



SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije



PRIRUČNIK ZA PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE



PRIRUČNIK ZA PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE

UVOD

Ovaj priručnik nastao je iz potrebe prikupljanja i obrade objedinjenih korisnih informacija vezanih za privatni smještaj, a s naglaskom na naše područje, srednju Dalmaciju i njegove specifičnosti.

Namijenjen je svima koji se žele baviti obiteljskim biznisom kao i svima koji su u tom poslu već godinama (i generacijama!), bilo da takvim djelovanjem “dopunjuju” kućne budžete ili se bave djelatnošću iznajmljivanja apartmana turistima kao osnovnim, egzistencijalnim poslom. Takvih je definitivno mnogo u Splitsko-dalmatinskoj županiji, jer privatni iznajmljivači zajedno ukupno imaju preko 110.000 postelja, što čini više od 2/3 ukupne smještajne ponude županije. Trend rasta ostvarenih noćenja je viši od 5% godišnje, a u 2013.god. 11,5 % više nego u istom razdoblju prethodne godine (podatak za period I-IX/13).

Od samih početaka razvoja privatnog smještaja u Dalmaciji, svi koji su u svojim kućanstvima ili drugim nekretninama pokrenuli pružanje turističkih usluga suočili su se s nedostatkom servisnih i detaljnih informacija i znanja o privatnom smještaju na jednom mjestu. Poglavitito se ukazala potreba za time prema svima koji se tek namjeravaju baviti ovakvim uslugama u turizmu. Ovim priručnikom se takva potreba pokušava zadovoljiti. Priručnik na jednostavan i razumljiv način obrađuje sve teme vezane uz registraciju privatnog iznajmljivača (kao paušalca, obrtnika ili tvrtke), za organizaciju i vođenje privatnog smještaja, uključujući izbor turističkih usluga, uređenje smještajne jedinice, promociju, marketing, prodajne vještine, komunikaciju s gostima te zakonske odredbe, porezne i druge obveze.

Svjesni kako nije bilo moguće ovdje dati sve odgovore na Vaša pitanja, tim više što se upravo mijenja zakonska regulativa, skromno pružamo pokušaj davanja odgovora na Vaša pitanja i nedoumice. Priručnik ćemo pokušati osvježiti svake godine, sukladno trenutno važećim informacijama.

Nadamo se kako ćete se ovim priručnikom rado služiti jer njime na jednom mjestu sažimamo najčešća pitanja, probleme i odgovore na sve ono što je bitno za registraciju, organizaciju i poslovanje privatnog iznajmljivača. Ukoliko Vam ovaj priručnik pomogne na bilo koji način, informacijom, novim saznanjima ili idejom, barem malo, i u bilo kojem segmentu Vašeg djelovanja kao privatnog iznajmljivača, njegovo nastajanje i publiciranje bit će opravdano, a naše nade i ambicije ispunjene.

Ovim priručnikom nam je želja unaprijediti kvalitetu i konkurentnost privatnog smještaja na prostoru Splitsko-dalmatinske županije te time stvoriti prepoznatljiv turistički brend, što će povećati blagostanje lokalnog stanovništva i produžiti turističku sezonu.

Joško Stella

Direktor Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije

1. UREĐENJE I ADAPTACIJA SMJEŠTAJA

Kao i u svakom poslu, tako i u najmu privatnog smještaja, kada se krećemo baviti time trebali bismo imati jasnu sliku što želimo i kako mislimo postići isplativost. Najam privatnog smještaja je uslužna djelatnost, to je biznis. No prije svega moramo voljeti ovaj posao. Kako bismo mogli donijeti ispravnu odluku potrebno je malo samostalnog istraživanja i informiranja.

Neki u ovaj posao kreću iz zadanih okvira postojeće nekretnine koju minimalno adaptiraju, a neki imaju mogućnost planiranja unaprijed sukladno zadanim urbanističkim uvjetima i željama privatnog iznajmljivača.

U svakom slučaju, kada krećete u ovaj posao razmislite o osnovnim segmentima kvalitete vaše buduće ponude: komforu smještaja, kvaliteti gastro doživljaja, kvaliteti očuvane autentičnosti prirodne i kulturne baštine i tradicije te kvaliteti ponude aktivnog odmora, koja uključuje i mogućnost direktnog doživljaja, "kušanja" tradicije.

Privatni smještaj označava građevinu odnosno objekt u kojem se pružaju usluge smještaja turistima tj. posjetiteljima koji borave izvan svoje uobičajene sredine te su primorani noćiti u mjestu u kojem su se zatekli. Prema navedenom znači da je privatni smještaj objekt koji turistu na određeno vrijeme zamjenjuje vlastiti dom te bi se on u njemu trebao osjećati upravo kao u svojem domu, odnosno trebalo bi mu biti omogućeno zadovoljenje svih njegovih svakodnevnih potreba poput spavanja te održavanja higijene i pripreme jela.

Objekte je bitno uređivati po tradicionalnim, ambijentalnim zakonitostima, a to su u prvom redu: funkcionalan prostor, jednostavno i funkcionalno uređenje, čist i zelen okoliš. Pri uređenju voditi se minimalizmom: činiti najmanje moguće zahvate u arhitekturi, ne zaboravljajući detalje koje su tradicionalne dalmatinske kuće imale.

Adaptacija objekta za turističke potrebe iziskivat će i poneke intervencije u rasporedu prostorija, no ako je to moguće, bilo bi uputno pratiti postojeći raspored, tj. plan prostora te sadržaj prilagoditi arhitekturi bez spajanja prostorija, rušenja pregradnji, građenja novih pregradnji i sl., odnosno paziti na njihovu funkcionalnost.

Ne prilagođavajte arhitekturu i prostor sadržaju, već sadržaj prilagođavajte arhitekturi i prostoru!

Opće smjernice za uređenje privatnog smještaja

Kod uređenja smještajnih jedinica vodite se da to bude smještaj koji sugerira čistoću i jednostavnost održavanja u skladu s dizajnerskim pravilom "manje je više"!

Podovi

Podne obloge trebale bi biti što jednostavnije kako iz estetskih, tako i higijenskih razloga (jednostavnije za održavanje). Prostorije koje su međusobno povezane (nemaju pregradnih zidova) trebaju imati istu podnu oblogu; prate kontinuitet poda, te prostor čine većim, a pod neutralnijim. U prostorijama koje su odvojene zidovima, a različite po funkciji – različiti tip obloge (keramika u dnevnoj sobi, drvo ili laminat u spavaćim sobama, keramika u kupaonici), ne treba kombinirati različite vrste i boje drva (keramike) za isti tip prostorija (npr. dvije vrste drva za dvije spavaće sobe). Neutralne boje podova omogućavaju veću slobodu pri izboru boje za zidove, namještaj i tkanine.

- Pri postavljanju keramičkih pločica trebate znati da postavljene dijagonalno vizualno povećavaju prostor. U malim prostorijama izbjegavajte velike formate pločica.
- Podne obloge: parket i daščani pod slažite paralelno s kraćim zidom u prostoriji, na taj način vizualno povećavate prostor.
- Izbjegavajte preglatke finiture naročito u kupaonicama (skliskost), kao i preizražene teksture (teže čišćenje).
- Ukoliko postavljate tepihe, koristite one manjih formata te nastojte da budu u kontrastu s bojom i svjetlošću poda.

Zidovi

Glatki zidovi se lakše čiste i ne zadržavaju prašinu, za razliku od teksturiranih i reljefnih površina. Intervencije na zidovima predstavljaju najbrži, najefikasniji i najekonomičniji način intervencije u prostoru uz pomoć boje, a kada o bojama govorimo moramo imati na umu neka pravila: svijetle, hladne i sjajne boje čine prostoriju većom- tamne i tople smanjuju prostor. Na južnoj strani objekta gdje ima puno sunca ne odgovaraju tamne i tople boje jer zadržavaju

toplinu, a sjeverne prostorije bez prirodnog svjetla, djelovat će toplije uz pomoć toplih nijansi (boja vrhnja, nijanse žute). Prirodno svjetlo možemo ublažiti nešto ugašenijim tonovima (boja cigle, zagasito zelena), zemljani tonovi su uvijek nepogrešiv izbor te daju osjećaj prirodnosti i opuštenosti, dok jake boje i boje u kontrastu koristimo kada želimo istaknuti zid, izbočinu, udubinu, stup borduru, okvir, mural.

Bordurama možete oživiti male, uske, nezanimljive prostore kao stubišta, hodnike, kupaonice.

Stropovi

Bijeli strop reflektira više svjetlosti od bilo koje druge boje i preporučljivo je da ostane bijeli. Ukoliko se radi o starim zgradama koje imaju znatno viši strop, moguće je bojanje stropa drugom bojom (tamnija boja - efekt "spuštenog stropa").

Vrata

Unutarnja stolarija treba biti sva jednaka i u kontrastu sa zidom; ako su vrata u teksturi drva, uskladiti boju (esencu) s podnom oblogom.

Prozori - zavjese

Autohtone dalmatinske kamene kuće imaju manje prozore u skladu s podnebljem, na koje je dovoljno staviti posudu s cvijećem, bez zastora ukoliko ne narušava intimu gostiju u prostoru.

Zastori su potrebni kao zaštita od (previše) sunca, na onim dijelovima objekta koji gleda na sunčanu stranu, ali i od pogleda susjeda (prolaznika) te daju interijeru romantičnu i dekorativnu notu

Kakav izbor zastora izabрати (klizni, paket, rolo zastori, žaluzine i trakasti) ovisi o ukusu vlasnika smještaja, ali trebalo bi izbjegavati teške materijale, prešarene, birati jednostavni uzorak, ograničenog broja boja na jednu do dvije. Vrsta tkanine treba biti usklađena s ostalim tkaninama u prostoru i stilom namještaja.

Namještaj

Pri izboru namještaja voditi se kriterijem: lakoća pri održavanju, otpornost na habanje i sigurnost uporabe. Navedeno je potrebno uskladiti i s estetikom. Prostor treba imati ozračje doma, prisnosti. Ukoliko kombinirate starinski i novi namještaj svakako treba imati mjeru, jer po neki detalj: stara lampa,

fenjer, stolica, ormarić... odlično se ističu u novom okruženju. Vodite računa da se prostor ne pretpra nepotrebnim i ne pretvori u muzej.

Svakako treba izbjeći "efekt izloga", ukloniti nepotrebne detalje sa polica koje Vama imaju emotivnu vrijednost, a gostu su "ograničenje u komotnom boravku".

Tkanine

Sve tkanine u jednoj prostoriji moraju biti međusobno usklađene. Birajte tkanine neutralnih tonova, a ukoliko je boja na zidovima npr. bijela i namještaj jednostavan, svijetle boje "oživjeti" ćete prostor prekrivačem u živoj boji, ukrasnim jastucima i zavjesama koje su usklađene bojom.

Izbjegavajte prešarene uzorke pokrivača kao i one pretamnih, zagasitih tonova ("uzorak cvijeća").

