

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

DAMIRA OMANOVIĆ

**KVALITETA USLUGE U LUKAMA NAUTIČKOG
TURIZMA**

DIPLOMSKI RAD

RIJEKA, 2013.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

**KVALITETA USLUGE U LUKAMA NAUTIČKOG
TURIZMA**

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Upravljanje kvalitetom u pomorstvu

Mentor: Ines Kolanović doc.dr.sc.

Studentica: Damira Omanović

JMBAG: 0112034857

Smjer: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

Rijeka, rujan 2013.

Sadržaj:

1. UVOD	5
1.1. Problem istraživanja	5
1.2. Svrha i cilj istraživanja	5
1.3. Znanstvene metode	5
1.4. Struktura rada	5
2. OPĆE KARAKTERISTIKE KVALITETE USLUGE	7
2.1. Definicija kvalitete i njezin razvoj	7
2.2. Organizacije za kvalitetu	22
2.2.1. ISO	22
2.2.2. EOQ	24
2.3. Nagrade za kvalitetu	27
2.4. Važnost i značaj kvalitete u razvitku uslužnih djelatnosti	31
3. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA	34
3.1. Definicija i podjela luka	34
3.2. Pojam luke nautičkog turizma	35
3.3. Razvoj luka nautičkog turizma	37
3.4. Lučka usluga u lukama nautičkog turizma	40
4. KVALITETA USLUGE U FUNKCIJI KONKURENTNOSTI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA	44
4.1. Temeljni indikatori kvalitete usluge u lukama nautičkog turizma	44
4.2. Važnost kvalitete za konkurentnost usluge u lukama nautičkog turizma	46
4.3. Održivi razvitak luka nautičkog turizma	53
4.4. Plava zastava	56
5. ZAKLJUČAK	63
Literatura	65

Popis slika	67
Popis tablica	68
Popis grafikona.....	69

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Razvoj luka nautičkog turizma od velikog je značaja za sve zemlje koje imaju prirodne predispozicije za njegov razvitak. Luke nautičkog turizma osnovni su elementi na kojima se temelji razvitak nautičkog turizma. U skladu s tim, u ovom radu su upravo luke nautičkog turizma osnovni problem istraživanja pri čemu kvaliteta usluge koju nude ove luke imaju presudan značaj u svrhu ostvarivanja visoke razine usluge i konkurentnosti na tržištu.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha i cilj istraživanja je utvrditi važnost kvalitete usluga i indikatore u lukama nautičkog turizma. Utvrđivanjem indikatora kvalitete usporedit će se hrvatske luke nautičkog turizma s lukama onih zemalja koje su konkurenti hrvatskim lukama te utvrditi koliko su hrvatske luke nautičkog turizma konkurentne i u kojim segmentima te koje bi trebalo poboljšati.

1.3. Znanstvene metode

Znanstvene metode korištene tijekom ovog rada su metoda analize i sinteze, povijesna metoda, metoda diskripcije, metoda kompilacije i statističke metode.

1.4. Struktura rada

Rad je koncipiran u pet poglavlja. Prvo poglavlje Uvod bavi se problemom, svrhom i ciljem istraživanja te znanstvenim metodom i strukturom rada. U drugom poglavlju Opće karakteristike kvalitete usluge definirat će se kvaliteta i njezin razvoj. Prikazat će se različiti pristupi teroretičara koji su izučavali kvalitetu. Potom će se objasniti pojam lučke usluge. Kao bitan dio kvalitete obradit će se i međunarodna i europska organizacija za kvalitetu te će se navesti

nagrade za kvalitetu. Treće poglavlje Luke nautičkog turizma definirat će luku i njezinu podjelu. Četvrto poglavlje Kvaliteta usluge u funkciji konkurentnosti luka nautičkog turizma obradit će temeljne indikatore kvalitete usluge, važnost kvalitete za konkurentnost luka nautičkog turizma te održivi razvitak. Zadnja točka četvrtog poglavlja odnosi se na Plavu zastavu koja se dodjeljuje godišnje, a pokazatelj je kvalitete i konkurentnosti u odnosu na one luke koje ju nemaju. U zadnjem poglavlju Zaključku iznijeti su rezultati istraživanja.

2. OPĆE KARAKTERISTIKE KVALITETE USLUGE

2.1. Definicija kvalitete i njezin razvoj

Svi znamo što nije, kad naiđemo na nekvalitetu, kad nismo zadovoljni nekim proizvodom ili uslugom. Ali što kvaliteta jest, svatko ima neku svoju definiciju. S obzirom da se ovaj rad oslanja na kvalitetu i konkurentnost usluge luka nautičkog turizma, a jedan dio je i implementacija ISO standarda, kvalitetu ćemo za početak definirati preko normi: „Kvaliteta je ukupnost svojstava nekog entiteta koja mu omogućuje da zadovolji zahtijevane i pretpostavljene potrebe“ (norma ISO 8402 iz 1994. godine, povučena je i zamijenjena normom ISO iz 2000. godine). Kvaliteta je stupanj do kojeg skupina svojevrstnih karakteristika ispunjava zahtjeve (norma ISO 9000:2008).¹

Prema Općoj enciklopediji Leksikografskog zavoda, kompletno i mjerodavno tumačanje ove riječi dato je na strani 707 III svezak. Citat : „Svojstvo, osobina, kakvoća; ono što označuje (obilježava, određuje) neki predmet ili pojavu i razlikuje ih od ostalih predmeta ili pojava“. U rječniku stranih riječi Bratoljuba Klaića, kvaliteta se definira kao svojstvo, vrsnoća neke stvari, vrednota, odlika, značajka ili sposobnost.

Gurui kvalitete istu definiraju na slijedeće načine: Juran „Kvaliteta je prikladnost za uporabu“, Deming „Kontinuirano poboljšavanje“, Crosby „Pokoravanje zahtjevima“² iz čega se može zaključiti da kvalitetu svatko od nas percipira na sebi svojstven način.

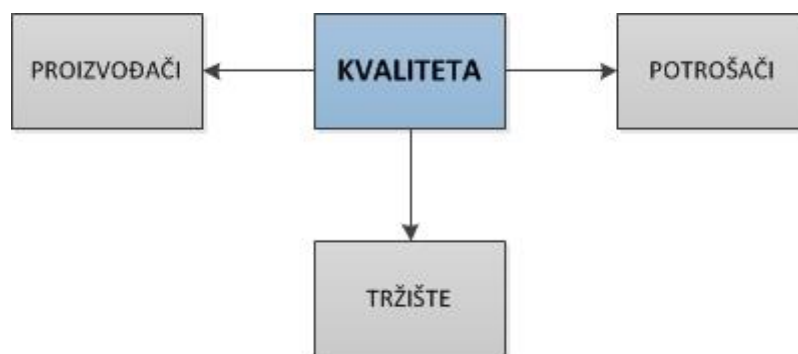
Kvaliteta se različito shvaća i interpretira ovisno o tome tko gleda na kvalitetu. Različita shvaćanja kvalitete imaju potrošači, proizvođači i tržište. Kvaliteta sa stajališta potrošača je stupanj vrijednosti proizvoda ili usluge koji zadovoljavaju određenu potrebu. Roba kojoj je uporabna vrijednost takva da zadovoljava potrebu korisnika. Kvaliteta sa stajališta proizvođača je mjera koja pokazuje koliko je vlastiti proizvod ili usluga namijenjen tržištu uspio, odnosno koliko se takvog proizvoda ili usluge prodalo. Kvaliteta sa stajališta tržišta je stupanj do kojeg određena roba ili usluga zadovoljava određenog kupca u odnosu na istovrsnu robu ili uslugu konkurencije. Kvaliteta je stupanj do kojeg su proizvodi i usluge prošli od

¹ Štajdohar-Paden, O.: Plivati s ISO-om i ostati živ, GZH d.o.o., Zagreb, 2009., str.11

² Stamatis, D.H.: Total Quality Service – Principles, Practices, and Implementation, St. Lucie Press, Delray Beach, Florida, 1996, str.6

kupoprodaje i potvrdili se kao kvalitetan proizvod ili usluga i pritom ostvarili veliki profit. Važno je naglasiti da kupci razlikuju kvalitetne proizvode i usluge, ali kupuju ono što mogu platiti. Što znači da netko tko prodaje visokokvalitetne proizvode i usluge neće imati uspjeha ako su ti proizvodi ili usluge skuplji od kupovne moći kupaca. U današnje vrijeme kupci sa manjim novčanim sredstvima kupuju jeftine i nekvalitetne proizvode. Kupci koje možemo svrstati u srednji stalež kupuju ipak većinom kvalitetnije proizvode. Kupci sa velikim novčanim sredstvima kupuju uglavnom kvalitetne proizvode i usluge.³

Slika 1. Subjekti koji ocjenjuju kvalitetu



Izvor: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta> (01.09.2013.)

Općenito se može reći da kvaliteta označava vrijednost, valjanost neke stvari, njenu primjerenost određenim uzorima, zahtjevima, normama (kvaliteta prirodnih materijala, kvaliteta industrijskih proizvoda, kvaliteta trgovačke robe te kvaliteta tehničkih i umjetničkih radova).⁴

Povijest kvalitete je opsežna, složena i stara koliko i povijest čovječanstva, međutim tek se u prošlom stoljeću kvaliteta počela izučavati i razni teoretičari su ukazivali na iznimnu važnost kvalitete. Temeljem toga razlikuju se četiri perioda u razvoju kvalitete onakvom kakvu ju danas poznajemo:

1. „Rani Amerikanci“ čiji su najznačajniji predstavnici E.W. Deming, J. Juran i A.V. Feingebbaum,
2. „Japanci“, predstavljali su ih K. Ishikawa, G. Taguchi, S. Shingo,
3. „Novi zapadni eksperti“ čiji su predstavnici P. Crosby, T. Peters, C. Moller,

³ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta> (1.09.2013.)

⁴ Kondić, Ž.: Kvaliteta i ISO 9000 –primjena-, TIVA Tiskara Varaždin, Varaždin, 2002., str. 4

4. „Doba modela kvalitete“ koje obilježava pojava serija normi ISO 9000 i stvaranje TQM⁵

Demingov pristup

Demingov pristup potpunom upravljanju kvalitetom svodi se na stvaranje takvog organizacijskog sustava, koji promiče suradnju i učenje, u cilju olakšavanja implementacije svih poslovnih procesa i upravljačkih metoda koje vode organizaciju do stalnog poboljšavanja procesa, proizvoda i usluga, kao i ostvarenje osobnih težnji zaposlenika, što je vrlo važno za zadovoljenje zahtjeva kupca i, u konačnici, opstanak na tržištu. Sredstva poboljšanja kvalitete, prema Demingu, leže u sposobnosti pravilnoga kontroliranja i upravljanja sustavima i procesima, te u ulozi odgovornosti menadžmenta u ostvarivanju svega nabrojenog. Deming zagovara korištenje metodoloških praksi, uključujući korištenje specifičnih alata i statističkih metoda pri oblikovanju i poboljšavanju procesa. One ciljano idu na smanjenje nezaobilaznih varijacija koje su izazvane "uobičajenim uzrocima" i "specijalnim uzrocima". "Uobičajeni uzroci" varijacija su sustavni i dijele ih operateri, strojevi ili proizvodi. Uključuju slabooblikovan proizvod, nekvalitetan ulazni materijal te loše uvjete rada. Za te uzroke odgovoran je menadžment. "Specijalni uzroci" vezani su za pomanjkanje znanja i vještina, te za slabu izvedbu zadatka. Za specijalne uzroke odgovorni su djelatnici.⁶

Osnove TQM-a Deming je izložio u 14 točaka. U većini točaka on zahtijeva od menadžera da prekinu dotadašnju praksu i da počnu raditi na nov način. Često je svojih 14 točaka označavao kao 14 obveza menadžmenta. Cilj je Demingovih 14 točaka da menadžment i radnici promijene odnos prema radu, kako bi troškovi kompanije bili niži, razina kvalitete visoka, a produktivnost rada veća. Demingovih 14 točaka glase⁷:

1. Usvojiti stalne ciljeve (kreirati i objaviti misiju tvrtke i konstantno je provoditi). Menadžment mora biti ustrajan u svojem opredjeljenju za kvalitetu i s kratkoročnoga se gledišta usredotočiti na dugoročno. Kvaliteta se kao cilj tvrtke postavlja čak i iznad profita. Profit je posljedica do koje se neminovno dolazi ako se tvrtka opredijeli za kvalitetu;

⁵ TQM – Totaly Quality Management ili Upravljanje cjelovitom kvalitetom

⁶ Šuman, S., Pavletić, D.: TQM-Put do diferencijacije, Engineering Review, vol. 2, Dec 2008., str. 131-142

⁷ Šiško Kuliš, M., Mrduljaš, Z.: Gurui kvalitete, Tehnički vijesnik, vol. 3, 2009., str. 72-73

2. Prihvatiti novu filozofiju. Nema više tolerancije prema uobičajeno prihvaćenoj učestalosti kašnjenja, pogrešaka, defekata loših materijala, nemarnosti. Nužno je da svi zaposlenici prihvate i primijene novu filozofiju unapređenja kvalitete;
3. Smanjiti ovisnost o nadziranju. Ugradnjom kvalitete u cjelokupni proces proizvodnje ukida se potreba masovnoga nadziranja, tj. kontrole svakoga proizvoda, nakon izrade, jer se to obavlja tijekom čitave proizvodnje;
4. Prekinuti praksu "najjeftinije" pri odabiru dobavljača. Pri odabiru dobavljača u prvi plan mora doći razina kvalitete pa tek onda cijena. S dobavljačima je potrebno uspostaviti partnerski odnos;
5. Stalno unapređivati procese u proizvodnji i uslugama. Unapređenje kvalitete u toku procesa proizvodnje ili pružanja usluga je neprekidna aktivnost i dio odgovornosti menadžmenta, ali i svih zaposlenika, koji ukazujući na postojeće probleme omogućuju i njihovo rješavanje te poboljšanje cjelokupnog procesa;
6. Provođenje obrazovanja svih zaposlenika. Neophodno je neprekidno obrazovati i usavršavati zaposlenike. Da bi se takve ideje praktično provele, neke tvrtke, primjerice Motorola, osnovale su vlastita učilišta;
7. Institucionalizirati rukovođenje. Potrebno je stvarati atmosferu u kojoj će svaki zaposlenik biti motiviran davati svoj maksimalan doprinos i iskoristiti sve svoje potencijale. Za to su ključni rukovoditelji na svim razinama, koji moraju poticati stvaranje i održavanje takvih radnih uvjeta koji rezultiraju poticajnim partnerskim odnosom zaposlenika s nadređenima;
8. Iskorijeniti osjećaje straha. Osnovna je premisa izgraditi u tvrtki atmosferu koja će poticati otvorenost i sigurnost u iznošenju prijedloga, radu i politici kvalitete;
9. Srušiti barijere između organizacijskih jedinica koje razdvajaju zaposlenike. Deming smatra da su prepreke između organizacijskih jedinica unutar tvrtke kontraproduktivne, te je potrebno srušiti barijere između njih, poticati međufunkcionalne i interorganizacijske timove u rješavanju problema bez obzira na to u kojem se odjelu oni jave. Na taj način doprinosi se unapređenju suradnje i znanja;
10. Ukinuti prazne slogane. Slogani, natpisi, poster, upozorenja i općenito ciljevi koji zaposlenike navode na povećanje produktivnosti, dugoročno gledajući su kontraproduktivni, frustrirajući te ih, prema Demingu, treba ukinuti;
11. Ukloniti numeričke ciljeve. Tvrtke se trebaju prvenstveno i suštinski fokusirati na pitanja kvalitete. Koncentracija pozornosti samo na izlaze iz procesa ne predstavlja

učinkovit način za unapređenje procesa. Umjesto na ostvarivanju numeričkih kvota, menadžment treba raditi na unapređenju procesa;

12. Srušiti prepreke koje ljude sprečavaju da se ponose svojim radom. Deming smatra da je odlika ljudi da žele raditi kako treba. U tome ih sprečava neadekvatan menadžment, loša komunikacija, neadekvatna oprema, nesavršeni materijali i druge prepreke koje menadžeri moraju ukloniti da bi se kvaliteta poboljšala;
13. Stimulirati zaposlenike na obrazovanje. Adekvatna obuka nije statičan pojam, već on podrazumijeva kontinuirano usavršavanje iz uskog područja struke, ali i upoznavanje s metodama i tehnikama upravljanja kvalitetom, kao i dodatne instrukcije o timskom radu i filozofiji kulture tvrtke u pogledu TQM-a;
14. Provoditi akcije za uvođenje promjena. Transformacija predstavlja zadatak svih. Kultura kvalitete mora postati praksa. Zaposlenici se moraju pridržavati kulture TQM-a. Demingove postavke, iako su bile izložene mnogim kritikama, ukazuju prvenstveno na potrebu krupnih promjena u menadžmentu koji mora proći kroz nova učenja i stjecanje znanja.

Demingov koncept potpunog upravljanja kvalitetom, odnosno sustav dubinskog znanja, ukazuje na potrebu krupnih zaokreta u menadžmentu. Menadžment treba proći kroz nova učenja i stjecanja znanja; menadžment treba doživjeti pravu transformaciju. To se može iščitati iz 11. preporuke koja se odnosi na uklanjanje numeričke kvote za radnu snagu.⁸ Kao pomoć za unaprijeđenje ili poboljšanje procesa, deming predlaže tzv. Shewhartov ciklus, tj. PLANIRAJ, ČINI, PROVJERI, DJELUJ.

Slika 2. Demingov krug



Izvor: http://ame.rs/forum/?attachment_id=1600 (1.09.2013)

⁸ www.deming.edu (1.09.2013.)

Juranov pristup

Bitna odrednica Juranova pristupa jest u tome što Juran vjeruje da glavni problemi kvalitete leže u menadžmentu, a ne u zaposlenicima. Za dostizanje kvalitete potrebno je poduzimati aktivnosti na svim razinama organizacije. Juran ističe da je vrlo važno razumjeti kupčeve potrebe. Taj zahtjev odnosi se na ⁹: marketing, oblikovanje, proizvodnju i usluge. Da bi se osigurala kvaliteta oblikovanja, predlaže korištenje tehnika koje uključuju Quality Function Deployment, planiranje pokusa, inženjerstvo pouzdanosti i simultano inženjerstvo. Juran promatra upravljanje kvalitetom kao tri temeljna procesa, koji se nazivaju Juranova trilogija¹⁰:

- planiranje kvalitete,
- kontrola kvalitete,
- poboljšanje kvalitete.

Juran je definirao univerzalni redoslijed aktivnosti za tri procesa kvalitete, a navedeni su u tablici 1.

Tablica 1. Univerzalni procesi upravljanja kvalitetom

Planiranje kvalitete		Kontrola kvalitete	Poboljšanje kvalitete
1.	Postavljanje ciljeva kvalitete	Izbor predmeta kontrole	Dokazivanje potrebe
2.	Identificiranje kupaca	Izbor mjerne jedinice	Identifikacija projekata
3.	Otkrivanje potreba kupca	Postavljanje ciljeva	Organiziranje projektnih timova
4.	Razvoj značajki proizvoda	Kreirati osjetnik	Dijagnosticiranje uzroka
5.	Razvoj značajki procesa	Mjeriti stvarnu učinkovitost	Propisivanje popravni radnji
6.	Postavljanje kontrole procesa	Tumačenje različitosti	Bavljenje otporima prema promjenama
7.	Prijenos na operacije	Djelovati na različitost	Kontrolirati u cilju zadržavanja

Izvor: Vuković, A., Pavletić, D., Ikonić, M.: Osnovni pristup potpunom upravljanju kvalitetom i temeljni koncepti izvrsnosti, Engineering Review, vol. 2, 2007., str. 3

Na polju upravljanja kvalitetom, Juran je poznat po svojim konceptima kvalitete¹¹:

1. Unutrašnji korisnik (engl. Internal Customer) – u ovom konceptu polazi od toga da je svaka osoba unutar proizvodnog lanca unutrašnji korisnik, a isporučitelj za sljedećeg izvršitelja. To znači da se u svakoj fazi proizvodnje može primijeniti model s tri uloge:

⁹ www.juran.com (1.09.2013.)

¹⁰ Vuković, A., Pavletić, D., Ikonić, M.: Osnovni pristup potpunom upravljanju kvalitetom i temeljni koncepti izvrsnosti, Engineering Review, vol. 2, 2007., str. 71-81,

¹¹ www.juran.com

isporučitelj, proces i korisnik. Ovako rastavljen lanac predstavlja priliku za unapređenje kvalitete svakog pojedinog elementa lanca.

2. Troškovi kvalitete (engl. Cost of Quality) – koncept troškovi kvaliteta, podrazumijeva da troškovi nastaju kada dolazi do pojave nesukladnih proizvoda, a mogu se svrstati u tri grupe:

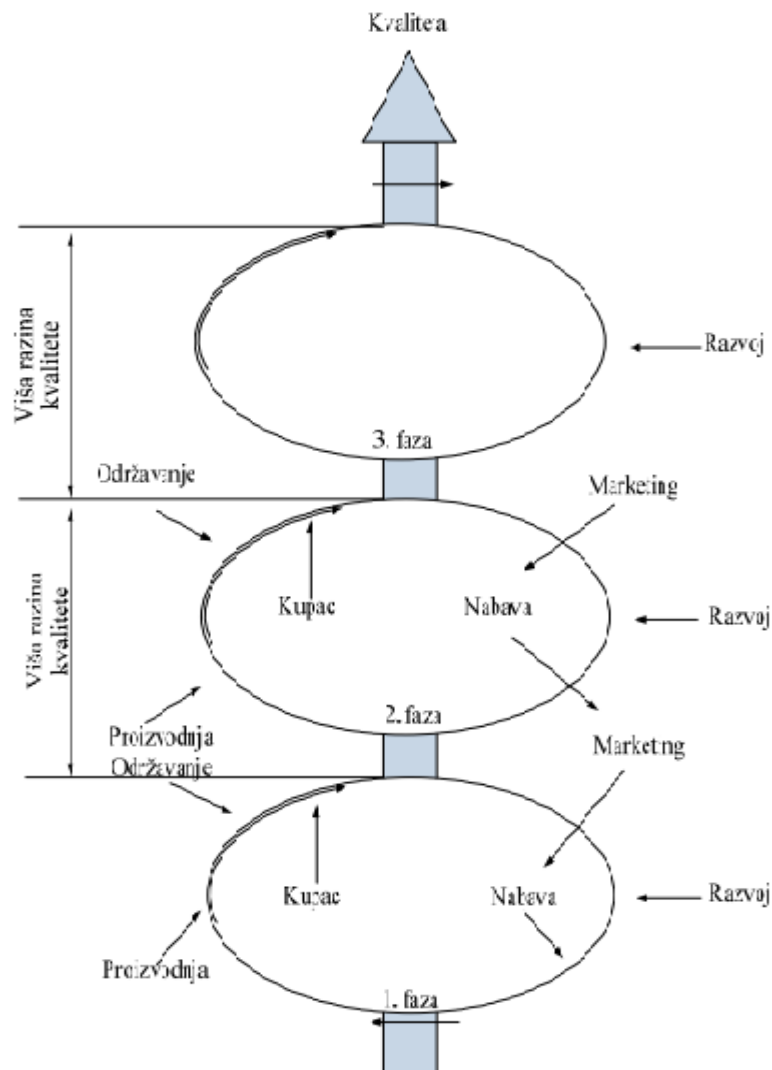
I. Troškovi nesukladnosti (engl. Non-Conformance Costs), koji se odnose na škart, doradu, korektivne mjere, garancije, žalbe korisnika i gubitak korisnika;

II. Troškovi procjene (engl. Appraisal Costs), kontrola, provjere pridržavanja i traženja uzroka i

III. Troškovi preventive (engl. Prevention Costs), obuhvaćaju troškove obuke, preventivne provjere i unapređenja procesa.

3. Spirala kvalitete (engl. Quality Spiral) – Juran smatra da je razvoj sustava u organizaciji nužno povezan s napuštanjem postojeće razine kvalitete i prelaskom u višu razinu uz pomoć dobro pripremljenog izvedbenog postupka. On zagovara kontinuirano poboljšanje kroz neprekidnu spiralu aktivnosti, tzv. spiralu kvalitete koja uključuje istraživanje tržišta, razvoj proizvoda i projekata, specifikacije, nabavu, planiranje proizvodnje, proizvodnju i procesnu kontrolu, završnu kontrolu i ispitivanja, prodaju i povratnu informaciju od korisnika. Međuovisnost navedenih funkcija ukazuje na potrebu za kompetentnim menadžmentom kvalitete u cijeloj organizaciji. Juranova spirala kvalitete prikazuje se slikom .

Slika 3. Juranova spirala kvalitete



1. Izvor: Bukša, T.: Diferencijacija upravljanja kvalitetom kod cikličkih projekata u brodograđevnoj industriji, Tehnički fakultet Rijeci, Rijeka, 2012., str. 9

Iz slike 3 moguće je razabrati osnovne namjere Juranova pristupa kvaliteti, a to je kontinuirano nastojanje da se kroz sve proizvodne faze inzistira na razvoju te povezivanjem nabave, proizvodnje, održavanja i kupca te iz faze u fazu, težiti proboju ka višoj kvaliteti.

4. Trilogija kvalitete (engl. Quality Trilogy) – svojim pristupom kvaliteti Juran je definirao univerzalni proces i način realizacije kvalitete koji obuhvaća sve funkcije, sve razine i sve proizvodne linije. Ovaj pristup obuhvaća sljedeće kategorije kvalitete:

I. Planiranje kvalitete – predstavlja proces koji je sposoban proizvoditi prema potrebama kupaca, odnosno korisnika i na taj način stvarati kod njih zadovoljstvo. U ovom procesu zadovoljstvo kupca je u prvom planu.

II. Kontrolu kvalitete – obuhvaća kontrolu svih važnih procesa. Težište je na odstupanjima od zahtjeva.

III. Unapređenje kvalitete – proces uklanjanja uzroka nedostataka, odnosno nesukladnosti i stalnog poboljšanja. Naglasak je na otkrivanju i uklanjanju uzroka nesukladnosti.

Feigenbaumov pristup

Feigenbaum koristi termin potpuna kontrola kvalitete (engl. Total Quality Control-TQC), umjesto TQM. Tvrdi da termin potpuno upravljanje kvalitetom pokriva područje "životnog vijeka" proizvoda i usluge od ideje ili koncepta proizvoda preko proizvodnje do servisa proizvoda ili usluge. Feigenbaum definira TQC kao efektivan sustav za integraciju raznih skupina unutar organizacije zaduženih za razvoj kvalitete, održavanje kvalitete i poboljšanje kvalitete. On tvrdi da se efektivno upravljanje kvalitetom sastoji od četiriju glavnih faza:

- postavljanje standarda kvalitete,
- procjenjivanje sukladnosti s tim standardima,
- djelovanje kada standardi nisu dosegnuti,
- planiranje poboljšanja u tim standardima.

Tvrdi da dobar TQC zahtijeva visoke stupnjeve funkcionalne integracije među službama, strojevima i informacijama, naglašavajući sustavni pristup kvaliteti. Jasno definiran sustav ukupne kvalitete moćan je temelj za TQC. Sustav potpune kvalitete definiran je kao utvrđena organizacijska struktura sustava, koja je efikasno dokumentirana, ima integrirane tehničke i upravljačke procedure, a nastala je u cilju vođenja koordiniranih aktivnosti ljudi i strojeva uz informacije organizacije na najbolji i najpraktičniji način, da bi se osiguralo zadovoljstvo kupca i ujedno vodilo računa o ekonomskim efektima i troškovima kvalitete. Feigenbaum naglašava da se naponi moraju učiniti u smjeru prevencije niske razine kvalitete, što je u suprotnosti s njihovom detekcijom nakon događaja. Zaposlenici bi trebali biti nagrađivani za svoje prijedloge vezane za poboljšanje kvalitete, te da kvaliteta bude posao svih.

Ishikawin pristup

Ishikawa pojam upravljanje kvalitetom, proširuje dalje od proizvoda, kvalitete upravljanja, kvalitete pojedinaca i organizacije u cjelini. Tvrdi da je uspjeh organizacije izrazito ovisan o načinu poboljšavanja kvalitete kao neprekidnog traganja. Opredijeljenost kontinuiranom poboljšavanju, prema Ishikawi, treba osigurati da ljudi ne prestanu učiti. On zastupa stajalište da je sudjelovanje zaposlenika ključan čimbenik u uspješnoj implementaciji TQM-a. Ishikawa predlaže da se procjena kupčevih potreba koristi kao alat da bi se potaknula međufunkcionalna suradnja. Odabir dobavljača trebao bi se vršiti na temelju kvalitete umjesto na temelju cijene. Međufunkcijski timovi efikasan su način rješavanja problema kvalitete. Ishikawin model TQM-a sadrži sljedećih šest principa:¹²

- kvaliteta je na prvom mjestu,
- orijentacija prema kupcu, a ne prema proizvođaču,
- orijentacija prema kupcu smanjuje prepreke odvojenosti,
- korištenje činjenica i podataka za primjenjivanje, statističkih metoda,
- cijeniti humanost kao filozofiju upravljanja,
- upravljanje među funkcijama.

Nedvojben je Ishikawin doprinos u razvoju alata kvalitete kao i uvođenju novih alata u ovom području. U ovom smislu posebno mjesto zauzima dijagram uzroka i posljedica kojeg je prvi put upotrijebio 1960. godine u brodogradilištu Kawasaki u Japanu., često nazivan Ishikawa dijagram ("riblja kost"). Ovo je relativno jednostavan alat kojeg mogu koristiti svi uposlenici promatrane kompanije. Isto tako, on je prvi definirao sedam alata kvaliteta i to:¹³

1. Dijagram toka procesa;
2. Lista sakupljenih grešaka;
3. Histogram;
4. Pareto dijagram;
5. Dijagram uzroka i posljedice;
6. Korelacijski dijagram i
7. Kontrolne karte kvalitete.

¹² Injac, N.: Mala enciklopedija kvalitete, Zagreb, Oskar, 2001.

¹³ Lazibat, T.: Upravljanje kvalitetom, Zagreb: Znanstvena knjiga i M.E.P., 2009.

Ishikawa je definirao i sedam kritičnih čimbenika koji su bili od suštinskog značaja za uspjeh kontrole kvaliteta u Japanu:

1. Kontrola cjelokupne kvalitete širom kompanije i participiranje svih zaposlenika organizacije;
2. Obrazovanje i osposobljavanje u svim aspektima kvalitete (što može obuhvatiti i preko 30 radnih dana godišnje);
3. Korištenje krugova kvaliteta za modernizaciju standarda i regulaciju, koji imaju konstantnu potrebu za poboljšanjem;
4. Provjere kvalitete od strane predsjednika i članova odbora za kvalitetu dva puta godišnje;
5. Široka uporaba statističkih metoda i fokus na sprečavanju problema;
6. Promotivne aktivnosti kontrole kvaliteta unutar države, sa nacionalnim imperativom održavanja japanskog poimanja kvaliteta i
7. Revolucionarni mentalni stav od strane uprave i zaposlenih u međusobnim i odnosima prema korisniku, uključujući i žalbe, ohrabrujuće rizike i širu domenu kontrole.

Taguchiev doprinos

Taguchiev doprinos razvoju kvalitete ogleda se u unaprjeđenju metoda projektiranja kvalitete (engl. Quality Engineering) koje su nazvane Taguchi metode. Njegov razvoj se realizirao djelovanjem kroz: Japanese Society for Quality Control, Japanese Standards Association (JSA), Japanese Union of Scientists and Engineers (JUSE), i Central Japan Quality Control Associatio (CJQCA). Taguchi smatra da pravilno utrošeno vrijeme u projektiranju i planiranju značajno smanjuje utrošenu energiju, vrijeme i troškove koji se realiziraju tijekom provedbe kontrole umanjujući napore, vrijeme i troškove koji nastaju tijekom redovne kontrole. Taguchi specificira efikasnost proizvodnje kao rezultat triju faza:

- projektiranje sustava,
- projektiranje parametara,
- projektiranje tolerancije.

Prema Taguchiju, postoje dvije vrste čimbenika koji utječu na ostvarivanje funkcionalnih karakteristika proizvoda, i to su: kontrolirani čimbenici i nekontrolirani čimbenici. Kontrolirani čimbenici su oni čimbenici koji na bilo koji način podliježu nekoj vrsti

kontroliranja i mogućnosti upravljanja, kao na primjer izbor materijala, tehnologija proizvodnje, itd.

Nekontrolirane čimbenike je vrlo teško identificirati i kontrolirati. Taguchi definira tri vrste nekontroliranih čimbenika – vanjske, unutrašnje i one između. S tim u svezi, treba izdvojiti čimbenike čija je kontrola opravdana, dok je za ostale čimbenike važno smanjiti njihov utjecaj.

Shigeo Shingo – Nova proizvodna filozofija

Shigeo Shingo autor je knjige „Nova japanska proizvodna filozofija“ koja je nastala početkom 1970-ih u vrijeme naftne krize. Tada su provedene radikalne promjene u Japanu u organizaciji društva i poduzeća. Temeljna platforma ove knjige su slijedeće kategorije:

- 1) Proizvodnja bez zaliha;
- 2) Proizvodnja bez greške (defekata);
- 3) Točno na vrijeme (engl. Just In Time, JIT);
- 4) Poslovanje bez gubitaka i
- 5) Netroškovni princip.

Točno na vrijeme je ekonomski pojam koji predstavlja strategiju smanjenja troškova u proizvodnji, gdje se proračunom postiže kraće vrijeme skladištenja dijelova, repromaterijala odnosno sirovina ili samo izbjegavanje skladištenja, te stavljanje istih u najkraćem roku u proizvodni proces. Prema Shigeou Shingou, to je sustav čiji je glavni zadatak uklanjanje svega nepotrebnog, čime se, sinkronizacijom radnog procesa i uravnoteženjem proizvodnih kapaciteta, skraćuje vrijeme izrade pojedinih izradaka (proizvoda).

Povijest JIT-a seže još u 1920-ih godine. Postoje indicije da ga je Ford koristio kada je rudača dolazila upravo na vrijeme da se pretvori u željezo za karoserije. Zatim je McDonald's koristio JIT za pripremu hrane. Međutim Toyota je u 1970-ima pokazala da se to može primijeniti i na industrijske proizvode.

Crosbyjev pristup

Crosby je identificirao neke važne principe i prakse za uspješno izvođenje programa poboljšanja kvalitete koji uključuju sudjelovanje menadžmenta, odgovornost menadžmenta za kvalitetu, priznavanje truda djelatnicima, smanjenje troškova kvalitete, prevenciju troškova, procjenu troškova, stavljanje naglaska na prevenciju u odnosu na inspekciju nakon pojave pogreške, te nula defekata. Crosby tvrdi da su pogreške uzrokovane dvama razlozima:

- pomanjkanjem znanja,
- pomanjkanjem pozornosti.

Obrazovanje i osposobljavanje mogu eliminirati prvi razlog. Osobno opredjeljenje izvrsnosti i pridavanje pozornosti detaljima eliminiraju drugi razlog. Crosby također ističe važnost načina upravljanja prema uspješnom poboljšanju kvalitete. Ključ poboljšanja kvalitete je u promjeni razmišljanja menadžmenta. Razumijevanje, opredjeljenje i komunikacija su ključni. Crosby slično, kao Deming i Juran, također smatra da je poboljšanje kvalitete odgovornost menadžera. Uz problematiziranje kvalitete kroz troškove kvalitete, uveo je koncept nula grešaka (engl. Zero Defects Concept). Prema njegovom mišljenju ne postoji prihvatljiv defekt, a menadžment treba preuzeti obvezu i posvećenost osiguranja nultog defekta i kvalitete cijelog poduzeća. Predlaže uvođenje timova za poboljšanje kvalitete, savjet kvalitete, pa čak i dan nultog defekta.

Crosby-jeva glavna ideja vodilja je da je kvaliteta besplatna. On doslovno kaže: "Ona (kvaliteta) nije poklon, ali je besplatna". Koncept nultog defekta temelji se na načinu rada – stvari treba raditi već prvi put na pravi način, čime se preventivno djeluje na defekte i kvalitetu. Crosby smatra da menadžment treba biti posvećen planiranju kvalitete, čiji glavni princip je: Zadovoljstvo kupaca je na prvom, posljednjem i svakom mjestu. Poznata je Crosby-jeva matrica "zrelosti menadžmenta kvalitete", na temelju koje se može odrediti trenutna pozicija menadžmenta kvalitete. Zrelost menadžmenta se prema Crosby-ju može pratiti kroz pet faza:

1. Neizvjesnost (engl. Uncertainty);
2. Buđenje (engl. Awakening);
3. Prosvjetljenje (engl. Enlightenment);
4. Mudrost (engl. Wisdom) i
5. Sigurnost (engl. Certainty).

Kategorije mjerenja i zrelost menadžmenta, sistematizirane su prema Šišku, Kulišu i Z. Mrduljašu i prikazane u tablici 2.

Tablica 2. Crosby-eva mreža zrelosti menadžmenta kvalitete

KATEGORIJE MJERENJA	FAZA 1. NEIZVJESNOST	FAZA 2. BUĐENJE	FAZA 3. PROSVJETLJENJE	FAZA 4. MUDROST	FAZA 5. SIGURNOST
Razumijevanje i opredjeljenje menadžmenta	Ne uspijeva percipirati kvalitetu kao menadžerski alat	Podržava menadžment kvalitete u teoriji, ali ne osigurava potreban novac i vrijeme	Uči o upravljanju kvalitetom i počinje podržavati	Osobno učešće u aktivnostima kvalitete	Promatra menadžment kvalitete kao ključ uspjeha organizacije
Status kvalitete organizacije	Aktivnosti kvalitete ograničene su na sektore proizvodnje	Postavlja se jak lider, ali i dalje aktivnosti kvalitete fokusirane na procjene	Odjeljenje kvalitete odgovara top menadžmentu	Menadžer kvalitete je zaposlenik organizacije	Menadžer kvalitete je u upravnom odboru kompanije
Rješavanje problema	Problemi se rješavaju kada nastanu	Formiraju se timovi za rješavanje najvećih problema	Problemi se postupno rješavaju	Problemi se identificiraju u ranoj fazi	Problemi se sprječavaju
Trošak kvalitete kao postotak prodaje	Prijavljen: - Nepoznat: - Stvarni: 20%	Prijavljen: 5% Stvarni: 18%	Prijavljen: 8% Stvarni: 12%	Prijavljen: 6,5% Stvarni: 8%	Prijavljen: 2,5% Stvarni: 2,5%
Akcije poboljšavanja kvalitete	Nema organiziranih aktivnosti	Aktivnosti su motivacijske i kratkoročne	Ugradnja programa od 14 koraka s punim razumijevanjem	Nastavlja program od 14 koraka i počinje program stvaranja sigurnosti	Poboljšanje kvalitete je redovna i kontinuirana aktivnost
Zbroj pozicija kvalitete organizacije	Ne znamo zašto imamo problema s kvalitetom	Moramo li uvijek imati problema s kvalitetom	Zbog posvećenosti menadžmenta mi identificiramo i rješavamo naše probleme kvalitete	Rutinski sprječavamo nastajanje defekta	Znamo zašto nemamo problema s kvalitetom

Izvor: Bukša, T.: Diferencijacija upravljanja kvalitetom kod cikličkih projekata u brodograđevnoj industriji, Tehnički fakultet Rijeci, Rijeka, 2012., str. 13

Analizirajući kvalitetu, Crosby polazi od toga da svaki sudionik procesa ima svoj pogled na kvalitetu. On pojašnjava kakvo viđenje kvalitete imaju pojedini akteri: menadžment, stručnjaci kvalitete, zaposlenici i potrošači. Logično je pretpostaviti da će svatko od njih imati svoje viđenje kvalitete i da će svako viđenje imati stanovitu dozu subjektivnosti. Tako menadžment vidi kvalitetu kao rješenje za postojeće probleme i trenutnu lošu situaciju. Stručnjaci kvalitete imaju veliku naklonost zahtjevima za osiguranje kvalitete prema normama ISO 9000ff. Zaposlenici su u pravilu zbunjeni. Oni primjećuju da su proizvodni procesi vezani s neefikasnošću. Također, primjećuju da menadžment mnogo govori o izvrsnosti i posvećenosti, ali istovremeno vrlo malo radi na tome. Potrošači shvaćaju da je teško dobiti pouzdane proizvode i usluge.

Tom Peters – Menadžerski pristup kvaliteti

Tom Peters jedan je od najpoznatijih stručnjaka na temu biznisa i menadžmenta. Autor je brojnih poslovnih bestselera i jedan od najpoznatijih poslovnih govornika. Iskustvo u savjetovanju mnogobrojnih svjetski poznatih poduzeća daju Petersu autoritet kojim se može pohvaliti malo koji predavač o menadžmentu. Peters stavlja menadžera u centar procesa poboljšanja kvalitete, odbacuje riječ "management" i uvodi riječ "vodstvo" (engl. Leadership). Ovim se značajno mijenja uloga vodstva poduzeća. Peters je definira kao "upravljanje u pokretu" (engl. Mananging by Walking Around – MBWA), efektivnost i efikasnost lidera vidi kroz realizaciju triju aktivnosti: slušanje, učenje, pomaganje.

Claus Moller – Ljudska strana kvalitete

Claus Moller je ekonomist iz Danske čiji se doprinos ogleda u poboljšanju efikasnosti poslovanja organizacije. Mollerov koncept kvalitete uvodi novu dimenziju u tradicijskom shvaćanju kvalitete tzv. ljudsku stranu kvalitete (engl. The Human Side of Quality). On se ne fokusira samo na kvalitetu roba i usluga, već također i na kvalitetu koju ljudi stvaraju i distribuiraju.¹⁴

Iz navedenih pristupa priznatih teoretičara kvalitete, razvidno je da svaki od njih ima svoj jedinstveni pristup. Unatoč tomu, principi potpunog upravljanja kvalitetom i prakse koje su predložili ti stručnjaci u području kvalitete, pružaju bolje razumijevanje koncepta TQM-a. Iako njihovi pristupi konceptu TQM nisu potpuno isti, oni dijele neke zajedničke točke, koje su sistematizirane u tablici 3.

¹⁴ Vuković, A., Pavletić, D., Ikonić, M., op. cit., str. 79

Tablica 3. Šest zajedničkih točaka u pristupu TQM-u

Šest zajedničkih točaka	
Odgovornost menadžmenta	Odgovornost je menadžmenta da osigura opredijeljenost, vodstvo, motiviranje i prikladnu podršku tehničkim i ljudskim procesima. Odgovornost je top-menadžmenta da odredi okruženje i okvir operacija unutar organizacije. Imperativ je da menadžment promiče uključivanje zaposlenika u poboljšavanje kvalitete, te da razvija kulturu kvalitete promjenom percepcije i odnosa prema njoj.
Planiranje	Naglašene su aktivnosti strategije, politike i procjene na razini organizacije.
Edukacija i osposobljavanje	Naglašena je važnost edukacije i osposobljavanja zaposlenika, u cilju promjene ponašanja zaposlenika, odnosa, unapređivanja zaposlenikovih sposobnosti pri izvršavanju zadataka.
Poboljšavanje	Cilj svih zaposlenika u poslovnom sustavu trebalo bi biti stalno poboljšavanje proizvoda, procesa i sustava kao cjeline, a pritom primjenjujući poznate temeljne i složenije koncepte i alate stalnog poboljšavanja.
Kontrola procesa	Vrlo je važno kontrolirati procese i poboljšavati sustav kvalitete i oblikovanja proizvoda. Naglasak je stavljen na prevenciju pojave pogrešaka, a ne kontrolu nakon njihove pojave.
Sustavni pristup	Kvaliteta je sustavna aktivnost na razini organizacije, a ide od dobavljača do klijenata. Sve funkcionalne aktivnosti, kao: marketing, oblikovanje, proizvodnja, kontrola, otprema, montaža i uslužne djelatnosti, moraju biti uključene u napore za poboljšanje kvalitete.

Izvor: Bukša, T.: Diferencijacija upravljanja kvalitetom kod cikličkih projekata u brodograđevnoj industriji, Tehnički fakultet Rijeci, Rijeka, 2012., str. 15

Može se zaključiti kako je u posljednja dva desetljeća došlo do promjene mišljenja da upravljanje kvalitetom ne znači samo usklađivanje sa specifikacijama i zahtjevima. Kvaliteta, također, znači zadovoljavanje, nešto više od potreba i očekivanja kupca.

2.2. Organizacije za kvalitetu

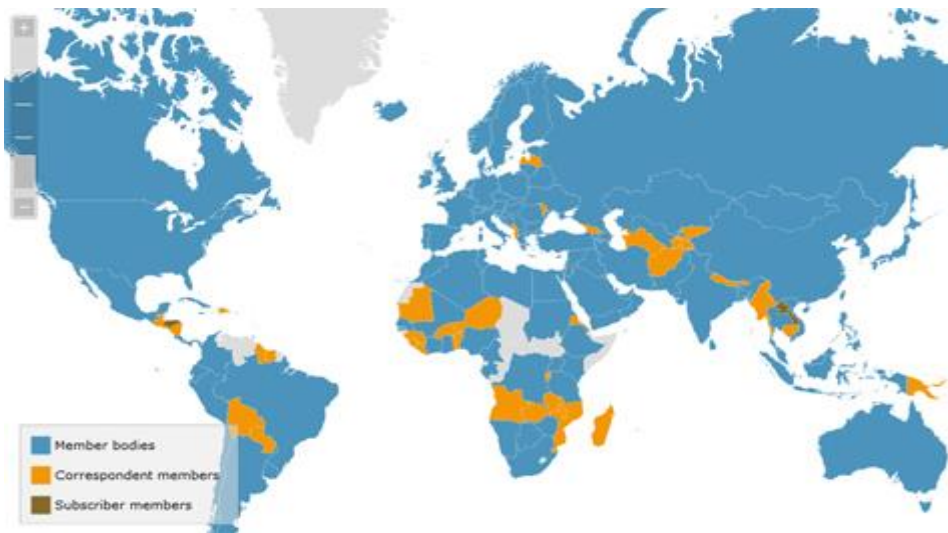
2.2.1. ISO

ISO – International Organization for Standardization (Međunarodna organizacija za normizaciju) osnovana je 1947. godine u Ženevi. ISO naziv je izabran od grčke riječi "Isos" koja znači jednak. Zadaća ISO organizacije je priprema, prihvaćanje i objavljivanje međunarodnih norma¹⁵. ISO organizacija izdavanjem norma pomaže razvoju gospodarstva i uklanjanju prepreka međunarodnoj trgovini. ISO organizacija je mreža nacionalnih normizacijskih tijela. Iako se ISO definira kao nevladina organizacija, njezina sposobnost

¹⁵ <http://www.iso.org/iso/home/about.htm> (1.09.2013.)

postavljanja norma koje često postanu zakoni čini ISO organizaciju moćnijom od većine nevladinih organizacija. U praksi, ISO se ponaša kao konzorcij usko povezan s vladama. ISO organizacija se sastoji od članova iz 162 zemlje svijeta.¹⁶

Slika 4. Zemlje članice ISO organizacije



Izvor:<http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/institucije/871-predstavljamo-iso>(1.09.2013.)

ISO organizacija izdaje norme i ostale dokumente. ISO norme i neki dokumenti su zaštićeni, odnosno ISO raspolaže pravima tih dokumenata i većina dokumenata koje izdaje ISO se naplaćuju. ISO organizacija je najveći izdavač međunarodnih norma, izdali su oko 20.000 norma.

Sama organizacija ima tri razvojna odbora, to su:

1. CASCO (Odbor za ocjenu sukladnosti) - je odbor koji radi na izdavanju norma iz područja ocjenjivanja sukladnosti
2. COPOLCO (Odbor za politiku potrošača) – je odbor koji radi na zastupanju interesa potrošača
3. DEVCO (Odbor za zemlje u razvoju)- je odbor koji zastupa zemlje u razvoju.

Postoje tri kategorije članstva u ISO-u. Prva kategorija su nacionalna tijela koja su najvažnija za donošenje norma u svakoj zemlji članici. Oni su jedini članovi ISO-a koji imaju pravo

¹⁶ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/institucije/871-predstavljamo-iso> (1.09.2013)

glasa. Zemlje koje nemaju nacionalna normizacijska tijela spadaju u kategoriju dopisnih članova. U ovoj kategoriji članovi se obavještavaju o radu ISO-a, ali nemaju pravo sudjelovanja u ISO-u. I na kraju postoje članovi pretplatnici za zemlje sa slabije razvijenim gospodarstvom. Ovi članovi plaćaju manje članarine, ali i dalje mogu pratiti razvoje novih normi.

Redovite članice ISO-a imaju sljedeće zadaće:

1. Informiranje
2. Prezentiranje
3. Suradnja
4. Ispunjavanje svih obveza i zadaća

Norme se usvajaju na tehničkim odborima. Predstavnici svih zainteresiranih strana mogu sudjelovati u radu tehničkih odbora. Svaka ISO norma koja se pojavi u prodaji napravljena je i usuglašena na tehničkom odboru koji je zadužen za donošenje takvih vrsta norma. Više podataka o ISO tehničkim odborima možete saznati ovdje.

Karakteristike ISO norma:

1. Zasnovane na demokratskom sustavu
2. Dobrovoljne
3. Tržišno orijentirane
4. Donose se konsenzusom
5. Globalne su važnosti

ISO norme osiguravaju sigurnost, pouzdanost i dobru kvalitetu proizvoda i usluga. Koristi od primjene ISO norma imaju poduzeća, inovatori, kupci, potrošači, državna uprava, trgovci, zemlje u razvoju i na kraju cijeli naš planet.

2.2.2. EOQ

EOQ je skraćeni naziv za Europsku organizaciju za kvalitetu. EOQ je osnovan 1956. godine i njegovo članstvo se danas sastoji od 34 nacionalne Europske organizacije za kvalitetu, kao i institucija, tvrtki i individualaca iz cijeloga svijeta. Europska organizacija za kvalitetu je

nezavisna i neprofitna organizacija i njezin rad se temelji na Belgijskom zakonu.¹⁷ Osnovana je s ciljem promicanja i unapređivanja globalne svijesti o smislu, značenju, važnosti i općoj primjenjivosti sustava upravljanja kvalitetom. Članovi EOQ-a su nacionalna udruženja za kvalitetu (Hrvatsku predstavlja HDK - Hrvatsko društvo za kvalitetu), a trenutno ih je 32. Osim nacionalnih udruženja koje tvore zasebnu kategoriju članica EOQ-a, u radu EOQ-a sudjeluju i pridruženi članovi (tzv. Associatedmemberorganizations) te zainteresirani članovi (tzv. Affiliatedmembers).

Brojkama govoreći, u rad EOQ-a je preko svojih predstavnika uključeno ukupno 40 različitih država, 70.000 članova (kroz nacionalna udruženja za kvalitetu), 500.000 tvrtki s oko 70.000 registriranih EOQ stručnjaka. S obzirom da je za uspostavu i uspješno funkcioniranje sustava upravljanja kvalitetom od presudne važnosti educirano i stručno osoblje, EOQ-ov doprinos promicanju takve svijesti vidljiv je po činjenici da se od 1995. godine provodi certifikacija različitih kategorija osoblja uključenog u rad sustava upravljanja kvalitetom prema harmoniziranoj EOQ certifikacijskoj shemi. Certifikacijske sheme su uspostavljene za 3 glavne grupe sustava upravljanja (integrirani sustavi upravljanja, specifični sektori, druge prateće funkcije u sustavima upravljanja) unutar kojih se nalazi oko 40-tak točnije definiranih podgrupa osoblja za najvažnije tipove sustava upravljanja (sustavi upravljanja kvalitetom, okolišem, sigurnošću, sigurnošću hrane, informacijskom sigurnošću i sl.).¹⁸

Za uspješnu certifikaciju osobe prema bilo kojoj od navedenih kategorija na slici 5, potrebno je da osoba uspješno položi EOQ ispit koji se sastoji od pismenog i usmenog dijela, pri čemu je preduvjet izlaska na ispit pohađana izobrazba kod jednog od agenata EOQ-a. Nadalje, za svaku od kategorija osoblja definirani su jasni kriteriji koji su preduvjet pohađanja edukacije, u smislu prethodnog iskustva u području sustava upravljanja kvalitetom, temeljne naobrazbe i sl. Dodijeljeni certifikat za određenu kategoriju osoblja valjan je 3 ili 5 godina (ovisno o kategoriji) nakon čega je isti potrebno obnoviti. Uvjet za produženje valjanosti certifikata je pohađanje određenog broja refresh seminara za vrijeme važenja certifikata te iskustvo u području sustava upravljanja za koje je osoba certificirana. Na web stranici EOQ-a vodi se i baza svih osoba certificiranih prema nekoj od certifikacijskih shema EOQ-a.

¹⁷ <http://www.ekovet.hr/eq-skolovanje.html> (1.09.2013.)

¹⁸ <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/organizacije/751-predstavljamo-eoq> (1.09.2013.)

Slika 5. Kategorije za certifikaciju osoba

Training courses in national language

QO - Quality Operator

QAS - Quality Assistant

QMT - Quality Management Technician

QSM - Quality Systems Manager

SQM - Senior Quality Manager

QSMSS - Quality Systems Manager in Services Sector

QSMPSA - Quality Systems Manager in Public Administration

QA - Quality Auditor

ESM - Environmental Systems Manager

ESA - Environmental Auditor

OHSSM - Occupational Health and Safety Systems Manager

OHSA - Occupational Health and Safety Auditor

IOESM - Integrated Quality and Environment System Manager

IOEHSM - Integrated QEHS Systems Manager

CSRM - CSR & Sustainability Manager

CSRA - CSR & Sustainability Assessor

TQMA - TQM Assessor

TQML - TQM Leader

QSMH - Quality Systems manager in Healthcare

OP - Occupational Physician

FSM - Food Safety System Manager

FSA - Food & Safety Auditor

ISMSM - Information Security Management System Manager

ISMISA - Information Security Management System Auditor

LQAM - Laboratory Quality Assurance Manager

LA - Laboratory Assessor

MSC - Management System Consultant

MSSC - Management System Senior Consultant

PSM - Process Manager

PTM - Project Manager

Izvor: <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/eqq> (2.09.2013.)

Osim certifikacijskih shema za osoblje, u organizaciji EOQ-a se dodjeljuju i dvije godišnje nagrade u području sustava upravljanja kvalitetom. To su European Quality Leader Award i nagrada Georges Borel. European Quality Leader Award je nagrada koja se dodjeljuje osobama koje su posebice zaslužne za promicanje svijesti te konkretne rezultate ostvarene primjenom sustava upravljanja kvalitetom u tvrtkama iz kojih dolaze. Druga spomenuta nagrada se dodjeljuje u čast Georges Borela (1911.-1982.) koji je bio jedan od prvih predstavnika kvalitete u Europi, jedan od osnivača EOQ-a, a bio je i mentor poznatom velikanu u svijetu sustava upravljanja Phil Crosby-u. Navedena se nagrada također dodjeljuje pojedincima za izvanredni doprinos u promicanju misije EOQ-a, tj. za unapređenje svijesti o kvaliteti u najširem smislu te riječi.

Osim nagrada, EOQ redovito, jednom godišnje organizira međunarodni kongres posvećen sustavima upravljanja kvalitetom pa je tako u lipnju 2012. godine 56.-ti kongres pod motom „Made for Quality - Made for success“ održan u Frankfurtu.

2.3. Nagrade za kvalitetu

Nagrada Deming

Nagrada Deming je japanska nagrada ustanovljena 1951. godine i dodjeljuje ju Japansko društvo znanstvenika i inženjera (JUSE). Postoje tri kategorije za dodjelu nagrade: Deming Prize for Individuals, Deming application Prize (za firme) i Quality Control Award for Operations Business Units (za pojedine dijelove kompanija). Dodjeljuje se i Japan Quality Medal i sve te nagrade su otvorene i kompanijama izvan Japana osim individualne nagrade, ona je namijenjena isključivo japancima i njihovim dosezima na području kvalitete.

¹⁹Postupak je isti kao i drugdje, usporedite se sa kriterijima, koji reflektiraju filozofiju TQM-a, prijavite ako smatrate da zadovoljavate kriterije odličnosti, te vas tada procijenjuje nezavisni tim. Ako ima više prijava, i to kvalitetnih u odnosu na mogućnosti nezavisnog tima stručnjaka, one koje se ne uspiju obraditi, prebacuju se na iduću godinu, kada imaju prednost pred novoprijavljenima. Ustanovljena je kako bi se osiguralo da se dobri rezultati postižu kroz uspješno uključivanje aktivnosti kontrole kvalitete u firmi. Okosnica ove nagrade usredotočena je na primjenu niza principa i tehnika kontrole kvalitete, kao što su:

- analiza procesa,
- statističke metode
- i krugovi kontrole kvalitete

Priznanje Malcom Baldrige

Priznanje Malcom Baldrige ustanovljeno je 1987. godine, u svrhu promicanja značaja kvalitete i razumijevanja zahtjeva za vrhunskom kvalitetom. Utvrđen je i postavljen čvrsto povezan i konvergentan niz principa koji tvore načela totalnog (potpunog) upravljanja kvalitetom – TQM. Kriteriji za dobivanje Priznanja raspodijeljeni su u više milijuna

¹⁹ <http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/6/internet.htm> (1.9.2013.)

primjeraka američkim firmama kao temelj za provođenje tzv. Samoprocijenjivanja. Od dobitnika Priznanje zahtijeva se podjela informacija o njihovom uspješnom poslovanju i strategijama kvalitete s drugim američkim firmama. Nagradu dodjeljuje predsjednik SAD poslovnim subjektima (proizvodni i uslužni, mali i veliki), obrazovnim i zdravstvenim organizacijama koje se prijave, a moraju biti natprosječno dobre u sedam područja ocjenjivanja - vodstvo, strateško planiranje, usmjerenost na korisnike i tržište, informacije i analiza, usmjerenost na ljudske resurse, upravljanje procesima i poslovni rezultati. Nezavisni Odbor ispitivača provjerava svaku prijavu i zatim timovi odlaze u organizacije koje ušle u uži krug kako bi se provjerili navodi iz prijave i razjasnile eventualne nejasnoće. Svaki prijavljeni zatim primi njihovu analizu o svim njihovim jakim i slabim stranama, te područjima na kojima su moguća poboljšanja. Na kraju se odbiru pobjednici u svih pet kategorija: proizvodnja, usluge, mala poduzeća, obrazovanje i zdravstvo.²⁰

Europsko priznanje za kvalitetu i Europska nagrada za kvalitetu

1991. god. Europska zaklada za upravljanje kvalitetom (EFQM) je uz podršku Europske organizacije za kvalitetu i Europske komisije utemeljila dva tipa nagrada za kvalitetu:

1. Europsko priznanje za kvalitetu dodjeljuje se firmama koje iskazuju izvrsnost u upravljanju kvalitetom kao osnovnim procesom u stalnom napretku
2. Europska nagrada za kvalitetu za poslovnu izvrsnost dodjeljuje se firmi koja predstavi najuspješniji prikaz TQM-a u Europi

Prvi put su četiri Europska priznanja i jedna Europska nagrada dodijeljene 1992. godine .

Kriteriji koji bi se trebali zadovoljiti kako bi se dobila nagrada za kvalitetu prikazani su u slijedećoj tablici.

²⁰ <http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/6/internet.htm> (1.9.2013.)

Tablica 4. Kriteriji za nagradu kvalitete

Kr. br.	Nagrada Deming	Priznanje Malcom Baldrige	Europska nagrada za kvalitetu
1.	Politika firme i planiranje	Uprava	Uprava
2.	Organizacija i upravljanje	Strateško planiranje kvalitete	Politika i strategija
3.	Izobrazba o kontroli kvalitete	Tržište, kupci i njihovo zadovoljstvo	Upravljanje zaposlenicima
4.	Prikupljanje, prijenos i korištenje informacija	Informacije i analiza	Resursi
5.	Analize	Izobrazba i upravljanje resursima zaposlenika	Procesi
6.	Normizacija	Upravljanje kvalitetom	Zadovoljstvo kupaca
7.	Kontrola	Rezultati kvalitete i poslovni rezultati	Zadovoljstvo zaposlenika
8.	Osiguravanje kvalitete		Utjecaj na društvo
9.	Rezultati		Poslovni rezultati
10.	Planovi za budućnost		

Izvor: Kolanović, I.: Materijali sa predavanja Upravljanje kvalitetom u pomorstvu, Pomorski fakultet u Rijeci, 2012.

Hrvatska nagrada za poslovnu izvrsnost

Ideja kao niti kriteriji Hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost nisu novost u svijetu, Europi, ali niti u Hrvatskoj. Ideja se javila još 2005. kada su od strane Hrvatskog društva menagera kvalitete ustanovljeni i kriteriji Hrvatske nagrade za kvalitetu. Dodjelu nagrade je tada podržao i predsjednik Republike Hrvatske, ali uslijed niza nepovoljnih okolnosti ona nije stavljena u funkciju. Zajednička svrha svih nagrada koje se dodjeljuju u poslovnoj praksi je pokazati drugima koliko smo dobri i prenijeti način i glavne koordinate puta kojim smo prošli kako bismo to mogli ostvariti. Proces je to u kojem svi uče, a konkurencija jača konkrentnost jer potiče organizacije na pozitivno nadmetanje. Svrha Hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost je višestruka, a ogleda se u²¹:

- poticanju cjelovitog upravljanja kvalitetom u nacionalnom okviru,

²¹ Samardžija, J.: Kriteriji hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost, 12. međunarodni Simpozij o kvaliteti „KVALITETOM DO POSLOVNE IZVRSNOSTI“, Zagreb, 2011., str. 2

- pripremi poduzetnika za ulazak u Europsku Uniju,
- unaprjeđenju vještina rukovođenja menadžmenta uključenih organizacija,
- poticanju prenošenja znanja i vještina između i unutar domaćih, ali i inozemnih organizacija,
- podizanju razine inovacija i razvoja proizvoda,
- unaprjeđenju brige o klijentima i jačanju društveno odgovornog poslovanja,
- povećanju doprinosa poduzetnika BDP-u,
- osnaživanju konkurentnostipoduzetnika s ciljemboljeg udovoljavanja zahtjevima kupaca.

Okvir Hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost je EFQM model poslovne izvrsnosti koji se sastoji od devet kriterija. Pet kriterija predstavlja osposobljavatelje (enablers), a preostala četiri kriterija su rezultati (results). Kriteriji osposobljavatelja pokrivaju ono što organizacija čini, a kriteriji rezultata ono što postiže. Rezultati su uzrokovani osposobljavateljima, a osposobljavatelji u uzročno posljedičnoj vezi poboljšavaju svoje djelovanje koristeći povratnu informaciju rezultata.

Tablica 5. Model hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost

Hrvatska nagrada za poslovnu izvrsnost	%
OSPOSOBLJAVATELJI	50
Vodstvo	10
Ljudi	10
Strategija	10
Partnerstva i resursi	10
Procesi, proizvodi i usluge	10
REZULTATI	50
Rezultati ljudi	10
Rezultati kupaca	15
Rezultati društva	10
Ključni rezultati	15
UČENJE, KREATIVNOST I INOVACIJA	

Izvor: Samardžija, J.: Kriteriji hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost, 12. međunarodni Simpozij o kvaliteti „KVALITETOM DO POSLOVNE IZVRSNOSTI“, Zagreb, 2011., str. 6

Korištenjem ovog modela moguće je ostvariti različite pristupe u postizanju organizacijske izvrsnosti u svim aspektima performansi poštujući pritom osnovnu pretpostavku: Izvrsni rezultati koji se odnose na performanse, klijente, zaposlenike i društvo postižu se kroz politiku i strategiju koju određuje vodstvo i koja se realizira kroz ljude, partnerstva, resurse i procese.

2.4. Važnost i značaj kvalitete u razvitku uslužnih djelatnosti

Uslužne djelatnosti su ekonomsko dobro, gdje za razliku od robe nije materijalna proizvodnja ili materijala vrijednost krajnjeg proizvoda u prvom planu, nego usluga fizičke ili pravne osobe koju nudi na određeno vrijeme ili vremenskom okviru kako bi pokrila potražnju. Prema europskoj klasifikaciji djelatnosti su primjerice:

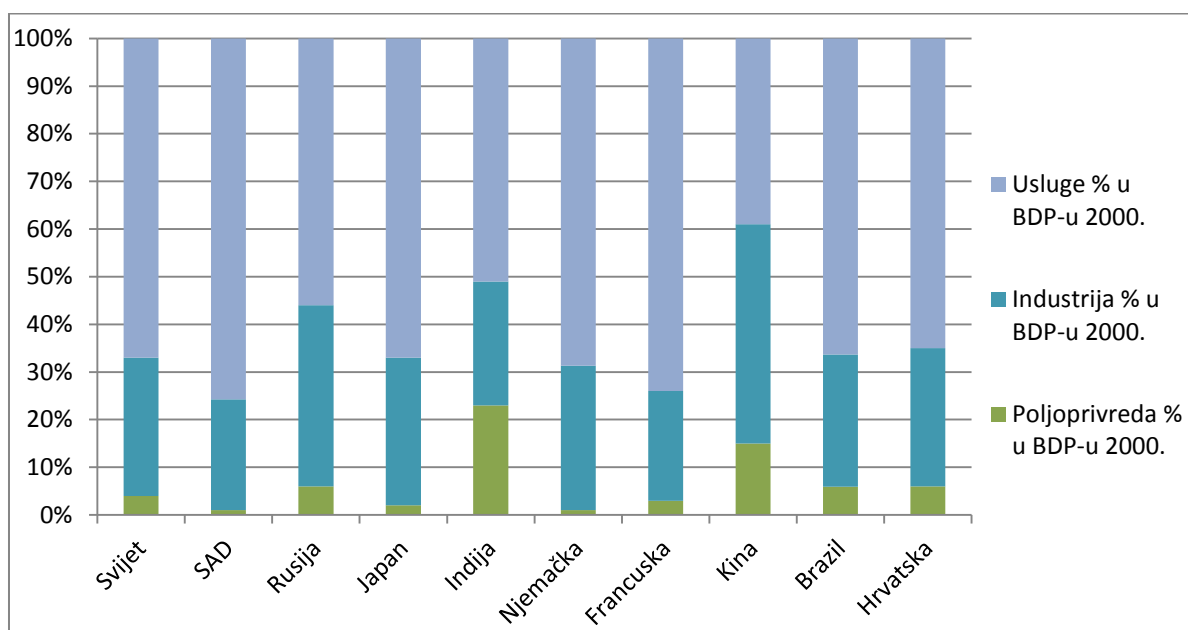
- trgovina i popravci
- hoteli i restorani
- prijevoz putnika i komunikacija
- obrazovanje
- zdravstvo i socijalna skrb
- aktivnosti vezane za rekreaciju, kulturu i šport
- transport i skladištenje
- financijsko posredovanje
- provođenje i istraživanja

Stoga ni ne čudi da se u uslužnom sektoru odvijaju najdinamičnija kretanja na globalnom planu, ali i u nacionalnim okvirima. Razvitak i značaj uslužnog sektora implicira brojne pozitivne pojave kao što su povećanje zaposlenosti, rast međunarodne razmjene, tehničke i ekonomske promjene i unaprijeđenja i dr. Na temelju dostupnih podataka, razvidno je da su usluge sveprisutne u suvremenim tržišnim uvjetima te se ističe ubrzano ulaganje i trend povećanja udjela vrijednosti trgovine uslugama u odnosu na trgovinu proizvodima.²²

Udio usluga u svijetu u brutto domaćem proizvodu je oko 2/3 prema podacima Svjetske banke. Uspoređujući svijet, SAD, Francusku, Kinu, Njemačku, Rusiju, Japan, Brazil, Indiju i Hrvatsku može se zaključiti da je udio usluga u BDP-u preko 50% (kreće se od 59-79%) osim kod Kine i Indije gdje je taj udio ispod odnosno oko 50% (u Indiji 51 a u Kini 43 %), iako je zamjećen trend povećanja postotka usluga što se može vidjeti iz grafikona 1 i 2 gdje su se usporedili podaci iz 2000. i 2011. godine .

²² Kolanović, I.: Model za mjerenje kvalitete lučke usluge, doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2010., str. 39

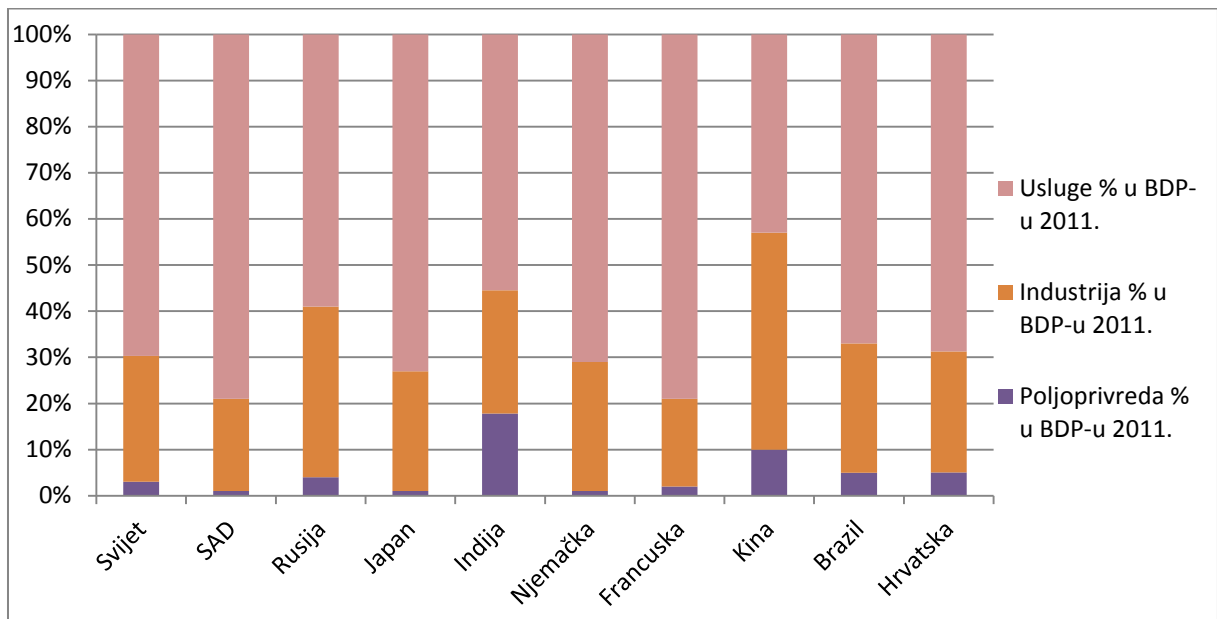
Grafikon 1. Udio usluga u BDP-u u 2000. godini



Izvor: Izradila diplomandica na temelju podaka Svjetske banke iz 2013. godine

Iz grafikona 1 može se zaključiti da udio usluga u svijetu u 2000. godini iznosi oko 67 %. U vodećim zemljama svijeta kao što su: SAD, Rusija, Njemačka, Japan, Francuska udio usluga u BDP-u iznosi od najmanjih 59% u Rusiji pa do 75% u SAD-u, dok u zemljama koje su doživile gospodarski bum udio usluga se kreće od 43% u Kini pa do 51% u Indiji.

Grafikon 2. Udio usluga u BDP-u u 2011. godini



Izvor: Izradila diplomandica na temelju podataka Svjetske banke iz 2013. godine

Iz grafikona 2 može se zaključiti da je udio usluga u BDP-u u 2011. godini porastao na 70%, ali i da je u vodećim zemljama i u onim koje su doživjele gospodarski bum ostvaren neznatan rast od svega nekoliko posto, iznimka je jedino udio usluga u BDP-u u Kini gdje se još uvijek nalazi ispod 50% te iznosi 43%.

3. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

3.1. Definicija i podjela luka

Morske luke su ključni podsustav pomorskog i prometnog sustava, akcelerator prometnih tokova i razvitka brojnih gospodarskih djelatnosti zemlje. Morske luke su prepoznatljiv dio nacionalnoga gospodarstva (prihodi, zapošljavanje, vrijednost objekata i opreme), poticatelj razvitka određenih djelatnosti (trgovina, proizvodnja, dorada, uslužne djelatnosti u prometu) i uvjet za razvitak drugih (industrija, energetika i dr.).

Luke su dio prometnog sustava zemlje i zbirno mjesto u koje se slijeva promet sa svih prometnih putova i prijevoznih sredstava. Ne pripadaju niti jednoj prometnoj grani, već su unutar pomorskog i prometnog sustava čimbenik o kojem ovisi pravilno i učinkovito funkcioniranje svih ostalih sudionika.²³

Luke predstavljaju ogromnu ekonomsku snagu, imaju važnu ulogu u svjetskoj i nacionalnoj privredi i međunarodnoj robnoj razmjeni. Osnovni zadatak i svrha postojanja luka jest povezivanje kopnenog i pomorskog prometa, a na to se nadovezuju mnogobrojne djelatnosti koje se obavljaju u lukama.

U najširem smislu luka je prirodno ili umjetno zaštićen morski, riječni, kanalski ili jezerski bazen, gdje brodovi nalaze zaklon od valova, struja, morskih mijena i leda; zaštitu od djelovanja neprijateljskih napadaja; gdje mogu krcati gorivo, vodu i hranu; izvršiti popravke na brodskom trupu, strojevima i uređajima ili izvršiti čišćenje svih dijelova; gdje mogu sigurno i brzo iskrcati, ukrcati ili prekrcati teret i putnike i gdje se mogu odmoriti posade.²⁴

Podjela luka ima mnogo zbog razno raznih kriterija po kojima ih možemo podijeliti, stoga će u radu biti napisane samo neke podjele, a kriteriji će se posebno navesti. Neki od kriterija su: veličina i značaj luke za javni promet, luke posebne namjene, prema zemljopisnom položaju, prema veličini i značenju u robnoj razmjeni, količini prometa, značenju u gospodarstvu,

²³ Dundović, Č.: Pomorski sustav i pomorska politika, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2003., str. 74

²⁴ Natuknica Luka: Pomorska enciklopedija, II izdanje, JLZ, "Miroslav Krleža", Sv. 6., Zagreb, 1983., str. 367.

načinu izgradnje, vodostaju luke, robnim tokovima, vrsti tereta, prema vrsti (kategoriji brodova) te prema djelatnostima (funkciji).

Luke nautičkog turizma sa svojim obilježjima spadaju u luke posebne namjene.

3.2. Pojam luke nautičkog turizma

Luka nautičkog turizma je čvorni dio široke lepeze ponude koja čini osnovu razvoja nautičkog turizma. Luke općenito predstavljaju važna središta prometa, trgovine i industrije, pa se shodno s njihovim ekonomskim funkcijama i različito definiraju. One luke koje su namijenjene turističkim funkcijama definiramo lukama za nautički turizam ili specijaliziranim turističkim lukama različitih kategorija.

Kad govorimo o definiciji luke nautičkog turizma, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, pod lukom nautičkog turizma podrazumijeva " poslovno funkcionalnu cjelinu u kojoj pravna ili fizička osoba posluje i pruža turističke usluge u nautičkom turizmu te druge usluge u funkciji turističke potrošnje (trgovačke, ugostiteljske i dr.) ".²⁵ Prema profesoru Mitroviću luka nautičkog turizma je specijalizirana luka, namijenjena za prihvatanje, čuvanje, zimovanje i opremanje plovnih objekata koji služe za rekreaciju, sport i razonodu²⁶. Iz navedenih definicija možemo zaključiti da su luke nautičkog turizma turistički objekti u kojima se osim usluga veza, pružaju i razne druge dodatne usluge kao što su: smještaj i prehrana nautičara, održavanje i popravak plovila, opskrba rezervnim dijelovima, prehrambenim i higijenskim proizvodima, te rekreacijske i sve druge usluge koje nautičari traže i žele.

Bez luka nautičkog turizma, jednog od temeljnih činitelja sekundarne turističke ponude, ne može se ni zamisliti razvitak nautičkog turizma. One imaju mnogostruku društveno-ekonomsku funkciju. U svijetu postoji više različitih tipova luka nautičkog turizma, ali marine su prevladavajući tip. Toliko su prisutne u nautičko-turističkoj ponudi, da se pod pojmom marine često poistovjećuju svi tipovi luka nautičkog turizma.

²⁵ Narodne novine br. 72/08

²⁶ Mitrović, F.: Menadžment u brodarstvu i lukama, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007., str. 162

Pri razvrstavanju luka nautičkoga turizma, kao i za ostale gospodarske djelatnosti, polazi se od makrostrateškoga interesa zemlje i od prirodnih i tržišnih karakteristika. U svim zemljama Mediterana taj je postupak vrlo sličan i bitno se razlikuje od onoga u kontinentalnom dijelu Europe. Tu djeluje činitelj pretežnosti, pa su na Mediteranu zanemarene izvanmorske podjele, zastupljene u kontinentalnom dijelu Europe. Prema navedenom Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma da bi se luka nautičkog turizma ravrstala u pojedinu vrstu mora prvo zadovoljiti određene uvjete koji se odnose na:

1. Vrsta Sidrište;

- definiciju vrste,
- minimalne uvjete,
- uvjete za vrstu iz Priloga III.

2. Vrsta Odlagalište plovnih objekata;

- definiciju vrste ,
- minimalne uvjete,
- uvjete za vrstu iz Priloga II.

3. Vrsta Suha marina;

- definiciju vrste,
- minimalne uvjete,
- uvjete za vrstu iz Priloga II.

4. Vrsta Marina;

- definiciju vrste,
- minimalne uvjete,
- uvjete za kategoriju 2 sidra iz Priloga I.

Iz gore navedenog može se zaključiti da luku nautičkog turizma dijelimo u 4 podvrste:

1. Sidrište,
2. Odlagalište plovnih objekata,
3. Suha marina,
4. Marina

3.3. Razvoj luka nautičkog turizma

U inozemnoj literaturi uz pojam nautičkog turizma često se koriste i pojmovi marine tourism, yachting tourism, sailing tourism, leisure boating i sl., različitog obuhvata. Razlike, ne toliko u samom korištenju pojma nautički turizam koliko u njegovom sadržaju, nalazimo i u našoj stručnoj i znanstvenoj literaturi i praksi.

Iako se pojam nautički turizam koristi u svakodnevnom životu, još ne postoji njegova konačna definicija, stoga je njegov obuhvat potrebno utvrditi ovisno o svrsi njegovog razmatranja.

Nautički turizam ili "turizam na vodi", kako ga pojedini autori nazivaju nastao je kao masovni fenomen nakon Drugog svjetskog rata. Sam naziv "nautički turizam" upućuje i podsjeća na temeljni sadržaj i način zadovoljavanja turističkih potreba učesnika ove vrste turizma, pa ima određenu prednost u odnosu a druge nazive. Pod pojmom "nautički" podrazumijeva se, ne samo plovidba i kretanje, već i stacionirano mirovanje i boravak u nekoj marini, luci, lučici i sl.. Sama činjenica da se turistička potreba može zadovoljiti jedino pomoću odgovarajućih plovila predstavlja specifičnost koja ovaj vid turizma izdvaja iz "općeg turizma", kao njegovu posljednju vrstu.

Terminološka oznaka "nautički" za ovu vrstu turizma, potječe od grčke riječi *nutas* što u prijevodu znači mornar. Označava vještinu navigacije, nauku o pomorstvu, po današnjem shvaćanju to je ustvari posebna vrsta turizma koja se temelji na rekreativnim sadržajima vezanim u plovidbu na morima, jezerima i rijekama. Dakle, rekreacija i razonoda na plovnom objektu i vodi, kao motiv za turističko putovanje, ključni je kriterij za razlikovanje nautičkog turizma od ostalih vrsta turizma. Nautički turizam ima kompleksnu strukturu heterogene prirode. Sadrži osim vlastitih specifičnih obilježja još i elemente zdravstvenog, sportskog, izletničkog, kulturnog i drugih, sličnih vrsta turizma.

Sam se pojam, nautički turizam može definirati na više načina. Najbitnije je da se definicijom istakne njegovo značenje za odmor i rekreaciju pomoću korištenja sportskih brodova pod drugim nazivom "male flote". To je ujedno i razlog da ga različito definiraju i shvaćaju pojednini autori koji su se bavili problematikom nautičkog turizma. Jedni daju prednost sportskim sadržajima pa ga svrstavaju u sportski turizam, drugi ih uspoređuju i izjednačavaju

s maritimnim turizmom a neki ga poistovjećuju s jahting turizmom. Međutim, svi oni polaze od reakcije i razonode na plovnom objektu i vodi kao temeljnom motivu turističkog putovanja. Želeći što iscrpnije definirati nautički turizam i time se približiti razvoju i značenju luke nautičkog turizma u nastavku se daje nekoliko karakterističnih definicija. Zanimljiva je definicija A. Turine koji pod nautičkim turizmom podrazumijeva putovanja morem i to sljedećim prijevoznim sredstvima:"

- a) jahtama, jedrilicama, skuterima i sportskim čamcima,
- b) putovanje brodovima koji organiziraju obalne linijske službe ili kružna putovanja,
- c) teretnim brodovima koji primaju određeni broj putnika,
- d) posebnim plovilima za krstarenje, za jedrenje, za ribolov i za ostale turističke razonode na vodi, od izleta i šetnja do priredba specifičnog karaktera raznovrsnog programa koji se izvode na moru."²⁷

Jedna od postojećih zanimljivih definicija dao je V. Jadrešić koja glasi: "Nautički turizam je dio maritimnog turizma koji, s jedne strane predstavlja ukupnost stalnih, učestalih ili povremenih dobrovoljnih društveno-socioloških pojava, aktivnosti, kretanja turista na moru, u moru i obalno, te na rijekama, jezerima i kanalima, vlastitim iznajmljenim ili tuđim brodovima, u turističkim lukama i ostalim pomorsko-nautičko-brodograđevnim objektima supra i infrastrukture, u svrhu zabave i odmora, sporta, pasivne i aktivne rekreacije, relaksacije, ambijenta, zadovoljavanja zdravstvenih, kulturnih i drugih motiva, i to sve iz turističkih a ne lukreativnih motiva, i s druge strane skup ekonomsko organiziranih poslovnih funkcija u cilju racionalnog i planskog omogućavanja i razvijanja te poboljšanja tih pojava i aktivnosti i to u svrhu stvaranja i pojačanja dohotka.

Prema tome, pod nautičkim turizmom podrazumijeva se ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrovan boravkom turista/nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbama vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode."²⁸

Temeljna karakteristika nastanka i razvoja nautičkog turizma je spontanost i odsustvo uplitanja organa putem panskih inicijativa i odgovarajućih ulaganja. Prvi počeci nautičkog turizma usko su vezani uz nautičke sportove jedrenje i veslanje. Tako se u 16. stoljeću u Nizozemskoj organiziraju jahting natjecanja. Počeci nautičkog turizma u Engleskoj su vezani

²⁷ Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002.

²⁸ Ibidem; str. 55

uz povratak kralja Karla II. Stuarta iz nizozemskog progonstva. Kralj je iz progonstva doveo jahtu na kojoj plovi iz rasonode. Njegov primjer slijedi plemstvo. Početkom 18. stoljeća u Engleskoj se osniva prvi jahting klub, a u Italiji krajem 19. stoljeća i prvo regatno društvo (Societa delle regata).

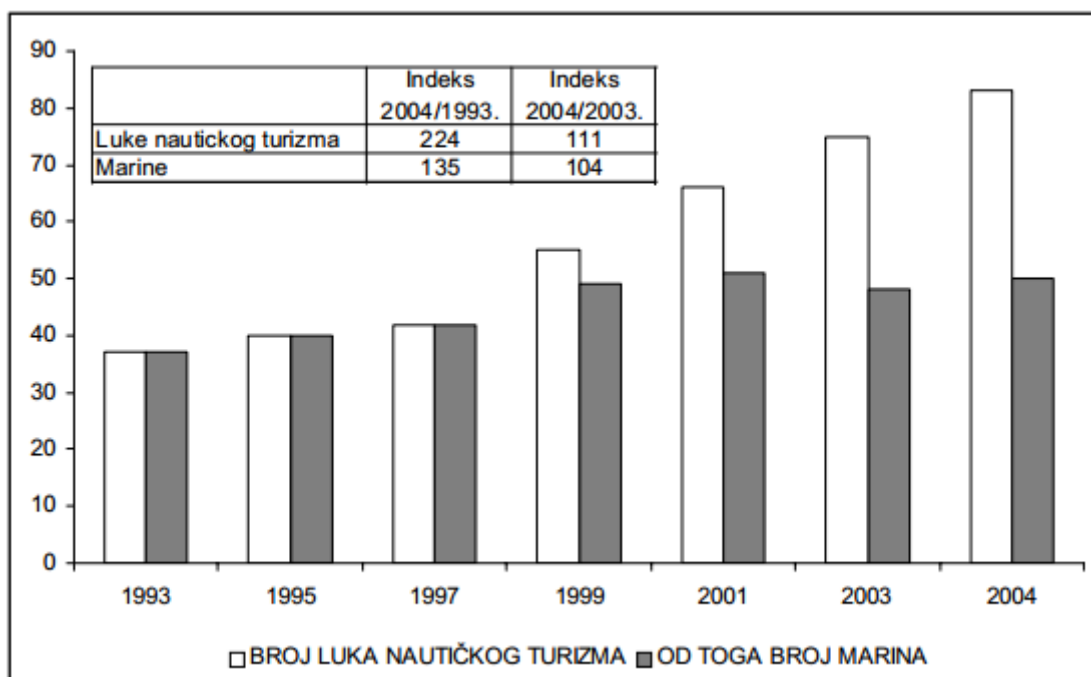
Nakon Drugog svjetskog rata nautički turizam postiže svoju punu afirmaciju. U razvijenim zemljama on postaje masovnom pojavom. Istraživanja su pokazala da ima bržu stopu rasta od ukupnog turističkog prometa, te zato danas zauzima sve veći udio u međunarodnom turističkom prometu.

Počeci nautičkog turizma, na našoj obali se pojavljuju prilično rano. Tako je 1844. godine uvedena prva nedjeljna izletnička pruga Trst-Rijeka. Na toj parobrodskoj pruzi pristajalo se u Novigradu, Poreču, Rovinju i Puli. Iste godine, organiziran je i prvi izlet sa 153 učesnika na relaciji Trst-Dubrovnik. Godine 1845. organiziraju se turistički izleti iz Rijeke za Cres, Senj i Bakar. Od tada postupno raste broj parobrodskih linija koje povezuju obalna i otočna mjesta. To stvara pretpostavke za razvitak turizma na našoj obali i otocima. Unatoč, tako ranim počecima turizma na našoj obali, zbog nerazvijene nautičko-turističke ponude, izostao je značajniji razvoj nautičkog turizma i nautičkih luka.

A.Apolonio 1980. godine navodi devet specijaliziranih luka nautičkog turizma u Hrvatskoj, koje su izgrađene i u Novigradu, Verudi – Pula, nekadašnja Jugotanker-ova, a današnja Tankerkomerc-ova marina u Zadru, u Betini, te u luci u Dubrovniku. Ukupno su raspolagale s 1.660 vezova u moru i 1.450 mjesta na kopnu. Do kraja osamdesetih godina izgrađeno je ili uređeno još 26 specijaliziranih luka nautičkog turizma, tako da je 1989. godine Hrvatska raspolagala s ukupno 35 luka nautičkog turizma u kojima je bilo ukupno 8.650 vezova u moru, te dodatnih 3.222 mjesta na kopnu. To je ujedno i razdoblje najintenzivnije izgradnje i najvećih investicija u nautički turizam u Hrvatskoj, a u tom se desetljeću dogodio i najvažniji korak k daljnjem razvoju istog, a to je bilo osnivanje ACI-ja (Adriatic Club Yugoslavia, 1982.) s mrežom marina duž hrvatske obale. Tim, ali i kasnijim pothvatima cjelokupni je hrvatski turizam dobio prepoznatljiv tržišni znak "trade mark", jedinstven na cijelom Mediteranu. Godine 1991. Osniva se Udruga hrvatskih marina, 1994. Udruženje nautičkog turizma pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, te konačno 2006. Hrvatska udruga brodara.

Statistički podaci za 2004. godinu pokazuju da nautički turizam danas predstavlja sustav od 83 luke nautičkog turizma, i to 50 marina i 33 sidrišta, privezišta i suhih marina s ukupno 15 407 vezova u marinama u moru. Razdoblje od 1993. do 2004. obilježeno je postupnim povećanjem broja marina, od 38 na 50, ali istovremeno daleko većim porastom broja drugih luka nautičkog turizma – sidrišta, privezišta i suhih marina. U istom se razdoblju broj raspoloživih vezova povećao od 10 000 1993. na oko 15 500 vezova 2004., a broj mjesta na kopnu od 2500 na oko 5500, što i u odnosu na još uvijek prisutnu strukturu plovila na stalnom vezu (2004. oko 6000 plovila ili njih oko 50 % duljine do 10 metara) upućuje na nedovoljnu razvijenost i kvalitetu usluge te vrste nautičke ponude (grafikon 1).²⁹

Grafikon 3. Razvoj nautičke turističke ponude (broj luka nautičkog turizma i marina) u Hrvatskoj u razdoblju od 1993.-2004.



Izvor: Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Hrvatski hidrografski institut i suradnici, Split, 2006., str. 40.

3.4. Lučka usluga u lukama nautičkog turizma

²⁹ Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Hrvatski hidrografski institut i suradnici, Split, 2006., str. 40.

Razumijevanje kvalitete proizvoda i usluge bitno je različito. Usluga je aktivnost ili korist koju jedna strana može ponuditi drugoj, uglavnom je neopipljiva i ne rezultira vlasništvom bilo čega. Njezina proizvodnja može, ali i ne mora, biti povezana s opipljivim, fizičkim proizvodom. Usluga je neopipljiv proizvod, čija je vrijednost definirana tržištem, odnosno potrošačem – korisnikom. Grönross je pokušao objediniti definicije većeg broja autora, pa usluge definira na sljedeći način: „Usluga je aktivnost ili niz aktivnosti, u većoj ili manjoj mjeri neopipljive prirode, što se obično, ali ne i nužno, odvija u interakciji korisnika s osobom koja pruža uslugu i/ili s fizičkim resursima odnosno sustavima onog tko pruža uslugu, a koja se pruža kao rješenje problema korisnika.³⁰

Za razliku od materijalnih proizvoda, proizvodnja i potrošnja usluga ostvaruje se istodobno, zbog čega je nemoguće prosuđivati o kvaliteti usluge prije nego se ponudi tržištu, odnosno korisniku. Korisnikovo prosuđivanje kvalitete usluge najvažniji je pokazatelj stvarne vrijednosti usluge što potvrđuje veliki broj definicija. Pružanje usluga znači ostvarivanje koristi za klijenta koji plaća dobivenu uslugu. Usluge su danas vrlo često zastupljene u gospodarstvu, a s obzirom na specifičnosti, mogu se izdvojiti sljedeće značajke:

- neopipljivost – usluge se ne mogu vidjeti, opipati, probati ili dodirnuti prije kupovine
- kvarljivost – neiskorištenost kapaciteta znači izostajanje usluge, jer usluge ne mogu biti predmet skladištenja
- heterogenost - usluge mogu biti različite kvalitete s obzirom na davatelja usluga
- odsutnost vlasništva – korisnik može imati samo pristup ili korištenje kapaciteta tako da plaća samo uporabu, pristup ili zakup
- simultanost procesa proizvodnje i potrošnje – usluge imaju kratke ili uopće nemaju distribucijske kanale. Potrošač mora putovati da bi dobio uslugu ili će to uraditi onaj tko pruža uslugu.

Kvaliteta usluge predstavlja skup aktivnosti kojima se djeluje na zadovoljenje potreba čovjeka (kvaliteta usluga za čovjeka) i na vraćanje kvalitete proizvoda u tražene granice za njegovo daljnje funkcioniranje (kvaliteta usluga za proizvod). Sve prethodno izneseno može se primijeniti i na istraživanje kvalitete lučke usluge.³¹

³⁰ Kolanović, I: Temeljne dimenzije kvalitete lučke usluge, Pomorstvo, god. 21, br.2 (2007), str. 207-224

³¹ Ibidem

Kompleksnost koncepta kvalitete lučke usluge proizlazi iz osnovnih značajki usluga (nedodirljivost, heterogenost i nedjeljivost proizvodnje od potrošnje), iz složenosti procesa proizvodnje lučke usluge i velikog broja subjekata koji sudjeluju u proizvodnji usluge te subjektivnosti poimanja kvalitete. Unaprijeđenje konkurentnosti, sigurnosti i povećanje razine zaštite okoliša luke, zahtijeva uspostavljanje koncepta kvalitete lučke usluge, temeljenog na jasno definiranom pojmu kvalitete, utvrđivanju zahtijeva kojima luka mora udovoljiti na tržištu, utvrđivanju osnovnih funkcija luke, identifikaciji subjekata i njihovih zahtijeva te utvrđivanju uskih grla i najčešćih problema u funkcioniranju luke.³²

Kvaliteta usluga u luci može se definirati kao proizvod ili usluga koja zadovoljava korisnikove potrebe i očekivanja. Osigurati kvalitetnu lučku uslugu znači na pouzdan, siguran, konkurentan i za okolinu prihvatljiv način osigurati uslugu u skladu sa zahtijevima korisnika uz što niži stupanj mogućih rizika po život, okolinu i posjed. Za sve sudionike u prometu sustav kvalitete predstavlja ravnotežu između efikasnosti, sigurnosti, rizika i utjecaja na okoliš. Kvaliteta lučkih usluga treba biti komercijalno atraktivna za sve subjekte u transportnom i logističkom lancu radi poticanja ulaganja u svrhu isporuke kvalitetnih usluga i razvitka dobrih odnosa s korisnicima. Stoga su luke primorane prilagođavati se zahtijevima korisnika prihvaćajući nove strategije u kreiranju, proizvodnji i isporuci vrijednosti svojih usluga. Vrijednost usluge zasniva se na izgradnji kvalitetnog odnosa između subjekata i koordinaciji njihovih aktivnosti i procesa s ciljem povećanja uslužnosti i profitabilnosti te smanjenja cijena usluga koje nude.³³

Razvoj usluga ukazao je na potrebu mjerenja kvalitete usluge s aspekta organizacije, s aspekta zainteresiranih skupina koje sudjeluju u proizvodnji usluge i s aspekta korisnika usluge. Najveći problem u utvrđivanju kvalitete usluga u lukama jest nepostojanje jedinstvenog modela i alata za mjerenje kvalitete, odnosno utvrđivanja zadovoljstva korisnika dobivenom uslugom. Zbog toga potreba utvrđivanja dimenzija kvalitete lučke usluge mjerenih setom atributa i podatributa zahtijeva velike napore, ali isto tako jamči značajan stupanj znanstvene signifikantnosti.³⁴

³²Kolanović, I.: Model za mjerenje kvalitete lučke usluge, doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2010., str. 96

³³Ibidem

³⁴Kolanović, I.: Temeljne dimenzije kvalitete lučke usluge, Pomorstvo, Pomorski fakultet u Rijeci, god. 21, br.2 (2007), str. 215

„Lučke usluge“ su usluge komercijalne prirode, koje luke pružaju svojim korisnicima, a oni ih plaćaju. Govoreći o uslugama koje se pružaju u lukama nautičkog turizma Zakonom o turističkoj djelatnosti u članku 53. određeno je što se sve smatra ulugama.³⁵

1. iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima,
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, crusing i sl.),
3. usluge skipera,
4. prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i suhom vezu,
5. usluge snabdijevanja nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.),
6. uređenje i pripremanje plovnih objekata,
7. davanje različitih informacija nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.),
8. škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodica,
9. druge usluge za potrebe nautičkog turizma.

Zakonski aspekt nautičke usluge obuhvaća samo usluge usmjerene na opskrbu nautičara i održavanje plovila, no potrebe nautičara znatno su složenije. Kada ne borave na plovilu, nautičari žele dostupnost svih usluga koje se odnose i na suvremenu turističku ponudu, a to su razni kulturni i zabavni sadržaji, blizine restorana, kafića i trgovina i mnoge druge usluge koje čine dobru turističku ponudu. O raznovrsnosti, kvaliteti i cijeni nautičke turističke ponude uvelike ovisi i položaj hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu.

³⁵ http://www.poslovniforum.hr/zakoni/zakon_o_turistickoj_djelatnosti.asp (1.9.2013.)

4. KVALITETA USLUGE U FUNKCIJI KONKURENTNOSTI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA

Govoreći o kvaliteti usluge u funkciji konkurentnosti luka nautičkog turizma, potrebno je definirati indikatore kvalitete usluge kako bi se uvidjelo što je kod kvalitete bitno korisnicama te koja je zapravo važnost kvalitete. Stoga će se u ovom poglavlju istaknuti i analizirati indikatori kvalitete u lukama nautičkog turizma i održivog razvitka kao imperativa koji je danas sveprisutan, a popraćen je i s certifikatima.

4.1 Temeljni indikatori kvalitete usluge u lukama nautičkog turizma

Kvalitetu usluge je teško definirati jer svaki korisnik percipira kvalitetu na sebi svojstven način. Međutim, postoje određeni indikatori kvalitete usluge u lukama nautičkog turizma koji objedinjuju potrebe korisnika koji putem anketnih listića ili intervjua mogu ocijeniti kvalitetu te na taj način utjecati na njezino poboljšanje.

Kompleksnost ponude luke nautičkog turizma se ogleda u više čimbenika koji su usporedivi u svim lukama te na taj način se može vrednovati kvaliteta, a odnose se na:

1. Socijalne elemente koji obuhvaćaju imidž zemlje, osjećaj sigurnosti u zemlji i gostoljubivost;
2. Prirodu i očuvanost gdje je bitna klima, ljepota krajolika, ekološka očuvanost obale, čistoća mora te čistoća mjesta;
3. Ugostiteljsku ponudu;
4. Nautičku ponudu koja obuhvaća raspoloživost tranzitinih vezova, opremljenost marine, prostorni raspored marine i ponudu čartera;
5. „vrijednost za novac“ nautičke ponude gdje se vrednuju cizdaci za plovilo i izdaci za boravak korisnika.

Pored indikatora ponude, bitna je i certificiranost, odnosno usvajanje međunarodnih normi kojima se jamči kvaliteta. ISO 14001 je međunarodna norma koja postavlja zahtjeve za planiranje, uspostavu, primjenu i nadzor sustava upravljanjem okolišem. Sustav upravljanjem okolišem obuhvaća:

- utvrđivanje svih načina na koje organizacija utječe na okoliš
- utvrđivanje svih zahtjeva vezanih uz očuvanje okoliša koje pred organizaciju postavljaju relevantni propisi
- utvrđivanje procesa utjecaja na okoliš, resurse, odgovornosti i ovlaštenja za njihovo provođenje
- postavljanje ciljeva vezanih uz očuvanje okoliša, praćenje ostvarenja ciljeva i kontinuirano poboljšavanje sustava upravljanja okolišem.

ISO 9001 je međunarodna norma koja definira zahtjeve koje organizacija mora ispunjavati kako bi mogla obavljati svoju djelatnost u skladu sa zahtjevima kupaca i relevantnim propisima. Primjenjiva je na sve vrste organizacija: profitne i neprofitne, proizvodne i uslužne, male i velike. Dokumenti i aktivnosti koje organizacija provodi u skladu s normom zajednički se nazivaju sustav upravljanja kvalitetom. Sustav upravljanja kvalitetom obuhvaća sljedeće aktivnosti unutar organizacije:

- planiranje i održavanje samog sustava
- upravljanje resursima (ljudski resursi, infrastruktura)
- planiranje, ugovaranje i prodaja
- projektiranje i razvoj
- nabava
- proizvodnja i pružanje usluga
- mjerenja, analiza i poboljšanja procesa i sustava.

Kontrola kvalitete proizvoda ili izvođenja usluge samo je jedna od aktivnosti koje moraju biti definirane i adekvatno provedene kako bi sustav upravljanja kvalitetom mogao uspješno funkcionirati.

Sukladnost normi organizacija dokazuje dokumentiranjem i primjenom sustava upravljanja kvalitetom. Sukladnost normi potvrđuju ovlaštene organizacije kroz proces certifikacije. Sustav upravljanja kvalitetom u skladu s normom ISO 9001 i sustav upravljanja okolišem u skladu s normom ISO 14001 moguće je spojiti u jedinstven sustav upravljanja, kao i sustave upravljanja kroz koje se upravlja drugim aspektima organizacije (npr. upravljanje financijama, upravljanje rizicima).³⁶

³⁶ http://www.kagor.hr/organizacija_iso9001.htm (23.09.2013.)

4.2. Važnost kvalitete za konkurentnost usluge u lukama nautičkog turizma

Dvije grupe čimbenika u najvećoj mjeri određuju konkurentnost usluge u lukama nautičkog turizma su:

1. opći čimbenici: klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja;
2. posebni čimbenici: prometna dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost luka nautičkog turizma ili na nautičkom vezu u javnim lukama, ljubaznost i educiranost osoblja, ponuda ostalih sadržaja potrebnih za održavanje i opremanje plovniha objekata za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, kulturna ponuda kao bitni čimbenik turističke pa tako i nautičke ponude, cijene usluga, propisi vezani uz plovidbu i stacioniranje plovniha objekata, porezi i takse.³⁷

Razmatranje konkurentnosti Hrvatske u nautičkom turizmu je vezano uz susjedne zemlje i druge zemlje u Sredozemlju, prije svega: Italiju, Francusku, Španjolsku, Grčku, Tursku, Crnu Goru, Sloveniju, Cipar i Maltu.

U istraživanju TOMAS NAUTIKA Jahting zadovoljstvo ponudom ocjenjivalo se na dva načina: izravnom ocjenom elemenata turističke ponude i usporedbom pojedinih elemenata turističke ponude s drugim konkurentskim nautičkim destinacijama. Nautičari su ocjenjivali zadovoljstvo kroz 25 elemenata turističke ponude naših destinacija i marina/luka i to ocjenama od 1 (vrlo loše) do 5 (odlično). Svi su odgovori svrstani u tzv. 'rangove' zadovoljstva, od vrlo niskog do vrlo visokog stupnja zadovoljstva.

U nastavku, nautičari su za izabranih 14 elemenata turističke ponude uspoređivali Hrvatsku s nekom od mediteranskih zemalja u kojima su plovili tijekom protekle tri godine (za svaki element navodili su je li u Hrvatskoj 'bolji', 'isti' ili 'lošiji' u odnosu na izabranu konkurentsku zemlju). Analizirana je kvaliteta elemenata ponude u Hrvatskoj u odnosu na Španjolsku, Francusku, Italiju, Grčku i Tursku.

³⁷ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture: Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2008., str.6

Slika 6. Stupanj zadovoljstva elementima ponude

Rang*	Elementi ponude	%	
1.	Ljepota prirode i krajolika	94,5	Vrlo nizak
2.	Osobna sigurnost	86,2	
3.	Stanje broda (ispravnost, uredenost, opremljenost i slično)**	78,9	
4.	Uslužnost osoblja u marinama	78,7	Nizak
5.	Prihvat u marini**	78,6	
6.	Bogatstvo gastronomske ponude u destinacijama	77,2	Srednji
7.	Prometna dostupnost polazne luke	75,7	
8.	Prostorni raspored marina	75,6	
9.	Opskrbljenost vodom (hladna i topla) u marinama	75,2	Visok
10.	Dostatnost priključaka za vodu i struju u marinama	74,3	
11.	Raspoloživost informacija u marinama o turističkoj ponudi destinacija	74,1	Vrlo visok
12.	Prihvat u zračnoj luci (transfer)**	73,3	
13.	Ukupna ponuda za nautičare	71,0	
14.	Uredenost i čistoća okoliša u marinama	70,4	Vrlo visok
15.	Vezovi (širina, ispravnost)	68,9	
16.	'Vrijednost za novac' ukupne ponude za nautičare	67,1	Najniži stupanj zadovoljstva
17.	Raznolikost kulturnih manifestacija	66,2	
18.	Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	65,9	
19.	Opskrba plovila (piće dobrodošlice, hrana, TV, internet priključak i slično)**	65,9	Vrlo visok
20.	Mogućnosti za kupnju u destinacijama	65,6	
21.	Kvaliteta tehničkog servisa (brzina popravka) u marinama	64,9	Najniži stupanj zadovoljstva
22.	Raznolikost sadržaja za zabavu	64,2	
23.	Sanitarije u marinama	62,2	
24.	Bogatstvo sportskih sadržaja u destinacijama	60,8	
25.	Mogućnosti kupnje u marinama	49,3	

Izvor:: Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Tomas nautika Jahting, Institut za turizam, Zagreb, 2012., str. 56

Nautičari su bili izrazito zadovoljni samo s dva aspekta provođenja odmora odnosno plovidbe u Hrvatskoj: ljepotom prirode i krajolika te osobnom sigurnošću. Više od 80% nautičara ocijenilo je navedena dva elementa ocjenama vrlo dobro i odlično. Zadovoljstvo su iskazali i za dvanaest elemenata ponude, od kojih se tri odnose isključivo na nautičare u hrvatskom čarteru. To su stanje broda te prihvat u marini i zračnoj luci. Od preostalih devet elemenata koje su ocjenjivali svi nautičari, većina se odnosi na ponudu marina, od usluznosti osoblja i osnovnih usluga (opskrbljenost vodom te dostatnost priključaka za struju i vodu) do raspoloživosti informacija u marinama i uređenosti okoliša.

Nautičari su iskazali zadovoljstvo i gastronomskom ponudom u destinacijama, prometnom dostupnošću polazne luke i prostornim rasporedom marina te, iako u nešto manjoj mjeri, ukupnom ponudom za nautičare. Srednji stupanj zadovoljstva nautičari su iskazali za deset

elemenata ponude među kojima je i vrijednost za novac ukupne nautičke ponude u Hrvatskoj. Srednje zadovoljni nautičari su bili širinom i ispravnošću vezova u marinama, kvalitetom tehničkog servisa i ugostiteljskih usluga u marinama, sanitarijama u marinama, a ‘čarteraši’ i opskrbom plovila.

Elementi ponude destinacija kojima su nautičari bili srednje zadovoljni uključuju raznolikost kulturnih manifestacija, zabavnih i sportskih sadržaja te mogućnosti za kupnju. Nautičari su iskazali nezadovoljstvo mogućnostima kupnje u marinama. Ne postoje znatnija odstupanja u zadovoljstvu nautičara elementima turističke ponude destinacija u odnosu na stacionarne goste u smještajnim objektima na kopnu. Redoslijed elemenata prema ocjeni zadovoljstva gotovo je identičan – i nautičari i gosti u hotelima, kampovima i privatnom smještaju najzadovoljniji su ljepotom prirode i krajolika, osobnom sigurnošću te gastronomskom ponudom u Hrvatskoj, dok su pri dnu ljestvice zadovoljstva elementi ponude kulturnih, sportskih i zabavnih sadržaja te mogućnosti za kupnju.³⁸

Odstupanja prema vlasništvu plovila: Nautičari u hrvatskom čarteru bili su podjednako zadovoljni elementima turističke ponude marina i destinacija kao i nautičari na vlastitim plovilima, plovilima prijatelja/rođaka ili u inozemnom čarteru.

Odstupanja prema zemlji porijekla za nautičare u hrvatskom čarteru: Domaći nautičari i nautičari iz Njemačke manje su od prosjeka svih čarteraša zadovoljni ukupnom nautičkom ponudom, dok su iznadprosječno ukupnom ponudom zadovoljni Poljaci, Slovaci, Britanci i Talijani. Međutim, Talijani su s pet elemenata ponude manje zadovoljni od prosjeka, a posebice stanjem broda i prihvatom u zračnoj luci, dok su s većinom elemenata ponude destinacija iznadprosječno zadovoljni. S druge strane, dijelom destinacijske ponude koja se odnosi na ponudu sportskih sadržaja nezadovoljni su Slovenci, dok Britancima nedostaju zabavni sadržaji. Sanitarije u marinama najslabije su ocijenili Nizozemci. Vrijednošću za novac ukupne nautičarske ponude nezadovoljni su Nijemci, za razliku od Mađara koji su ovim elementom izrazito zadovoljni.

Odstupanja prema zemlji porijekla za nautičare na vlastitim plovilima, plovilima prijatelja/rođaka ili u inozemnom čarteru: Nautičari iz Njemačke i Austrije nešto su manje zadovoljni

³⁸ Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Tomas nautika Jahting, Institut za turizam, Zagreb, 2012., str. 56-60

od prosjeka svih nautičara u ovoj skupini. Većinu elemenata ponude ocijenili su lošijim ocjenama među kojima se kod Nijemaca ističu nešto niže ocjene osobne sigurnosti i uslužnosti osoblja u marinama, a kod Austrijanaca relativno nezadovoljstvo vrijednošću za novac nautičarske ponude i prostornim rasporedom marina. Ipak, najveća odstupanja u zadovoljstvu u odnosu na prosjek zabilježena su kod Francuza, koji su ponudu destinacija ocijenili znatno lošije u odnosu na ostale nautičare – bili su vrlo nezadovoljni ponudom kulturnih manifestacija te sportskih i zabavnih sadržaja. Općenito najzadovoljniji gosti bili su nautičari iz Češke koji su svim elementima ponude bili zadovoljni, osim mogućnostima kupnje u marinama.

Odstupanja prema dužini plovila: Ne postoje znatnija odstupanja u zadovoljstvu nautičara prema dužini plovila. Vrijednošću za novac nautičarske ponude nešto su zadovoljniji nautičari na manjim plovilima.

PROMJENA: Nautičari su u prosjeku nešto zadovoljniji elementima turističke ponude nego što su to bili 2007. godine. Visokim stupnjem zadovoljstva ocijenili su u 2012. godini dvanaest elemenata ponude za razliku od samo četiri elementa u 2007. godini. Manje su zadovoljni nego 2007. godine bili jedino mogućnostima kupnje u marinama. Međutim, slično kao i kod segmenta ljetne turističke potražnje u smještajnim objektima na kopnu, redosljed ocjena pojedinih elemenata nije znatno promijenjen u odnosu na 2007. godinu. I dalje je ponuda kulture, sporta, zabave i kupnje na dnu ljestvice zadovoljstva nautičara.

Pri interpretaciji i usporedbi hrvatske nautičke ponude s konkurentskim nautičkim destinacijama valja naglasiti da je riječ o ocjeni koju ispitanici daju u trenutku provođenja odmora u Hrvatskoj, pa su joj u svojim stavovima već jednim dijelom naklonjeni. Od ukupno 14 elemenata koje su nautičari uspoređivali između Hrvatske i konkurentske nautičke destinacije, Hrvatska je ocijenjena bolje u većini elemenata (za devet elemenata ponude udio ocjene ‘bolje u Hrvatskoj’ je za više od 5 postotnih bodova veći od udjela ocjene ‘lošije u Hrvatskoj’). Jedan je element ocijenjen lošijim (udio ocjene ‘bolje u Hrvatskoj’ je za više od 5 postotnih bodova manji od udjela ocjene ‘lošije u Hrvatskoj’), a za četiri elementa Hrvatska je dobila podjednake ocjene kao i druge zemlje.

Hrvatska je ocijenjena boljom od konkurencije kad je riječ o čistoći mora i obalnih mjesta, ljepoti i očuvanosti prirode te klimi, kao i u socijalnim elementima – sigurnosti,

gostoljubivosti i imidžu zemlje. Boljim od konkurencije ocijenjen je i prostorni raspored marina. Nautička (ponuda čartera, raspoloživost tranzitnih vezova i opremljenost marina) i ugostiteljska ponuda ocijenjene su lošijima u usporedbi sa Španjolskom, Francuskom i Italijom. Vrijednost za novac ukupne nautičke ponude ocijenjena je boljom jedino u usporedbi s Italijom.

Usporedba sa Španjolskom: Hrvatska je za svoje goste nautičare bolja od Španjolske u obilježjima klime, ljepoti i očuvanosti prirode, čistoći mora i obalnih mjesta te osjećaju sigurnosti. Najlošije je u odnosu na Španjolsku ocijenjena opremljenost marina (čak 36% nautičara koji su plovili u Španjolskoj ocijenilo je opremljenost hrvatskih marina lošijima), a slijedi ponuda čartera, prostorni raspored marina, ugostiteljska ponuda, vrijednost za novac nautičke ponude, raspoloživost tranzitnih vezova te gostoljubivost. Imidž Hrvatske u odnosu na Španjolsku ocijenjen je podjednako.

Usporedba s Francuskom: Hrvatska, u usporedbi s Francuskom, slično kao i u usporedbi sa Španjolskom, ima ugodniju klimu, ljepšu i očuvaniju prirodu, čišće more i obalna mjesta, a odlikuje se i većom gostoljubivošću. Međutim, francuska ponuda bolja je od hrvatske prije svega u ponudi čartera, raspoloživosti tranzitnih vezova i ugostiteljskoj ponudi, a hrvatska zaostaje i u opremljenosti marina, kao i u vrijednosti za novac nautičke ponude. Imidž zemlje, osjećaj sigurnosti u zemlji i prostorni raspored marina ocijenjeni su podjednako u Hrvatskoj i Francuskoj.

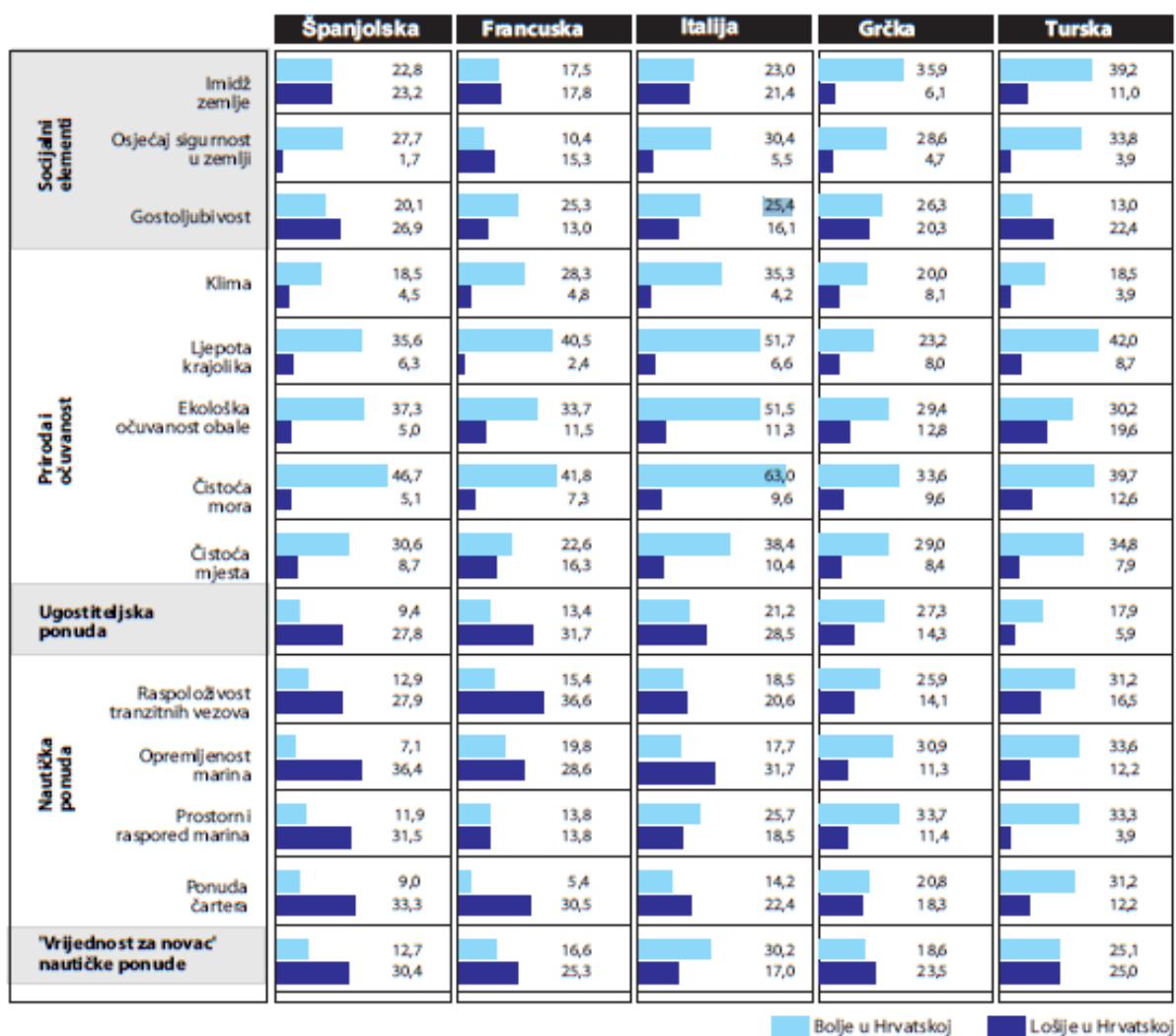
Usporedba s Italijom: U usporedbi s Italijom, Hrvatska bilježi veći broj bolje ocijenjenih elemenata. Osim uobičajeno bolje ocijenjenih prirodnih i socijalnih elemenata, nautičari su i vrijednost za novac nautičke ponude ocijenili boljom u Hrvatskoj, kao i prostorni raspored marina. Hrvatska donekle zaostaje za Italijom u opremljenosti marina te ponudi čartera i ugostiteljskoj ponudi. Imidž zemlje i raspoloživost tranzitnih vezova ocijenjeni su podjednako.

Usporedba s Grčkom: Hrvatska je u usporedbi s Grčkom u većini ocjenjivanih elemenata kvalitetnija nautička destinacija. Osim povoljnijih klimatskih uvjeta, ljepše i očuvanije prirode, čisteg mora i obalnih destinacija, Hrvatska je bolja od Grčke i u kapacitetu i opremljenosti marina te njihovom prostornom rasporedu, osjećaju sigurnosti u zemlji, kao i u

imidžu zemlje. Vrijednost za novac nautičke ponude i ponuda čartera podjednako su ocijenjeni u obje zemlje.

Usporedba s Turskom: Prema stavovima nautičara, Hrvatska je u gotovo svim elementima nautičke ponude bolja nautička destinacija u odnosu na Tursku. Pri tome posebno valja izdvojiti ljepotu prirode, čistoću mora i obalnih mjesta, prostorni raspored i opremljenost marina, osjećaj sigurnosti i imidž zemlje, elemente kod kojih je razlika u ocjenama 'bolje u Hrvatskoj' i 'lošije u Hrvatskoj' veća od 20 postotnih bodova. Vrijednost za novac nautičke ponude podjednako je ocijenjena u obje zemlje, dok je samo gostoljubivost domaćina bolje ocijenjena u Turskoj.

Slika 7. Ocjena elemenata ponude u odnosu na konkurentske zemlje (u %)



Izvor: Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Tomas nautika Jahting, Institut za turizam, Zagreb, 2012., str. 56

Kako bi se zadržala kvaliteta usluge, treba obratiti pozornost i na samu kulturu kvalitete koja podrazumijeva unapređenje postojeće razine kvalitete i izvrsnosti. Posebno valja naglasiti potrebu usustavljanja postojećeg sustava obrazovanja za potrebe turizma, ali i uvođenja obveznih programa cjeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika uposlenih u turizmu. Dodatno valja poraditi i na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude, pri čemu se naglasak stavlja na uvođenje obaveznog licenciranja pojedinih

vrsta uslužne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete, objavljivanje liste najboljih ponuđača i slično.

Osim gore navedenih mjera kako bi se unaprijedila kvaliteta potrebno je i investirati u infrastrukturu luka nautičkog turizma. Sukladno odrednicama Strategije razvoja nautičkog turizma RH 2009.–2019., predviđaju investicijski potencijal vezan uz unapređenje ponude luka nautičkog turizma procjenjuje se u iznosu od oko 552 milijuna eura, od čega se 475 milijuna eura odnosi na novu izgradnju vezova u novim marinama, postojećim marinama i lukama, a 77 milijuna eura na podizanje razine kvalitete ponude postojećih marina i luka. Pri tome se očekuje izgradnja određenog broja marina za prihvat megaplovila, prije svega u atraktivnim destinacijama s cjelogodišnjom ponudom.

4.3. Održivi razvitak luka nautičkog turizma

Svjetska komisija za okoliš i razvoj (Brundtland komisija) objavila je 1987. godine svoje izvješće i predstavila novi pojam održivog razvoja, kao 'razvoja koji zadovoljava potrebe današnjice, a pritom ne ugrožava potrebe budućih generacija'. Ujedinjeni narodi (UN) glavno su globalno tijelo za kreiranje smjernica održivog razvoja, dok niz međunarodnih dokumenata zaključenih pod okriljem UN-a predstavljaju opći regulatorni okvir za pitanja održivog razvoja.

Iz gore navedenog može se zaključiti da je održivi razvoj okvir za oblikovanje politika i strategija kontinuiranog gospodarskog i socijalnog napretka, bez štete za okoliš i prirodne izvore bitne za ljudske djelatnosti u budućnosti. On se oslanja na ambicioznu ideju prema kojoj razvoj ne smije ugrožavati budućnost dolazećih naraštaja trošenjem neobnovljivih izvora i dugoročnim devastiranjem i zagađivanjem okoliša.³⁹

Na konferenciji Ujedinjenih naroda o okolišu i razvitku (United Nations Conference on Environment and Development – UNCED) u Rio de Janeiru 1992. pozornost svjetske javnosti bila je usmjerena na sve veće probleme vezane uz pitanja razvitka i okoliša na lokalnoj i globalnoj razini. Deklaracija i Akcijski program za 21. stoljeće (*Agenda 21*), usvojeni na Konferenciji, daju snažnu potporu načelu održivog razvitka. Opća skupština Ujedinjenih naroda 2000. usvojila je Milenijsku deklaraciju (United Nations Millennium Declaration),

³⁹ <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> (23.09.2013.)

politički dokument Ujedinjenih naroda za 21. stoljeće, koji utvrđuje ciljeve razvoja na područjima od interesa za međunarodnu zajednicu te aktivnosti koje trebaju pridonijeti njihovom ostvarivanju. Riječ je od osam Milenijskih razvojnih ciljeva (Millennium Development Goals - MDGs) za koje su se države članice Ujedinjenih naroda obvezale da će ostvariti do 2015. godine. Načelo održivog razvitka potom dobiva snažnu političku podršku na Svjetskom sastanku na vrhu o održivom razvitku (World Summit on Sustainable Development – WSSD), održanom 2002. godine u Johannesburgu.⁴⁰

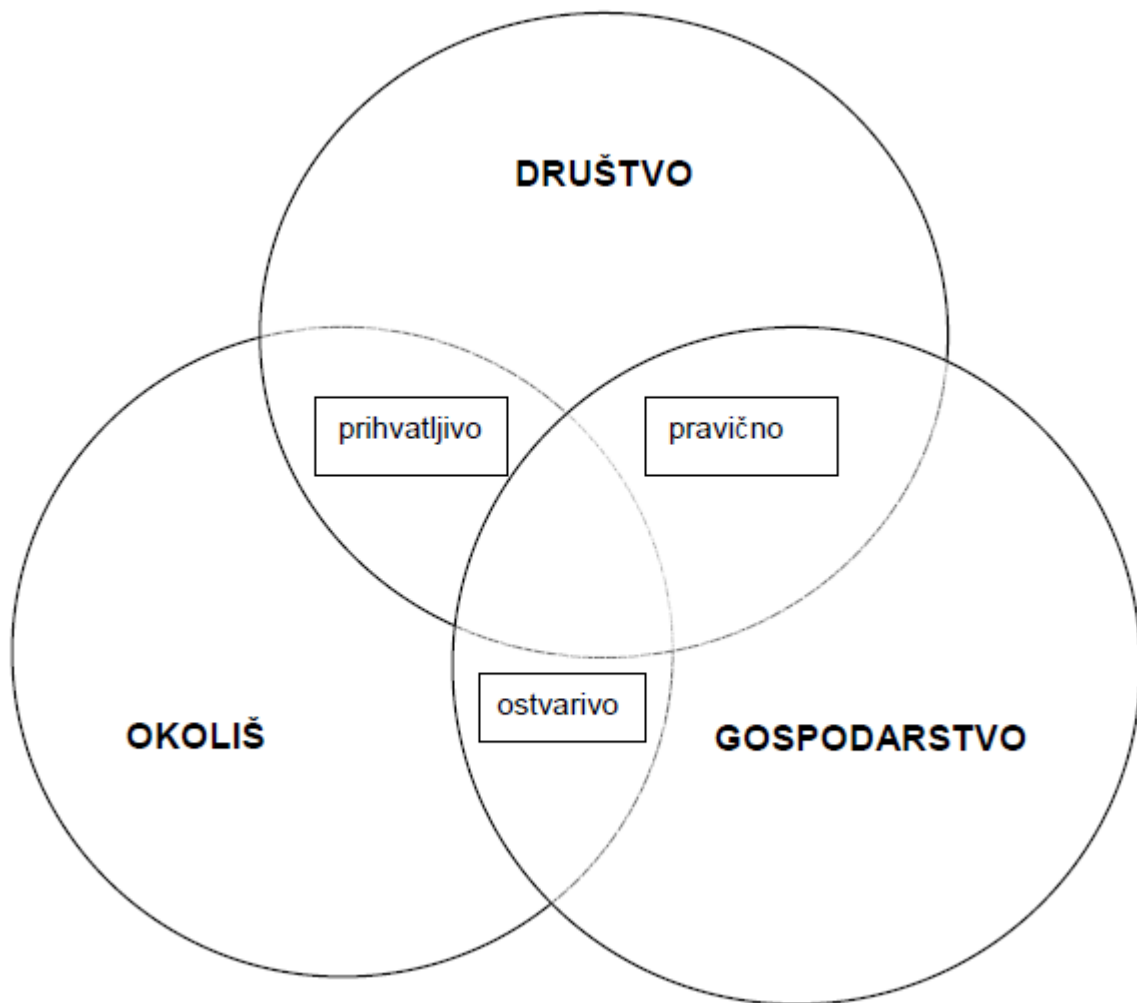
Konferencija Ujedinjenih naroda o održivom razvoju (*United Nations Conference on Sustainable Development - UNCSD*) 'Rio+20', održana 2012. godine u Rio de Janeiru, postavila je sveobuhvatni okvir za održivi razvoj. Jedna od najznačajnijih odluka Konferencije je definiranje budućih Ciljeva održivog razvoja (*Sustainable Development Goals – SDGs*), koji će uključivati tri dimenzije održivog razvoja – gospodarsku, socijalnu i okolišnu, te koji se trebaju nadovezati na razvojne politike sadržane u Milenijskim razvojnim ciljevima (MDGs) i predstavljati globalnu razvojnu agendu za razdoblje nakon 2015. godine.

Ugovorom iz Amsterdama promicanje održivog razvitka postaje jedan od temeljnih ciljeva Europske unije. Nakon revizije Gothenburške strategije održivog razvitka iz 2001., Europska unija je 2006. godine prihvatila revidiranu Strategiju održivog razvitka za proširenu Europu. Strategija je usmjerena na potrebu postupne promjene sadašnjega neodrživog načina proizvodnje i potrošnje te integriranog pristupa u izradi smjernica i politika, s naglaskom na potrebi za solidarnošću i jačanjem partnerstva.

Može se zaključiti da su glavne sastavnice održivog razvoja gospodarstvo, društvo i okoliš kako je i prikazano na slici 6.

⁴⁰ <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (23.09.2013.)

Slika 8. Sastavnice održivog razvitka



Izvor: Pavić-Rogošić, L.: Održivi razvoj, Odraž, