Analiza ponude kućica na drveću kao smještajnih kapaciteta u Ličko-senjskoj županiji

Fijolić, Vedran

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University of Applied Sciences / Veleučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:146:989137

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

VERN' University Repository





VELEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Turizam – turistički i hotelski menadžment

ZAVRŠNI RAD

Analiza ponude kućica na drveću kao smještajnih kapaciteta u Ličko-senjskoj županiji

Vedran Fijolić

Zagreb, 2018.

VELEUČILIŠTE VERN'

Preddiplomski stručni studij

Turizam – turistički i hotelski menadžment

ZAVRŠNI RAD

Analiza ponude kućica na drveću kao smještajnih kapaciteta u Ličko-senjskoj županiji

Mentor: Krunoslav Babogredac, mr.oec, pred. **Student**: Vedran Fijolić

Zagreb, travnja 2018.

SADRŽAJ

SAŽETAK ..... **I**

ABSTRACT ..... **II**

1. UVOD **1**

2. PREDUVJETI ZA POKRETANJE POSLOVNE IDEJE **3**

2.1. Turistički promet u Hrvatskoj 3

2.2. Uvjeti za ugostiteljski objekt 5

2.3. Povijest kućica na drveću 7

3. KONCEPT KUĆICA **9**

3.1. Geografski položaj 9

3.2. Cjenik 11

3.3. Interijer i eksterijer 11

4. ANALIZA KONKURENTNOSTI **15**

4.1 SWOT analiza koncepta kućica na drveću 15

4.2. COMPSET SWOT (engl. hotel competitive set analysis) 17

5. MARKETING PLAN, ULAGANJE I TROŠKOVI **18**

5.1. Marketing plan 18

5.2. Ulaganje i troškovi 19

5.3. Predviđeni troškovi izgradnje 21

6. ISTRAŽIVANJE **22**

7. ZAKLJUČAK **32**

LITERATURA

POPIS TABLICA I SLIKA

PRILOG 1 : Anketni upitnik

SAŽETAK

Predmet ovog završnog rada je analiza ponuda kućica na drveću kao smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj i to na području Ličko-senjske županije. Cilj je rada istražiti nove mogućnosti koje bi poboljšale trenutnu ponudu smještaja u kućicama na drveću te iskoristiti ideje i mogućnosti za realizaciju poslovne ideje u okviru budućeg poduzeća autora. Većina je prikupljenih podataka iz sekundarnih izvora, jedini primarni podaci koji su se koristili u ovome radu jesu izračuni ulaganja i očekivani troškovi budućeg poduzeća te rezultati provedenog istraživanja (anketa).
Sve tablice i slike koji su prikupljeni s ažuriranih i pouzdanih izvora analizirani su prema trenutnoj situaciji na tržištu Republike Hrvatske. Znatan dio informacija prikupljen je s Interneta jer se na tome mjestu nalazi najveća ponuda te vrste smještaja kao i informacije o proizvodima i uslugama potrebne za analizu. Nadalje, radom je prikazano da ova niša i oblik ugostiteljskog smještaja na području Hrvatske nije razvijena te da postoji potencijal i puno mjesta za razvijanje i napredak. Kako bi se ovakav oblik smještaja razvio potrebno je uložiti i mnogo napora u marketing proizvoda.

Ključne riječi: Hrvatska, turizam, ugostiteljstvo, turistička ponuda, anketa, poslovna niša

ABSTRACT

Analysis of tree houses as accommodation facilities in Croatia

The subject of this thesis is the analysis of tree houses as accommodation facilities in Croatia. The goal is to explore new opportunities for improving the current offer and to benefit from ideas and opportunities within the business concept in author's future entrepreneurship. Most of the collected data comes from secondary sources and the only primary data used in this thesis are investment calculations, the expected costs of the future enterprise and the results of the survey conducted by the author trough online channels. All the tables and graphs are analyzed according to the current situation on the Croatian market, collected from up-to-date and reliable sources.
The majority of the information was gathered from the Internet because it contains the largest number of accommodation facilities, as well as the information about the products needed for the analysis. Furthermore, in this thesis we wanted to show that this niche and type of accommodation in the area of the Republic and Croatia have not been completely developed and that there is the potential and plenty of room for development and progress. In order to develop this type of accommodation, it is necessary to invest a lot of effort in product marketing.

Keywords: Croatia, tourism, hospitality, tourist deals and packages, survey, business niche

1. UVOD

Predmet je završnog rada analiza postojećeg stanja ulaganja u otvorenje kućica na drveću kao smještajnog objekta u Ličko-senjskoj županiji. Svrha je rada upoznati se s poviješću kućica, saznati koji su minimalni uvjeti za takav smještaj, kako se gradi kućica te na kraju rada zaključiti isplati li se autoru ulagati u poslovnu ideju.

Čovjek danas živi užurbanim načinom života u modernom svijetu pametnih telefona i pametnih televizora te je preokupiran obvezama, time često zaboravlja na obitelj i bližnje, a i na samoga sebe. "Sve odrasle osobe su najprije bile djeca (ali se malo njih toga sjeća.)" rekao je Antoine de Saint-Exupery[1] što je autora navelo da odabere ovu temu za završni rad jer smatra da u svakoj osobi kada odraste, treba ostati ipak ono malo dijete ili barem dio toga. Prirodno je da svaka osoba treba odmor od onoga što radi svakodnevno, i to najčešće 5 dana u tjednu. Jedan od najboljih načina da se ukloni stres i ostale negativne stvari kojima je okružen jeste izlazak na svježi zrak ili putovanje izvan svoje svakodnevne sredine, a to je moguće u prirodi u smještaju poput kućice na drvetu.
Robinzonski smještaji su relativno nova pojava u svijetu dok su na hrvatskim područjima prisutni tek oko godinu, dvije, stoga autor želi podići svijest o novim, inovativnim i ekološki osviještenim smještajnim kapacitetima.

Neobični smještaji postaju sve popularniji trend u turizmu i u tome autor svojim znanjem i informiranosti koje je stekao tijekom školovanja na veleučilištu 'VERN' prepoznaje mogućnost napretka na hrvatskom tržištu. Prije ulaska na tržište svaki bi poduzetnik trebao analizirati tržište na koje želi ući te imati detaljno razrađen poslovni plan kako bi utvrdio isplativost te kako se ne bi zadužio i ostao u gubitku.

Vizija je autorovog ugostiteljskog objekta da bude prepoznatljiv po kvaliteti i usluzi proizvoda te biti dosljedan u promicanju izvrsnosti, noviteta i održivog razvoja. Misija je upoznati europsko tržište s ponudom, ponuditi posebnu priču oko uređenja i dizajna svake kućice te pružiti najbolju moguću uslugu.

[1] Antoine de Saint-Exupery (2012.) *Mali princ*

Ovakav smještajni objekt ne može imati kategoriju u smislu broja zvjezdica, već se može kategorizirati kao objekt za robinzonski smještaj. Hrvatska iz godine u godinu broji sve više noćenja i dolazaka turista. Najveći se broj turista broji na području Dalmacije i Istre (općenito na područjima uz more) te su najviše zastupljeni hotelski i privatni smještaji. Kako raste broj turista dolazi do prezasićenosti te autor smatra da je najbolje vrijeme da se ponuda proširi i na područja koja do sada nisu bila toliko u fokusu, a pružaju veliki broj mogućnosti i neka nova iskustva. Jedno od takvih područja je upravo Ličko-senjska županija. Svaki hotel pokušava doći do novih odgovora i rješenja kako privući nove potrošače te kako ih zadržati, a zatim kako ih „natjerati" da potroše više. Može se reći da je danas u hotelijerstvu najvažnija diferencijacija koja privlači potrošače na dolazak i boravak u smještajima koji se ne mogu pronaći u svakoj zemlji. Pod diferencijaciju se uvrštava personalizirana usluga, ali ono što uglavnom razlikuje hotel od hotela prije svega je vanjski izgled, zatim dolazi unutarnji interijer te ostale komponente hotela. Najistaknutiji hoteli bi bili oni koji se već od početka razlikuju od svega što je potrošač vidio kao, na primjer, kada bi gost spavao u igluu ili u kućici na drvetu.

U poglavlju preduvjeti za pokretanje poslovne ideje, prikupljaju se statistički podaci kako bi autor imao uvid u turistička kretanja na području Hrvatske. Prikupljaju se podaci poput turističkih kretanja (dolasci i noćenja rezidenata), uvjeti za otvaranje ugostiteljskog objekta te povijesni podaci o razvijanju kućica na drveću sve do danas. Treće poglavlje odnosi se na koncept kućica na drveću. Razrađuju se karakteristike kućica, njihova specifičnost te sama lokacija u kojoj bi bile smještene kućice na drveću. Određuju se cijene noćenja a zatim i vanjski i unutarnji izgled pojedine kućice. U poglavlju analiza konkurentnosti autor se bavi SWOT analizom u kojem opisuje snage, slabosti, prilike i prijetnje budućeg poduzeća te analira konkurente pomoću COMPSET SWOT analize. U petom se poglavlju razrađuje marketing plan u kojem se opisuju aktivnosti oglašavanja te se odabire ciljana skupina kojoj je namijenjen budući autorov proizvod. Također prikupljaju se podaci odnosno troškovi izgradnje kućica na drveću te se iz računa dobiti i gubitka za tekuću godinu analizira da li bi se u prvoj godini poduzeća uspijeli vratiti uložena investicija. U poglavlju istraživanje, analiziraju se podaci iz provedene ankete koja se sastoji od dva dijela. Prvi dio ankete bavi se navikama potrošaća dok se drugi bavi o demografskim osobinama ispitanika. U zadnjem se poglavlju donose zaključci na temelju rezultata dobivrnih iz provedene ankete ta zaključak autora.

2. PREDUVJETI ZA POKRETANJE POSLOVNE IDEJE

Uvid u kretanja stanovništva i turistički promet poduzetnicima omogućavaju da iz podataka predviđaju kada će imati najveću posjećenost te u kojim će županijama posjećenost i noćenja rasti u sljedećih nekoliko godina. Kako ne bi došlo do kršenja zakona poduzetnik mora ispuniti sve uvjete prilikom otvaranja ugostiteljskog objekta, u ovom slučaju kućica na drveću.

2.1. Turistički promet u Hrvatskoj

Kako bi se moglo odrediti na koje se područje Hrvatske usmjeriti s izgradnjom potrebno je sakupiti statističke podatke iz kojih se može očitati koje je područje najbolje za pokretanje poduzeća.

Hrvatska iz godine u godinu broji sve više noćenja i dolazaka turista te su najviše zastupljeni hotelski i privatni smještaj. Tablica 2.1. prikazuje dolaske i noćenja svih stranih i domaćih turista u razdoblju od 2013. do 2016. godine za vrijeme sezone. Iz tablice je vidljivo da je 2016. godine zabilježeno rekordnih 61.557.562 noćenja što je rast od 8,3% u odnosu na 2015. godinu. Dolasci su također u porastu, u 2016. godini zabilježeno je 11.027.383 dolazaka što je rast od 7,1% u odnosu na 2015. godinu. Iz tablice se može uočiti godišnji rast dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista.

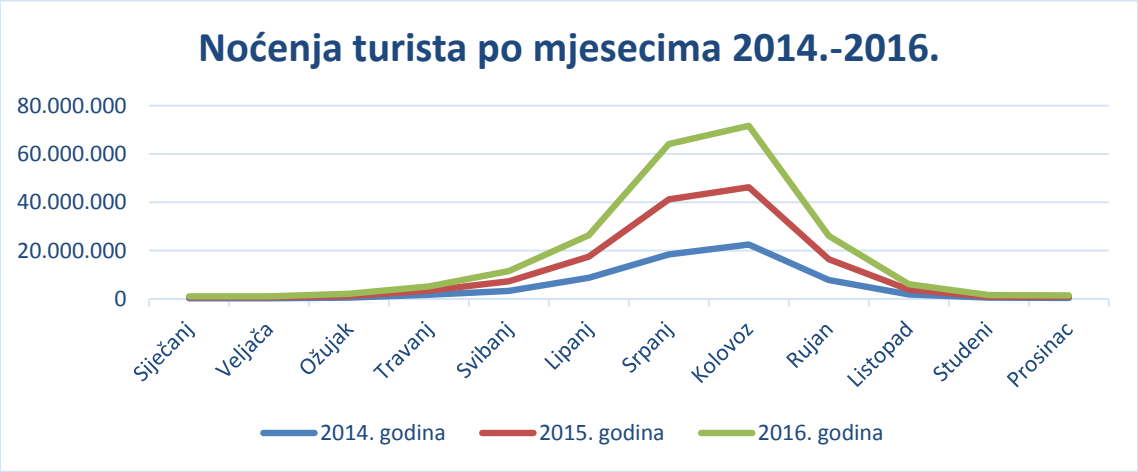
Tablica 2.1. Turistički promet u RH 2013.-2016

Godina	**2013.**	**2014.**	**2015.**	**2016.**
Dolasci	8.967.203	9.431.791	10.297.891	11.027.383
Noćenja	51.715.370	52.929.211	56.828.622	61.557.562

Izvor: Državni zavod za statistiku (2018.)[2]

[2] https://www.dzs.hr/

Tablica 2.2 Noćenja turista po mjesecima 2014.-2016.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2018.)[3]

Iz priloženog se grafa može vidjeti slab porast do svibnja (u sve 3 godine) te nakon toga ubrzani rast do mjeseca kolovoza gdje se ujedno nalazi i vrhunac ove krivulje koja nakon kolovoza ima nagli pad, a to se naziva sezonalnost koja je turistički gledano najveći problem za turizam Republike Hrvatske. Kako bi se sezonalnost smanjila autoru je cilj da svoje kapacitete ima u ponudi i tijekom ostalih godišnjih doba. Graf pokazuje rast krivulja iz godine u godinu tako da je pretpostavka da će i tijekom sljedećih nekoliko godina ta krivulja rasti.

Tablica 2.3 Noćenja domaćih i stranih turista na području Ličko-senjske županije u 2016



Izvor: Državni zavod za statistiku (2018.)[4]

Prema izvoru Booking.com stranice, registrirano je 3.733 objekta koji nude smještaj.

[3] https://www.dzs.hr/
[4] https://www.dzs.hr/

Na području Ličko-senjske županije broj noćenja domaćih i stranih turista raste za vrijeme lipnja (277.214 noćenja), srpnja (749.729 noćenja), kolovoza (865.601 noćenja) te rujna (209.574 noćenja) dok ostali mjeseci ne prelaze preko 100 tisuća noćenja. Iz tablice 2.3. vidljiva je pojava sezonalnosti, no uvođenjem manifestacija, događaja te atrakcija za vrijeme ostalih mjeseci, povećao bi se i broj noćenja u tim mjesecima.

2.2. Uvjeti za ugostiteljski objekt

Robinzonski smještaj podrazumijeva da se objekt nalazi na zemljištu na kojem nema mogućnosti uvođenja bilo kakve infrastrukture pa je stoga nemoguće uvesti struju, vodu ili plin od lokalnih dobavljača. Kao i svaki ugostiteljski objekt ovakav način smještaja mora zadovoljavati minimalne uvjete koji su propisani od strane Ministarstva turizma.

Člankom 24. stavkom 1. cit. Zakona propisano je da će se rješenje o utvrđivanju minimalnih tehničkih uvjeta za vrstu ugostiteljskih objekata koji se ne kategoriziraju izdati ugostitelju uz sljedeće uvjete:

1. da je registriran za obavljanje ugostiteljske djelatnosti
2. da ima pravo korištenja poslovnog prostora ili objekta
3. da ugostiteljski objekt u kojem će se obavljati ugostiteljska djelatnost ispunjava uvjete propisane za određenu vrstu, odnosno kategoriju ugostiteljskog objekta
4. da ispunjava i druge uvjete propisane ovim Zakonom i propisima donesenim na temelju ovoga Zakona
5. da građevina, koja je, odnosno u kojoj je ugostiteljski objekt, ispunjava uvjete sukladno posebnim propisima kojima se uređuje gradnja, bez kojih, prema tim propisima, Ministarstvo ili nadležni ured ne može izdati rješenje o ispunjavanju uvjeta za obavljanje djelatnosti.

Prema odredbama Zakona o prostornom uređenju (NN 153/13) područja izvan urbanog (građevinskog) područja općine ili grada određuju se prostornim planom jedinice lokalne samouprave pa je dokaz o istome potvrda ureda jedinice lokalne samouprave nadležnog za poslove prostornog uređenja, prema mjestu objekta.

Minimalni uvjeti koje moraju ispunjavati ugostiteljski objekti iz skupine „Ostali ugostiteljski objekti za smještaj“ propisani su Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji drugih vrsta ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ (NN 49/08, 45/09, 94/13, 49/15).

Člankom 4. cit. Pravilnika propisan je, između ostalih, ugostiteljski objekt vrste „Objekt za robinzonski smještaj“. Prema članku 16. cit. Pravilnika „Objekt za robinzonski smještaj“ je objekt koji se nalazi u prirodnom okruženju, a sastoji se od prostorije/a ili prostora u kojima se gostima pružaju usluge smještaja u neuobičajenim okolnostima i uvjetima.

Minimalni uvjeti za vrstu smještajnog objekta „Objekt za robinzonski smještaj“ su da se objekt mora nalaziti izvan urbanog područja, na području gdje ne postoji mogućnost priključka na infrastrukturu i ne može biti priključen na infrastrukturu (struju, vodu, kanalizaciju, plin, telefon). Prostorija ili prostori moraju biti izrađeni od lokalnog i prirodnog materijala ili prema prirodnim mogućnostima kako su izgrađene stare kuće od kamena ili drva, kolibe od trstike ili granja ili pećine.

Zahtjev za razvrstavanje „Objekta za robinzonski smještaj“ podnosi se Uredu državne uprave u županiji nadležnom prema mjestu gdje se objekt nalazi. Uz zahtjev je, sukladno stavku 4. istog članka, potrebno priložiti i mišljenje nadležne policijske uprave o provedbi zadovoljavajućih mjera zaštite od požara.

Ostali minimalni tehnički uvjeti koje ovakav smještaj mora zadovoljiti su:

Higijenski ispravna pitka i sanitarna voda prema lokalnim uvjetima (iz boca, cisterni i prirodnih izvora). Korištenje zahoda prema lokalnim mogućnostima i redovito odstranjivanje komunalnog otpada. Ugostitelj ne može pružati usluge prehrane, pića, napitaka i slastica

Gosti mogu sami na svoj način i svoju odgovornost pripremati i konzumirati hranu

Hrana se može pripremati na odgovarajućem uređaju za termičku obradu, roštilju, prijenosnom roštilju i otvorenoj vatri. Otvorena vatra ili roštilj smije se ložiti samo na mjestima koja su posebno pripremljena za tu namjenu i obložena vatrootpornim materijalom (kamen, cigla i slično.)

Mjesto loženja mora biti čisto od biljnog pokrova najmanje u krugu od 1,5 m.

Mjesto za loženje otvorene vatre ili roštilja, ako se nalazi na otvorenom prostoru, ne smije se nalaziti na udaljenosti manjoj od 3 m od prostorije u kojoj borave gosti i ostalih prostora.
U objektu od lakog prirodnog materijala (trstika, granje i sl.), ne može se ložiti otvorena vatra ili roštilj. Na udaljenosti do 20 m od ložišta za otvorenu vatru ili roštilj, mora se nalaziti 100 litara vode s jednim vjedrom, ili vatrogasni aparat S-6 s prahom i uputama za korištenje na hrvatskom i najmanje na tri strana jezika. U objektu u kojem je omogućeno loženje vatre na otvorenom prostoru ili roštilju, mora postojati mjesto za odlaganje pepela ukopano u zemlju ili odlagalište od negorivog materijala. Pepeo se nakon svakog odlaganja mora politi vodom ili pokriti zemljom.
Lopata i vreća pijeska u krškim područjima. Vatrootporna tkanina za gašenje požara.Čvrsto zidani objekti u šumi moraju biti udaljeni najmanje 15 m od biljnog pokrova (nisko raslinje, grane stabala i lišće do visine 4 m). Prijenosni roštilj i otvorena vatra ne smiju se koristiti u zatvorenom prostoru.
Izlazni otvori dimnjaka moraju biti na udaljenosti većoj od 3 m od krošnji drveća i drugih zapaljivih materijala.

2.3. Povijest kućica na drveću

U ovom se poglavlju govori o samom nastanku kućica na drveću, od kada datiraju prve kućice te gdje su ih sve životinje i ljudi koristili u prijašnjim razdobljima.

Fantazija koja je jedino bila ostvariva u knjigama poput Petra Pana, gdje ljudi žive u kućicama na drveću zapravo doseže daleku i bogatu povijest u stvarnom životu. Prvi su tragovi života u kućicama na drveću kod Tihog oceana i jugoistočne Azije. Živjeli su u kućicama kako bi osigurali sigurnost za svoju obitelj. Penjali su se i spuštali u kućicu pomoću košare i užeta koje bi omogućavalo podizanje i spuštanje stvari i ljudi. U srednjem vijeku franjevački redovnici su imali sobe na drveću u kojima su meditirali, a hinduistički redovnici su živjeli u drvenim kućama kako bi se oslobodili od zemaljskih razmišljanja i aktivnosti. Stoljećima kasnije, u renesansno doba oko 1500. godine, kućice su na drveću zaživjele u fiorentinskim vrtovima. Svaki vrt je imao svoju kućicu. Sredinom 19. stoljeća nedaleko od Pariza, Plessy Robinson je postao poznat po

restoranima koji su bili na drveću. Restorani su građeni od stabala kestena koji su bili prekriveni ružama te su imali, čak, 200 stolova u svom vrhuncu.

Britansko je plemstvo također uživalo u kućama koje su postale bitan dio kulture za vrijeme Tudora. Kuće su bile pričvršćene pomoću užeta koje je bilo omotano oko stabla za vrijeme ljeta dok bi se za vrijeme zime otpustio kako bi stablo i dalje moglo rasti. Jedna od najstarijih kućica još postoji i nalazi se u Pitchfordu i naziva se „Drvo sa kućom u njemu“. [5]

Kuća na drvetu (engl. tree house) je platforma ili zgrada izgrađena oko, pored ili između debla, grana ili više stabala iznad zemlje. Može se koristiti za rekreaciju, radni prostor, stanovanje ili promatranje. Izgradnja platformi ili gnijezda na drveću kao skloništa od opasnosti koje bi vrebale na tlu je navika životinja (npr. majmuna) koju su naslijedili ljudi.
Nikada nisu nađeni tragovi o prapovijesnim kućicama izgrađenih od čovjeka, no s obzirom na korištenu građu samih kućica to nije ni bilo moguće. Međutim, dokaze o prebivalištima u špiljama postoje. Datiraju od prije 40000. godina.

Čak i danas ljudi grade kuće kako bi izbjegli opasnost koja je na zemlji. U dijelovima tropskih šuma kućice su građene na stablima kako bi ljudi očuvali meso od životinja. Moderne kuće na drvetu izgrađene su uglavnom za djecu ili za odmor. Uz obične kuće, kuće na drveću ekološki su prihvatljive u udaljenijim šumskim područjima jer ne zahtijevaju dodatno rezanje šuma.

[5] https://home.howstuffworks.com/home-improvement/remodeling/designer-tree-houses1.htm

3. KONCEPT KUĆICA

U ovom poglavlju razrađuju se ideje i koncepti kućica. Kućica poprima oblik onoga što autor zamišlja te kako će kućice izgledati te gdje će se nalaziti i što će sve nuditi.

Svaka kućica bi imala poseban doživljaj i pričala bi posebnu priču. Ponuda bi se sastojala od tematskih kućica tradicionalnog uređenja te modernih kućica koje ne bi bile toliko tematski obilježene. Tematske bi kućice zaživjele likove poput Ivice i Marice, Petra Pana i Tarzana. Takve bi kuće bile namijenjene više obiteljima s djecom dok bi moderne kućice bile namijenjene za osobe koje se ne žele odvojiti od suvremene tehnologije te koje teže luksuzu. Svaka bi kućica, neovisno o dimenzijama, sadržavala aparat za vodu, malu kuhinju i kupaonu te prostore za spavanje. Također, noćenja bi se nudila sa ili bez doručka.

3.1. Geografski položaj

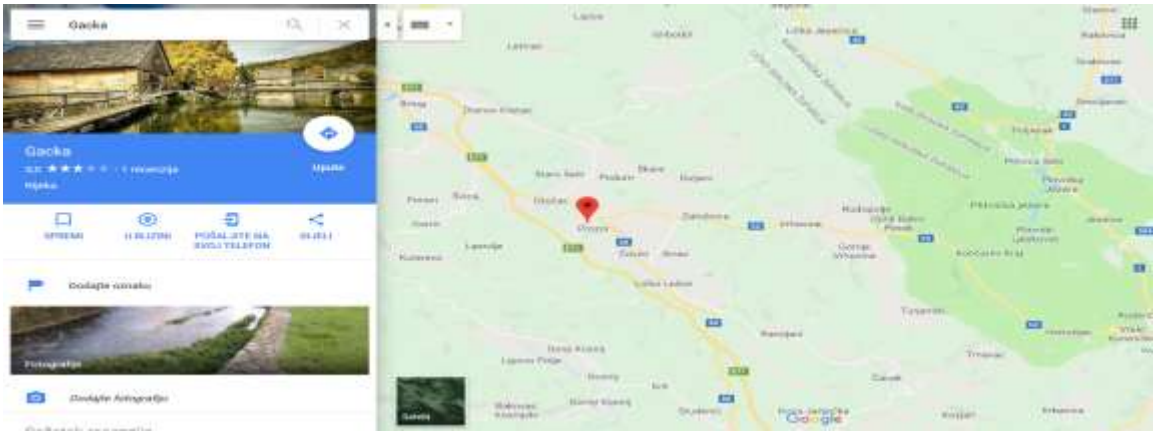
Drvene bi kućice bile smještene na području Like, točnije, na području Gacke. Gacka je jedno od najstarijih hrvatskih područja, a dobila je ime po istoimenoj rijeci. Lokacija je strateški određena te ima niz pogodnosti koje će osigurati dobru posjećenost i duži boravak u drvenim kućicama. Jedna od pogodnosti svakako je sama lokacija. Lika se nalazi između sjevera Hrvatske i puta prema Dalmaciji tako da gosti mogu robinzonski predahnuti od puta prema moru, uživati u prirodi i miru te istražiti što sve nudi ovaj dio Hrvatske. U prilog ovoj ideji ide i blizina grada Otočca (sedmominutna vožnja automobilom) u kojem gosti mogu ručati i večerati, ali i biti u kontaktu s lokalnim stanovništvom i njihovom tradicijom. Velika pogodnost ove lokacije je i relativna blizina popularnih Plitvičkih jezera (50 minuta vožnje automobilom).

Plitvička jezera mogu privući goste koji su odlučili svoj odmor iskoristiti istraživanjem Nacionalnog parka te im je potreban malo neobičniji smještaj, te bi se tako mogao za sve posjetitelje drvenih kućica nuditi i jednodnevni izlet. Za goste s većim avanturističkim duhom u blizini je i Nacionalni park Sjeverni Velebit koji je pogodan za planinarenje i rekreaciju. Sama rijeka Gacka doprinosi lokaciji drvenih kućica jer se gosti tokom boravka u drvenim kućicama mogu okušati u ribolovu i raftingu pa tako ne bi nedostajalo aktivnosti. Također, zbog netaknute

i atraktivne prirode razvijen je biciklizam, a ta će se mogućnost nuditi i gostima koji će boraviti u drvenim kućicama. Lokacija je idealna za sve ljude željne mira, odmora, ali i za avanturiste i ljubitelje prirode.

Primarno, lokacija je zbog svoje geografske smještenosti, ljepote prirode, blizine primamljivih destinacija pogodna za turizam koji ne bi trajao samo od 6. do 9. mjeseca, već za turizam koji može trajati od 3. pa sve do 11. mjeseca. U prilog ide i broj konkurenata, odnosno, manjak konkurencije kada se govori o ovakvom tipu smještaja i pružanja usluga.

Slika 3.1. Rijeka Gacka



Izvor: Rijeka Gacka (Google Maps)[6]

Slika 3.2. Pogled na rijeku Gacku



Izvor: Rijeka Gacka (Google) (2018.)[7]

[6] https://goo.gl/maps/rdHpkpe9zYH2
[7] http://www.restaurant-lika.com/lika-priroda-i-kultura/

3.2. Cjenik

U tablici 3.1. prikazane su cijene noćenja za svaku kućicu. Noćenje se nudi sa ili bez doručka te se doručak naplaćuje. Također zasebno su napravljene i cijene za vikend turiste jer ljudi preko tjedna nemaju previše vremena radi posla i ostalih svakodnevnih obaveza. Iz tog su razloga cijene noćenja za vrijeme vikenda povišene jer se pretpostavlja da će više ljudi dolaziti za vikend zbog slobodnog vremena, naročito ljudi s djecom.

Tablica 3.1. Cjenik noćenja

	NOĆENJE BEZ DORUČKA	NOĆENJE S DORUČKOM	CIJENA VIKENDOM (doručak uključen)
HOBIT KUĆA (3 osobe)	160 EURA	170 EURA	180 EURA
TARZANOVA KUĆICA (max. 4 osobe)	170 EURA	180 EURA	190 EURA
KUĆICA IVICE I MARICE (dvokrevetna)	140 EURA	150 EURA	160 EURA
PETAR PAN KUĆA (do 8 osoba)	200 EURA	220 EURA	230 EURA
MODERNA (max. 6 osoba)	220 EURA	240 EURA	260 EURA

Izvor: autorski rad

3.3. Interijer i eksterijer

Drvene bi kućice bile sagrađene na stablima na način na koji ne ugrožavaju prirodu, već se s njom stapaju. Svaka bi kućica bila posebno sagrađena, ovisno o veličini i izgledu pojedinog drva. Do njih bi se dolazilo posebno sagrađenim drvenim stepenicama imajući na umu da stepenice budu prilagođene i djeci. Svaka će kućica na krovu imati solarne panele kao jedini izvor energije i struje, a problem vode za tuš kabinu i WC riješio bi se prikupljanjem kišnice. U planu je i izrada solarnog kolektora kako bi se gostima omogućilo punjenje mobilnih uređaja.

Pokraj kućica na drveću sagradila bi se drvena kolibica u kojoj bi bila smještena recepcija, veći boravak sa sjedećim mjestima gdje bi se gosti mogli družiti, ali i čekati dok ih se ne smjesti u njihove kućice. U kolibici bi se nalazila i čajna kuhinja te posebno uređena prostorija sa stolovima i stolicama u kojoj bi gosti mogli ugodno doručkovati. Doručak bi bio koncipiran u stilu švedskog stola te ograničen na određeni vremenski period. Nedaleko od kolibice bio bi posebno napravljen prostor za vanjsko i sigurno roštiljanje, a napravile bi se i klupice s drvenim stolovima za lagodan objed u prirodi. Vanjski izgled i unutrašnjost kućica bili bi usklađeni sa samim imenima kućica zbog veće atraktivnosti, ali i raznovrsnosti ponude.

Hobbit kuća, pojam koji je proizašao iz trilogije filmova "Gospodar prstenova", imala bi okrugla ulazna vrata, okrugle prozore te bi bila u potpunosti opremljena drvenim namještajem. Stvorio bi se ugođaj prave hobbitske kućice, baš kao u filmovima. Kućica bi se sastojala od manjeg dnevnog boravka povezanog s malom kuhinjom, kupaonicom opremljenom WC-om, umivaonikom i tuš kabinom te spavaćom sobom. Sa stražnje bi strane bila okrugla vrata koja bi vodila na prekrasnu drvenu terasu s koje bi gosti mogli uživati u pogledu na šumu i prirodu.

Tarzanova bi kućica bila prekrivena lišćem, a na terasi bi bila postavljena velika viseća ležaljka ukrašena umjetnim lišćem. Kućica treba ostaviti dojam kao da se nalazi usred džungle kako bi što bolje odgovarala samom nazivu. Unutrašnjost bi bila ispunjena drvenim pokućstvom s dodacima zelenih nijansi boja. Sastojala bi se od dnevnog boravka s pogledom na kuhinju, kupaonice s tuš kabinom, WC-om i dva umivaonika te od dvije zasebne spavaće sobe. Ispred kućice bi bila postavljena umjetna lijana kao dodatna mogućnost za zabavu, rekreaciju, ali i kao dodatna dekoracija.

Kućica Ivice i Marice je za sve parove koji vole šarenilo, slatkiše i bajke. Krasile bi je izvana, ali i iznutra šarene boje a na zidovima bi bile dekoracije u obliku raznih čokolada, lizalica itd. Namještaj bi, također, bio napravljen od drva, ali obojan u raznim bojama. Kućica bi se sastojala od manjeg dnevnog boravka koji gleda na kuhinju, kupaonice s tuš kabinom, umivaonikom i WC-om te jedne spavaće sobe s bračnim krevetom. Sa stražnje bi strane bila manja drvena terasa čiji je pogled na okolnu prirodu i rijeku Gacku.

Petar Pan kuća bila bi najveća kuća u ponudi u koju bi stalo 8 osoba. Kuća bi bila uređena u stilu Petar Pan filmova s puno drvenog pokućstva i šarenih boja, a sastojala bi se od velikog dnevnog boravka s foteljama i stolom, kuhinje, veće kupaonice s tuš kabinom, WC-om i umivaonicama. Kuća bi imala tri spavaće sobe, dvije identične s bračnim krevetom i pomoćnim ležajem, a treća bi soba imala jedan bračni krevet. Sa stražnje bi strane imala poveću terasu sa stolicama i visećom ležaljkom kako bi svi gosti mogli uživati u pogledu i svježem zraku.

Jedina kućica koja bi se razlikovala od ostalih je ona moderna. Bila bi namještena modernim, industrijskim pokućstvom, a na zidovima bi bile obješene umjetničke slike. Sastojala bi se od moderno uređene dnevne sobe, kuhinje, kupaonice s tuš kabinom, WC-om i umivaonicima te tri spavaće sobe, svaka s bračnim krevetom. Sa stražnje bi strane bila terasa s "hot tubom" i foteljama kako bi doživljaj luksuza i užitka bio još veći.

Slika 3.3. LOTR (Lord Of The Rings) kuća



Izvor: Sfera[8]

[8] https://goo.gl/images/ms9tA9

Slika 3.4. Tarzan kuća



Izvor: Tarzan kuća (Google)[9]

Slika 3.5. Petar Pan kuća



Izvor:Petar Pan kuća (Google)[10]

[9] https://goo.gl/images/SvJUfg
[10] https://goo.gl/images/4Et6jt

4. ANALIZA KONKURENTNOSTI

U ovom poglavlju analizirane su prednosti, slabosti, prilike i prijetnje za buduće autorovo poduzeće te se analizirala konkurencija kako bi se vidjelo koje se karakteristike mogu usvojiti, a koje se mogu poboljšati.

4.1 SWOT analiza koncepta kućica na drveću

Interna (unutarnja) okolina je onaj dio ukupne okoline poduzeća koja se nalazi u njemu samome pa stoga na nju može u potpunosti utjecati. Riječ je, dakle, o neposrednoj radnoj okolini poduzeća u kojoj se zbivaju svi ključni procesi i događaji, bitni za opstanak i razvitak poduzeća (Buble M., 2013.).

Poduzeće egzistira u danim uvjetima okoline, i to jednako eksterne kao i interne. Egzistirajući u takvim uvjetima mora sagledati i opasnosti i povoljne prilike, i svoje slabosti i prednosti. U kontekstu tog sagledavanja ono će izabrati i odgovarajuću strategiju koja će mu omogućiti da iskoristiti svoje prednosti i povoljne prilike u okolini. U tu svrhu poduzeću je na raspolaganju više metoda, od kojih je najpoznatija SWOT analiza (Buble M., 2013.).

SWOT analiza je jedan od instrumenata kojima se menadžer može poslužiti u kreiranju strategije. Ovo je kvalitativna analitička metoda koja kroz 4 čimbenika nastoji prikazati snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. Međutim, treba uzeti u obzir da se radi o subjektivnoj metodi.

Svako poduzeće mora voditi računa o unutrašnjem i vanjskom okruženju. U tom se kontekstu ova analiza može razumjeti kao prikaz unutrašnjih snaga i slabosti organizacije i vanjskih prilika i prijetnji s kojima se ta ista organizacija suočava.

Tablica 4.1. Swot analiza koncepta kućica na drveću

PREDNOSTI	**SLABOSTI**	**PRILIKE**	**PRIJETNJE**
- u skladu s održivim razvojem **- novi na tržištu** **- brzi povrat uloženih sredstava** **- tematski smještaj** **- okruženost prirodom** **- mogućnost istraživanja** **- uređeno dvorište** **- duljina boravka**	**- nedostatak sadržaja** **- nedostatak vode, plina, struje** **- duljina boravka** **- slaba informiranost potencijalnih potrošača**	**- veliki udio na tržištu** **- rad s lokalnom zajednicom** **- fokusiranje na dodatni sadržaj** **- poticaj od EU** **- velika potražnja** **- mogućnost visokih cijena**	**- snižene cijene konkurenata** **- rast trenda robinzonskog smještaja i povećanje konkurencije** **- nesuglasice s lokalnim stanovništvom**

Izvor: autorski rad

Prednost smještaja je u tome što bi bio otvoren 9 mjeseci u godini te bi bio uređen i opremljen za sve vremenske uvjete i prilike. Gostima bi se omogućilo novo iskustvo ispunjeno tematskim sadržajem te bi se pružio komfor potreban gostu za maksimalnu udobnost tijekom boravka. Osim toga, u svijetu raste trend održivog razvoja i sve je veći broj ljudi kojima je bitno da smještaj u kojem borave posluje održivo i u skladu s ekologijom.

Najveća bi slabost bila nedostatak sadržaja, ali samo privremena, jer se u budućnosti planira dodatni razvoj mjesta u kojem bi se kućice nalazile, kao i ulaganje u dodatne sadržaje za goste.

Pozitivne bi prilike bile u obliku rada s lokalnom zajednicom što podrazumijeva zapošljavanje potrebnog osoblja te nabava namirnica od lokalnih proizvođača. Također, potencijalno povećani udio na tržištu rezultirao bi eventualnim poticajima od Europske unije za daljnji razvoj.

Najveća bi prijetnja bila konkurencija koja bi smanjila cijenu boravka što bi uzrokovalo smanjenje broja gostiju u autorovom poduzeću te mogući dolazak novih konkurenata na tržište.

4.2. COMPSET SWOT (engl. hotel competitive set analysis)

U ovom poglavlju autor analizira konkurenciju na tržištu što se može vidjeti iz priložene tablice. Autor je odabrao tri smještaja iz kojih očituje njihove snage, slabosti, prilike i prijetnje kako bi unaprijedio svoje poduzeće i izašao na tržište te u kratkom roku ostvario prihode i veći udio na tržištu.

"Comp Set" je odabir drugih, konkurentnih hotela koje grupirate zajedno prilikom izrade analize konkurenata na temelju važnih i specifičnih kriterija u odnosu na vaš hotel. Stoga je glavna idjea identificirati glavne kriterije odabira za svaki segment te procijeniti svoje prednosti i slabosti u odnosu na konkurente za svaku od tih elemenata (Buble M., 2013.).

Tablica 4.2. Compset swot

	Treehouse Resnice	**Robinzonski turizam "Robin´s Hood"**	**Treehouse at Cadmos Village**
S	Lokacija Wi-Fi Besplatno parkiralište Visoke recenzije	Lokacija Besplatan parking Visoke recenzije	Wi-Fi Lokacija Parking Visoke recenzije
W	Nema tematski sadržaj	Nema priključka za struju i vodu, Nema tematski sadržaj	Nema tematski sadržaj
O	Porast gostiju	Porast gostiju	Porast gostiju
T	Otvorenje sličnih objekata u blizini	Otvorenje sličnih objekata u blizini	Otvorenje sličnih objekata u blizini

Izvor: autorski rad

Sve tri kućice imaju odličnu lokaciju, besplatan parking te visoke recenzije na internetskim stranicama za booking smještaj. Snaga im je što imaju dodatne sadržaje poput jahanja, raftinga, pikada te mogu koristiti roštilj. Ono što razlikuje ova tri smještaja od autorovog je to da nemaju tematiku što autor navodi kao njihovu slabost te neki od njih nemaju priključak za struju i vodu. Prilike njihovog smještaja očituju se u porastu gostiju radi nezasićenosti na tržištu i visokih recenzija dok su im prijetnje što se u njihovoj blizini mogu otvoriti slični smještaji.

5. MARKETING PLAN, ULAGANJE I TROŠKOVI

U ovom poglavlju autor odabire određenu skupinu potrošača i određuje kako će se pozicionirati na tržište.

Segmentacija tržišta (engl. *market segmentation*) je "podjela tržišta na zasebne skupine kupaca s različitim potrebama, karakteristikama ili ponašanjem, koje bi mogle zahtijevati posebne proizvode ili marketinške spletove" (Kotler i dr.,2006.).

Područje na koje bi se poduzeće usmjerilo su roditelji s djecom koji slobodne dane provode zajedno na kratkim izletima.

Autorov bi proizvod bio prvi odabir osobama koje vole filmove Gospodar prstenova te priče o Petru Panu, Tarzanu te Ivici i Marici.

5.1. Marketing plan

Marketinškim oglašavanjem autor želi ponudu predstaviti ciljanom tržištu te stvoriti brend - luksuzno uređeni smještaj s tematikom (slikama, pričama, povijesnim mitovima). U početku autor želi koristiti agresivniji pristup marketinškog oglašavanja. Koristio bi se različitim marketinškim aktivnostima kao što su oglašavanje, tiskanje flyera, PR i direktni marketing.

Otvorenje bi se objekata popratilo u lokalnim i nacionalnim novinama te putem TV medija. Objekti bi se promovirali većinom na službenoj web-stranici, na društvenim mrežama kao Facebook i Instagram. Također bi se oglašavalo kroz razne medije kao što su radio, turistički časopisi poput „Ugostiteljstvo i turizam" te putem agencija za booking (Airbnb, Booking.com, TripAdvisor, Njuškalo).

Ulagalo bi se više u online marketing zato što je Internet mjesto gdje se danas nalazi čak 90% potencijalnih kupaca. U ovo vrijeme tehnološkog razvoja, bez obzira na godine i spol, ljudi pristupaju Internetu na lokalnoj i globalnoj razini. Istovremeno ulaganjem u offline marketing poput oglašavanja u novinama, različitim katalozima i prospektima, nemoguće je povezati se s klijentima na određenoj razini jer se tim načinom ne može dobiti povratna informacija.

Sudjelovalo bi se na sajmu turizma na kojem bi se dijelili prospekti u kojima bi se nalazila ponuda smještaja te bi se dijelili suveniri ili privjesci na kojima bi bile obješene male kućice i

olovke na kojima bi se nalazilo ime poduzeća. Objekti bi se, također, prezentirali u osnovnim školama na satovima prirode i biologije kako bi mlade osvijestili o očuvanju okoliša.

Kao poduzeće, radilo bi se na društveno odgovornom poslovanju tako da bi se za korištenje električne energije koristili solarni paneli i razvrstavao bi se otpad za recikliranje.

5.2. Ulaganje i troškovi

Cijena izgradnje kućica može biti od 6000 eura pa do nekoliko stotina tisuća. Što je veća kućica, to je veća cijena. Obične kućice na drveću jednostavnog izgleda i ne prevelike površine izgrađuju se po cijeni od 10 do 30 tisuća dolara. One veće takozvane "bed & breakfast" kućice se mogu izgraditi po cijeni od 40 tisuća dolara pa sve do cijene po kojoj bi se mogla kupiti normalna kuća.
Naravno, postoje i faktori koji su bitni za izgradnju svake kućice na drvetu, a to su :

1. veličina i opseg- kućice mogu biti male poput dječje sobice pa sve do veličine malih apartmana
2. broj platformi- zasebna kućica ili više platformi koje povezuje jedna kućica,
3. lokacija,
4. visina iznad zemlje- što je veća visina, to će više rada trebati za izgradnju
5. dodaci – npr. zip line
6. kvaliteta materijala.

U tablici 5.1. prikazuje se račun dobiti i gubitka za 2018. godinu. Račun dobiti i gubitka je izvještaj koji pokazuje koliko je poduzeće u dobitku ili gubitku korz određeno vremensko razdoblje. Račun dobiti i gubitka sastoji se od prihoda, rashoda te financisjkog rezultata. Ako su prihodi veći od rashoda, poduzeće je u dobitku no ako su prihodi manji od rashoda, poduzeće je u gubitku.

Tablica 5.1. RDG račun

RAČUN DOBITI I GUBITKA

	2018
UKUPNO PRIHODI / Total Revenue	**1.620.000,00**
UKUPNO RASHODI / Total Revenue	**444.000,00**
Bruto operativna dobit (GOP)	**1.176.000,00**

Direktni poslovni prihodi / Revenue	**1.620.000**
Prihodi od smještaja / Room revenue	**1.620.000**
Direktni poslovni rashodi / Operational Costs	**329.000**
Trošak radne snage / Laber costs	
Bruto plaće / gross salaries	324.000
Stimulacije i nagrade / stimulations	5.000
Ostali troškovi radne snage / Other costs	-
Režijski troškovi / Utility costs	**54.000**
Potrošnja za grijanje (drva)	22.000
Potrošnja vode/ Water	20.000
Odvoz smeća / Waste	12.000
Potrošni materijal domaćinstva / housekeeping costs	**5.500**
Troškovi tehničkog održavanja/ Maintenance	**17.500**
Usluge investicij.održavanja / Property maintenance	7.000
Usluge tekućeg održavanja / Operational maintenance	5.000
Usl.održavanja solarnih panela / Solar panel maintenance	3.500
Usl.održav.protupož.sust./Fire protection maintenance	4.000
Telekomunikacijski troškovi / Telecom costs	**13.000,00**
Troškovi hortikulturnog održavanja/ Horticultural costs	**25.000,00**

Izvor: autorski rad

Tablica sadrži ukupne prihode odnosno direktni poslovni prihod (prihod od smještaja) koji iznosi 1.620.000 kuna te ukupne rashode u koje ubrajamo direktne poslovne rashode, trošak radnje snage, režijski troškovi (potrošnja za grijanje, potrošnja vode, odvoz smeća), potrošni materijal domaćinstva, troškove održavanja, telekomunikacijski troškovi te troškove hortikulturnog održavanja. Ukupni rashodi iznose 444.000 kuna te kada se rashodi oduzmu od prihoda, poduzeće ima bruto operativnu dobit od 1.176.000 kuna.

5.3. Predviđeni troškovi izgradnje

Za ovakav se projekt zasigurno trebaju unajmiti stručnjaci s velikim znanjem i iskustvom izgradnje drvenih kućica kako bi cijeli proces prošao prema planu. Ono na što treba paziti prilikom izgradnje je najprije sigurnost gostiju kako za vrijeme boravka ne bi došlo do ozljeda što bi sigurno uvelike smanjilo potražnju za smještajem.

Nakon sigurnosti gleda se interijer i eksterijer te zatim dodaci u izgradnji.
Sljedeća tablica prikazuje cijenu izgradnje te vremensko razdoblje potrebno za izradu kućica

Tablica 5.2. Cjenik izgradnje

	CIJENA IZGRADNJE	VRIJEME IZRADE
HOBIT KUĆA (3 osobe)	265.500	13 dana
TARZANOVA KUĆICA (max 4 osobe)	285.000	17 dana
KUĆICA IVICE I MARICE (dvokrevetna)	236.000	10 dana
PETAR PAN KUĆA (do 8 osoba)	302.000	16 dana
MODERNA (max 6 osoba)	354.000	20 dana
UUPNO	1.442.500	76 dana

Izvor: autorski rad

Za izgradnju bi se zaposlio jedan tim koji bi sudjelovao u izgradnji svih gore navedenih kućica. Prosječno vrijeme izgradnje jedne kućice traje do 2 tjedna ukoliko nema vremenskih neprilika, što znači da za izgradnju svih 5 kućica treba oko 70 dana.

6. ISTRAŽIVANJE

Cilj je ovog istraživanja utvrditi postoji li interes za boravkom u robinzonskom smještaju na području Ličko-senjske županije, te ako postoji što bi korisnicima takve usluge bilo od velike važnosti u smještaju i bi li oni boravili u tematskom smještaju.

Prilikom izrade ovog rada vršeno je ispitivanje u obliku anketnog upitnika. Anketiranje je provedeno u razdoblju od 19.1.2018. do 30.02.2018. Anketiranje je provedeno elektronički preko Facebooka te preko elektroničke pošte. Anketirano je 112 ispitanika.

Anketni se upitnik sastojao od dva dijela. Prvi se dio odnosio na potrošačevu informiranost i interes o županiji i robinzonskom smještaju dok se drugi dio odnosio na demografske osobine ispitanika poput spola, dobi, obrazovanju i bračnom statusu.

Za oba dijela upitnika postavljena su slijedeća pitanja:

Prvi dio upitnika:

1. U kojim mjesecima najčešće planirate odmor?
2. Na koji način odabirete smještaj za odmor?
3. Kako planirate odmor? - Odmor planirate :
4. Koji tip smještaja najčešće odabirete?
5. Smatrate li da je ponuda smještaja u Ličko-senjskoj županiji dovoljno?
6. Mislite li da je Ličko-senjska županija dovoljno atraktivna kao turistička destinacija?
7. U slučaju zanimljive turističke ponude biste li odlučili odmor provesti na području Ličko-senjske županije?
8. Jeste li upoznati s konceptom robinzonskog smještaja?
9. Jeste li ikada boravili u takvom smještaju?
10. Ako jeste, kako ste saznali za taj smještaj?
11. Što Vas je privuklo?
12. Biste li odsjeli u kućici na drvetu s tematikom iz filmova poput LOTR (Lord Of The Rings), Tarzan, Petar Pan?
13. Da ste smješteni u kućici na drvetu, što bi Vam bilo od velike važnosti?

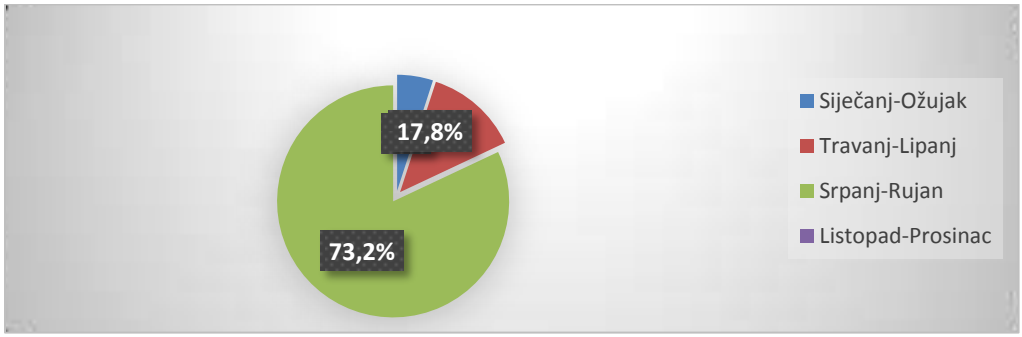
Drugi dio upitnika:

1. Kojeg ste spola?
2. Koja je Vaša dobna skupina?
3. Koja je Vaša stručna sprema?
4. Koji je Vaš bračni status?
5. Imate li djece?
6. Ako imate u kojoj su dobi?

Rezultati prvog dijela upitnika

1. U kojim mjesecima najčešće planirate odmor?

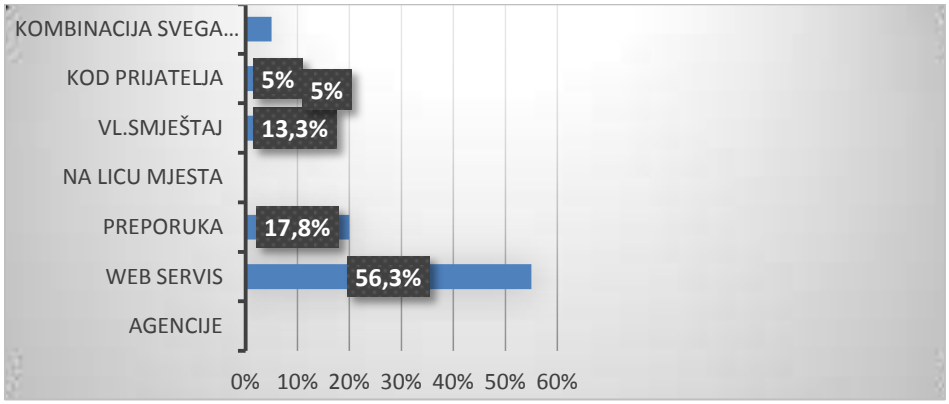
Slika 6.1. Mjeseci za odmor



Od 112 ispitanika 73,2% najčešće planira odmor za vrijeme ljetne sezone u razdoblju od srpnja do rujna, 17,8% najčešće planira u razdoblju od travnja do lipnja dok 9% ispitanika planira odmor između siječnja i ožujka.

2. Na koji način odabirete smještaj za odmor?

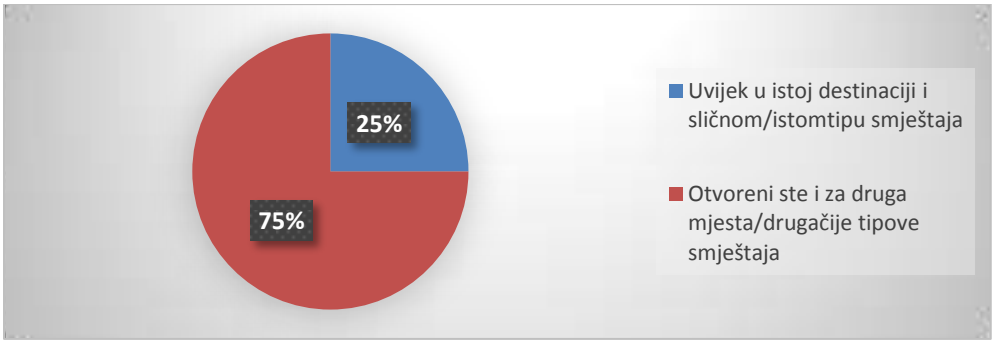
Slika 6.2. Način odabira smještaja



U priloženom se grafikonu može očitati da je 56,3% ispitanika odabralo da smještaj traže putem web servisa, 17,8% odabire smještaj preko preporuke, 13,3% ispitanika koristi vlastiti smještaj, dok 5% ispitanika za odmor odlaze kod prijatelja ili kombiniraju neke od ponuđenih odgovora.

3. Kako planirate odmor? - Odmor planirate :

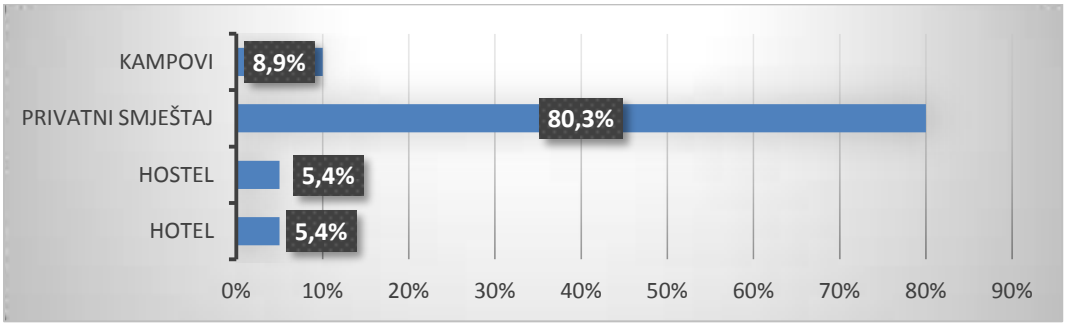
Slika 6.3. Kako se planira odmor



Iz ovog pitanja može se očitati kako je 75% ispitanika otvoreno za druga mjesta i drugačije tipove smještaja dok je 25% uvijek u istoj destinaciji te u istom tipu smještaja.

4. Koji tip smještaja najčešće odabirete?

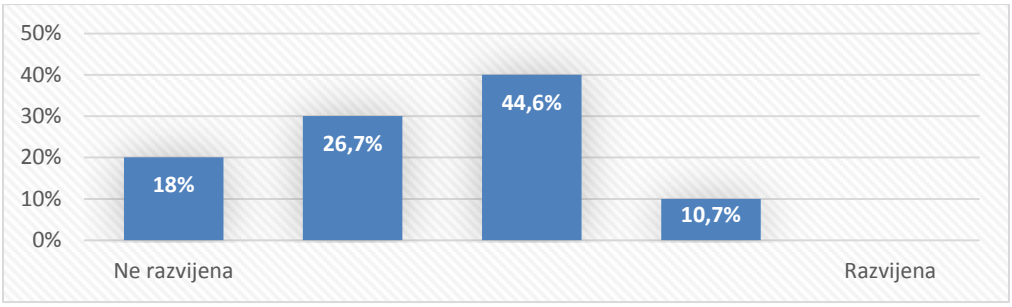
Slika 6.4. Tip smještaja



Od tipova smještaja kod ispitanika, 80,3% najčešće odabire privatan smještaj, 8,9% odabire kampove te 5,4% ispitanika odabire hostele ili hotele.

5. Smatrate li da je ponuda smještaja u Ličko-senjskoj županiji dovoljno?

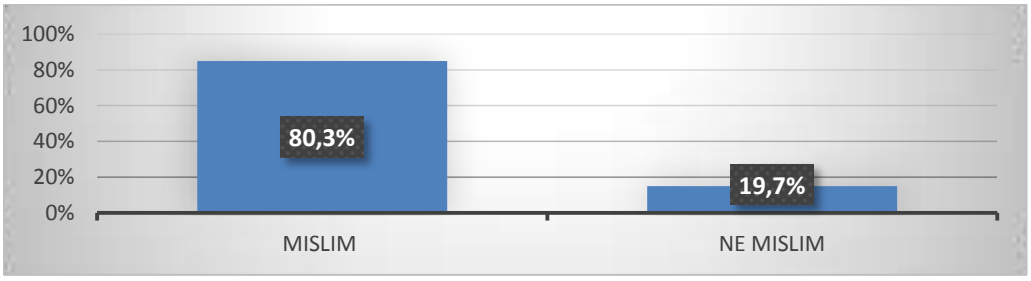
Slika 6.5. Razvijenost ponude smještaja



Iz ovog grafa o ponudi smještaja u županiji 18% ispitanika smatra da ponuda nije razvijena, 26,7% ih smatra da je slabo razvijena dok ih 44,6% misli da je donekle razvijena.

6. Mislite li da je Ličko-senjska županija dovoljno atraktivna kao turistička destinacija?

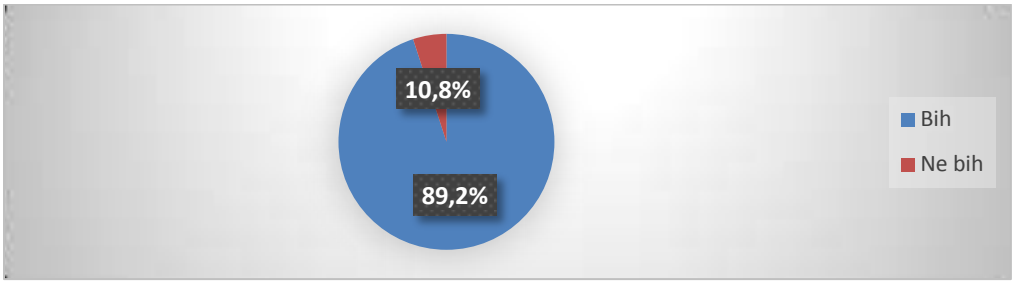
Slika 6.6. Atraktivnost županije



Od 112 ispitanika, 80,3% njih misli da je Ličko-senjska županija atraktivna, dok ih 19,7% misli suprotno.

7. U slučaju zanimljive turističke ponude biste li odlučili odmor provesti na području Ličko-senjske županije?

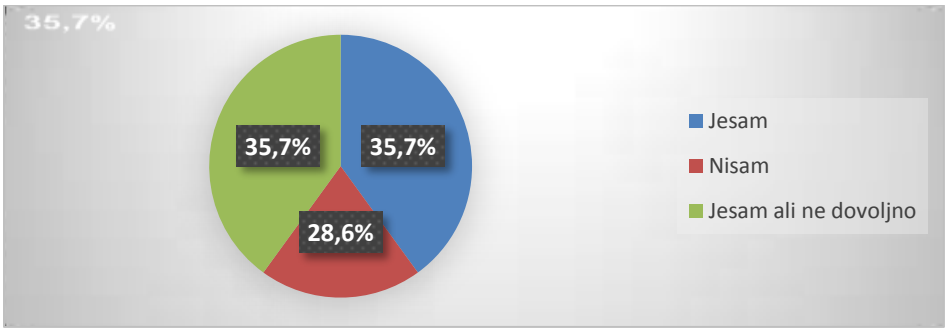
Slika 6.7. Želja za odmor u Ličko-senjskoj županiji



U slučaju zanimljive turističke ponude 89,2% ispitanika bi se odlučilo na odmor proveden na području Ličko-senjske županije dok se 10,8% ispitanika ne bi odlučilo na odmor u tom području.

8. Jeste li upoznati s konceptom robinzonskog smještaja?

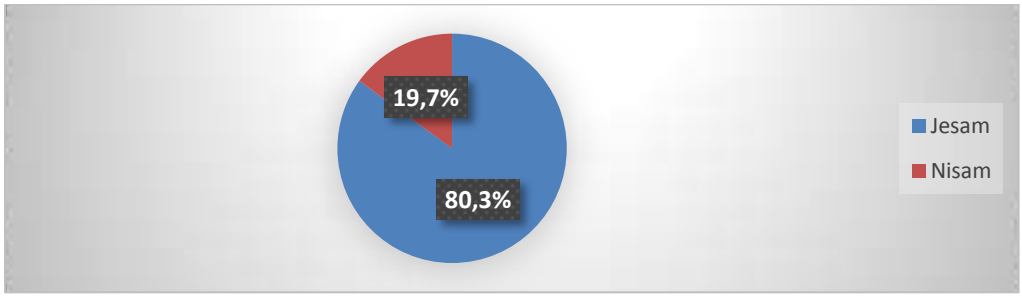
Slika 6.8. Koncept robinzonskog smještaja



U ovom grafu može se očitati da je od 112 ispitanika njih 35,7% upoznato sa konceptom robinzonskog smještaja, 35,7% ih je upoznato, ali ne dovoljno, a 28,6% ispitanika nije upoznato s takvim konceptom.

9. Jeste li ikada boravili u takvom smještaju?

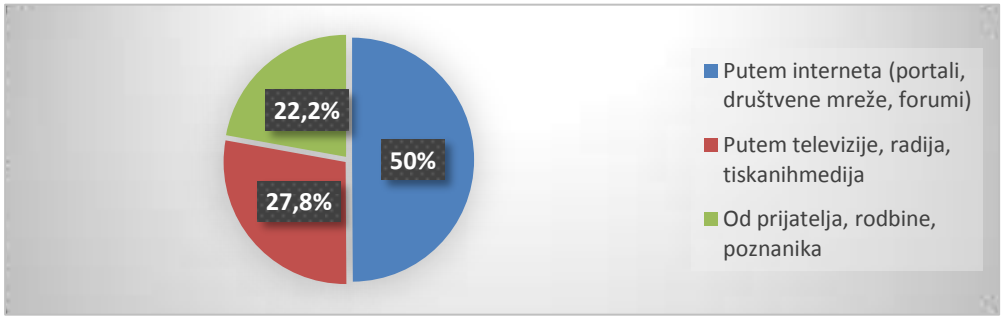
Slika 6.9. Boravak u smještaju u kućicama na drveću



Od 112 ispitanika, 80,3% ih je boravilo u takvom smještaju dok 19,7% ispitanika nije boravilo.

10. Ako jeste, kako ste saznali za taj smještaj?

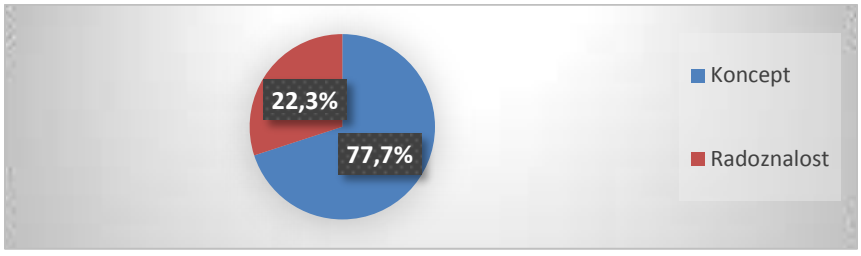
Slika 6.10. Način na koji su saznali za smještaj



Od 90 ispitanika koji su boravili u robinzonskom smještaju njih 50% ih je saznalo za smještaj putem Interneta,

11. Što Vas je privuklo?

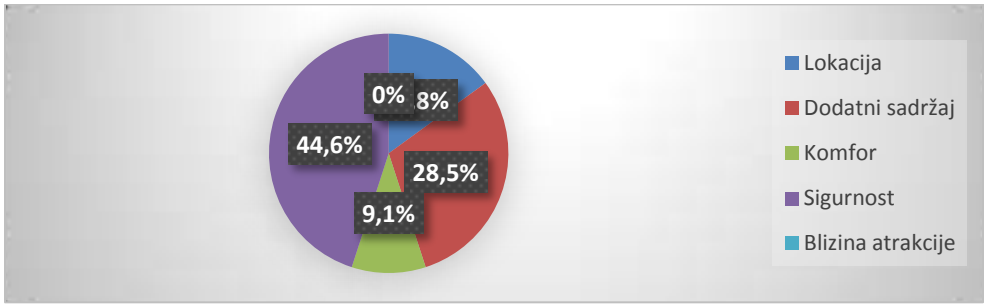
Slika 6.11. Privlačnost smještaja



Od 90 ispitanika 77,7% njih je privukao koncept dok je 22,3% ispitanika privukla radoznalost.

12. Da ste smješteni u kućici na drvetu, što bi Vam bilo od velike važnosti?

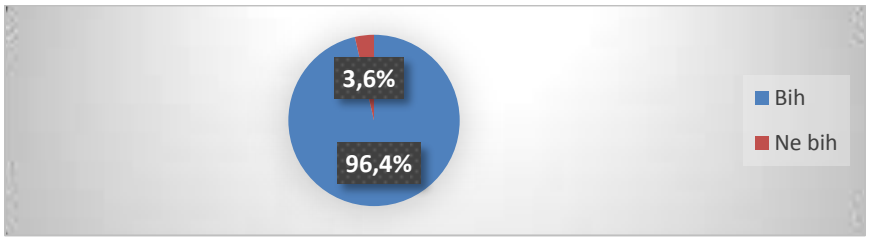
Slika 6.12. Najvažnije karakteristike smještaja



Iz ovog grafa očitava se kako je ispitanicima najvažnija sigurnost (44,6%) zatim dodatni sadržaj (28,5%) i lokacija (17,8%) te im je najmanje važan komfor (9,1%).

13. Biste li odsjeli u kućici na drvetu s tematikom iz filmova poput LOTR (Lord Of The Rings), Tarzan, Petar Pan?

Slika 6.13. Tipovi kućica LOTR, Petar Pan, Tarzan kućice

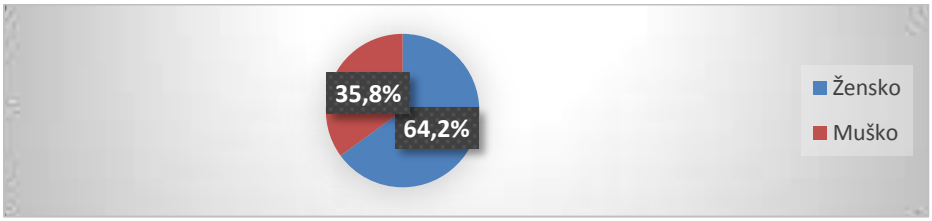


Od 112 ispitanika 96,4% bi odsjelo u kući na drveću s tematikom iz filmova LOTR, Tarzan i Petar Pan dok samo 3,6% ispitanika ne bi odsjelo.

Rezultati drugog dijela upitnika

14. Kojeg ste spola?

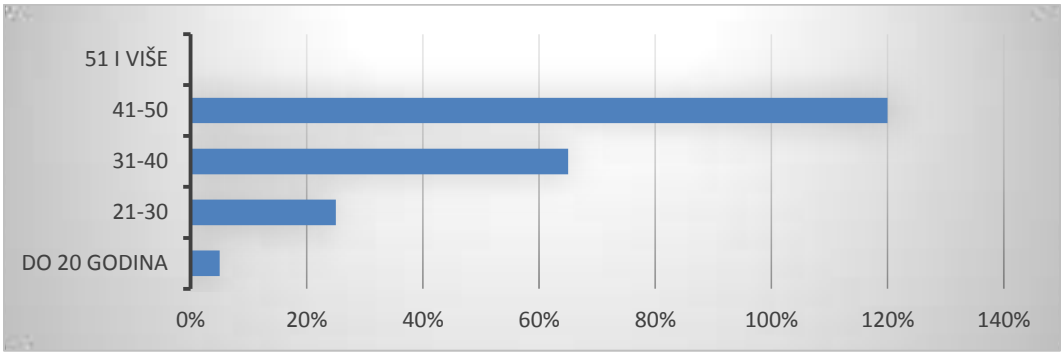
Slika 6.14. Spol ispitanika



Od 112 ispitanika 64,2% su žene, a 35,8% su muškarci.

15. Koja je Vaša dobna skupina?

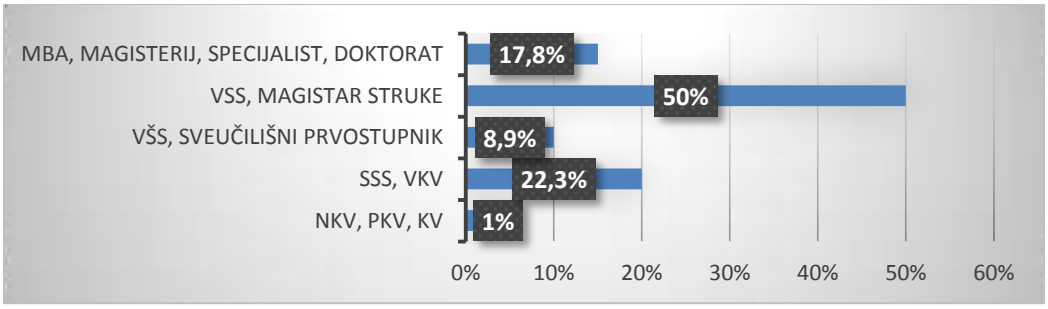
Slika 6.15. Dobna skupina



Od 112 ispitanika 56% ih je u dobnoj skupini između 41 i 50 godina, 30% ih je u 30-ima te je ostatak u razdoblju do 30 godina.

16. Koja je Vaša stručna sprema?

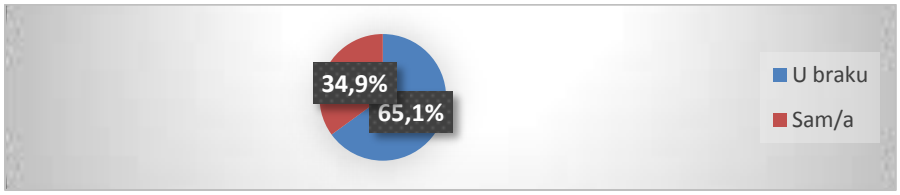
Slika 6.16. Stručna sprema



Od 112 ispitanika 50% ispitanika su VSS i magistri struke, 22,3% ih ima SSS, VKV, 17,8% su magistri, specijalisti, doktorat i MBA, 8,9% su sveučilišni prvostupnici dok 1% ima NKV, PKV i KV.

17. Koji je Vaš bračni status?

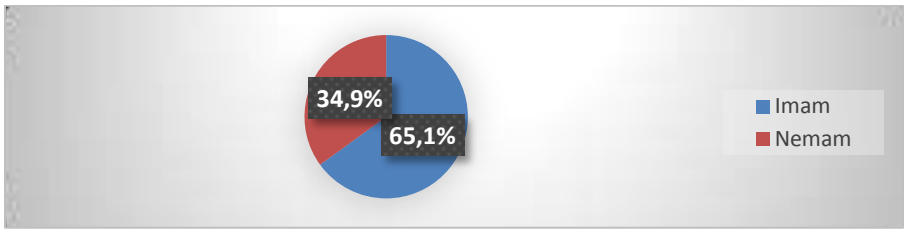
Slika 6.17. Bračni status



Od 112 ispitanika, u braku ih je 65,1%.

18. Imate li djece?

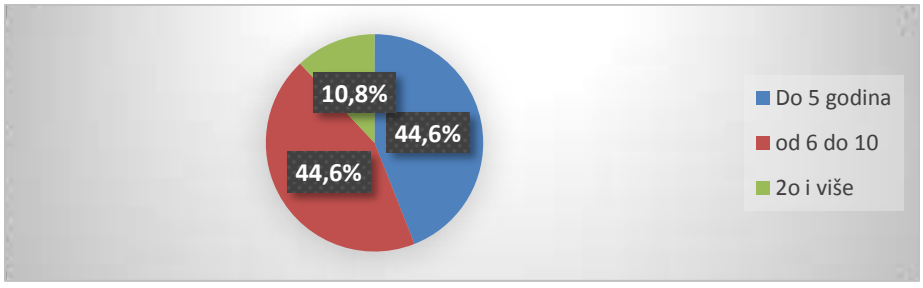
Slika 6.18. Ispitanici s i bez djece



Od 112 ispitanika, 65,1% ih ima djecu dok ih 34,9% nema djecu.

19. Ako imate u kojoj su dobi?

Slika 6.19. Dob djece



Od 112 ispitanika 44,6% ima djecu mlađu od 5 godina, 44,6% ima djecu stariju od 6, a mlađu od 10 te 10,8% ispitanika ima djecu stariju od 20 godina.

Zaključci ankete

1. 73,2% ispitanika najčešće ide na odmor za vrijeme ljetne sezone te ih je 75% otvoreno za nova mjesta i nove tipove smještaja
2. Većina ispitanika upoznata je s konceptom robinzonskog smještaja (71,4%) te su i boravili u takvom smještaju (80,3%)
3. Ispitanike je najviše privukao ovaj koncept (77,7%) a za vrijeme boravka najvažnija im je sigurnost (44,6%)
4. 50% ispitanika saznalo je za smještaj preko Interneta
5. U slučaju zanimljive turističke ponude 89,2% ispitanika bi se odlučilo na odmor proveden na području Ličko-senjske županije te bi odsjeli u kućici na drveću s tematikom iz filmova LOTR-a, Tarzana i Petar Pana.

7. ZAKLJUČAK

Prema mišljenju autora u Hrvatskoj će se u sljedećih nekoliko godina još više razviti koncept robinzonskog smještaja koji u svijetu bilježi stalni porast. Ono što sigurno krasi ovakvu vrstu smještaja i što daje prednost svakome tko već posjeduje ili želi izgraditi kućicu je diferencijacija. Uređenost hotelskih lanaca uglavnom je svugdje ista i u tim hotelima teško je pronaći nešto različito dok će svaka drvena kućica biti različita, a time i zanimljivija gostima. Svaka je kućica zamišljena drugačije jer je teško naći identična stabla. Čovjekova je kreativnost jedan od važnijih faktora diferencijacije.

Iz provedene ankete može se zaključiti kako su ljudi upoznati s robinzonskim smještajem te da je većina njih provela barem jedno takvo noćenje što navodi na zaključak da postoji interes za takvim konceptom smještaja. Na osnovu dobivenih podataka može se izvesti zaključak da je koncept robinzonskog smještaja sam po sebi zanimljiv i da na području Ličko-senjske županije postoji veliki interes za takvom vrstom smještaja. Po rezultatima ove ankete i njezinog uzorka ispitanika, ciljna skupina bila bi osobe između 30 i 40 godina s djecom.

Ličko-senjska županija ima prostora za napredak ne samo u ponudi smještaja, već i u ponudi atrakcija, manifestacija i različitih događaja koji mogu pridonijeti tom kraju te lokalnom stanovništvu.

LITERATURA

KNJIGE:

Antoine de Saint-Exupery (2012.) *Mali princ.* Zagreb : Školska knjiga

Buble, M. (2013). *Osnove menadžmenta*. Zagreb : Sinergija

Kotler i dr.(2006)., *Principles of marketing.* New Jersey : Pearson Prentice Hall

ZAKONI I PRAVILNICI:

Narodne novine (2017). Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, preuzeto sa https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_07_69_1638.html (20.11.2017.)

STRUČNI ČLANCI:

Željka Kadlec (Lipanj 2013.) Strateški menadžment vs. strateško planiranje, preuzeto sa https://hrcak.srce.hr/104881 (22.10.2017.)

INTERNETSKI IZVORI:

Tree house, preuzeto sa https://en.wikipedia.org/wiki/Tree_house (22.10.2017.)

Obožavate kućice na drveću? (08.06.2017) preuzeto sa http://www.naturala.hr (19.11.2017.)

Tomislav Krasnec (30.7.2014.) Kućicu u krošnji drveta sagradimo za 30 dana i za 1000 eura po kvadratu preuzeto sa https://www.vecernji.hr/premium/kucicu-u-krosnji-drveta-sagradimo-za-30-dana-i-za-1000-eura-po-kvadratu-953099 (22.1.2018.) (19.11.2017.)

Državni zavod za statistiku (broj noćenja i dolazaka),preuzeto sa https://www.dzs.hr/ (nekoliko datuma)

Mladen Štahan, Strateški menadžment, preuzeto sa http://www.poslovni-info.eu/sadrzaj/menadzment/strateski-menadzment/ (7.1.2018.)

Buka (13.4.2103.) Galerija kućica na drveću, preuzeto sa http://www.6yka.com/novost/36782/kucice-na-drvecu-foto (5.2.2018.)

Treehouse Resnice, preuzeto sa https://www.booking.com/hotel/hr/treehouse-resnice.hr.html (5.2.2018.)

Robinzonski turizam "Robin` s Hood",preuzeto sa http://www.booking.com/Share-Kci69t (5.2.2018.)

Treehouse at Cadmos Village Holiday Home",preuzeto sa http://www.booking.com/Share-D0MN3t (5.2.2018.)

TABLICE:

Tablica 2.1. Turistički promet u RH 2013.-2016 3
Tablica 2.2 Noćenja turista po mjesecima 2014.-2016. 4
Tablica 2.3 Noćenja domaćih i stranih turista na području Ličko-senjske županije u 2016 4
Tablica 3.1. Cjenik noćenja 11
Tablica 4.1. Swot analiza koncepta kućica na drveću 16
Tablica 4.2. Compset swot 17
Tablica 5.1. RDG račun 20
Tablica 5.2. Cjenik izgradnje 21

SLIKE:

Slika 3.1. Rijeka Gacka 10
Slika 3.2. Pogled na rijeku Gacku 10
Slika 3.3. LOTR (Lord Of The Rings) kuća 13
Slika 3.4. Tarzan kuća 14
Slika 3.5. Petar Pan kuća 14
Slika 6.1. Mjeseci za odmor 23
Slika 6.2. Način odabira smještaja 24
Slika 6.3. Kako se planira odmor 24
Slika 6.4. Tip smještaja 25
Slika 6.5. Razvijenost ponude smještaja 25
Slika 6.6. Atraktivnost županije 25
Slika 6.7. Želja za odmor u Ličko-senjskoj županiji 26
Slika 6.8. Koncept robinzonskog smještaja 26
Slika 6.9. Boravak u smještaju u kućicama na drveću 27
Slika 6.10. Način na koji su saznali za smještaj 27
Slika 6.11. Privlačnost smještaja 27
Slika 6.12. Najvažnije karakteristike smještaja 28

Slika 6.13. Tipovi kućica LOTR, Petar Pan, Tarzan kućice 28
Slika 6.14. Spol ispitanika 29
Slika 6.15. Dobna skupina 29
Slika 6.16. Stručna sprema 29
Slika 6.17. Bračni status 30
Slika 6.18. Ispitanici s i bez djece 30
Slika 6.19. Dob djece 30

PRILOG 1: Anketni upitnik

Pomoću ovog se upitnika želi saznati koliko je građana upoznato sa ovim konceptom smještaja te da li bi bili zainteresirani za ponudu te kada bi mogli to ostvariti.

1. U kojim mjesecima najčešće planirate odmor?

- ☐ Siječanj-Ožujak
- ☐ Travanj-Lipanj
- ☐ Srpanj-Rujan
- ☐ Listopad-Prosinac

2. Na koji način odabirete smještaj za odmor?

- ☐ Preko agencije
- ☐ Preko web servisa
- ☐ Preko preporuke
- ☐ Na licu mjesta
- ☐ Vlastiti smještaj
- ☐ Kod prijatelja
- ☐ Kombinacija svega

3. Kako planirate odmor? Odmor planirate:

- ☐ Uvijek u istoj destinaciji i sličnom/istom tipu smještaja
- ☐ Otvoreni ste i za druga mjesta/druge tipove smještaja

4. Koji tip smještaja najčešće odabirete?

- ☐ Hotel
- ☐ Hostel
- ☐ Kampovi

- Privatan smještaj

5. Smatrate li da je ponuda smještaja u Ličko-senjskoj županiji dovoljno?

Ne razvijena 2 3 4 Razvijena

6. Mislite li da je Ličko-senjska županija dovoljno atraktivna kao turistička destinacija?

- Mislim
- Ne mislim

7. U slučaju zanimljive turističke ponude biste li odlučili odmor provesti na području Ličko-senjske županije?

- Bih
- Ne bih

8. Jeste li upoznati s konceptom robinzonskog smještaja?

- Jesam
- Jesam ali ne dovoljno
- Nisam

9. Jeste li ikada boravili u takvom smještaju?

- Jesam
- Nisam

10. Ako jeste, kako ste saznali za taj smještaj?

- Putem interneta (portali, društvene mreže, forumi)
- Putem televizije, radija, tiskanih medija
- Preko prijatelja, rodbine, poznanika

11. Što Vas je privuklo?

- Koncept
- Radoznalost

12. Da ste smješteni u kućici na drvetu, što bi Vam bilo od velike važnosti?

- Lokacija
- Dodatni sadržaj
- Komfor
- Sigurnost
- Blizina atrakcije

13. Biste li odsjeli u kućici na drvetu s tematikom iz filmova poput LOTR (Lord Of The Rings), Tarzan, Petar Pan?

- Bih
- Ne bih