Rasvjeta

Osim glavne, opće rasvjete (iznad stola za blagovanje postavite jaku rasvjetu) potrebno je predvidjeti svjetlo za ugođaj na nekoliko mjesta npr. u spuštenim stropovima, podne ili stolne lampe prigušene svjetlosti.

Tehnička oprema

TV i drugu tehniku smjestite da ne odskaču od općeg stila uređenja prostora.

Klima uređaj pokušajte vizualno neutralizirati, ne stavljati na dekorativne zidove i detalje (preko kamene volte, iznad estetski značajnog ulaza i sl.)

Obratite pažnju na dostupnost korištenja interneta (dajte šifru za pristup), Wi-Fi- a.

Osobnost -ukrasni detalji

Upravo koristeći ukrasne detalje izbjeći će se "hotel-ski" izgled prostorija koji je anoniman, nepersonalan. Dekorativni detalji (slike, vaze, ukrasi) čine prostor jedinstvenim i neponovljivim: naglasite originalne arhitektonske elemente: kamenu voltu, staru gredu, udubljenje u zidu. Upravo to naglašava vrijednost nekretnine i omogućava gostu jedinstveni doživljaj.

Vodite se načelom umjerenosti pri ukrašavanju: NE umjetnom cvijeću, NE plastičnim stolnjacima, NE lažnim vitražima, NE vrtnim patuljcima (kič i jeftino narušavaju dostojanstvo interijera i ugled vlasnika). Atraktivnost smještajne jedinice ili gospodarstva mjeri se i stupnjem uređenosti okoliša (okućnice, dvorišta), a vrlo je bitno znati kako gost prilikom

dolaska u vaš objekt svoju prvu impresiju (pozitivnu ili negativnu) stvara na osnovu uređenosti okoliša. Također, prilikom promocije turističkih kapaciteta (bilo brošurama, katalogima ili internetom) najviše se koriste fotografije okruženja, položaja, okućnice i vanjskog dijela objekta.

Uređen okoliš i vrt i to u skladu s podnebljem kojem pripadamo (uzgojem autohtonog bilja, raslinja, voćki) osim privlačnosti, ima i svrhu prezentacije privatnog iznajmljivača kao promotora prirodne i kulturne baštine određenog kraja – npr. stvaranjem dojma kultiviranog domaćinstva s tradicijskim elementima, očuvanjem bioraznolikosti (raznovrsnosti) starih sorti voća, povrća, cvijeća, ukrasnog, začinskog i ljekovitog bilja ili očuvanjem autohtonih pasmina domaćih životinja.

PONUĐITE DODATNE SADRŽAJE!

Unaprijeđenjem ponude kroz dodatne sadržaje kao što su: terasa, teretana, bilijar sale, roštilj, bazen, sadržaji za djecu, malo igralište s ljuljačkom, pješčanikom, bicikli, čamac, brod, pedalina, sandolina.... doprinose zadovoljstvu gosta, njegovom oduševljenju, odluci o povratku, a nadalje duljem boravku gostiju te ujedno i produžetku sezone.

Zadovoljan gost mora osjećati kako dobiva odgovarajuću "vrijednost za novac". Osigurajte Vašim gostima doživljaj izvornosti i tradicije kroz okuse, mirise i ugodu!

VAŽNE NAPOMENE

- Praktično je u smještajnoj jedinici imati koristan alat i pribor, npr. osnovni alat u apartmanu, odvijač za plinsku bocu, čavlić, rezervne baterije i žarulje.

- Ne zaboravite ostaviti svoj broj telefona/ mobitela gostima (naglasite Vašu dostupnost 24h/dan, bitno je da znaju da ste tu ako Vas trebaju), brošuru s osnovnim informacijama, lozinku za internet, pismo (piće) dobrodošlice, autentičan suvenir...

- Dovršena fasada, održavan i oplijevljen vrt, bez polomljenih grana, polomljenih nogostupnih ploča, osigurano i po mogućnosti natkriveno parking mjesto jednako je važno kao i uređen ineterijer

- Ispravno funkcioniranje vanjske rasvjete na objektu, osvijetljena terasa (solarna rasvjeta, baklje ili električna) doprinosi boljem ugođaju, boravku

gosta na otvorenom u večernjim satima, ali i sigurnom kretanju i smanjenoj mogućnosti nezgode (ozljeđivanja) gosta.

Čak 70% smještajnih kapacitete u SDŽ čine objekti sa 3* s trendom podizanja kvalitete i kategorizacije usluge, a upravo težnja visokoj razini kvalitete i izvrsnosti usluga doprinosi atraktivnosti, prepoznatljivosti i boljem tržišnom plasmanu Vaših kapaciteta.

2. SANITARNI I HIGIJENSKI STANDARDI U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN43/09, NN88/10; NN152/08) ugostiteljske usluge u domaćinstvu može pružati fizička osoba koja nije obrtnik ili trgovac pojedinac (u daljnjem tekstu: iznajmljivač).

Ugostiteljskim uslugama u domaćinstvu smatraju se:

- usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše 10 soba, odnosno 20 postelja u koje se ne ubrajaju pomoćne postelje

- usluga smještaja u kampu, organiziranom na zemljištu kojeg je iznajmljivač vlasnik, s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, u koje se ne ubrajaju djeca u dobi do 12 godina starosti

- usluge doručka, polupansiona ili pansiona gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor.

Legislativa Republike Hrvatske, osim navedenog zakona, obuhvaća i Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.

Uvjeti za kategorizaciju objekata utvrđeni su u prilogima navedenog Pravilnika i to:

– Prilog I. – Uvjeti za kategorizaciju Sobe u domaćinstvu – postojeći objekt,

– Prilog II. – Uvjeti za kategorizaciju Sobe u domaćinstvu – novi objekt,

– Prilog III. – Uvjeti za kategorizaciju Apartmana u domaćinstvu – postojeći objekti,

- Prilog IV. – Uvjeti za kategorizaciju Apartmana u domaćinstvu – novi objekt,
- Prilog V. – Uvjeti za kategorizaciju Studio apartmana u domaćinstvu – postojeći objekt,
- Prilog VI. – Uvjeti za kategorizaciju Studio apartmana u domaćinstvu – novi objekt,
- Prilog VII. – Uvjeti za kategorizaciju Kuće za odmor u domaćinstvu – postojeći objekt,
- Prilog VIII. – Uvjeti za kategorizaciju Kuće za odmor u domaćinstvu – novi objekt,
- Prilog IX. – Uvjeti za kategorizaciju Kampa u domaćinstvu.

Uvjeti se razlikuju za starije, postojeće objekte koji su dobili Rješenje prije 2007. godine i za nove, koji su se kategorizirali nakon objave novog Pravilnika (2007.godine).

Vrste objekata prema kategorizaciji:

1. Soba za iznajmljivanje
2. Apartma
3. Studio apartman
4. Kuća za odmor
5. Prenosište
6. Odmarašnice
7. Hostel
8. Planinarski dom
9. Lovački dom
10. Učenički dom ili Studentski dom
11. Objekt za robinzonski smještaj

Soba, najčešća smještajna jedinica, prema uvjetima za kategorizaciju opisana je:

Minimalna površina za sobu kategorije 3* iznosi 21 m², a za kategoriju 4* iznosi 26 m². Modul sobe čine: predprostor, spavaći dio sobe i kupaoonica. Soba treba biti označena brojem ili drugom oznakom; ima zaseban ulaz, prozor s dnevnim svjetlom, a visina modula najmanje je 2,40 m. Mora sadržavati krevet za 1 osobu minimalne veličine 110 x 200 cm, krevet za 2 osobe minimalne veličine 160 x 200 cm za kategoriju 3*; krevet za 1 osobu 110 x 210 cm, krevet za 2 osobe minimalne veličine 180 x 210 cm; mijenjanje posteljine za svaka 3 dana za kat. 3* i svaki drugi dan za kategoriju 4*; rublje za krevet: plahta, jastučnica, poplun u navlaci; dodatni pokrivač po osobi, jastuk po osobi i dodatni jastuk na zahtjev gosta (3* i 4*); zastore za zamračivanje, stol sa stolicom ili toaletni stol s toaletnom stolicom

ili stolicom; noćni ormarić uz krevet, po osobi; tepih koji se ne kliže, uz krevet, ako pod nije prekriven tepisonom; ogledalo, ogledalo za cijelu figuru, stalak za prtljagu, vatrootporna pepeljara ili znak zabrane pušenja; vatrootporni koš za otpatke; sliku ili drugi ukrasni predmet; garderobni ormar s policama ili ladicama i dijelom za vješanje odjeće s pet sličnih vješalica za odjeću, po osobi, klima uređaj s individualnom regulacijom u sobi; glavnu rasvjetu: na stropu ili na zidu ili samostojeću svjetiljku; noćnu svjetiljku uz svaki krevet; mogućnost gašenja i paljenja glavnog osvjetljenja iz kreveta, a za krevet za dvije osobe - po sredini kreveta ili s obje strane po osobi; jednu slobodnu električnicu; mogućnost slušanja radija, TV u boji; telefon za direktne vanjske pozive s uputstvom za korištenje na hrvatskom i najmanje na engleskom jeziku; ispisan naziv vrste i kategorije objekta; cjenik sobe i ostalih usluga na hrvatskom i najmanje na engleskom jeziku; mapu s cjenikom sobe i ostalim uslugama, turističkim obavijestima, vodičima i sl. na hrvatskom i najmanje na engleskom jeziku (samo za kat. 4*); sef; usluge buđenja; plan evakuacije; dječji krevetić na zahtjev; "ne smetaj" ili sličan znak; vrećicu za prljavo rublje i za kategoriju 4*: polufotelju, fotelju i sl. te niski stolici.

Kupaonica sobe:

Minimalna propisana površina za kategoriju 3* iznosi 4,0 m², a za kategoriju 4* iznosi 5,0 m² a sadrži: WC školjku s ispiračem; četku za čišćenje WC školjke; WC papir s držačem i rezervno pakiranje papira; umivaonik s tekućom toplom i hladnom vodom; sapun u omotu ili tekući sapun; koš za otpatke; vrećice za higijenske uloške; zidove kupaoonice u cijelosti prekrivene keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalom; pod kupaoonice prekriven keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalom; kuku za ručnike uz kadu i/ili umivaonik, po osobi; dva ručnika, jedan manji i jedan veći (za kateg. 3*) po osobi, a tri ručnika, dva manja, jedan veći po osobi (za kateg. 4*), prečku ili držač ručnika, po osobi; tepih od frotira ili sl. ispred kade ili tuša; protuklizni tepih za kadu ili protuklizno dno kade; (protuklizno dno kade dokazuje se tehničkom dokumentacijom proizvođača); police ili sl. za odlaganje toaletnog pribora; ogledalo; rasvjetu koja omogućuje dobru vidljivost u čitavoj kupaooni-

ci; prirodno ili mehaničko prozračivanje; promjenu ručnika svaka dva dana i za svakog novog gosta (za 3* i 4*); utičnicu za električni brijači aparat; kuku za odjeću, po osobi; čašu, po osobi; sušilo za kosu; grijanje (ne primjenjuje se na smještaj gdje se usluge pružaju samo ljeti).

Apartman, najčešća smještajna jedinica, prema uvjetima za kategorizaciju treba imati:

zaseban ulaz u apartman, predprostor, prostorije za boravak, blagovanje i kuhanje, prostorije za spavanje, kupaonicu te prozore s dnevnim svjetlom. Minimalna površina za apartman 2* koji ima jednu sobu za spavanje iznosi 38 m²; za 3* iznosi 38 m², dok je za apartman 4* površina 44 m². Apartman mora sadržavati: krevet za 1 osobu minim. veličine 100 x 200 cm, krevet za dvije osobe 160 x 200 cm (2* +3*), a za 4* krevet za 1 osobu 110 x 210 cm, krevet za 2 osobe min 180 x 210 cm; mijenjanje posteljine za 2* 1 put tjedno, za 3* svaki treći dan, a za 4* svaki drugi dan; ogledalo, ogledalo za cijelu figuru, stalak za prtljagu, zastore za zamračivanje, sliku ili drugi ukrasni predmet, garderobni ormar sa 5 vješalica po osobi, pisali stol sa stolicom, garnituru za sjedenje/spavanje, niski stolić, stol za blagovanje s brojem stolica koji odgovara kapacitetu apartmana; sudoper s tekućom toplom i hladnom vodom; kuhalo s najmanje dvije grijače ploče ili plamenika; ostavu ili kuhinjski ormarić za čuvanje hrane; ormar za posuđe i pribor za jelo; posuđe i pribor za pripremanje i konzumiranje hrane, pića i napitaka; dovoljnu količinu čistih kuhinjskih krpa i pribor za pranje suđa; hladnjak, napu iznad kuhala, klima uređaj s regulacijom, jedna slobodna elektro utičnica.

Kupaonica apartmana treba sadržavati:

WC školjku s ispiraćem; četku za čišćenje WC školjke; WC papir s držačem i rezervno pakiranje papira; umivaonik s tekućom toplom i hladnom vodom; sapun u omotu ili tekući sapun; koš za otpatke; vrećice za higijenske uloške; kadu s rukohvatom minimalne površine 1,1 m² ili tuš kadu minimalne površine 0,80 m² s tekućom toplom i hladnom vodom (za 2*) pokretnu glavu tuša, zavjesu za tuš kadu; kadu s rukohvatom minimalne površine 1,1 m² u najmanje 30% kupaonica ili tuš kadu minimalne površine 0,80 m² s tekućom top-

lom i hladnom vodom, zaslon od PVC ili kaljenog stakla najmanje do polovice dužine kade, a za tuš kadu u cijelosti (za 3* i 4*), sapun za umivanje; zidove kupaonice prekrivene keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalima do visine 1,60 m, a oko kade ili tuš kade do visine 1,80 m; pod kupaonice prekriven keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalima; kuku za ručnike uz kadu i/ili umivaonik, po osobi; dva ručnika, jedan manji i jedan veći (za 2* i 3*) po osobi; tri ručnika, dva manja, jedan veći (za 4*) po osobi, prečku ili držač ručnika, po osobi; tepih od frotira ili sl. ispred kade ili tuš kade; protuklizni tepih za kadu ili protuklizno dno kade (ako kada postoji) - protuklizno dno kade dokazuje se tehničkom dokumentacijom proizvođača; police ili sl. za odlaganje toaletnog pribora; ogledalo; rasvjetu koja omogućuje dobru vidljivost u čitavoj kupaonici; prirodno ili mehaničko prozračivanje (ventilacija); promjenu ručnika svaka tri dana i za svakog novog gosta (za 2*) promjenu ručnika svaka dva dana i za svakog novog gosta (za 3*) promjenu ručnika svaki dan, na zahtjev gosta i za svakog novog gosta (za 4*), utičnicu za električni brijači aparat prilagođenu međun. sustavu (220-240V i 110-120 V); kuku za odjeću, po osobi; čašu, po osobi; grijanje (ne primjenjuje se na smještaj gdje se usluge pružaju samo ljeti).

Ovi uvjeti znače minimum ispod kojega se ne smije ići, no poželjno je i uputno poradi osiguranja dodatne kvalitete Vaših usluga te komoditeta koji će rezultirati zadovoljstvom Vaših gostiju učiniti i više od zahtijevanog minimuma radi dobivanja veće kategorije usluga, kao npr. urediti sobu veću od minimalno propisane površine, urediti kupaonicu također veću od minimalno propisane površine, veći krevet od minimalno propisanih mjera, itd.

U primjeni standarda polazi se od toga da standard odražava određenu kvalitetu pa tako i standardi u uređenju smještajnih jedinica te u ugostiteljstvu trebaju biti odraz suvremenih trendova čija se primjena pozitivno odražava u ekonomičnosti i većoj efikasnosti poslovanja.

Usluge doručka - prehrane

Usluge doručka, polupansiona i pansiona nisu obvezne. Ako iznajmljivač pruža ove usluge tada mora

ispuniti propisane uvjete za ugostiteljske sadržaje sukladno Pravilniku koji nalaže:

Visina prostorije mora biti najmanje 2,40 m; u blagovaonici za usluživanje pod ne smije biti klizav; stol s površinom koja se lako čisti i održava i stolicama; na stolu stolnjak ili podložak za svako konzumno mjesto; papirnate salvete ili platneni ubrus za svako konzumno mjesto; pribor za jelo od nehrđajućeg materijala; prirodno ili umjetno prozračivanje; klima uređaj (grijanje); u prostoriji za pripremu prozori s mrežicom protiv insekata; zid prostorije do visine 2,00 m obložen keramičkim pločicama; vatrootporna tkanina; kutija prve pomoći popunjena; odgovarajuće radne površine i police te ormari za posuđe i pribor od nehrđajućeg materijala; odgovarajući uređaji za termičku obradu hrane, pića i napitaka; umivaonik s tekućom toplom i hladnom vodom za osobe koje rade na pripremi hrane, tekući sapun i papirnati ručnici ili aparat za sušenje ruku; spremište sredstava za čišćenje u zasebnoj prostoriji ili prostoru (ormar i sl.); spremnici za komunalni otpad (kontejneri ili tipizirane posuđe); hrana ne smije biti u direktnom kontaktu s policom ili podom; odvojeno čuvanje ribe, mesa, mliječnih proizvoda, voća i povrća, ostalih sirovina, poluproizvoda i gotove hrane.

Čist, uredan i dobro održavan smještaj uvjet je kako smanjiti rizik od gostovih reklamacija. Goste će uredan smještaj također ponukati da dođu u isti smještaj i druge godine te pozovu i prijatelje i obitelj. Čišćenje je jedan od najbitnijih preduvjeta kvalitete u privatnom smještaju. Nemojte dopustiti greške, nesmotrenost, brzopletost ili aljkavost, jer se to može odraziti na Vaš poslovni rezultat. Kod smjene gostiju, potrebno je napraviti standardnu provjeru cijelog smještaja kako bi se uvjerali da sve radi, da je sve cijelo, ispravno i na svom mjestu. U nastavku Vam dajemo naputak za provjeru stanja urednosti i ispravnosti smještaja, tj. na što trebate obratiti pozornost prije dolaska gosta.

Checking lista / provjera prije dolaska gosta

- ispravnost uređaja: provjera i čišćenje klima uređaja, hladnjaka,
- slabozamjetne nečistoće: utičnice i prekidači za svjetlo, sifoni, odvodne cijevi, površine (gornje) na ormaru i na kuhinjskim elementima, kutovi iza ormara, ispod kreveta, prozorske daske, TV ekran,

otirač pred vratima,

- kupaonica: slavine (kapaju li), kamenac, držač za ručnike i za tuš (pričvršćen), sapun, gel za tuširanje, hig. potrepštine, 2 ručnika po gostu,
- posteljina: provjeriti je li sva dugmad na jastučnicama pričvršćena. Plahte nisu uvjetno bijele (može i u pastelnim tonovima), ali je nužno pri održavanju pranje na visokoj temperaturi (iskuhanje); glačanje,
- tepisi i zavjese: temeljito čišćenje prije same sezone; postaviti nekoliko manjih tepiha, ispod stola za blagovanje nije poželjno postavljati tepih; na stubištu moraju biti pričvršćeni, jer imaju protukliznu funkciju. (ne tresti tepihe gostima iznad balkona!),
- zidovi i mrlje: ukoliko su uprljani od prstiju i prljavštine, prebojiti ih ili pokušati obrisati vlažnom krpom,
- miris: gost ulaskom u smještajnu jedinicu prvi kontakt s prostorom ostvaruje i kroz osjet mirisa. I koliko god smještaj bio dobro uređen, neprozračenost ili teški mirisi u prostoru mogu gosta odbiti. Koristite blagodatni podneblja: osvježite prostor mirisom lavande!,
- vrt i okućnica, bazen: provjerite je li je uredan pristup objektu, ima li polomljenog i zapuštenog raslinja, ima li okućnica "skladišnu" funkciju (stare boce, daske, građ. materijal) te uredno funkcioniranje bazena.

VAŽNE NAPOMENE

- Iznajmljivači koji gostima pružaju usluge prehrane dužni su svake godine prije početka obavljanja tih usluga pribaviti pored potvrde iz prethodnog stavka i potvrdu od ovlaštene zdravstvene ustanove da oni ili članovi njihovog domaćinstva koji neposredno sudjeluju u pružanju usluge prehrane nisu evidentirani na kliconoštvo i na parazite.
- Utvrditi normative namirnica, pića i napitaka za pojedino jelo, piće i napitak, ako takve usluge pruža, i pružiti usluge po utvrđenim normativima te na zahtjev normativ predočiti gostu.
- Privatni iznajmljivači (fizičke osobe, paušalci) po Zakonu nisu dužni imati policu osiguranja od posljedica nesretnog slučaja, ali je poželjno da je imaju. Tu obvezu imaju tzv. "ugostitelji", dakle iznajmljivači koji su svoj smještaj registrirali putem tvrtke ili obrta.

- Kuhinjski namještaj potrebno popuniti dovoljnim brojem tanjura, posuda, pribora za jelo prema kategoriji i broju osoba za koje je objekt registriran.

Pored materijalnih uvjeta za obavljanje djelatnosti usluga u turizmu jako bitan faktor, ako ne i presudan je čovjek, domaćin, privatni iznajmljivač, VI!

Vi ste poveznica između ponude destinacije i očekivanja i zahtjeva Vašeg gosta. Vi ste snaga koja će od gosta koji je prvi put kod Vas, izgrađujući kvalitetan odnos s njim stvoriti zadovoljnog gosta koji Vam se vraća. Za to je potrebna primjerena komunikacija s gostom, o čemu govorimo u sljedećem poglavlju.

3. KOMUNIKACIJA I POSLOVNI BONTON

Usluga - komunikacija

Ugostiteljstvo i turizam su zanimanja u kojima ljudi žive isključivo od svog umijeća komuniciranja s drugim ljudima – gostima. Stoga su pravila uljuđenog ponašanja – bonton osnova ophođenja neovisno o tome posluži li djelatnik gosta izravno u restoranu ili na recepciji. Riječ je naprosto o profesionalnom odnosu u skladu s pravilima struke.

Uz materijalne pretpostavke koje smo opisali kao uvjet bavljenja djelatnošću iznajmljivanja smještaja privatnih iznajmljivača, onaj nematerijalni, neopipljivi element, ali jednako važan dio je upravo – usluga. Uslugu gosti pamte i o njoj će pričati svojim prijateljima, rodbini i kolegama. To nije fluidni govor stranih jezika (iako je potrebno i takvo znanje privatnih iznajmljivača), već učinkovita komunikacija koja će gostu pružiti osjećaj dobrodošlice, osjećaj da ga se cijeni. Stoga su potrebne vještine verbalne i neverbalne komunikacije (dodir, govor tijela, glas, kontakt pogledom, izraz lica, šutnja) koje pomažu izgraditi dobar odnos s gostima i koje omogućuju razvijanje boljih odnosa neophodnih za poticanje ponovljenog posjetitelja i ciljanog poslovanja.

Postoji jedna stara fraza koja se odnosi na izvrsnost usluge, a koja se odlično može primijeniti na sve sudionike u turizmu pa i na privatne iznajmljivače: "Nikada ne možete biti toliko dobri u komunikaciji da biste mogli prestati raditi na njoj".

Turističko tržište postaje sve konkurentnije - zemlje i regije aktivno pokušavaju nadmašiti druge

sličnim proizvodima. To su destinacije koje nude visoku kvalitetu usluge te se gosti osjećaju cijenjeno i dobrodošlo, a koje će težiti tome i u budućnosti. Ukoliko učinite sve da se Vaši gosti osjećaju cijenjeno kroz učinkovitu i odgovarajuću komunikaciju, oni ne samo da će se vratiti, već će o tome pričati svojim prijateljima i drugima u svojoj zemlji (uz pomoć elektroničkih medija i daleko izvan granica svoje zemlje). Hrvatska ima mnogo za ponuditi i ukoliko se prema gostima komunicira pozitivno i s određenim senzibilitetom, tada se naš ugled širi diljem svijeta i kontinuirano raste.

Rezervacija – uvjeti otkaza rezervacije

Dakle, ako ste gostima potvrdili rezervaciju i platili su vam akontaciju, onda je to fiksno potvrđeno i vrijedi i za Vas, ne samo za gosta. Prepiska emailom je prihvatljiv dokaz i doslovce se može shvatiti kao potpisani ugovor. Jedino u slučaju izvanrednih okolnosti to jest "više sile", a u to se zna što spada (ratno stanje, štrajk, vremenske nepogode, smrt u obitelji i slično), imate pravo gostima otkazati rezervaciju. U suprotnom ne. Kod potvrđivanja rezervacije, preporučamo gostu odmah poslati uvjete otkaza rezervacije (u kojim slučajevima ide povrat akontacije, u kojem roku smiju otkazati rezervaciju, i sl.).

Zadovoljstvo gosta uslugom

Kvaliteta usluge usko je vezana uz osjećaj zadovoljstva gosta uslugom, pa su iz toga razloga odavno u svijetu uvedeni standardi ponašanja kako bi se ujednačila usluga, te pružala na jednak i ispravan način. Standardizacijom prijema gostiju raste razina profesionalnosti usluge te se dobiva jednostavniji način za ostvarivanje kontakta s gostom, bilo da se gostu žele ponuditi dodatne usluge ili dobiti povratne informacije o kvaliteti pruženih.

Osnovna i početna su pitanja što posjetitelj očekuje od ljetovanja u Vašem objektu, koliko je onih koji se vraćaju, dovode li prijatelje, imate li Vi kao iznajmljivač negativnih iskustava sa pojedinim ili grupama gostiju?

Obično se u startu navodi kako gosti posebno cijene tzv. dodatnu vrijednost koja nije očekivana, kao što je: piće dobrodošlice, pomoć s prtljagom, korištenje roštilja u vrtu, korištenje ležaljki, vez za brod, voće i povrće iz vašeg vrta i sl. Upravo zbog dodatnih vrijednosti, gost će možda odlučiti ostati duže,

ponovno se vratiti, ili zanemariti pojedina negativna iskustva ukoliko ih je imao.

Osim što je gost direktan kupac usluge smještaja, on je i potencijalni kupac svih ostalih proizvoda i usluga koje se nalaze u neposrednom okruženju. Kroz dobru informiranost iznajmljivača o ponudi u destinaciji moguće je gostu ponuditi i dodatne usluge na koje možda nije ni računao kada je planirao svoj dolazak. Baš takvo iskustvo može biti odlučujući faktor za njegov (neplanirano) duži boravak, njegov povratak ili preporuku rodbini i prijateljima za dolazak. Ukoliko prepoznajete preferencije svog gosta, posvećujete mu pažnju, animirate goste i prilagođavate ponudu različitim dobnim skupinama, sve je to garantiran uspjeh Vas kao iznajmljivača.

Kako bi kvalitetu usluge zadržali na određenoj razini potrebno je pratiti zadovoljstvo samog gosta pruženom uslugom. Do spoznaje koliko je gost zadovoljan dobivenim, može se doći direktnom komunikacijom, kroz knjigu utisaka ili dojmova, te kratkim upitnikom (anketom) kojeg možete ostaviti u sobi. U svakom slučaju, povratna informacija usmjerava iznajmljivača koje bi aktivnosti ili eventualne izmjene i nadopune trebao primijeniti u svom budućem poslovanju.

Reklamacije

Reklamacije su sastavni dio svakog poslovanja pa tako i turističkog. Ukoliko dođe do reklamacije, važno je brzo reagirati, nadoknaditi neugodnosti i gnjavažu koju je gost doživio. Istraživanja su pokazala da gost koji, iako nezadovoljan prvotnom uslugom, iskusi izvrsnu sanaciju usluge, može biti zadovoljniji i odaniji nego onaj gost koji je u startu bio zadovoljan. Stoga je važno na pravi način primiti i obraditi reklamaciju te na pravi način pokušati otkloniti uzrok nezadovoljstva ukoliko je to moguće. Saslušajte gosta, pokažite razumijevanje za stanje/situaciju, ali nikako se ne smijete svađati s gostom. Budite iskreni prema gostu! Vodite se onom : "Gost je uvijek u pravu!"

Reklamacije u velikom broju slučajeva možete usmjeriti pozitivno. Osobe koje Vam reklamiraju problem još uvijek imaju namjeru surađivati s vama i njihov je cilj pokušati riješiti Vaš problem. Oni koji vam ništa ne govore, a nezadovoljni su, ti Vam se vrlo vjerojatno neće nikad više ni vratiti. Zato s gostom ne treba raspravljati, niti se nadmudrivati, već

učiniti sve što je moguće da on bude, ostane i ode (od nas) zadovoljan. Ne dopustite da Vas postupci gostiju uznemiruju.

Suvenir

Razni suveniru mogu biti idealan poklon dobrodošlice za gosta, ali i uspomena na boravak kod Vas. Napraviti taj iskorak, znači ulagati u kvalitetu u poslu iznajmljivanja apartmana i soba. Dovoljna je sitnica (domaći sapun, lavanda, bočica domaćeg pića, školjka, suhe smokve), a upamtite da će taj predmet jednoga dana u nekoj kišnoj i tmurnoj noći, negdje u svijetu govoriti o Vama, i možda presuditi da se gosti i njihovi prijatelji opet odluče za boravak kod Vas.

Često govorimo o tome kako je gostu potrebno prodati doživljaj, iskustvo. Ovo je također jedan vid toga. Svaki umor gosta, eventualna razdražljivost, prigovor na kvalitetu smještaja i slično, s malim zanimljivim poklonom u trenu će nestati. Nerijetko se i čokoladice stave na jastuke prilikom prvog dolaska gosta, a sve je više iznajmljivača koji gostima zažele dobrodošlicu nekim originalnim, autentičnim suveniru. Budite domišljati!

Koraci pri dočeku i ophođenju sa gostima :

1. Goste bi trebali dočekati osobno,
2. Uvijek svojim gostima ponudite dolazak po njih (na aerodrom, stanicu),
3. Prtljaga gostiju je Vaš problem, ne njihov,
4. Kod ulaska u objekt uvijek prvo ulazite Vi. Nikad ne zatvarajte ulazna vrata,
5. Goste obvezno mora dočekati piće dobrodošlice,
6. U kupaoni ih moraju dočekati dva mala ručnika, dva velika i jedan za pod,
7. U kupaoni ih mora dočekati zapakirani sapun i šampon,
8. Na krevetima je Vaša čista posteljina,
9. U kuhinji moraju imati svo potrebno suđe za pripremu obroka,
10. Pitajte goste imaju li nekakve osobne vrijedne stvari (pohranite ih u sef),
11. U dnevnom boravku postavite tv, radio, wi-fi, internet,
12. Dogovarate s njima dinamiku održavanja smještaja (ovisno o dužini boravka),
13. Obidite goste večer prije odlaska,
14. Zadnjeg dana boravka – anketa o utiscima,

15. Ispratite goste na odlasku,
16. Nazovite ih/ pošaljite mail i provjerite jesu li sretno stigli, kako im je bilo.

Dopisi i primjeri

Naslov - mora biti kratak, upečatljiv, dovoljno zanimljiv i informativan. Naslov je često prva, a nekada i jedina mogućnost da privučete pozornost.

Dužina rečenice - Kod pisanja treba voditi računa o dužini rečenica. Rečenice ne bi trebale imati više od 20 do 25 riječi. Kod dobrog stila pisanja većina rečenica ima između 5 i 15 riječi.

Tehnički elementi - datum pošiljatelja, primatelja, ime osobe za kontakt i broj njezinog izravnog telefona, e-maila ili mobitela, identifikaciju institucije (memorandum).

Primjer dopisa: POTVRĐIVANJE TERMINA POSJETA

Poštovani,
zahvaljujemo na Vašoj obavijesti da ćete nas posjetiti (datum). Drago nam je primiti Vas tog dana te Vam omogućiti nezaboravno ljetovanje.
S poštovanjem,

Primjer dopisa: SLANJE UPITA NAKON TELEFONSKOG RAZGOVORA

Poštovani,
sukladno našem telefonskom razgovoru, u prilogu Vam šaljem naše podatke. (Ukratko prezentirati svoju uslugu). Molimo Vas za odgovor.
S poštovanjem,

Primjer dopisa: UKOLIKO STE POPUNJENI I PREDLAŽETE NEKI NOVI TERMIN ZA LJETOVANJE

Poštovani,
zahvaljujemo na Vašem upitu. Iako trenutno nemamo slobodnih mjesta u Vašem željenom terminu, predložili bismo Vam neke druge termine kada se u našem mjestu događaju posebne svečanosti, a za tu priliku smo Vam spremni dodatno izaći u susret s posebnim cijenama. Ukoliko Vam je ovo zanimljivo, svakako ćemo Vas kontaktirati i upoznati s

detaljima.
S poštovanjem,

Primjer dopisa: PISMO DOBRODOŠLICE

Poštovani,
zadovoljstvo nam je što Vas možemo ugostiti u našem Pansionu. Na prostranom imanju, utvrđenom kamenom, smjestio se vrt i voćnjak, gospodarska zona s domaćim životinjama, golf vježbalište, tenis igralište, trekking staze i šetnice, bazen, otvoreni kamin i grill te natkriveni parking. U sam Pansion vodi Vas zanimljiva kamena staza... U domaćem ugođaju nudimo Vam najbolje što imamo...

Primjer dopisa: ZAHVALA

Poštovani,
koristimo ovu prigodu kako bismo Vam najsrdačnije zahvalili što ste nas odabrali kao domaćina za Vaš odmor.
Veselimo se Vašem posjetu!
S poštovanjem,

Načela ponašanja gost/iznajmljivač:

- **Prijateljski odnos u ophođenju**
U privatnom smještaju očekivanja gostiju glede odnosa domaćina prema njima su veća nego u hotelskom smještaju. Naime, gosti nerijetko (i s pravom) smatraju da domaćin može (i treba) posvetiti više pozornosti gostu od osoblja hotela. Gosti očekuju da im se ugađa i da ih se (koliko gost to pokaže) uključuje u život gospodarstva/mjesta.
- **Prisnost i prijaznost**
Iznajmljivač sve što radi treba raditi prirodno, iskreno što znači da njegovo ponašanje treba biti izraz njegove stvarne želje da pomogne gostu. Ako volimo svoj posao, nema bojazni od usiljenog i neprirodnog ponašanja. Na taj način razvija se prisnan odnos s gostom pa i prijateljski, ali stupanj te prisnosti određuje – gost. Pazite da ne budete prenametljiv domaćin!

- **Ljubaznost / Osmijeh**

Ljubaznost uključuje sitne, neobvezne znakove pažnje poput - zaželjeti dobar tek, ugodan dan, provjeravati zadovoljstvo (obrokom, sobom, izletom...). Ljubaznost također podrazumijeva vedar izraz lica, osmijeh, ugodan ton glasa... Iznajmljivači trebaju biti ljudi koji vole ljude, unose entuzijazam u rad, koji su vedri i nasmijani, koji će svojim izgledom i ponašanjem pozitivno djelovati na goste.

- **Fleksibilnost**

Živimo u vremenu promjena gdje ništa nije statično, pa tako ni potrebe i očekivanja gosta. Zadaća iznajmljivača je ne samo prilagođavanje tim potrebama već i predviđanje istih kako bi bili spremni na potrebnu prilagodbu. Kako je gost "iznajmljivačeva plaća", najvažnije je da on, gost, bude zadovoljan.

- **Privatnost**

Gost dolazi u destinaciju kao u svoj novi privremeni dom i očekuje u njemu, između ostalog, i zaštitu svoje privatnosti. Uz obzir i pridržavanje kućnog reda – relativna tišina i mir u zajedničkim dijelovima, a to podrazumijeva i diskreciju iznajmljivača u komunikaciji s gostima. Nasuprot tome svaka povreda privatnosti gosta može prouzročiti njegovo nezadovoljstvo ukupnom uslugom.

- **Osobnost**

Djelatnici u turizmu i ugostiteljstvu čine nematerijalni dio usluge (njen najvažniji dio) pa bi to trebali biti ljudi koji vole ljude i to im pokazuju svojim profesionalnim, ali ipak osobnim nastupom koji odražava iskreno zanimanje za gosta. U svojoj znamenitoj knjizi Autobiografija legendarni menadžer 20. stoljeća Lee Iaccoca spominje praksu svog oca koji je bio ugostitelj, a koji je smjesta otpuštao svakog djelatnika koji je bio grub s gostima uz napomenu: "Bez obzira koliko ste dobri, ne možete raditi ovdje jer rastjerujete goste".

- **Tolerancija**

Tolerancija je snošljivost prema tuđim mišljenjima i uvjerenjima, tj. obzir prema drugima. Gosti očekuju toleranciju pogotovo prema različitostima koje proizlaze iz drugačijih kultura.

- **Odgovornost**

Kad napokon stignu u svoj privremeni dom, većina gostiju se želi opustiti, a to podrazumijeva i prepustiti (se) da o njima brinu domaćini/iznajmljivači. Stoga iznajmljivač ima odgovornost za gosta i ispunjenje njegovih (marketinškim porukama stvorenih) očekivanja. Ono što gost nikako ne želi čuti je odbacivanje odgovornosti prema njemu te za njegovu imovinu i (izgubljeno) vrijeme...

- **Pouzdanost**

Pouzdanost je osobina koju gosti podrazumijevaju i bezuvjetno očekuju od iznajmljivača – i za što u konačnici plaćaju. Ukoliko gost zatraži neku informaciju ili savjet trebate mu dati ispravan i kompletan odgovor, a ne pokušavati riješiti ga se ili mu dati neproverenu informaciju (npr. plovidbeni red trajekta za otok). Ukoliko nešto ne znate ili niste potpuno sigurni – gost Vam neće zamjeriti ako mu uz osmijeh kažete da ćete (idealno istog trena) provjeriti informaciju.

- **Brižnost**

Briga za gosta i njegovo zadovoljstvo jedna je od središnjih točaka u današnjem marketingu. Tu brigu možemo izraziti na bezbrojne načine kroz tehnike pitanja poput – jeste li se dobro smjestili; je li sve u sobi prema vašim očekivanjima; kako Vam još mogu pomoći; ima li još nešto što mogu učiniti za Vas...? Naravno, da i s pitanjima treba biti oprezan – a ponašanje gostiju – najbolje pokazuje jesu li ona primjerena ili ne. Stoga goste treba pažljivo slušati i gledati.

- **Brzina**

Brzina je sljedeća kategorija koju gost uvijek očekuje. Brzina i kompletnost u odgovoru na upit, brzina i točnost u posluživanju gostiju, brzina u rješavanju pritužbi...uvjeti su bez kojih se (dugoročno) ne može. Ukoliko iz nekog razloga ne možemo poslužiti gosta pa on mora čekati trebalo bi mu to dati do znanja. Nema gorega od čekanja koje je samo po sebi iritantno i komunicira nebrigu, nezainteresiranost za gosta i njegovo gubljenje vremena. Uz to gost najčešće ne zna – ako mu to ne kažemo – razlog zbog kojeg nešto ili nekog čeka. Stoga, ako već mora čekati, treba mu, uz ispriku, objasniti zbog čega čeka i koliko će to trajati te mu

ponuditi neku drugu mogućnost (da dođe kasnije, da dobije nešto u zamjenu).

- **Swijest o klijentu**

Činjenica je da je gost naša plaća, a onaj zadovoljan - garancija dugoročnosti poslovanja, jer je za pretpostaviti da će nam se vraćati i čak preporučivati nas svojim prijateljima i prijateljima njihovih prijatelja. Bitno je osvijestiti činjenicu da mi ovisimo o njemu, a ne on o nama. Stoga svaka njegova želja, iznajmljivaču treba biti zapovijed koju treba ispuniti s radošću i sviješću o cilju, a to je zadovoljstvo gosta. Zato se s gostom ne treba raspravljati niti nadmudrivati već učiniti sve što je moguće da on bude, ostane i ode (od nas) zadovoljan.

- **Lokalne informacije**

Osim što gost boravi u apartmanu njega zanimaju atrakcije i događanja u užoj i široj okolici. Stoga i iznajmljivači trebaju biti promicatelji destinacije i primjer lijepog ponašanja (norme kulturnog ponašanja TZ) u svojoj sredini, zalagati se za uređenje svog mjesta. Svojim gostima trebaju osiguravati promotivne materijale o mjestu i okolici, u suradnji s turističkim djelatnicima predlagati izlete, posjete atrakcijama, sudjelovanje u događanjima u mjestu.

VAŽNE NAPOMENE

- Preporuča se istaknuti kućni red (na unutrašnju stranu vrata) kako bi se izbjegle eventualne potencijalne nesuglasice s gostom ili reklamacije. Obavezan je za pravne osobe.
- Pismo dobrodošlice nije obavezno, ali doprinosi boljoj komunikaciji. Njime možete istaknuti dodatnu ponudu.
- Tijekom telefonskog razgovora s Vašim gostima - smiješite se. Premda Vas ne vide, kroz Vašu boju glasa, osjećati će ljubazniju i ugodniju komunikaciju.
- Posebne uzance u ugostiteljstvu (HGK) reguliraju što učiniti s izgubljenim stvarima. Kaže da je iznajmljivač dužan gostu dostaviti ili uručiti stvari ukoliko su zaboravljene u ugostiteljskom objektu. Iznajmljivač je dužan gosta obavijestiti da su te stvari nađene i zatražiti upute o načinu njihove dostave. Troškove dostave snosi gost. Ako ih ne može uručiti, dužan ih je čuvati najmanje jednu godinu.

- Gostoprimstvo - treba pokazati da iznajmljivača veseli boravak gosta u smještajnoj jedinici. Iskazivanje poštovanja prema gostima mora biti pokazano uz naglašeno zadržavanje vlastitog dostojanstva.

- Nadarenost za improvizaciju je poželjna osobina iznajmljivača koji je u svakom trenutku sposoban kreirati prijedlog aktivnosti npr.: Što gosti mogu vidjeti u slučaju kišnog dana.

Ne zaboravite!

- Gost se treba osjećati kao da je kod kuće, da je u svom "drugom" domu.
- Upoznavanje s turističkim aktivnostima i sadržajima se dogovara nakon što se posjetitelj smjesti. Obično to treba upriličiti u udobnim prostorijama da bi posjetitelj bio opušten i kako bi mogao na miru proučiti/prihvatiti ponuđeni sadržaj. Informacije možete staviti npr. na uređeni info kutak koji je dostupan svim gostima ili pojedinačno u svaku sobu ili apartman.
- U komunikaciji s gostom vodite računa da mu u što bržem roku dostavite odgovor na upit. Uobičajeno je na e-mail upit odgovoriti u roku 24 sata. Ne dozvolite da vam se dogodi da uopće NE odgovorite na upit pa i kada su Vaši kapaciteti već popunjeni.

4. OGLAŠAVANJE I PRODAJA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

Oglašavanje putem turističke agencije privatnom iznajmljivaču znači pristup većem broju potencijalnih gostiju, zbog većeg uloga u marketing kojeg moraju izdvajati turističke agencije. One, ovisno o kvaliteti usluge koju pružaju mogu biti sve: od agenata koji će za svog gosta napraviti cijeli plan putovanja do običnih posrednika koji samo prosljeđuju upite od gosta do iznajmljivača. Rade na način da na cijenu iznajmljivača (koju oni imaju za goste) dodaju svoju proviziju koja se u praksi može kretati od 10% pa na više, no postoje i izuzeci gdje je manja. Veće agencije inzistiraju da iznajmljivači prepuste dio svoje zarade kako bi dodavanjem marže na cijenu mogli biti konkurentni standardnoj cijeni smještaja koju iznajmljivač ima za sve goste. To je i razumljivo jer nema smisla da agencija utroši vrijeme i novac

kako bi pronašla gosta kojeg će iznajmljivač privući nazad sljedeće godine s povoljnijom cijenom, mimo agencije.

Lokalne agencije poznaju dobro prilike na terenu, pa se iznajmljivaču preporuča kombinirati u prodaji smještaja i takav kanal. Plaćanje putem agencije daje (donekle) sigurnost zbog ugovorenog načina rada, gdje neke od gosta unaprijed naplate cjelokupni iznos boravka, pa po njegovu odlasku, plaćaju na račun iznajmljivača njegov dio; dok druge naplaćuju od gosta samo akontaciju (koja je obično i njihova provizija) dok preostali iznos gost plaća direktno iznajmljivaču i to po dolasku. Zbog toga su nam iznimno dragi agencijski gosti koji imaju kulturu plaćanja i čim dođu na dvorište mašu s putovnicama i žele riješiti financijski dio ljetovanja da mogu dalje bezbrižno uživati.

Sudjelovanje na sajmovima turizma je obično preskupo iznajmljivaču, ali imate mogućnost zajedničkog nastupa preko udruge iznajmljivača, Turističke zajednice ili agencije.

Putem interneta danas se ostvari preko 50% svih rezervacija u turizmu, s godišnjim prometom od preko 150 milijardi dolara, a on je glavni izvor informacija o putovanjima, kroz sve faze planiranja putovanja, stoga Vam u nastavku donosimo objašnjenje osnovnih pojmova vezanih uz internet i oglašavanje/prodaju putem interneta.

Osnovni pojmovi vezani uz online oglašavanje

Internet je javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja zajedno povezuje računala i računalne mreže korištenjem internetskog protokola. "Mreža svih mreža" koja se sastoji od milijuna kućnih, akademskih, poslovnih i vladinih mreža koje međusobno razmjenjuju informacije i razne usluge poput elektroničke pošte, chata, prijenosa datoteka, te povezanih stranica i dokumenata World Wide Weba.

Osim najjačeg prodajnog kanala, internet je i glavni izvor informacija o putovanjima, kroz sve faze planiranja putovanja.

Web 2.0 je trend u World Wide Web tehnologiji baziran na socijalizacijskoj noti koja korisnicima

omogućava sudjelovanje u kreiranju sadržaja weba. Označava interaktivnost i aktivno sudjelovanje u virtualnim zajednicama poput Facebooka. Osim navedenog u društvenu interakciju spadaju i forumi (javne rasprave o određenim temama), blogovi (osobni dnevni pisani na webu), te instant messaging ili chat (razmjena poruka u trenutnom vremenu). Pomoću Web 2.0 možemo doći do raznih informacija, ali isto tako i sami napisati određena mišljenja, iskustva ili stavove.

Mobitel sve više koristimo za obavljanje poslova u svakodnevnom životu, pa tako i u turizmu. Preko 85% putnika koristi svoje pametne telefone na putovanjima. Njih 72% objavljuje fotografije preko društvenih mreža za vrijeme odmora, a 46% putnika se ulogira na svoj profil na društvenim mrežama tijekom odmora. Turisti ga najčešće koriste za fotografiranje, korištenje karti, pretragu restorana, pretragu aktivnosti i lokalnih atrakcija te *check in* prije leta avionom.

E-marketing (internet marketing, web ili online marketing) pojam je internacionalan, a označava oglašavanje proizvoda i usluga putem interneta. Glavna prednost e-marketinga je njegov globalni doseg, niži troškovi u odnosu na obični marketing, olakšana mogućnost pristupa malih i srednjih poduzeća globalnom turističkom tržištu. Lako su mjerljivi rezultati aktivnosti, moguća je personalizacija marketinških aktivnosti te je veća fleksibilnost, odnosno mogućnost brze reakcije na nove tržišne trendove.

Vlastita Web stranica

Vlastita web stranica je osnova internet marketinga. Putem vlastite internet stranice iznajmljivač može za sebe zadržati najviše po rezervaciji od svih internet prodajnih kanala. Ona svoju svrhu ispunjava već i kao online vizitkarta, jer vaši stari gosti mogu pokazati svojim prijateljima gdje su bili i tako vas preporučiti.

Uspješnost Internet stranice (a i općenito prodaje putem interneta) počiva na četiri stupa:

- kvalitetan sadržaj (tekstovi, fotografije, video, izgled)
- vidljivost (prisutni ste na što više mjesta na internetu - online marketing)
- imidž (vaša online reputacija)
- konverzija (stranica vodi ka rezerviranju).

Kvalitetu izrade Internet stranice možete ocijeniti prema sljedećim kriterijima:

- prilagođena je za Google i ostale tražilice
- vizualno je atraktivna
- funkcionalna je
- jednostavno možete mijenjati njen sadržaj
- izrađena je u sustavu otvorenog koda
- prilagođena je za mobilne uređaje.

Google Analytics je besplatan proizvod, odnosno usluga koju nudi Google, a njegova je osnovna namjena pružiti detaljne statističke podatke o posjetiteljima određene internet stranice. Google Analytics omogućuje naprednu digitalnu analizu za velike i male tvrtke koje posluju na webu. Uz pomoć ovog alata možemo saznati brojne informacije, a ako naučimo kako "pročitati" iste, odnosno iskoristimo ih u pravom smjeru, možemo mnogo toga postići. Uz pomoć Google Analytics možemo iščitati koje su marketinške inicijative najučinkovitije, saznati odakle dolaze posjetitelji, što rade na web-stranici, koji su online oglasi najučinkovitiji, koje stranice najduže zadržavaju posjetitelje te koje pojmove za pretraživanje korisnici koriste za pronalaženje web-lokacije.

Društvene mreže kao kanal promocije

Društvene mreže nam omogućavaju znatno nižu cijenu oglašavanja u odnosu na klasične medije pristupom velikom broju potencijalnih gostiju koji svakodnevno koriste društvene mreže.

Onaj tko prepozna značaj društvenih mreža (Facebook, Twitter) i koristi ih u promociji svog smještaja u prednosti je pred konkurencijom (pogotovo kad su u pitanju nove društvene mreže). Većina posjetitelja koji dolaze u Hrvatsku koristi te društvene mreže pa se oglašavati treba tamo gdje su nam (potencijalni) gosti.

Facebook kao društvena mreža koja danas u svijetu broji preko milijardu korisnika, nudi mnoge koristi na osobnoj i poslovnoj razini. Kada govorimo o poslovnoj koristi i prednostima Facebooka, konkretno govorimo o Facebook stranicama (pages), te Facebook (plaćenim) oglasima kojima stranicu možemo promovirati. Važno je redovito dodavati nove sadržaje i aktivnosti.

Twitter predstavlja neformalan i direktan način komunikacije. Važno je da pišete o onome čime se bavite kako bi privukli tržišni segment koji vam od-

govara. Osnova prednost korištenja Twittera u turizmu je upravo njegova jednostavnost i mogućnost pretraživanja svih tvitova koje korisnici pišu. Za Twitter je jako važna brzina reakcije.

Foursquare - geolokacijska društvena mreža koja broji preko 30 milijuna korisnika. U Hrvatskoj nema veliku popularnost (manje od 10.000 korisnika) kao u inozemstvu. Preporučamo ga za oglašavanje hotela, kampova, restorana, barova i sl.

Blog

Pisanje bloga u turizmu daje potpuno novu dimenziju pojmu bloga u marketinškom smislu, jer je važno da blogom prenesete doživljaj potencijalnim korisnicima vaših usluga i destinacije kroz zanimljiv i primamljiv sadržaj, kako biste ih privukli. Dijelite s njima iskustvo, doživljaj pa i emocije. Objavljivati morate redovito i integrirajte ga u svoju web stranicu.

Google kampanje

Oglašivačkim kampanjama može se doći do vidljivosti na Google-u i tako pristupiti potencijalnim gostima. Prednost ovih kampanja je u tome što su rezultati odmah vidljivi. Naša preporuka je da se za prvi put obratite specijaliziranoj agenciji za oglašavanje, jer je potrebno znanje i iskustvo da bi se kampanja ispravno postavila. Također preporučujemo da se inicijalno cilja što uže tržište, kako bi se uz što manji ulog došlo do rezultata, a ne da se ulog rasprši.

On line agencije koje su zastupljene na području SDŽ

Booking.com – definitivno portal s najviše rezervacija na svijetu. U početku je bio zanimljiv samo hotelima, ali zadnjih nekoliko godina vrlo popularan među privatnim iznajmljivačima. Traže ugovor za trećinu kapaciteta "puno za prazno", bez plaćanja. Mogućnost kratkog boravka (1 noć), kasni otkaz rezervacije (24 sata prije), ali punjenje kapaciteta tijekom cijele godine. Bez obzira na to što ih određen broj iznajmljivača otvoreno ne podržava ne može im se osporiti broj rezervacija i upita koji su sposobni odraditi i poslati iznajmljivaču. Ako se slažete s njihovim uvjetima poslovanja imate našu preporuku za njih.

Airbnb – pravi “hit portal” zadnjih 2-3 godine, najjači portal za direktnu komunikaciju s gostom. Privremeno nude besplatno fotografiranje što je odlična prilika za kvalitetno oglašavanje. Bez obzira da li Vas puni skoro isključivo on, ili Vam pošalje par rezervacija godišnje, za njega imamo samo riječi hvale i preporuku da se na njemu oglasite.

Apartmanija.hr – kvalitetan oglas kod njih može redovno donositi veliki broj upita. Ukoliko se odlučite za plaćenu varijantu i varijantu s Facebook oglasom broj upita će stvarno biti nevjerojatan (nakon aktivacije Facebook oglasom u par dana pristiglo preko 40 upita!).

Adriatic.hr – imaju 15-godišnje iskustvo i jedna od boljih domaćih agencija, preko 10.500 smještajnih jedinica i s mrežom od 240 subagenata. Iznajmljivačima daju informacije o poziciji na njihovoj listi i pretragama, te kako poboljšati rangiranu poziciju. Ako ste na traženoj lokaciji mogu vam slati redovno goste.

Adriagate.com – djeluje od 2001. g., ima urede u 3 zemlje, stranice prevedene na 13 jezika posjeti godišnje 4 mil. posjetitelja. U 2013. god preko 40.000 gostiju bukiralo je preko njih. Imaju preko 100 subagenata i u ponudi 9.000 smještajnih jedinica na preko 300 destinacija.

Novasol.hr – preporuka za apartmane i kuće s bazenima, obiteljski, luksuzni, ali i prosječni apartmanski smještaj. Imaju velika ulaganja u marketing i pristup globalnom tržištu, jedan od vodećih portala za privatni smještaj Europe. Mogućnost raspolaganja (ugovaranja) 3 tjedna (termin po izboru) za vlastite goste, praćenje rezervacija i prodaje kapaciteta, isplata unaprijed.

To Islands Travel – posluju već 10 godina, u ponudi 8.500 smještajnih jedinica, suradnja s preko 3.500 privatnih iznajmljivača, djeluju na području cijele srednje Dalmacije i otocima. Broj upita i rezervacija nije prevelik, ali je redovan i siguran (imali su 10.000 rezervacija u 2013. g.) Iznajmljivači koji već više godina surađuju s njima zadovoljni su suradnjom.

HrvatskaApartmani.hr – Pozitivna iskustva s njima imaju iznajmljivači srednje i južne Dalmacije i za to područje su kvalitetni.

Smjestaj.com.hr – ima nekoliko preporuka gdje su stavljeni u sami vrh posrednika. Nažalost nema informacije s kojeg područja su iznajmljivači koji su ih preporučili, ali imajte ih svakako u vidu.

Hotelbeds.com – Gulliver travel, TUI grupacija, prisutan 10 godina, rad s manjim brojem objekata koji zadovoljavaju TUI standarde, više rade s hotelskim smještajem.

HouseTrip – postaje sve popularniji kod nas. Sistem poslovanja je sličan Airbnb-u što mu daje veliku atrakciju kod prikupljanja novih iznajmljivača i gostiju. Neke iznajmljivače kod nas već zavidno puni, a kako još nisu svi upoznati s njim bolje da se na njega prijavite prije nego ga i ostali iznajmljivači primijete.

TripAdvisor – tu imate priliku ispričati priču o Vašem objektu ili pak o usluzi koju nudite, te dobiti ocjenu (recenziju) o istom. Njegova najveća prednost je činjenica da ste u direktnom kontaktu s posjetiteljima/korisnicima te ste u mogućnosti pratiti svaki *review* i pravovremeno na njega odgovoriti. Savjetuje se da odgovarate na sve komentare, bili oni pozitivni ili negativni. Neke agencije nemaju mjesečni promet za sav smještaj koliko TripAdvisor može samo jednom iznajmljivaču na popularnoj lokaciji u istom tom mjesecu poslati pregleda, iskustva drugih iznajmljivača su nevjerojatna i ništa Vas ne košta da ih isprobate.

VAŽNE NAPOMENE

- Nakon odabira agencije (ili više njih) putem koje se želite oglašavati ili zaključiti ugovor o poslovnoj suradnji, vodite računa o Vašem materijalu (fotografije, video) kojima se prezentirate na stranicama agencija. Ulog u kvalitetne fotografije i video su neke od najvažnijih stavki i najkorisnija marketinška investicija, stoga se potrudite kako bi što bolje prezentirali svoje smještajne kapacitete. Istaknite ono po čemu ste jedinstveni!

- Zakonom o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, NN 88/10) stoji:

da se smještaj (ili bilo koje druge usluge) ne može reklamirati i nuditi na cesti i da je oglašavanje na javnoj površini bilo kakve vrste kažnjivo.

Ujedno, to je loša slika koju dajemo u svojoj destinaciji i poslovanju privatnih iznajmljivača. Takvim istupom ruše se cijene usluga kao i ugled mjesta. Slobodni kapaciteti mogu se reklamirati na vlastitoj parceli (postavljanje oglasa), a ne na javno-prometnoj površini.

- Prilikom oglašavanja i reklamiranja usluga i isticanja poruka u promidžbenim materijalima, iznajmljivač ne smije koristiti oznaku propisane vrste i kategorije objekta koja nije utvrđena rješenjem nadležnog ureda.

- Prilikom rezervacije smještaja, ne ustručavajte se tražiti akontaciju/predujam. Na taj način Vi imate sigurnost, a gostu šaljete poruku o ozbiljnosti usluge koju pružate. Uobičajeni iznos je 25-30% vrijednosti buduće usluge (ili fiksni iznos koji sami odredite).

5. OBAVEZE I PRAVNA REGULATIVA

REGISTRACIJA PRIVATNOG IZNAJMLJIVAČA

Kada krećete u postupak registracije privatnog iznajmljivača sve potrebne informacije zatražit ćete u Vama najbližem (nadležnom) uredu državne uprave, službi za gospodarstvo, ali je uvjet da morate precizno i točno znati koju vrstu forme i registracije djelatnosti želite. Valja napomenuti da ukoliko želite registrirati hotel ili kamp odmorište, onda informacije o minimalnim uvjetima nećete dobiti u uredu državne uprave na Vašem području već u Ministarstvu turizma, Odjelu za kategorizaciju, u Zagrebu.

Ovdje je popis neophodnih dokumenata koje je potrebno priložiti zahtjevu za dobivanje Rješenja za iznajmljivanje postelja turistima. Ukoliko nedostaje neki od nabrojanih dokumenata, osobi/podnosiocu zahtjeva neće biti usvojen zahtjev te neće dobiti pozitivno Rješenje za djelatnost iznajmljivanja i ne može riješiti svoj status iznajmljivača.

1. Preslik osobne iskaznice

2. Liječnička svjedodžba da osoba ne boluje od duševnih i zaraznih bolesti (čl. 23., 24. i 25. Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u

domaćinstvu – Narodne novine br. 88/07, 58/07 i 45/09). Iznajmljivači zdravstvene potvrde, uvjerenja ili svjedodžbe dobivaju od svojih obiteljskih liječnika ili liječnika opće prakse. Može se pribaviti i od liječnika specijalista u ambulanti medicine rada, međutim tu se potvrdu mora platiti. Napomena: u zakonu nije propisano kako takav dokument mora izgledati, pa su u praksi moguća različita tumačenja. Potvrdu od ovlaštene zdravstvene ustanove je potrebno po pravilniku pribaviti isključivo u mjesecu travnju, oko čega također ima u praksi različitih tumačenja.

3. Dokaz o vlasništvu – zemljišnoknjižni izvadak.

Kupoprodajni ugovor se načelno ne priznaje (osim u iznimnim situacijama, npr. ukoliko na toj lokaciji ne postoje zemljišne knjige). Priznaje se i podneseni zahtjev za legalizaciju nezakonito izgrađene zgrade, na ime podnositelja (takva zgrada nije, niti može biti u zemljišnim knjigama),

4. Dokaz da se građevina može koristiti odnosno izdano rješenje za obavljanje djelatnosti sukladno odredbama Zakona o prostornom uređenju i gradnji (Narodne novine br. 76/07 i 38/ 09), a u praksi su moguće varijante:

A. za građevine izgrađene prije 15.02.1968. – uvjerenje Gradskog ureda za katastar i geodetske poslove da je kuća upisana u katastarskom operatu prije 15.02.1968. (s izvodom iz katastarskog plana kao sastavnim dijelom uvjerenja)

B. za građevine izgrađene od 16.02.1968. do 19.06.1991. – konačna uporabna dozvola ili pravomoćna građevinska dozvola izdana do 19.06.1991. i potvrda građevinske inspekcije da u svezi s tom građevinom nije u tijeku postupak građevinske inspekcije.

C. za građevine izgrađene od 20.06.1991. do 01.10.2007. – konačna uporabna dozvola ili pravomoćna građevinska dozvola izdana od 20.06.1991. do 30.09.2007. i uvjerenje za uporabu kojom se utvrđuje da je građevina izgrađena u skladu s građevinskom dozvolom u pogledu vanjskih gabarita i namjene

D. za građevine izgrađene nakon 01.10.2007. – konačna uporabna dozvola, a za objekte do 400 m² dovoljno je rješenje o uvjetima građenja te izvješće nadzornog inženjera o izvedbi građevine s dokazom da je investitor predao navedeno izvješće nadležnom tijelu graditeljstva

5. Uvjeti za kategorizaciju apartmana, sobe ili kuće za odmor (tablice u prilogu).

6. Rješenje o ispunjenim uvjetima za zaštitu od buke – odnosi se na rješenje koje donosi županijska sanitarna inspekcija (Ministarstvo zdravstva i socijalne skrbi, Uprava za sanitarnu inspekciju, Služba županijske sanitarne inspekcije) da su ispunjeni uvjeti za zaštitu od buke.

7. Izvješće o ispravnosti električnih instalacija (atest ovlaštene tvrtke).

8. Izvješće o nepropusnosti plinskih instalacija (atest ovlaštene tvrtke).

9. Izvješće o higijenskoj ispravnosti vode za piće iz kuhinje (atest Higijenskog zavoda).

10. Uvjerenje o ispravnosti plinskog trošila (atest ovlaštene tvrtke).

11. Upravna pristojba u upravnim biljezima (ex taksene marke) u iznosu od 70,00 kuna i 50,00 kuna na žiro račun u korist proračuna Grada (Mjesta) i svrhom: upravna pristojba.

12. Kad pribavite sve navedene dokumente, za drugu fazu **potrebno je ishoditi MTU ili MINIMALNE TEHNIČKE UVJETE**. U to spada oprema, namještaj i sve ono što Vam uređenost i interijer apartmana mora zadovoljavati. To je ujedno i ono što će Vam odgovarajuća komisija doći pogledati i konačno reći možete li dobiti Rješenje ili je potrebno napraviti još neke preinake. Pravilnik i obrasce možete naći na web stranici Ministarstva turizma RH (www.mint.hr) ili direktno u propisima koji to reguliraju: Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, 152/08, 43/09, 88/10, 50/12 i 80/13) i Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07, 58/08 i 45/09).

PRIJAVE U USTANOVE

Nakon što ste ishodili Rješenje o obavljanju djelatnosti, potrebno je uputiti se s kopijom i originalom Rješenja u MUP (nadležnu policijsku postaju), Poreznu upravu (nadležnu poreznu ispostavu) i Turističku zajednicu.

Provjerite u nadležnoj Turističkoj zajednici jesu li dobili Vaše Rješenje.

OSNOVNE OBVEZE IZNAJMLJIVAČA

Uz puno sati rada na marketingu i internetu, čeka Vas i stalna briga i udovoljavanje sljedećim obavezama:

- imati Rješenje o odobrenju pružanja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu koje izdaje Ured državne uprave – Služba za gospodarstvo

- na ulazu ili u neposrednoj blizini objekta vidno istaknut, na propisani način, natpis s oznakom vrste i kategorije objekta - standardizirana ploča, sukladno Pravilniku. Nove ploče imaju i oznaku sa zvjezdicama. Iznajmljivači koji imaju stare ploče bez zvjezdica mogu ih zamijeniti novima, ali nisu dužni. (Standardizirane ploče za objekte mogu proizvoditi sve fizičke i pravne osobe – proizvođači (obrtnici, tvrtke), koji za tu proizvodnju pribave prethodnu suglasnost Ministarstva turizma. Proizvođač koji ima suglasnost Ministarstva je Kordun – marketing d.o.o., Matka Laginje 10, 47000 Karlovac. Proizvođaču je potrebno poslati kopiju uplatnice, kopiju rješenja o kategorizaciji, točnu adresu na koju treba isporučiti ploču)

- svake godine u travnju pribaviti zdravstveno uvjerenje (izdaje obiteljski liječnik) i posebno uvjerenje ukoliko pružate usluge prehrane (izdaje ovlaštena ustanova – npr. ZZJZ)

- cjenik usluga vidno istaknuti u svakoj smještajnoj jedinici (sobi, apartmanu, kući za odmor, kampu). Mora sadržavati cijene usluga koje se nude izražene u kunama, broj (naziv) smještajnog objekta, informaciju o plaćanju boravišne pristojbe (ukoliko boravišnu pristojbu plaćate u godišnjem paušalnom iznosu, u cjeniku navedite da je boravišna pristojba

uključena u cijenu). Osim na hrvatskom, cjenik mora biti napisan i na jednom stranom jeziku

- prijava i odjava gosta u zakonskom roku, odjava najkasnije u roku od 24h po odlasku
- voditi Popis gostiju na propisani način u obliku uvezane knjige ili u elektroničkom obliku. Upisati sve goste kojima se pruža usluga noćenja, uključujući i agencijske. Popis gostiju koji se vodi u obliku uvezane knjige čuvati najmanje dvije godine nakon što je knjiga popunjena. Popis gostiju koji se vodi elektronički na osobnom računalu, po isteku kalendarske godine ispisati i/ili pohraniti na odgovarajućem mediju i čuvati najmanje dvije godine. Ukoliko popis gostiju vodite u elektroničkom obliku, imajte na umu da ga u slučaju inspekcijskog nadzora uvijek morate biti u mogućnosti dati na uvid
- voditi Evidenciju prometa u uvezanoj knjizi u koju upisujete svaki izdani račun
- izdavati račune gostima za pružene usluge prema važećem cjeniku sa svim propisanim elementima: ime i prezime iznajmljivača, Vaš OIB, ime i prezime gosta, broj i datum računa, za svaku pruženu uslugu - vrsta, količina i cijena usluge, odnosno eventualno odobreni popust, ukupni iznos računa i potpis. Obavezno zadržati za sebe u bloku kopiju tog računa. Iznajmljivači koji boravišnu pristojbu plaćaju u godišnjem paušalnom iznosu, u računu ne navode posebno iznos boravišne pristojbe jer je uključena u cijenu (uz napomenu "boravišna pristojba je uključena u cijenu usluge smještaja")
- po završetku sezone platiti članarinu TZ (u propisanom % na ostvareni promet)
- platiti boravišnu pristojbu u predviđenom roku
- platiti porez na dohodak u predviđenom roku.

Propisi koji reguliraju pružanje turističkih usluga su:

- **Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti** (NN 43/09, NN 88/10, NN 138/06, NN 152/8)
- **Zakon o pružanju usluga u turizmu** (NN 68/07 i 88/10)
- **Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu** (NN 88/07, 58/08 i 45/09)
- **Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu** (NN 05/08, NN 48/08 - ispravak, NN 44/11 i NN 118/11).

OBVEZE IZNAJMLJIVAČA TIJEKOM POSLOVNE GODINE

A) BORAVIŠNA PRISTOJBA

Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu plaćaju godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe za svaki krevet i smještajnu jedinicu u kampu sukladno Rješenju o odobrenju. Na dodatne (pomoćne) krevete ne plaća se godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe. Ako je prosječna popunjenost na području općine duža od 40 dana (provjeriti u TZ), svi iznajmljivači (do i preko 4 postelje) dužni su plaćati godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe po krevetu. Boravišnu pristojbu po noćenju plaćaju samo pravne osobe (tvrtke i obrti, kamp itd.) i svi nekomercijalni gosti, prijatelji i daljnja rodbina vlasnika kuća i stanova za odmor (svi koji nisu prvi srodnici ili uža obitelj vlasnika). Godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe uplaćuje se na uplatni račun boravišne pristojbe, i to: odjednom do 31. srpnja tekuće godine ili u tri rate od kojih prva dospijeva do 31. srpnja, druga do 31. kolovoza, a treća do 30. rujna tekuće godine.

B) ČLANARINA TZ

Stopa članarine ovisi o turističkom razredu naselja u kojem je smještajna jedinica (A, B, C ili D) i o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se fizička osoba bavi. Primjenjuje se na ukupan promet prikazan u Knjizi evidencije prometa.

Stopu članarine ćete dobiti u nadležnoj Turističkoj zajednici, koja Vam ujedno može pružiti pomoć kod izračuna iznosa članarine koju ste dužni platiti.

C) GODIŠNJI PAUŠALNI POREZ NA DOHODAK

Utvrđuje se poreznim rješenjem kojeg donosi i dostavlja na kućnu adresu nadležna ispostava područnog ureda Porezne uprave u četiri godišnje rate.

VAŽNE NAPOMENE

- U praksi većih Turističkih zajednica je da se svake godine informiraju o eventualno nastalim promjenama u zakonodavstvu te na osnovu tih podataka izrađuju Informativne upute za pružanje ug. usluga u domaćinstvu. Potražite svake godine nove Upute u nadležnoj Turističkoj zajednici.
- Fizička osoba / privatni iznajmljivač koji nije obrtnik ili trgovac, može pružati usluge smještaja u 10 soba, odnosno 20 postelja, u koji se ne ubrajaju pomoćni kreveti.
- Možete zatražiti registraciju za cjelogodišnje poslovanje ili samo ljeti – za razdoblje od 1. svibnja do 31. listopada. Ako Vam odgovara, registraciju možete zatražiti i za kraće razdoblje nego što je ljetna sezona.
- Sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07 i NN 88/10), turističko seosko obiteljsko gospodarstvo može se registrirati kao seljačko gospodarstvo i pružati sljedeće usluge: sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima kao što su berba voća i povrća, ubiranje ljetine i sl., lov i ribolov, vožnja kočijom, čamcem, biciklom, jahanje, pješačenje i slične aktivnosti kao i iznajmljivanje sredstava, pribora i opreme za te aktivnosti, provođenje programa kreativnih i edukativnih radionica vezanih za poljoprivredu, tradicijske obrte i sl., prezentacija poljoprivrednoga gospodarstva te prirodnih i kulturnih vrijednosti u okviru istog, posjete registriranim privatnim etnozbičkama i sl. Ovo konkretno znači da ste na svojem turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu u mogućnosti nuditi dodatne usluge i aktivnosti gostima sukladno Vašim željama i mogućnostima te za iste i ishoditi valjanu registraciju. Ove usluge možete pružati najviše za 80 osoba istodobno.
- Rješenje o kategorizaciji prenosivo je na nasljednika. Nasljednik iznajmljivača utvrđen u rješenju o nasljeđivanju, odnosno osoba koja je od iznajmljivača darovanjem ili na temelju ugovora o doživotnom uzdržavanju stekla pravo vlasništva nad

nekretninom u slučaju opravdane nemogućnosti iznajmljivača da nastavi s pružanjem usluge (bolest, starost, poslovna nesposobnost i sl.) može nastaviti pružati ugostiteljske usluge u domaćinstvu kao iznajmljivač, sukladno rješenju o odobrenju izdanom ranijem iznajmljivaču, uz ishođenje rješenja o odobrenju koje će na njegov zahtjev izdati Ured za turizam. Uz zahtjev se obvezno prilaže izjava da nije došlo do bitnih promjena vezanih za objekt koje bi utjecale na prestanak ispunjavanja propisanih uvjeta uređenja i opreme za vrstu i kategoriju objekta u kojem se pružaju usluge. U slučaju da više nasljednika i/ili daroprimatelja, koji nisu suvlasnici nekretnine u kojoj se usluge pružaju, zatraže izdavanje rješenja o odobrenju isto će im se izdati za njima pripadajući smještajni kapacitet, a u slučaju da ima više nasljednika, daroprimatelja i/ili davatelja uzdržavanja koji su suvlasnici takve nekretnine rješenje će se izdati onom koji ishodi suglasnosti svih ostalih suvlasnika.

- Mogućnost izdavanja privremenog rješenja. Iznimno, za ugostiteljski objekt (soba, apartman i studio apartman) ugostitelju će se izdati privremeno rješenje o ispunjavanju uvjeta za vrstu i kategoriju ugostiteljskog objekta, do izvršnosti rješenja o promjeni namjene toga prostora u poslovni prostor, a najduže do 31. prosinca 2016. godine, s tim da je za objekte koji se nalaze u zgradi čija je građevinska (bruto) površina veća od 400 m² potrebno ishoditi pozitivno mišljenje tijela nadležnog za zaštitu od požara. Iznimno, osobi koja je podnijela zahtjev za pokretanje postupka ozakonjenja nezakonito izgrađene građevine za manje zahtjevnju zgradu, izdat će se privremeno rješenje, do izvršnosti rješenja kojim će se odlučiti o zahtjevu ugostitelja, a najdulje do 31. 12. 2016. godine, ukoliko je vlasnik zemljišta na kojem se nalazi građevina za koju je podnesen zahtjev za ozakonjenje nezakonito izgrađene građevine, i da je u roku podnio zahtjev za pokretanje postupka ozakonjenja nezakonito izgrađene građevine u kojoj će pružati usluge smještaja.

- Prema izmjenama Zakona o Porezu na dodanu vrijednost (PDV), koje je Sabor RH izglasao 17. veljače 2012. godine, privatni iznajmljivači koji do kraja tekuće godine ne ostvare primitke veće od 230.000 kn ne postaju obveznici poreza na dodanu vrijednost (PDV) od 01.01. sljedeće godine i nisu obvezni prijaviti se u sustav obveznika PDV-a u nadležnoj Poreznoj upravi.

Autor:

Ana Brničević za Privatnu srednju školu Wallner, TZ Brela

Izdavač:

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije

Izdanje:

04/2014

Korištena literatura:

Privatna škola Wallner: Edukacija privatnih iznajmljivača, 2013

<http://www.mint.hr/default.aspx?id=6696>

<http://www.klub-iznajmljivaca.com/turisticka-clanarina/>

<http://www.iznajmljivaci20.com/2012/06/sve-sto-trebate-znati-o-suradnji-s-turistickim-agencijama-1-dio/>

<http://www.hrvatskaapartmani.hr/posebna-ponuda-oglasavanja-apartmana.aspx>

http://akcija.com.hr/Kako_koristiti_drustvene_mreze_u_turizmu.pdf

Izvor korištenih fotografija:

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije