladati. Kvalitetan smještaj koji nudimo donijet će nam i kvalitetne goste.

No, naši gosti rijetko čitaju kućni red po dolasku u objekt.

Također, praksa je pokazala da sve obavijesti koje gostima šaljemo prije njihova dolaska, a koje možemo nazvati „Info Mapa“, „Pismo dobrodošlice“, „Informacije o boravku“ ili nekako drugačije, gosti vrlo rado čitaju. Ako među informacijama o dolascima trajekata, autobusa, predloženih izleta, zanimljivih manifestacija, preporučenih plaža, sadržaja za djecu, preporučenih restorana, mjesta gdje se nalaze najbliže mjenjačnice, bankomati i sl., vremenu i načinu prijave i odjave gostiju, načinu i valuti plaćanja te brojnim drugim informacijama koje vaše goste zanimaju navedete i pravila ponašanja u vašem objektu te istaknete „najproblematičnije stavke“, mogućnost da će gost to pročitati znatno je veća.

I na kraju, bez obzira na sva upozorenja, kućni red, pisma dobrodošlice ili nešto četvrto, osobna kultura naših gostiju će ipak prevladati. Kvalitetan smještaj koji nudimo donijet će nam i kvalitetne goste.

Zaboravljene stvari gostiju

Mobitel, laptop, cipele, jakna, naočale, kišobran, parfem, narukvica, privjesak, dezodorans, stari razbijeni češalj za kosu, punjač za laptop, tablet, mobitel,..., mnogo je stvari koje gosti ostavljaju u našim apartmanima.

Ako se radi o nekoj dragocjenosti, gost će kontaktirati s nama čim primijeti da je taj predmet ostavio u našem apartmanu i to nam, naravno, neće biti čudno. Ali ponekad nas gost nazove da mu je ostao češalj (stari, bez pola zubaca) ili cipele (iznošene, potrgane), što i nije baš da nam nije čudno. Kad nađemo takvu neku zaboravljenu stvar, ako nije dragocjenost, prvo pomislimo da je gost namjerno ostavio zaboravivši je odložiti u smeće. Ali kad nas gost nazove i pita za npr. ostavljene cipele, budemo sretni što ih nismo bacili jer ih nismo klasificirali pod skupinu „zaboravljene stvari“.

Ako nas je gost nazvao i pitao jesmo li našli npr. njegov punjač za tablet koji je ostavio, naravno da ćemo mu potvrditi da smo vidjeli da je punjač ostao. Gost, čim je nazvao, naravno da očekuje da ćemo mu punjač poslati. U ovom slučaju preporučuje se da otidete na poštu, pogledate koja je cijena dostave paketa za paket tog sadržaja te gostu pošaljete iznos poštarine.

Neki iznajmljivači na cijenu poštarine dodaju cijenu usluge slanja.

Ovo će možda izgledati sitničavo. Netko će pomisliti, ako je gost platio apartman, ne treba mu naplatiti trošak slanja koji je neznatan.

Vrlo često trošak slanja i nije baš tako neznatan, pogotovo ako se radi o udaljenijem mjestu boravka gosta. Također, ako šaljemo neki dragocjeniji

predmet kao npr. naočale, mobitel, laptop, sat i sl., preporučuje se poslati poštansku pošiljku uz dodatno osiguranje. Ako gostu šaljemo bilo koju izgubljenu stvar, bez obzira na njenu vrijednost, neophodno je poslati na način kojim možemo dokazati gostu da smo pošiljku poslali. Najjednostavnije je detalje dogovoriti sa samim gostom tako da mu navedemo koja je cijena poštarine ako uplatimo dodatno osiguranje i, u pravilu niža, cijena bez ikakvog osiguranja pošiljke. Ako se gost odluči za „jeftiniju“ opciju, preuzima rizik primitka pošiljke.

Nakon što ste gostu poslali informaciju o cijeni slanja zaboravljenog predmeta, potrebno je od njega zatražiti uplatu za slanje pošiljke. Nakon što na svoj račun dobijemo dogovoreni iznos, gostu šaljemo paket.

Ako se radi o stalnom gostu koji je ostavio manji predmet, i ako se gost nalazi u Europskoj uniji te ako je trošak paketa 50 do 100 kn, iznajmljivači obično ne naplaćuju dodatno slanje

Ako gostu šaljemo bilo koju izgubljenu stvar, bez obzira na njenu vrijednost, neophodno je poslati na način kojim možemo dokazati gostu da smo pošiljku poslali.



Nakon što ste gostu poslali informaciju o cijeni slanja zaboravljenog predmeta, potrebno je od njega zatražiti uplatu za slanje pošiljke. Nakon što na svoj račun dobijemo dogovoreni iznos, gostu šaljemo paket.

izgubljene stvari. Naravno, ovisi o kakvom se iznajmljivaču radi i o kojem tipu smještaja.

Ako ste pronašli zaboravljene stvari gosta, a on se nije javio, o vašoj dobroj volji ovisi hoćete li ga obavijestiti o tome.

Što kaže Zakon, Pravilnik,...?

U ovom slučaju ništa nije propisano Zakonom ni Pravilnikom, ali je propisano Posebnim uzancama u ugostiteljstvu.

Zaboravljene stvari

50. Ugostitelj je dužan gostu dostaviti ili uručiti stvari zaboravljene u ugostiteljskom objektu.

Ugostitelj je dužan gosta obavijestiti da su te stvari nađene i zatražiti upute o načinu njihove dostave. Troškove dostave snosi gost.

Ako ne bi mogao uručiti stvari, ugostitelj ih je dužan čuvati najmanje jednu godinu, a tada postupiti prema propisima.



PRVA ZAMJENA

HomeExchange.com najveći je svjetski portal za zamjenu nekretnina u svrhu besplatnog smještaja u preko 65.000 nekretnina diljem svijeta. Ovaj koncept zamjene kao alternativnog oblika smještaja prisutan je u Hrvatskoj već nekoliko godina s 400 članova koji koriste portal. Neki od članova imaju preko 10 zamjena, dok nekolicina čeka «pravi» trenutak. Sada kada je sezona gotova, a naši objekti će biti prazni, vrijeme je da ponudite svoju vikendicu ili apartman u zamjenu pa i dalje imate goste. Gosti koji vam neće platiti za 6 dana noćenja ali i onih gostiju kod kojih ćete vi boravite besplatno prema vašem dogovoru. Zamijeniti vikendicu u rujnu za skijanje u siječnju primamljiva je ideja. Ulaznica u svijet zamjene godišnje je članstvo koje iznosi 600 kn uz neograničen broj zamjena unutar te godine i bez dodatnih troškova za svaku zamjenu.





Kako se uopće zamijeniti, kako krenuti put svoje prve zamjene, koji su kriteriji za zamjenu i gdje uopće tražiti zamjenu?

«Sjećam se svoje prve zamjene 2009. godine u Provansi u Francuskoj. Ključ od kuće dobila sam poštom, a do tamo smo išli vlastitim automobilom. Vlasnike nismo upoznali. Sve smo se dogovorili prije puta. S obzirom na to da smo razmijenili bar 10 mailova i čuli se dva puta preko Skype, nikakvih nedoumica ili straha nismo imali bez obzira na to što se radilo o prvoj zamjeni. Iskreno, imala sam osjećaj kao da idem kod prijatelja koje već dugo znam od kojih sam dobila ključevi da im čuvamo kuću dok su oni na putu. Da smo htjeli, mogli smo koristiti i njihov auto po Francuskoj ali nije bilo potrebe. HomeExchangeri su zaista velikodušni, ostavljaju vam ne samo ključ od doma već i pravo da koristite sve što vam je potrebno za vrijeme boravka kod njih. Od začina u kuhinji do bicikla, kaciga za djecu. Ništa ne morate nositi, niti posteljinu ni ručnike jer sve to će vas dočekati baš kao da idete u svoju kuću na odmor.»

Rujana Lukač podijelila je s nama iskustvo svoje prve zamjene u kući s bazenom za njenu tadašnju kuću na otoku koju je zamijenila još 15 puta nakon Francuske.

Kada se odlučite na članstvo, kada uplatite karticom svoj «oglas» krećete na uređivanje ponude. Uplatom ste dobiti svoj račun tj. Account gdje su sve informacije pregledne na jednom mjestu. Ovdje možete uređivati vaš oglas, ovdje će vam stizati upiti iz svijeta i moći ćete uređivati i ažurirati sve informacije shodno promjenama i željama. Opis kuće i opis vašeg profila i obitelji najvažniji su dio kod zamjene jer tu prezentirate sebe i svoju nekretninu i to zanima druge članove koji se žele zamijeniti u vašem kraju.



HOMEEXCHANGE.COM = VAŠ BESPLATAN SMJEŠTAJ

ODABERITE DESTINACIJU ● ZAMJENITE VAŠ DOM ● BORAVITE BESPLATNO

U 20 GODINA POSTOJANJA MILIJUN LJUDI JE ZAMJENILO SVOJE DOMOVE.

ŽELIŠ PUTOVATI PO SVIJETU? SURFAJ I IZABERI KUĆU LI STAN DOGOVORI ZAMJENU

JESTE LI ZNALI DA SE MOŽETE ZAMJENITI I LOKALNO, NPR. VIKEND U SPLITU ZA VIKEND U ZAGREBU?

Osim opisa kuće, interijera i eksterijera važan je vaš *home exchange* profil. Koliko ste detaljno opisali objekat vidjet ćete u postocima sa strane. Zadovoljavajuće je da to bude preko 80% i da što više detalja upišete jer to ste bliže vašoj zamjeni. Na glavnoj stranici HomeExchange.com na sredini pretražuju se druge ponude.

Jednostavno upišete grad ili mjesto i vidjet ćete koliko je ponuda na dotičnoj lokaciji.

Pregledavanjem ponuda odabirete ili stavljate u «omiljene» sve one koji su vama interesantni koristeći simbol srca na svakom oglasu, a koje kasnije imate spremljene u svojoj evidenciji pretraživanja pa ne morate iz početka pregledavati ponude.

Pretraživati možete osim po lokaciji i po tematici npr. ponude za skijanje ili odmor s obitelji. Tim odabirom će se pokazati samo oni oglasi koji su blizu skijališta

ili zamjene koje su idealne za obitelji što je jednostavnije i svakako ušteda vremena za brže pretraživanje.

Uzmimo za primjer da je grad Rim vaša željena zamjena. Kada upišete Rim ili Rome u pretraživanje pokazat će se preko stotinu nekretnina za što je potrebno vrijeme za pregledavanje. Kako biste bili brži u odabiru postoje filtri za pretraživanje, od broja soba

S obzirom na to da smo razmijenili bar 10 mailova i čuli se dva puta preko Skype, nikakvih nedoumica ili straha nismo imali bez obzira na to što se radilo o prvoj zamjeni.

do toga da «pretražite samo one koji su zainteresirani» da dođu u Hrvatsku tzv. obrnuto pretraživanje. Lista se sada filtrirala prema vašim željama a osim onih koji ciljano žele u Hrvatsku sigurno je preko stotinu onih koji su u svom opisu dodali da su otvoreni za sve destinacije što uključuje i Hrvatsku. Sada ste bliže slanju upita za zamjenu, a jednu poruku možete poslati na puno adresa. Uvijek je dobro poslati više upita jer to možete uraditi jednim klikom u postavkama, vrijedi pokušati.

Osim ovakvog pretraživanja postoje i druge opcije. Primjerice, po datumu kada se želite zamijeniti, je li to stan ili kuća, jesu li dozvoljeni kućni ljubimci, je li uključen auto u zamjenu, je li to dom za 2 ili 5 osoba..... Sve to možete iskoristiti kao dodatno i brže pretraživanje shodno vašim preferencijama.

Kada otvorite jednu ponudu s kojom biste se rado zamijenili vi ćete odmah saznati puno informacija. Svaka ponuda ima više slika uz naslov koji je obavezan. Ispod slika je detaljan opis što sve ima u kući od namještaja do opreme, vidi se lokacija gdje je nekretnina kao i to što sve ima za vidjeti, posjetiti ili doživjeti u neposrednoj blizini.

Osim kuće tu je i profil osobe. Slika člana, informacije o članstvu, novi ili stari član i broju zamjena iza sebe što sve posebno veseli a pogotovo početnike koji mogu pročitati i «Knjigu gostiju» koji su se već zamijenili i tako čuti još nečije druge dojmove. Nedavno je dodana i stopa odgovoru pa možete vidjeti koliko je član aktivan u odgovaranju na upite. U opisu je poželjno staviti čim više informacija jer nije tajna staviti čime se u životu bavite što može biti korisna informacija da se možda baš zamijenite s kolegom koji živi u drugom gradu. Pri dnu profila popisane su i željene destinacije člana, kod

KLASIČAN SMJEŠTAJ	HOME EXCHANGE
 Prvo jelo vami gotovo je uvijek fast food	 Prvo jelo gotovo uvijek je porion domaćina, lokalne delicije
 Pola budžeta odlazi na rent a car i skupo osiguranje	 U zamjenu vam je uključen auto i vi se vozite se besplatno
 Nakon 5 dana nemate više čiste odjeće	 Uključite mašinu i operite svoju odjeću
 Posjećujete tipične turističke atrakcije	 Posjećujete skrivena mjesta i atrakcije koje samo lokalni znaju
 Uvijek ste zainteresirani i animirani za vašu djecu	 Brzo nekih igraćaka i soba za djecu. Vesele!
 Ostavili ste praznu kuću i kućnog ljubimca.	 Vaši ljubimci uživaju s "novim vlasnicima"
 Potrebna je odjeća za sro vrijeme, a to znači brzo priljage	 Loše je vrijeme, pada kiša, posud kloban ili kabanu i šetite bez brige.
 Osjećate nostalgiju za vašim domom	 Osjećate se kao da ste kod kuće.



nekih samo gradovi ili države, a neki i s preciznim datumima uz lokaciju što nije pravilo već shodno želji člana.

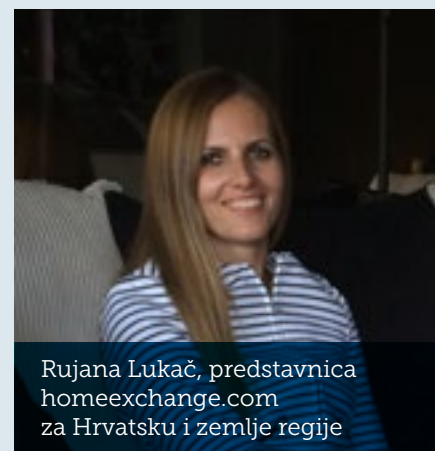
Nakon što su vam se profil i ponuda svidjeli, vrijeme je za slanje upita odnosno stupanja u kontakt i dogovaranja zamjene. Kada se otvori prozorčić za zamjenu nakon unošenja teksta u upitu za zamjenu postoji opcija odabira vrste zamjene i to dvije različite. Odnosno prva opcija obostrane zamjene, tzv. recipročna zamjena ili druga opcija gdje ćete koristiti svoj balon za boravaka kod nekoga. U takvoj zamjeni unutar «Passport» programa vi niste obavezni uzvratiti zamjenu nazad jer ste iskoristiti svoj balon. Balon ćete dobiti u vašoj drugoj godini članstva automatski na vaš račun ili ako vam netko drugi ponudi svoj balon u zamjenu boravka kod vas.

S druge strane kada vama stigne upit za zamjenu, imate

moгуćnost brzog odgovora. Ili ćete kliknuti na to da želite nastaviti razgovor ili ćete se ispričati odgovorom da niste zainteresirani za zamjenu i tako možete napraviti brzu selekciju. Ako nastavite dogovore vrlo brzo možete realizirati svoju prvu zamjenu. Dogovorite se i za neki Skype call, možete razmijeniti i brojeve telefona i koristiti možda neke društvene mreže za što bolje dobivanje svih informacija koje želite znati prije puta. Među ponudama dobivat ćete i one skromnije od vaše kao i one koje su u rang 5 zvjezdica. Stanovi i kuće nisu kategorizirani u sustav i to nije kriterij za zamjenu. Vrlo važan kriterij ste vi osobno i kako ćete se prezentirati ali i što ćete odvojiti kao posebnost vašeg doma tj. smještaja.

Do sada je ostvareno preko milijun zamjena diljem svijeta, a *home exchange* je savršen primjer kako koristiti sve što tzv. *ekonomija dijeljenja* u 2017.

godini pruža i nama u Hrvatskoj. Zamjenom vašeg doma po principu ja kod tebe, ti kod mene, otvarate jedan novi svijet mogućnosti za vas, za vašu obitelj ili prijatelje.



Rujana Lukač, predstavnik homeexchange.com za Hrvatsku i zemlje regije

Ako imate bilo kakvo pitanje ili želite čuti iskustva onih kojih su bili na zamjeni, slobodno kontaktirajte Rujanu putem maila na rujana@homeexchange.com ili putem FB grupe pod nazivom «HomeExchangers Croatia».

Naplata i primanje gotovine u eurima u poslovanju iznajmljivača

I dalje neki gaje sumnje oko toga je li legalno naplatiti i primiti eure (ili drugu stranu gotovinu u novcu) kod pružanja turističkih usluga iznajmljivača ali i općenito. Formiranje cijena u eurima i naplata je dugogodišnjim iznajmljivačima već ustaljena praksa i nije im to ništa novo, no za one koji su tek nedavno počeli pružati usluge smještaja u domaćinstvu, jednostavna objašnjenja u ovom članku mogla bi biti od koristi. Smije li se onda naplatiti gostima usluge smještaja u eurima? Smije li se strana gotovina uopće primiti? Je li to zakonski dozvoljeno i kako to sve uskladiti sa službenim cjenikom iznajmljivača i računima koji se ispostavljaju gostima saznajte u nastavku teksta.

Raznim trgovcima, ugostiteljima i turističkim djelatnicima u prirodi je posla da prilikom prodaje roba i pružanja usluga posluju s nerezidentima, dakle sa strancima i da je u opticaju naplate stoga i strana valuta, ne samo kune. I bez obzira na to što je naša službena valuta kuna, s ulaskom u EU došlo je i do određene liberalizacije deviznih propisa.

Postoji jedno ograničenje, a to je da je dozvoljeno primiti (naplatiti) u stranoj gotovini u iznosu do 15.000,00 EUR-a (čl. 39. Zakonu o sprječavanju pranja novca i financiranju terorizma; Nar. nov., br. 87/08 i 25/12). Ograničenje se odnosi na pojedinačnu transakciju ili više međusobno povezanih

Bez obzira na to što je naša službena valuta kuna, s ulaskom u EU došlo je i do određene liberalizacije deviznih propisa. Postoji jedno ograničenje, a to je da je dozvoljeno primiti u stranoj gotovini u iznosu do 15.000,00 EUR-a

gotovinskih transakcija do 15.000,00 EUR-a. No pitanje je može li se ovako nešto uopće pojaviti u praksi iznajmljivača. Teško.

Popis djelatnosti kod kojih se smije poslovati sa stranom gotovinom

U sljedećim djelatnostima, poduzetnici koji imaju naravno registriranu gospodarsku djelatnost SMIJU primiti naplatu u stranoj valuti:

- za pružanje ugostiteljsko-turističkih usluga i to: usluga noćenja, pansiona, polupansiona i usluga prijevoza,
- za pružanje usluga zračnih luka, morskih luka, marina, pristaništa i autocesta te za

opskrbu stranih zrakoplova i brodova gorivom i mazivom i drugom potrošnom robom,

- za prodaju robe s carinskog skladišta tipa »D«,
- za prodaju putničkih i robnih vozni isprava, neposredno ili preko putničkih turističkih agencija, za račun nerezidenata,
- mogu imati stranu gotovinu blagajni radi vraćanja ostatka novca kupcu.

S ovime je dakle jasno da je naplata u stranoj gotovini za vlasnike obiteljskog smještaja potpuno legalna i dozvoljena. No kako to iznajmljivač može pravilno uskladiti s cijenama u službenom cjeniku te iznosima u naplaćenim računima?

Jedina zakonska obveza je da cijene u službenom cjeniku iznajmljivača budu u kunama.

Drugim riječima, ne može cjenik biti izražen samo u eurima. Ali može biti kombinirani u kunama i u eurima.

Službeni cjenik iznajmljivača najčešće je izražen i u kunama i u eurima

Jedina zakonska obveza je da cijene u službenom cjeniku iznajmljivača budu u kunama. Drugim riječima, ne može cjenik biti izražen samo u eurima. Ali može biti kombinirani u kunama i u eurima i većina ih ima upravo takav cjenik. Za svaku cijenu u kunama

može se u cjeniku (to je najčešća praksa) odrediti neka fiksna protuvrijednost u eurima. S obzirom na to da tečaj varira, cijena izražena u eurima naravno treba biti neka optimalna vrijednost koja ne odudara puno od kunske vrijednosti. Tako možemo reći da ako gost plaća u kunama, tada plaća po kunskoj cijeni iz cjenika, a ako želi platiti u eurima, plaća po cijeni koje su u cjeniku izražene u eurima. Jednostavno. Tako je naime iznajmljivaču najlakše i za gosta najjasnije.

Čak iako je gost platio u eurima, iznajmljivač izdaje račun s navedenim pruženim uslugama u kunskom iznosu (jer račun iznajmljivača mora obavezno biti izražen u kunama) no na kraju pokraj ukupnog iznosa u kunama, može se navesti i ukupna cijena u eurima. Bez obzira na to što je gost platio u eurima, račun kojeg iznajmljivač izdaje gostu stoga ne bi smio biti samo i isključivo u eurima napisan. Bitno je također pripaziti, iznosi koji se pišu u računima, moraju se poklapati s cijenama iz službenog cjenika iznajmljivača.

Naplata po dnevnom tečaju

S obzirom na to da službeni cjenik mora biti u kunama, neki iznajmljivači imaju praksu da im je službeni cjenik isključivo u kunama izražen, to znači, da na dan naplate gostu koji plaća u eurima, ukupnu cijenu smještaja preračunaju iz kuna u eure i to po dnevnom tečaju. To je također ispravan način rada. Prilikom izdavanja računa gostu, cijene usluge i iznosi se naravno pišu u kunama, a uz ukupan iznos se dodatno sa strane može navesti iznos u eurima kojeg je gost platio (pritom nije nužno u računu navoditi koji je toga dana bio važeći tečaj).

Treba uvijek imati na umu da se iznosi u računima moraju poklapati s cijenama iz službenog cjenika.

Obrnutog preračuna, dakle iz eura u kune po dnevnom tečaju u pravilu ne bi smjelo biti, jer se kunska cijena iz službenog cjenika već zna, fiksna je i nje se treba pridržavati prilikom naplate. Ima slučajeva gdje iznajmljivač na oglašivačkim internet stranicama navede cijenu smještaja u eurima i gosti ako po dolasku u smještaj plaćaju u kunama, pogrešno bi bilo preračunavati cijene iz eura u kune po tečaju toga dana. Jer tada bi naplaćena cijena u kunama bila uvijek drugačija, a to nije dozvoljeno. Točna, fiksna cijena usluge u kunama nalazi se u cjeniku i prilikom naplate, potrebno se pridržavati tih cijena.

Vrlo važno!

Treba uvijek imati na umu da se iznosi u računima moraju poklapati s cijenama iz službenog cjenika. Što to znači? Viši iznos od cijena iz službenog cjenika se, logično je, ne smije naplatiti, a manji iznos - smije, no razlog mora u računu biti jasno evidentiran. Na primjer razlog može biti popust i/ili agencijska provizija. Provizija je u slučaju kad gost dolaskom u smještaj plaća razliku pri čemu iznajmljivač prima nešto manji iznos od svojih službenih cijena. Ako se odobrava popust gostu, **OBAVEZNO** ga je navesti u računu. Razlozi davanja popusta gostu trebaju biti jasno specificirani i službenom cjeniku iznajmljivača.

Piše: Kruno Pekas,
Klub iznajmljivača

www.klub-iznajmljivaca.com



Idejom, upornošću

i kreditnim angažmanom do ostvarenja sna

Ozbiljno i profesionalno pristupanje ulaganjima u turističku djelatnost može se pokazati veoma uspješnim i isplativim. U pokretanju toga posla ili pak u novim ulaganjima i/ili proširenju djelatnosti, Raiffeisenbank Austria d.d. (RBA) nudi rješenje namijenjeno fizičkim i pravnim osobama koje se bave turističkom djelatnošću.

Kraj ljetne sezone sa sobom donosi promišljanje o pripremi ili obnovi postojećih kapaciteta za sljedeću sezonu, stoga već sada treba razmišljati o mogućnostima da se smještajnim kapacitetima poveća razina kvalitete, da se dodatno prilagode zahtjevima tržišta te učine još privlačnijima.

Namjena RBA Turističkoga kredita može biti: kupnja, izgradnja, dovršenje, dogradnja, nadogradnja, rekonstrukcija, adaptacija, uređenje i opremanje smještajnih kapaciteta kao i potreba kupnje/gradnje bazena, uređenja okoliša i refinanciranja turističkih kredita.

Korisnici RBA Turističkoga kredita mogu biti fizičke osobe, koje svoja primanja ostvaruju radom izvan samostalne turističke djelatnosti, a resursima od bavljenja turističkom djelatnošću raspolažu kao izvorom dodatnoga prihoda, ali i oni koji prihod ostvaruju isključivo od bavljenja turizmom. Prednosti RBA Turističkoga kredita su mogućnost izbora mjesečne ili godišnje otplate kredita, zatim isplata cijelog iznosa odobrenoga kredita na tekući račun ili u gotovini te mogućnost realizacije kredita bez hipoteke.

Za sve one koji svoju turističku djelatnost obavljaju putem interneta, tu je i RBA usluga e-ToMiTrebali!, koja omogućava elektroničku trgovinu uz prihvatanje Mastercard i Visa kartica prema najvišim svjetskim standardima sigurnosti. Osim iznimne sigurnosti naplate za poduzetnika i transakcije za kupca, usluga nudi najpovoljniji omjer vrijednosti za uloženi novac.

Turističkim kreditom Raiffeisen banka nudi rješenje fizičkim i pravnim osobama koje se bave turističkom djelatnošću, iznajmljivanjem apartmana i soba (obiteljski smještaj) te svima koji se žele pripremiti za novu turističku sezonu. Sve dodatne informacije mogu se dobiti na www.rba.hr ili u RBA poslovnica.

Gospodin Želimir Bosnić ponosni vlasnik luksuzne vile "Villa Amfora" kategorizirane s 5 *, svoju priču priča iz malog, vrlo lijepog ako ne i **najljepšeg mjesta** na otoku Korčuli, Gršćice.

1987. godine kada smo se vjenčali, dobili smo od mojih roditelja parcelu na poklon. Prvi red uz more u maloj ribarskoj uvali Gršćici, u općini Blato na otoku Korčuli. Želja nam je bila da izgradimo luksuznu kamenu kuću, koja će biti namijenjena iznajmljivanju, ali i boravku naše obitelji tijekom ljetnih mjeseci. Godine 1993. uspjeli smo realizirati prvu fazu kuće, koja je danas dependansa vile u kojoj mi ljetujemo.

Želja nam je bila da izgradimo luksuznu kamenu kuću, koja će biti namijenjena iznajmljivanju, ali i boravku naše obitelji tijekom ljetnih mjeseci.

Strpljivo i uporno, uz puno rada i uz stalna odricanja, polako je niknula kamena kuća i uređivao se okoliš. Nakon što smo kuću izgradili, shvati smo da više nemamo vremena da štednjom i odricanjima kuću završimo i uredimo, pogotovo zato što završno uređenje ne može biti parcijalno. Željeli smo luksuzno opremiti kuću te napraviti iskorak na tom području i postići kategoriju 5 zvjezdica. To smo i ostvarili, s obzirom na to da naša kuća, pored vrlo luksuznog unutrašnjeg uređenja, ima i bazen, saunu, vanjski i unutarnji jakuzi, billiard salu, Wellness te ostale prateće sadržaje (kanue, supove i sl).

Za realizaciju naše zamisli, potrebna je bila značajna svota novaca i brzo uređenje te opremanje, kako bi kuća



opremu za uređenje kupujemo koristeći sve trgovačke pogodnosti. Tako smo vilu kroz godinu dana završili i opremili, te je već 2 sezone iznajmljujemo. Pored našeg zadovoljstva, vesele nas recenzije i zadovoljstvo naših gostiju, što nam je i najveći poticaj za budući rad.

Naš životni san ne bismo mogli ostvariti da nije bilo turističkog kredita RBA, koji je to omogućio. Pogotovo zbog pogodnosti počeka vraćanja kredita od godinu dana, koji je omogućio da kuću završimo i opremimo te pogodnosti da se rata kredita otplaćuje 1 puta godišnje, odnosno 31.srpnja kada je sezona u punom zamahu.

Nakon 2 godine uspješnog iznajmljivanja (popunjenost vile od svibnja do listopada) vidimo da je za kvalitetan turistički proizvod potrebna ideja, upornost, dobar kreditni aranžman i naravno topao, diskretan i profesionalan odnos prema gostima koji to prepoznaju i cijene te preporučuju i drugima.



sa svojim prihodom mogla osigurati vraćanje uložene investicije. Ubrzo smo shvatili da se moramo odlučiti za kredit.

Informirali smo se i pokušali ugovoriti kreditni aranžman s nekoliko banaka. Većina banaka, naš je kredit vezivala isključivo za naša primanja, koja bez obzira na to što su iznadprosječna, nisu bila dostatna za iznos koji je trebao za uređenje ovakvog objekta.

Naposljetku smo u Raiffeisen banci našli mogućnost da dobijemo turistički kredit za koji je, osim naših primanja, bila važna naša vila i njezin prihod. Nakon što smo ugovorili kredit, olakšavajuća je okolnost bila da smo novac vrlo brzo dobili na naš račun te samim time iskoristili mogućnost da

Za realizaciju naše zamisli, potrebna je bila značajna svota novaca i brzo uređenje te opremanje, kako bi kuća sa svojim prihodom mogla osigurati vraćanje uložene investicije. Ubrzo smo shvatili da se moramo odlučiti za kredit.

Naš životni san ne bismo mogli ostvariti da nije bilo turističkog kredita RBA, koji je to omogućio. Pogotovo zbog pogodnosti počeka vraćanja kredita od godinu dana.



KAKO VLASNIK APARTMANA MOŽE ZARADITI VIŠE U SEZONI

Minimalizacija troškova

Prije nekoliko dana sjedim s dva stara znanca Antom i Lukom, na terasi Antine kuće, lagano pijuckamo bevandu i razgovaramo o sezoni koja je iza nas. Nije trebalo puno da spoznam da su obojica vrlo zadovoljni jer su im apartmani bili konstantno puni. I tako razgovarajući došlo se i do novčića, zbrajanja prihoda, ali i troškova, režija ..., a tada dolazi do velike promjene raspoloženja.

Prije nego što objasnim zašto je Ante ostao ushićen, a Luka vrlo iznenađen i razočaran nakon spominjanja troškova koje su imali za režije, samo ću pojasniti osnovnu situaciju.

Naime, Ante i Luka imaju podjednake kuće s istim brojem apartmana (8), odnosno kapaciteta tj. broj ležajeva (16). Ante ima centralnu pripremu sanitarne tople putem solarnog toplinskog sustava, a Luka ima

pojedinačnu pripremu sanitarne tople vode putem zasebnih el. bojlera.

Na temelju dobivenih podataka od obojice, izradio sam analizu i usporedbu u donjoj tablici, koja razvidno prikazuje zašto je Luka ostao iznenađen, razočaran i nezadovoljan.

Bitno je napomenuti i pojasniti da Lukina investicija s el. bojlerima uključuje neizostavnu naknadu za angažiranu el snagu

koja u Lukinom slučaju iznosi oko 26.000 kn.

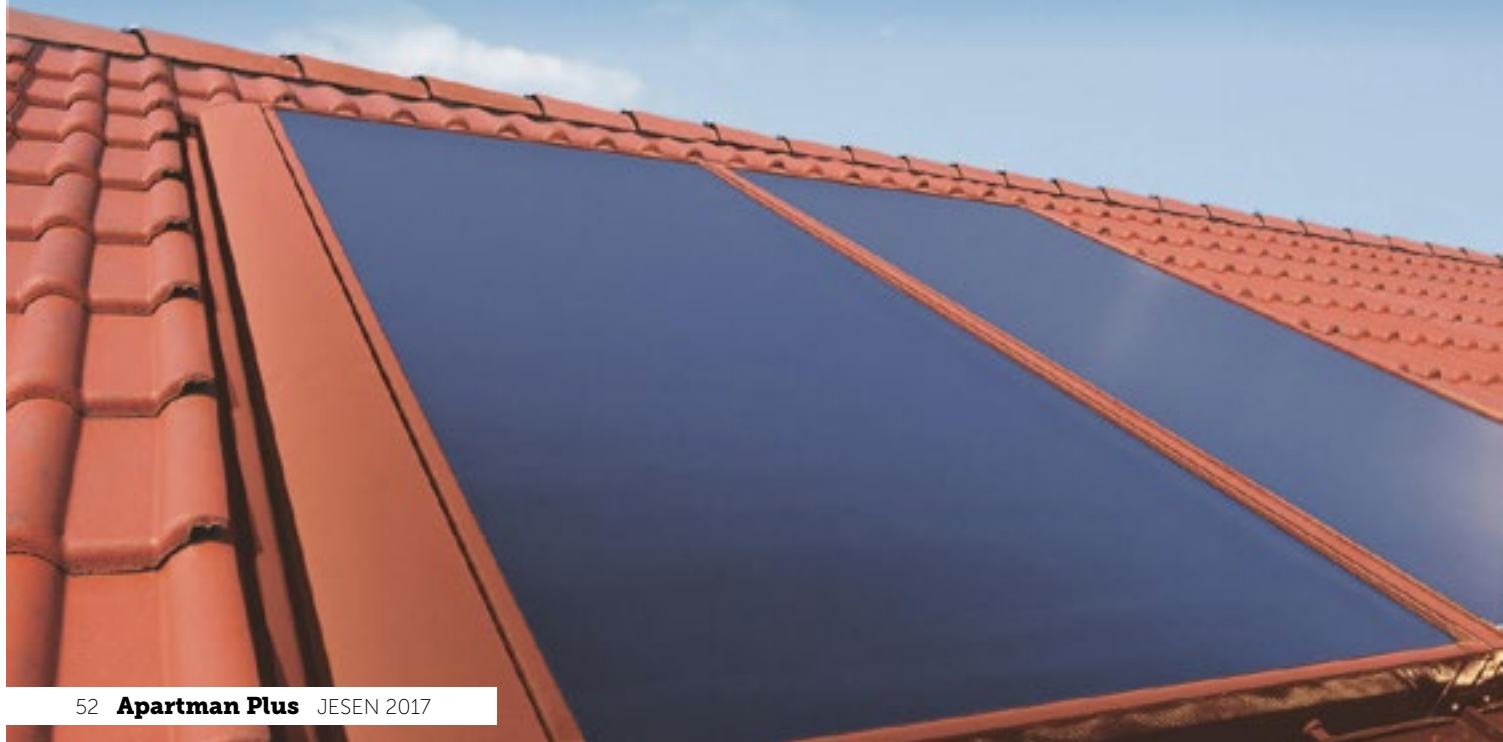
Moram priznati na kraju da je Ante izuzetno sretan i zadovoljan sa svojom zaradom, a koja je uz sve gore navedeno, uspoređujući s Lukinom veća za cca 4000 kn.

No tomu nije kraj, jer nam je Ante upravo počeo pričati kako planira još povećati zaradu s novom mjerom za poboljšanje postojećeg sustava koju planira napraviti do iduće sezone, ali o tome više u idućem broju ...

Svako dobro,
lijep pozdrav !

Agria doo, 141. brigade 9, 21000 Split
Atila Seleši 091/1281-652
atila.selesi@agria.hr
www.agria.hr

	Ante	Luka
Način pripreme sanitarne tople vode	Solarni toplinski sustav	El. bojleri
Investicija	40.000 kn	37.000 kn
Troškovi za el. energiju	300 kn	4.200 kn





Koliko smo uopće, kao hrvatski iznajmljivači digitalizirani? Što možemo učiniti da bolje prodajemo svoj smještaj i ostale usluge prema novim (ali i starim) generacijama turista čiji zahtjevi postaju sve kompleksniji a ponašanje na internetu se mijenja. Srećom, Netokracija je, kroz već ranije najavljen projekt Digitalni iznajmljivači, odgovorila na ta pitanja.

Specijalna rubrika koju možete posjetiti na adresi <http://www.netokracija.com/tag/digitalni-iznajmljivači> otkrila nam je tajne efikasne komunikacije s gostima, neke taktike oglašavanja na Instagramu, savjete o e-mail marketingu i još puno toga povezanog s promocijom i prodajom svojeg smještaja putem interneta. Zaviriti možete bez straha i s velikim očekivanjima?

A na savjete i edukaciju se nadovezalo i veliko istraživanje o navikama i izazovima iznajmljivača u Hrvatskoj. Odaziv je bio jako dobar, a saznali smo da, naprimjer, 47% ispitanih iznajmljivača ne koristi društvene mreže za promociju smještaja i izgradnju zajednice gostiju i fanova prema kojima će

“graditi” priču o smještaju kojeg iznajmljuju. Također, jeste li znali da samo 7% ispitanika aktivno koristi ili namjerava koristiti neki channel-management alat?

No, naravno, to nije sve od Netokracije i partnera - Rentlia i Vipneta. Naime, 28. i 29. listopada u Zadru će se održati hackathon na kojem će različiti timovi studenata i profesionalaca razvijati ideje za nove alate koji će pomagati vama - iznajmljivačima privatnog smještaja. Najbolje slijedi dan nakon - 30. listopada održat će se, također u Zadru, konferencija za 150 ljudi gdje će se predstaviti analiza rezultata istraživanja i rješenje dobiveno na hackathonu te pružiti prilika da se dodatno educirate i krenete u rješavanje svojih najvećih

problema na internetu. Za sve nove informacije o konferenciji, prijavite se kroz formu na jednom od članaka iz rubrike.

Vidimo se u Zadru 28., 29. i 30. listopada!



Fotograf: Mario Poje

VAŠA PITANJA

Na pitanja odgovara Nela Kovačević, dipl. iur.
nelakovacevic9@gmail.com
Udruga za zaštitu potrošača

Mnogi iznajmljivači smještaj u svojim objektima nude po jako niskim cijenama što negativno utječe i na cijene smještaja u mojim apartmanima. Postoji li kakva zakonska odredba prema kojoj iznajmljivači ne smiju iznajmljivati svoj apartman ispod određene cijene? Ili, postoji li kakvo zakonsko ograničenje minimalne i maksimalne cijene?

Ne postoje takva ograničenja. Svatko samostalno određuje cijenu svoje smještajne jedinice. Ako je cijena preniska, vlasnik će biti konkurentniji, ali upitan je financijski rezultat. S druge strane, previsoka cijena smanjuje konkurentnost i dovodi u pitanje popunjenost. Tržište je to koje određuje cijenu.

Ovog ljeta u nekoliko navrata došla mi je grupa od sedam osoba, iako je moj apartman registriran za šest osoba. Oni su rezervirali za šest osoba, ali ih se pojavilo sedmero. Rezervirali su mi u predsezoni apartman na 10 dana, što je rijetkost, te ih zbog te jedne osobe više nisam htjela odbiti. Jesam li bila u prekršaju?

Bili ste u prekršaju. U svom objektu možete smjestiti najviše onoliko osoba za koliko je vaš objekt registriran. Bez obzira na to zašto imate "gosta više" u prekršaju ste.

Suradujem s portalom Booking.com, oni naplaćuju puni iznos gostima te nama naknadno isplate iznos umanjen za svoju proviziju. Moramo li mi izdavati račun gostima i moramo li to upisivati u knjigu Evidencija prometa?

Bez obzira na to naplaćuje li portal gostu ili vi direktno, račun morate izdati gostu. Ta stavka navedena je i u ugovoru koji ste potpisali s portalom Booking.com. Također, među najčešće postavljenim pitanjima na spomenutom portalu upravo je obveza iznajmljivača o izdavanju računa gostu. Sve izdane račune potrebno je evidentirati u knjigu Evidencija prometa.

Podignite komunikaciju s gostima na novu razinu

Važnost pravovremene komunikacije s gostima prije, tijekom i nakon njihovog boravka u vašem objektu izuzetno je važna. Kroz korisne informacije koje svojim gostima pružate kroz personalizirane i profesionalne poruke značajno podižete razinu usluge i dojma kod svojih gostiju.

Od svojih gostiju najčešće primete slična pitanja o svom objektu: gdje će pokupiti ključ smještajne jedinice, tko će ih dočekati, može li se organizirati transfer sa zračne luke, koje restoraneporučujete u blizini objekta, nudite li izlete i ostale usluge.

Kako ne biste morali ručno i pojedinačno slati takve mailove, u Rentliju smo razvili funkcionalnost automatiziranih i personaliziranih e-mail predložaka.

Tako npr. možete kreirati e-mail predložak koji se gostu automatski šalje 3 dana prije njegova dolaska s informacijama o tome kako vas lakše pronaći ili gdje u vašoj blizini parkirati. Ili možete npr. kreirati e-mail predložak koji se šalje dan nakon dolaska gosta u vaš objekt s preporukom restorana i izleta u vašem okruženju. Nakon boravka gosta u vašem objektu automatski možete zatražiti pisanje recenzije od gosta. Broj potencijalnih scenarija je neograničen, kao i broj predložaka koje u Rentliju možete kreirati.

Svaki predložak određen je sa tri uvjeta - kojim gostima se šalje predložak, koliko dana prije ili poslije rezervacije / dolaska / odlaska šaljete mail gostu, sadržaj predloška koji želite poslati. U svaki email predložak koji kreirate imate mogućnost ubacivanja varijabli iz same rezervacije koju je gost napravio, baš kako biste postigli personaliziranu komunikaciju

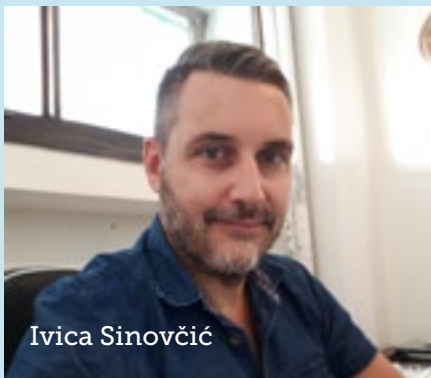
prema gostu. Tako npr. u svaki od predložaka možete umetnuti ime gosta, datum njegova dolaska, naziv vašeg objekta i slične varijable. Ogromna ušteda vremena koja

se postiže automatizacijom komunikacije omogućava vam fokusiranje na prodajne aktivnosti, na bolju pripremu uoči dolaska gosta, na njegovo veće zadovoljstvo i naposljetku na bolje recenzije.

The image displays the Rentliu system interface. On the left, a dark blue sidebar contains the text "Personalizirana automatska komunikacija s gostima putem email predložaka" and the "RENTLIU" logo. The main area is a yellow background with a vertical timeline of communication steps: "1 dan nakon rezervacije" (1 day after reservation), "3 dana prije dolaska" (3 days before arrival), "1 dan prije dolaska" (1 day before arrival), and "3 dana nakon odlaska" (3 days after departure). Each step is associated with a specific email template preview, such as "Your reservation is confirmed", "Dear John, thank you for your...", "Useful info about your arrival", "Hey John! We suggest you park your car near...", "Hope everything is well...", "John, here is the list of restaurants we...", "Thanks for your stay!", and "Dear John, we hope you enjoyed staying in our...". Buttons for "CHECK IN" and "CHECK OUT" are also visible. Below this, a screenshot of the user dashboard shows fields for "TKO" (Guest Name), "RADA" (Room/Type), and "EPD" (Email Template), along with a list of email templates and their status.

Iznajmljivači i agencija To Islands Travel - jednim potezom do svih portala za privatni smještaj

Mnogi iznajmljivači u Hrvatskoj se muče s popunjavanjem svojih kapaciteta pogotovo izvan glavne sezone. Rapidno raste broj novih smještajnih jedinica. Većina iznajmljivača nema dovoljno znanja o turističkom biznisu, marketingu, plasmanu i prodaji svojih kapaciteta. Gdje se oglašavati, kako se oglašavati, po kojoj cijeni, da li je potrebno i kako plaćati PDV na provizije stranih portala i brojna druga pitanja muče iznajmljivače. Ako nemate vremena, volje i znanja najefikasnije se prepustiti buking profesionalcima.



Ivica Sinovčić

Splitska turistička agencija To Islands Travel nudi privatnim iznajmljivačima u cijeloj Hrvatskoj, izvrsnu priliku, da jednim potezom budu prezentirani na svim značajnim portalima, preko kojih danas, smještaj rezerviraju milijuni turista. Važno je napomenuti da je povezivanje potpuno besplatno, odnosno firma To Islands Travel je turistička agencija te svoju uslugu naplaćuje kroz malu proviziju na realiziranu rezervaciju (4%). To Islands Travel posluje već 13 godina, prvih godina kao obrt za turizam a od 2007 kao trgovačko društvo, u tom periodu su odradili preko 100.000 rezervacija u privatnom smještaju te su primili više priznanja za svoje poslovanje. Stalno su u top 2% firmi po bonitetu, odnosno sva plaćanja vrše u roku. U 12 mjesecu 2014. godine su proglašeni za najbolju firmu u regiji Južna Hrvatska u prethodnih 5 godina i to od firmi iz svih djelatnosti, ne samo turističkih agencija. Kriterij za izbor su bili isključivo statistički podaci o poslovanju. To Islands Travel svoju ponudu izlistava na Booking.com, Airbnb,

TripAdvisor, Casamundo, Atraveo (TUI grupacija), HomeAway, Fewo-direkt, Homelidays, Agoda, E-domizil, Housetrip, Wimdu, Hometogo, Agoda, Holiday Lettings, Only-apartments i brojnim drugim portalima. Također, ponuda agencije je prisutna i u najznačajnijim svjetskim GDS-ovima, kao što su Amadeus i Sabre. U procesu je povezivanje na Expedia i njezine portale Hotels.com, Orbitz i ostale. Expedia grupa je uz Booking.com najveća svjetska online turistička agencija. Također očekuje se spajanje na Google hotel – novu uslugu kojom Google nudi mogućnost rezervaciju hotelskih soba svojim korisnicima, čim u Google budu spremni za prihvata kapaciteta privatnog smještaja a ciljaju kraj 2017 kao rok za uvođenje te usluge. Veoma je bitno naglasiti da iznajmljivači imaju slobodne

ruke za samostalno popunjavanje svojih kapaciteta, nema nikakvih ograničenja, a posredstvom To Islands Travel su u slobodnoj prodaji po sistemu instant bukinga (odmah rezervacija) u najširoj prodajnoj mreži i to po najnižoj mogućoj prodajnoj cijeni jer je provizija agencije minimalna. Po ovom programu agencija surađuje s već preko 1000 objekta u cijeloj Hrvatskoj koji bilježe odličnu popunjenost. Moguća je i parcijalna suradnja odnosno da neke portale iznajmljivač radi samostalno a ostale posredstvom To Islands Travel. Sve informacije o suradnji možete vidjeti na: <http://www.hrvatska-apartmani-hoteli.com.hr/uvjeti-suradnje-za-iznajmljivace.htm> Za sve ostale informacije možete se obratiti na e-mail: proizvod@titravel.hr ili brojeve telefona 021/494-806, 494-804.





SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

Prilaz braće Kaliterna 10/1, 21000 Split, Hrvatska

tel/fax: +385 (0) 21 490 032, 490 033, 490 036

Srce Jadrana

HRVATSKA

Puna života

www.dalmatia.hr • info@dalmatia.hr



SPLITSKO
DALMATINSKA
ŽUPANIJA

Studija nosivih kapaciteta u turizmu kao smjernica dodatnog povećanja kvalitete

Zadovoljno lokalno stanovništvo i kvalitetna ponuda destinacije formula je za uspjeh

Joško Stella, direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije

Turizam je način života koji mora biti usklađen s dobrobiti lokalnog stanovništva kako bi bio dugoročno i istinski konkurentan. Slijedom toga Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije poduzima sve aktivnosti kako bi sačuvala resurse, ojačala ih i išla naprijed. To se odnosi na sve segmente turističke ponude a

**Turizam je način
života koji mora
biti usklađen s
dobrobiti lokalnog
stanovništva kako
bi bio dugoročno i
istinski konkurentan.**

posebno na privatni smještaj koji je najbrojniji upravo u našoj županiji. Nije nam cilj samo povećati broj kreveta u privatnom smještaju i broj gostiju koji dolazi. Iako se ponosimo činjenicom da smo u prvih pet mjeseci povećali broj noćenja za jednu petinu, nisu nam važni samo brojevi.

Važno nam je povećati kvalitetu privatnog smještaja, strukturu gostiju, njihovu potrošnju, dolaske u pred i post sezoni ali i blagostanje lokalnog stanovništva.

Važno nam je povećati kvalitetu privatnog smještaja, strukturu gostiju, njihovu potrošnju, dolaske u predsezoni i postsezoni ali i blagostanje lokalnog stanovništva. Upravo radi toga smo naručili Studiju nosivih kapaciteta turizma. Ova studija neće donijeti zabrane i ograničenja rasta i razvoja smještajnih kapaciteta niti bilo kojeg drugog dijela turističke ponude. Dokument će svima poslužiti kako bi nam pomogao usmjeriti rast i razvoj turizma tako da ne ugrožavamo ekološku, društvenu ili ekonomsku održivost turizma. Ovo je među prvim dokumentima koje naručuje neko turističko područje kako bi došli do podataka koji su nosivi kapaciteti, koji su to nedostaci i koje to prednosti moramo i možemo iskoristiti da bi naše poslovanje u turizmu donijelo dobrobiti svima; i turističkim djelatnicima, samom stanovništvu ali i gostima.

Važno nam je povećati kvalitetu privatnog smještaja, strukturu gostiju, njihovu potrošnju, dolaske u pred i post sezoni ali i blagostanje lokalnog stanovništva.

Splitsko dalmatinska županije je podigla kvalitetu turističke ponude, povećala potrošnju gostiju, kvalitetu prometa,... Upravo je zbog takvog rasta na nekim područjima opteretila lokalno stanovništvo, prirodne i kulturne resurse. Prometne gužve, problemi s vodoopskrbom, električnom energijom i sl. su problemi koji negativno ujeću na poslovanje malih iznajmljivača koliko god se iznajmljivači trudili podići kvalitetu svojih objekata i svog poslovanja

Koliko je Turistička zajednica ozbiljno pristupila izradi ove studije i kako bi dobili što bolji uvid u prostorne mogućnosti i ograničenja iznajmili smo zrakoplov koji je nadletio svaki dio turističke regije u srcu sezone. Tako su prikupljeni podaci o prostornim i komunalnim opterećenjima.

Ova studija je put pomoću koje ćemo svim našim gostima pružiti maksimalnu kvalitetu turističke usluge. Koliko god je važan sam smještaj, gost koji dolazi u naš apartman nije došao samo zato što imamo lijepo i kvalitetno uređen apartman ili kuću za odmor. Naš gost je došao radi same destinacije. On želi obići turističke atrakcije, uživati na plažama, upoznati kulturnu baštinu,

Ovom studijom ćemo moći svim našim gostima pružiti maksimalnu kvalitetu turističke usluge.

gastronomiju, osjetiti život lokalnog stanovništva,... Ako mu sve to možemo pružiti tek tada imamo zadovoljnog gosta koji će se vratiti, preporučiti nas drugima, biti spreman posjetiti nas i van sezone. Poslovanje privatnog smještaja je vezano za upravljanje destinacijom, jedino takvom integriranom uslugom možemo doseći svoj maksimum, svi zajedno.

Zadovoljno lokalno stanovništvo i kvalitetna ponuda destinacije je formula za uspjeh koja nas je dovela do trenutnih odličnih rezultata a studija će nam pokazati put prema još većem uspjehu.

Uz sve planirane edukacije, konferencije, seminare, literaturu i ostale aktivnosti koje će Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije organizirati i u budućnosti kako bi maksimalno iskoristila potencijal privatnog smještaja naručena studija je još jedan dodatni element kako bi uspješnost bila što veća. Zadovoljno lokalno stanovništvo i kvalitetna ponuda destinacije je formula za uspjeh koja nas je dovela do trenutnih odličnih rezultata a studija će nam pokazati put prema još većem uspjehu.

TZ Šibensko-kninske županije

Obiteljski smještaj u ruralnim područjima podiže ljestvicu kvalitete



Na području Šibensko-kninske županije postoji vrlo kvalitetna i vrijedna ponuda agroturizama i ostalih oblika ruralnih gospodarstava. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije tu je činjenicu prepoznala i odlučila je uvezati, brendirati i certificirati s ciljem poticanja još više razine turističkih usluga na seoskim domaćinstvima, te podizanja njihove konkurentnosti i prepoznatljivosti.

Šibensko-kninska županija razvojnom strategijom provodi akcijski plan provedbe razvojne strategije te master plana Šibensko-kninske županije, a prije godinu dana pokrenuli su projekt

„Like Home“ u okviru kojeg je do sada kategorizirano 88 objekata u obiteljskom smještaju.

U okviru istog projekta slijedi podbrendiranje oznakama city, rural bike te posebice luxury.



Turistička zajednica Šibensko-kninske prepoznala je golem potencijal na području agroturizma i obiteljskog smještaja koji on nudi. Detaljna klasifikacija i standardizacija prilagođena je destinaciji koja će kvalitetnije integrirati usluge. Osim brendiranja i promocije, ovim projektom se uvažavaju i ističu specifičnosti destinacijskog proizvoda.

Cilj labellinga je još kvalitetnije uvođenje raznih usluga na domaćinstvima, ali i detaljno informiranje turista o tome što mogu očekivati na odmoru u ruralnom prostoru Šibensko-kninske županije. Tako vlasnik seljačkog turističkog gospodarstva ima dodatni motiv za povećanje

Turistička zajednica Šibensko-kninske prepoznala je golem potencijal na području agroturizma i obiteljskog smještaja koji on nudi.

usluge na svom domaćinstvu, a s druge strane turist može pratiti i uspoređivati ponudu na takvim gospodarstvima.

Projekt je predstavljen ovog ljeta kada je istaknuto da su specifičnosti proizvoda i usluga, tradicionalan pristup organizaciji usluga, poštivanje ambijentalnih

vrijednosti, tradicijsko graditeljstvo za potrebe turizma, prepoznatljivost proizvoda i marketinška diverzifikacija seoskih domaćinstava, polazišta za standardizaciju i certifikaciju ruralnog turizma s naglaskom na obiteljski smještaj u okviru istog.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije ovaj projekt provodi zajedno sa Županijom Šibensko-kninskom, Hrvatskom udrugom za turizam i ruralni razvoj-Klub članova Selo, a partneri su sustav lokalnih turističkih zajednica s područja županije i HF Eko Etno Grupa.

Osim direktnih pozitivnih gospodarskih pokazatelja, agroturistička ponuda dodatno bi podigla atraktivnosti i kvalitetu čitave destinacije, te stvorila

preduvjete za razvoj novih posebnih oblika turizma. Agroturizam čuva prirodna i tradicijska bogatstva na kojima stvara jedinstvenu, autentičnu ponudu te mogućnost dugoročnog razvoja

Osim direktnih pozitivnih gospodarskih pokazatelja, agroturistička ponuda dodatno bi podigla atraktivnosti i kvalitetu čitave destinacije, te stvorila preduvjete za razvoj novih posebnih oblika turizma.

Ritam čarobne Dalmacije



Izvor: HTZ
Foto: Ivo Bločina

Izvor: HTZ
Foto: Ivo Bločina



TURISTIČKA ZAJEDNICA
ŠIBENSKO-KNINSKE
ŽUPANIJE

- 2 nacionalna parka • 11 srednjovjekovnih utvrda
- 230 spomenika kulture • 300 otoka
- 600 arheoloških lokaliteta

www.sibenikregion.com





U općini **Orebic** do 31. kolovoza je ostvareno sveukupno 808.056 turističkih noćenja što je povećanje od 13% u odnosu na isto razdoblje lani. Na prvom mjestu u općini prema noćenjima je privatni smještaj koji iznosi 44% od cjelokupnog smještajnog kapaciteta. U

privatnom smještaju ostvareno je sveukupno 360.091 noćenje što je povećanje od 16% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ovo samo dokazuje kako je privatni smještaj važan za našu općinu i da sve više raste potražnja za kvalitetnim smještajem.



Foto: Ive Trojanović



TZG OMIŠ značajna sredstva (oko 14%) ulaže u organizaciju vlastitih i potporu manifestacija koje organiziraju drugi subjekti na području Omiša tijekom cijele godine.

Najpoznatija manifestacija u organizaciji TZG Omiš je Gusarska bitka koja svake godine okupi više od 10 000 posjetitelja, a ove godine je dobila i potporu od strane HTZ-a kao top događanje. Kroz posebne programe potpore organizaciji ribarskih večeri u suradnji sa zainteresiranim subjektima,

TZG Omiš je u 2017. podržala 13 ribarskih večeri na području Omiške rivijere. U 2017. po prvi put TZG Omiš je u suradnji s Festivalom dalmatinskih klapa organizirala dvotjednu manifestaciju Omiš summer treat festival koja je za cilj imala posjetiteljima Omiša prezentirati kulturnu, gastro i glazbenu baštinu destinacije.

Jesenska sportska manifestacija Omiški polumaraton i rekreativna utrka koju TZG organizira s partnerima (Udruga Plivački maraton, Sportski atletski klub Omiš i Grad Omiš) povodom Svjetskog dana turizma, projekt je u koji će TZG Omiš i dalje razvijati kako bi u periodu izvan glavne sezone privukli što više posjetitelja u Omiš. S istim ciljem TZG Omiš je i partner udruzi Dalmacija ultra trail u organizaciji manifestacije „100 milja Dalmacije“, najvećoj trail utrci u Dalmaciji

međunarodnog karaktera koja krajem listopada okuplja svjetske trail timove u Omišu.

U predsezoni u suradnji s lokalnim udrugama i klubovima koje u svom fokusu imaju zaštitu okoliša TZG Omiš je organizirala ekološku akciju čišćenja podmorja Omiška plava čistka 2017.





Turistička zajednica općine Baška
Municipal tourism office Baška

Baška Outdoor Festival, na otoku Krku, u svojem trećem izdanju posjetiteljima željnim aktivnog odmora ponovno otkriva prirodne ljepote Baške i okolice. Na više od devedeset kilometara šetnica i biciklističkih ruta povezanih s povijesnim i prirodnim znamenitostima posjetitelji Baške u vikendu od 13. do 15. listopada 2017. imat će priliku okušati se

u Krk Island Trail trkačkoj utrci i Krk 'n' Roll Maratonu brdskog biciklizma, ili planinarskim izletima po najljepšim lokacijama na Krku poput Mjesečevog platoa. Alpinisti početnici i rekreativci moći će se iskušati na penjalištu Portafortuna, a svim uzrastima dostupna je i avantura na zipline Edison.

Više informacija na www.tz-baska.hr



Nakon izvrsnih turističkih rezultata u kojima je ostvareno 2.001.689 noćenja te 259.422 dolazaka u prvih osam mjeseci 2017. godine, Lošinj se svrstao u top deset vodećih hrvatskih destinacija s najviše ostvarenih noćenja.

U segmentu privatnog smještaja koji sudjeluje u ukupnim komercijalnim noćenjima s udjelom od 22% ostvareno je 369.073 noćenja s povećanjem od 6% u odnosu na prošlu godinu. Prosječni dani boravka u privatnom smještaju iznose 7,6 dana. Odlučili smo osmisliti i organizirati projekte i dodatne programe koji zadovoljavaju potrebe gostiju tijekom cijele godine. Svoj dolazak u rujnu i listopadu najavljuju gosti iz raznih europskih područja, osobito orijentirani na wellness i zdravstveni te aktivni i sportski turizam. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja očekuje vrlo dobar nastavak godine, obzirom da su gostima koji

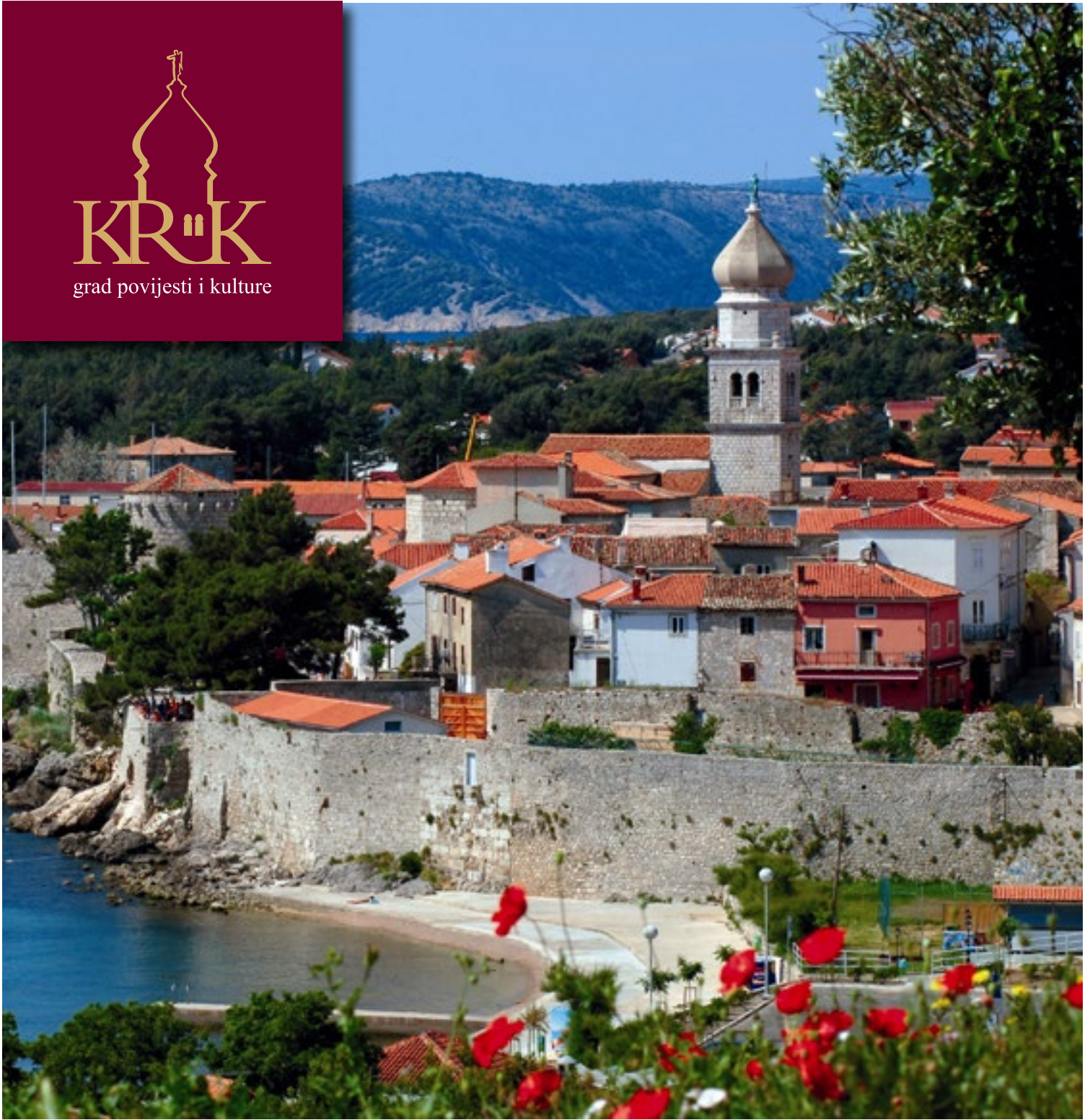


odluče provesti odmor na otoku vitalnosti na raspolaganju brojne mogućnosti i bogata ponuda događanja. Tako se u rujnu održava od 2. do 23. rujna Festival lošinjskim jedrima oko svijeta. Osmišljen u želji za očuvanjem i turističkim valoriziranjem pomorske baštine, održat će se brojne regate, izložbe, gastronomska ponuda i koncerti. Također, u sklopu Festivala, koji je ujedno i dio EU projekta turističke valorizacije pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine Sjevernog Jadrana "Mala barka II", od 13. do 17. rujna održat će se 31. Euro – Afričko prvenstvo u podvodnom ribolovu, na kojem se očekuje više od 120 sudionika iz 20 različitih

zemalja Europe i Afrike. Turistička se godina nastavlja u znaku sporta s obzirom na to da se od 27. rujna do 7. listopada 2017. u Malom Lošinj u održava i ekipno prvenstvo Hrvatske u šahu, a 30. rujna 2017. i 7. Lošinjskom polumaratonu. I listopad će biti zanimljiv. Odlični turistički pokazatelji rezultati su odgovornosti i kreativnosti svih turističkih dionika u destinaciji. Upravo zahvaljujući kvalitetnoj komunikaciji svih partnera u destinaciji, Lošinj se može pohvaliti sve većom prepoznatljivošću u svijetu i to kao destinacija održivog turizma, izjavio je direktor Turističke zajednice Grada Malog Lošinja, Dalibor Cvitković.



grad povijesti i kulture





VODICE
moje mjesto

U cilju podizanja kvalitete smještajnih kapaciteta i usluga u domaćinstvu, TZ grada Vodica provodi brojne aktivnosti. TZ grada Vodica izdaje katalog privatnog smještaja – „Sobe i apartmani“ koji se distribuira na turističkim sajmovima i u našim turističko-informativnim centrima, a katalog je dostupan i na web stranici Web stranica TZ grada Vodica ima posebnu rubriku „Kutak za iznajmljivače“ gdje objavljujemo

korisne informacije, a redovito šaljemo i newsletter. Kao dodatni komunikacijski kanal koristimo i lokalni informativni portal. TZ grada Vodica provodi on-line promotivne kampanje na najvećim emitivnim tržištima (Njemačka, Austrija, Italija, Češka, Slovenija, Slovačka, Poljska, Skandinavija...) Tijekom godine TZ grada Vodica organizira brojne edukativne radionice i tečajeve za iznajmljivače od kojih izdvajamo: tečaj engleskog jezika i informatike za iznajmljivače, radionice Savjetovaništa za obiteljski smještaj Interligo, radionice i prezentacije programa agencija.

TZ grada Vodica aktivno sudjeluje u realizaciji projekta TZ Šibensko – kninske županije „Like Home“ – projekt brendiranja privatnog smještaja, a upravo je objavljen novi (4. po redu) Poziv za iznajmljivače da se prijave i uključe u društvo brendiranih kapaciteta. Novi poziv osim glavnog branda sadrži i podbrendove: city, bike, rural i luxury

Brojni eventni koje TZ grada Vodica organizira tijekom godine namijenjeni su svim gostima koji borave u Vodicama, a većina vodičkih gostiju boravi upravo u privatnom smještaju. TZ grada Vodica provodi „Program vjernosti“ kojim nagrađuje dugogodišnje goste Vodica Na kraju turističke godine TZ grada Vodica nagrađuje privatne iznajmljivače koji ostvaruju najbolju popunjenost kapaciteta, kao i iznajmljivače koji imaju dugu tradiciju bavljenja uslugama u domaćinstvu. Svim iznajmljivačima na području TZ-a osigurano je besplatno savjetovanje Savjetovaništa za obiteljski smještaj Interligo, kao i besplatni pristup online časopisu Apartman plus.

Interligo

We Find Ways

Savjetovanište za vlasnike apartmana, kuća za odmor, soba, ...

Pružamo usluge unapređenja poslovanja za vlasnike apartmana, soba, kuća za odmor i male poduzetnike u turizmu

- OGLAŠAVANJE
- UREĐENJE
- PREZENTACIJA
- BESPOVRATNA SREDSTVA
- EDUKACIJE



Interligo
Velebitska 148 c
21000 Split
www.interligo.hr
interligo@interligo.hr

00385 99 319 89 62
Skype: meri.kraljevic
Viber: 099/3198962

00385 99 385 00 22
Skype: anamarija.cicarelli
Viber: 099/3850022

Kakav je osnovni internetski marketing vašeg objekta

1. Imate li vlastitu internetsku stranicu?

- a) da
- b) ne
- c) ne, ali je planiram uskoro napraviti

2. Vaša internetska stranica je:

- a) responsivna tj. prilagođena mobilnim uređajima
- b) nije prilagođena/ne znam
- c) nemam internetsku stranicu

3. Ima li vaša stranica mogućnost izravnog bookinga?

- a) da
- b) ne
- c) nemam internetsku stranicu

4. Sadrži li vaša internetska stranica informacije o ponudi destinacije?

- a) da
- b) ne
- c) nemam internetsku stranicu

5. Je li vaša internetska stranica višejezična?

- a) da
- b) ne
- c) nemam internetsku stranicu

6. Koristite li rezervacijske sustave (portale)?

- a) da
- b) ne

7. Na koliko portala ste prijavljeni?

- a) ni na jednom
- b) na 1 do 5
- c) na više od 5

8. Koristite li aplikaciju kojom možete sinkronizirati rezervacije?

- a) da
- b) ne

9. Oglašavate li se na TripAdvisoru?

- a) da
- b) da, ali ne koristim ga za rezervacije
- c) ne
- d) nisam siguran/na

10. Vaš objekt postavljen je na Google Maps?

- a) da
- b) ne

11. Imate li razrađenu posebnu ponudu za privlačenje gostiju u postsezoni?

- a) da
- b) ne
- c) ne, ali je planiram uskoro napraviti

REZULTATI

1. a) 5 bodova
b) 0 bodova
c) 2 boda

3. a) 5 bodova
b) 2 boda
c) 0 bodova

5. a) 5 bodova
b) 2 boda
c) 0 bodova

8. a) 10 bodova
b) 2 boda

10. a) 10 bodova
b) 0 bodova

2. a) 5 bodova
b) 2 boda
c) 0 bodova

4. a) 5 bodova
b) 2 boda
c) 0 bodova

6. a) 5 bodova
b) 0 bodova

9. a) 10 bodova
b) 5 bodova
c) 0 bodova
d) 2 boda

11. a) 10 bodova
b) 0 bodova
c) 2 boda

7. a) 0 bodova
b) 5 bodova
c) 10 bodova

Sada zbrojite svoje bodove i potražite svoj rezultat.

Od 0 – 14 bodova NEPOVOLJAN

Internetski marketing vašeg objekta nije na zadovoljavajućoj razini. Većina rezervacija danas dolazi upravo internetom pa je internetski marketing važan segment vašeg poslovanja. Ako još nemate internetsku stranicu, no odlučite ju napraviti, broj vaših rezervacija će se povećati. Čak ako i nemate prodajnu internetsku stranicu, povećat ćete mogućnost izravnih rezervacija potencijalnih gostiju koji su vaš objekt vidjeli na vašoj Facebook stranici, nekom portalu ili su im vaš objekt preporučili vaši stari gosti. Također, važno je biti prisutan na portalima putem kojih se dolazi do najvećeg broja rezervacija. Osim samih portala, postoje i drugi načini koji su važni za što bolju prezentaciju vašeg objekta, stoga nemojte zaboraviti na TripAdvisor i postavljanje vašeg objekta na Google Maps koji je odličan besplatan način oglašavanja.

Od 15 – 50 bodova POVOLJAN

Vaš objekt je dobro prezentiran na internetu. Gosti vas mogu pronaći i rezervirati vaš smještaj iako imate još jako puno mogućnosti kako biste unaprijedili svoju prezentaciju. Kvaliteta internetskog marketinga

znači veći broj rezervacija i veće prihode od poslovanja. Nije dovoljno samo imati internetsku stranicu, važno je da vam ona donosi određeni broj rezervacija. Također, nije dovoljno samo biti prisutan na portalima, važno je biti aktivan na svakom portalu, odgovarati na upite, dobro postaviti oglase i sl. Nemojte zaboraviti i na TripAdvisor kao i besplatni način oglašavanja Google Maps.

Od 51 – 70 bodova ODLIČAN

Osnovni internetski marketing vašeg objekta je odličan. Imate dobru internetsku stranicu putem koje dobivate rezervacije, vaše prisustvo na rezervacijskim sustavima, portalima, je optimalno. Korištenje TripAdvisora kao i prisustvo na Google Maps donosi vam zadovoljavajući broj rezervacija. Ovo su samo osnovni elementi internetskog marketinga za privatni smještaj. Internetski marketing nudi brojne mogućnosti za povećanje broja rezervacija, privlačenje kvalitetnih gostiju i bolje financijske rezultate vašeg poslovanja. Uz naš časopis, edukacije te izradu analize internetskog marketinga vašeg objekta vaše poslovanje bit će još uspješnije.

HOROSKOP ZA DOMAĆINE



OVAN (21. 3. – 20. 4.)

Pokrenut će se nova poduzimanja, a vaš angažman bit će veći nego prije. Ovisno o vrsti posla, neki će raditi od jutra do sutra, dok će drugi ipak uspijevati glumiti da rade za dvoje. Istovremeno će u vašoj vezi zavladata blaga distanca jer vas ljubavne planete baš i ne podržavaju. Izdržite. Uz malo humora bit će dobro. Netko od vaših kolega predložit će vam posao u „fušu“ koji je u sukobu interesa s onim što radite. Neki će se, doduše, periodično ulijeniti, prolazno se uspaljujući na staroj slavi postignutog, no potom će ih zahtjevi profesije pokrenuti na nova poduzimanja. Godina će biti plodna i za nove suradnje, no u svemu što činite, uvijek provjeravajte legalitet poslovanja.



BIK (21. 4. – 21. 5.)

Tijekom cijelog mjeseca bit ćete vrlo aktivni. Povremeno ćete osjećati veliku snagu, a već idući trenutak iscrpljenost jer ćete rijetko odmarati. Baš te male stanke bit će potrebne kako biste ostali punih baterija i djelovali učinkovito. Radit ćete bez predaha, novca ćete imati. Osobni odnosi bit će bolji u prvom dijelu mjeseca, no i u nastavku neće biti loše. Danas biste mogli postići najviše tako da surađujete s drugima. Ako radite sami, moguće su greške. Vi uvijek stremite k visokim ciljevima, a okolnosti, ljudi i događaji podupirat će vas u tome. Manji problemi mogu

se nazirati zbog šefova. Uvažite različite stavove i usuglasite ih sa svojim idejama. Možete postići kompromis.



BLIZANCI (22. 5. – 21. 6.)

Vjerojatno ćete se malo udaljiti jedno od drugog. Drugi dio mjeseca donosi poboljšanje, ali ne i bajku u ljubavi, no i to je nešto. Sva ostala područja života ići će vam od ruke pa ako radite, gledat ćete da što bolje iskoristite prilike pred sobom. U tome ćete biti uspješni. Neki će čak mijenjati kolegu koji je na bolovanju i raditi više. Vaša stručnost pokazat će se kao dobitna kombinacija u svakoj vrsti posla. Pokažite što sve znate. Dobro su vam postavljene suradnje za sve nove ideje i projekte. Balansirat ćete između otvorenog i zatvorenog pristupa. Neke stvari zadržat ćete za sebe jer će vam vaš unutrašnji glas tako govoriti. Neki će se posvetiti inventurama.



RAK (22. 6. – 22. 7.)

U prvom dijelu mjeseca obavljat ćete niz priprema za poslovne aktivnosti koje će se razviti u drugom dijelu mjeseca. Bit će tu niz zahtjeva, a kako ste vi dosljedni, tražit će vas na sve strane. Bit ćete na usluzi svima i u svakom trenutku znat ćete što treba. Za ljubav je povoljnija druga polovica mjeseca. Pregovori bi mogli uroditi plodom, a od vas će se zahtijevati malo više takta i diplomacije. Potrudite se. Poboljšat će se ozračje na radnom mjestu. Radit ćete lakše,

premda će posla biti sve više. Mnogi će biti na pragu lijepih rezultata. Zaposleni u uslužnim djelatnostima pripremat će velike projekte. Neki će najradije raditi kod kuće.



LAV (23. 7. – 22. 8.)

Veći dio ovog mjeseca djelovat ćete na dva načina: diskretno i otvoreno. Vama je svojstvenije biti među ljudima i širiti informacije, ali ovog puta sve ćete povezati i sa svojom intuicijom i maštom. Pokazat ćete se bogatijom osobom. U ljubavi će biti dobro ako ne odgovarate na povremene provokacije. Pojavit će se malo strasti i svadica oko novca. Ne uzimajte to k srcu, sve će brzo doći na svoje mjesto. Vjerojatno će vas svako malo nadgledati, ali vi ćete to zanemariti. Kontroliranje nikad nije ugodno, no ovog puta okrenut će se u vašu korist. Dobit ćete dodatne bodove. Neki usavršavaju svoja znanja.



DJEVICA (23. 8. – 22. 9.)

Potreba za istraživanjem i daljinama ojačat će tijekom ovog mjeseca. Neki bi zbog toga mogli ubrzati stvari i učiniti i poneku glupost. Važno je prvo pogledati kamo skaćete, a tek onda skočiti. Osobni odnosi bit će kvalitetni, a vaš partner bit će vam najbolji oslonac i savjetnik u vašim poduzimanjima. Svi koji se bave alternativnim djelatnostima danas će biti na dobitku. Ostali će uspješno koristiti intuiciju u radu.

Postavili ste stvari na njihovo mjesto i sad ćete raditi mirnije. Vama sada tako i odgovara. Dosta vam je buke. Posebno dobro razvijat će se samostalni poslovi, odnosno oni u kojim možete pokazati svoju individualnost. Bit ćete kreativni.



VAGA (23. 9. – 22. 10.)

Na radnom mjestu pojavit će se velika prilika da prosperirate ili da radite nešto što je vama jako drago i ugodno. Moguć je i posao koji će vam podići ugled. Vi to sigurno nećete propustiti. Privatno, morat ćete surađivati s partnerom čak i onda kad mislite drukčije. Shvatit ćete da je to privremeno. Osjećat ćete se ponosno zbog očitih zasluga. Radit ćete lakše i predanije. Motiva vam neće nedostajati. Nitko se ne voli baviti nečim što smatra gotovim, ali zaostatke ćete morati rješavati. Radi se samo o sitnicama oko kojih se ne treba živcirati. Prihvatite to kao dio posla kroz koji trebate proći da biste stigli do nečeg većeg i uzbudljivijeg.



ŠKORPION (23. 10. – 21. 11.)

Veći dio mjeseca bit ćete puni energije i potrebe da poduzmete još više. Imat ćete jasan stav i cilj pa bi bila šteta da ne odradite sve što možete. Malo je onih koji će se odmarati, a ako to i učine, na godišnjem će biti aktivni. Osobni odnosi razvijat će se dobro sve do sredine mjeseca. Drugi dio mjeseca donosi malu distancu u ljubavi. Izgledna je vrlo konstruktivna suradnja između vaših podređenih i nadređenih, a vi ćete biti onaj most koji ih povezuje. Neće biti mnogo vremena za argumentiranje i analiziranje. Trebat će reagirati u trenutku i donositi ispravne odluke. Vi ste po prirodi spretni pa ćete se i ovoga puta dobro snaći. Dat ćete sve od sebe da uspijete. Dobro ćete komunicirati sa svima.



STRIJELAC (22. 11. – 21. 12.)

Vaša zaigranost ponekad će zbunjivati osobe iz vaše okoline. Bit će vas po svuda, ali nigdje se nećete zadržati da bi nešto zaživjelo. Stabilnost će vam biti strani pojam, kako u ljubavi, tako i u poslu. Izgledat će kao da se s vama nešto događa. Usredotočite se i odlučite što zapravo želite. Ne pretjerujte s lošim navikama. U poslovnim potezima kombinirat ćete intuiciju i znanje. Bit će to hvale vrijedan spoj koji vodi naprijed. Na dnevni red opet će se vratiti neke teme iz prošlosti ili ćete morati surađivati s ljudima koji vam baš nisu sjeli. No, što je, tu je. Treba ostati sabran i profesionalno odraditi svoj dio posla. Kasnije ćete biti zadovoljni što ste se tako postavili.



JARAC (22. 12. – 20. 1.)

Veći dio ovog mjeseca bit ćete snažno povezani s drugim ljudima koje volite, a najviše slobodnog vremena provodit ćete s prijateljima. Ponekad nećete praviti razliku između voljene osobe i svog društva. U poslu ćete stajati dobro, netko bi vas mogao i pohvaliti. Istraživat ćete i tehnike meditacije. Pred vama su dani kad će vam mnoga vrata biti otvorena. Važno je samo da se pokažete u pravom svijetlu. Sve ćete se bolje povezivati s ljudima iz struke. Neki će dobiti priličnu količinu informacija kroz koje će proširiti svoja znanja i uspostaviti nove potencijalne suradnje. Bit ćete osoba otvorena za sve. Neki će putovati zbog posla.



VODENJAK (21. 1. – 18. 2.)

Gotovo cijeli mjesec balansirat ćete između dva stila ponašanja i života: jedan je otvoren i s nizom kretanja među ljudima, a drugi je povučen, okrenut obitelji i intimnosti veze.

O vašoj sposobnosti organizacije i šarmu ovisit će koliko ćete biti uspješni i kako će vam se kockice posložiti. Sve je moguće ako se događa u pravo vrijeme. Pojavljuju se sponzori koji daju obećanja. Ipak, neka od njih nisu realna pa provjerite na čemu se temelje. Pobojšat će se ozračje na radnom mjestu i unatoč povremenom umoru, vi ćete lakše raditi. Odnosi s kolegama također će postati bolji. Male frustracije mogu se pojaviti zbog financijskih teškoća koje su prolaznog karaktera.

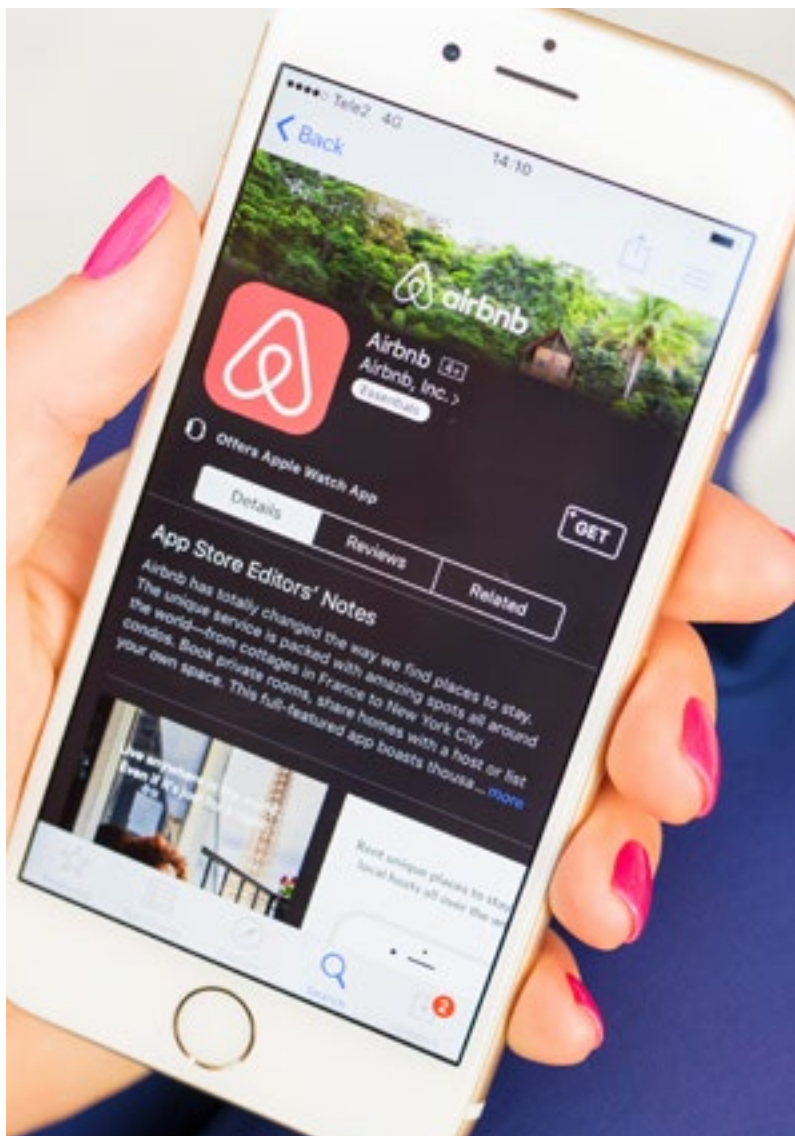


RIBE (19. 2. – 20. 3.)

Nećete se moći riješiti novih poslovnih izazova čak i ako budete na godišnjem odmoru. Mnogi će čas odmarati, čas raditi, no to im neće biti teško. Najvažnije je da primijenite pravilo učinkovite organizacije, jer nećete imati previše snage. Uživanje u društvu bit će također svakodnevno pa je na vama da pametno planirate svaki dan. Poslovi će vam se razvijati uglavnom dobro, no najviše zbog toga što će ljudi oko vas zapeti više nego vi sami. Nastavit ćete tihu diplomatsku suradnju, a ono što dogovorite, provodit ćete u djelo odmah. Tako će se izmjenjivati dva načina rada: jedan tiši, a drugi dinamičniji. Vi ćete se bez problema prilagođavati čas jednom, čas drugom.



U Beču od 18. kolovoza 2017. *online* platforme za iznajmljivanje moraju prijaviti sve privatne smještaje koji su kod njih registrirani. Također, pregovaraju o mogućnostima naplaćivanja boravišne pristojbe od platformi umjesto od iznajmljivača.



Prema istraživanju Airbnba, 32% iznajmljivača koji nudi svoj smještaj na njihovoj platformi ima visoku stručnu spremu. Prema istom istraživanju 54% svih iznajmljivača na ovoj platformi su žene.

Prema njihovim najnovijim istraživanjima koja su se provodila tijekom posljednje dvije godine, a odnose se na zaradu od iznajmljivanja apartmana na Airbnb, američki iznajmljivač koji oglašava smještaj na toj platformi zarađuje mjesečno u prosjeku 924 dolara.

Trideset i jednom vlasniku 128 smještajnih jedinica naplaćeno je ukupno 615.000 eura kazni zbog najma u trajanju duljem od 120 dana godišnje, koliko je maksimalno dopušteno prema lokalnim zakonima u Parizu.

Airbnb prošle je godine u Francuskoj platio manje od 100.000 eura poreza, a njegovu je platformu koristilo više od 10 milijuna Francuza.



MONTANENSE

www.montanense.com

info@montanense.com

STRANI JEZICI, TUMAČI I PREVODITELJI

Tečajevi engleskog, njemačkog i talijanskog za djelatnike u turizmu (privatni iznajmljivači, recepcioneri, voditelji turističkih agencija, konobari...)
Stručni i kvalitetni prijevodi turističkih tekstova (internetske stranice, brošure, jelovnici, blog objave...)

- Rad u malim grupama po već provjerenoj MONTANENSE metodi!
- Jezične konzultacije
- Monta-Optim@ grupe - grupe "po mjeri" - u skladu s Vašim potrebama, mogućnostima, profilom, predznanjem!
- In - house tečajevi poslovne komunikacije za TVRTKE - u skladu s korporativnim potrebama i ciljevima
- ONLINE TEČAJEVI stranih jezika - učite strani jezik gdje god se nalazili
- Tečajevi za srednjoškolce, mlade i odrasle
- Individualne pripreme za maturu - engleski i hrvatski jezik
- Nove visoko tehnološki opremljene učionice

Jezici

ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, HRVATSKI ZA STRANCE

Vrste prevoditeljskih usluga

- Prevođenje tekstova, sudski ovjereni prijevodi (prijevodi osobnih dokumenata, pravne dokumentacije...)
- Usmeni prijevodi SIMULTANO I KONSEKUTIVNO prevođenje
- Prevođenje internetskih stranica i elektronskih medija
- Lektura

Zašto odabrati usluge Montanense-a

- Jako povoljne i razumne cijene
- Poštovanje unaprijed dogovorenih rokova
- Visoko kvalitetni prijevodi opće i stručne terminologije
- Profesionalan i kvalificiran stručan kadar

Prijevodi i sudsko tumačenje s i na

ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, POLJSKI, SLOVENSKI, MAKEDONSKI, RUSKI, NORVEŠKI, NIZOZEMSKI, PORTUGALSKI, ČEŠKI, SLOVAČKI, ARAPSKI

Vukovarska 148c 21 000 Split Hrvatska
T. +385 21 470 280 M. +385 91 470 2800
info@montanense.com www.montanense.com



RBA Turistički kredit



**ZA KUPNJU, IZGRADNJU,
DOKONČANJE, DOGRADNJU**

Pripremite se za sezonu uz RBA Turistički kredit!

Kupite, izgradite, adaptirajte i opremite svoje smještajne kapacitete uz posebne pogodnosti:

- korisnik kredita može biti i osoba koja ostvaruje prihod samo od bavljenja turizmom
- mogućnost izbora mjesečne ili godišnje otplate kredita
- isplata cijelog iznosa odobrenog kredita na tekući račun ili u gotovini
- mogućnost realizacije kredita bez hipoteke

Za mala i srednja poduzeća u ponudi kratkoročni krediti uz povoljnu kamatnu stopu.



**Raiffeisen
BANK**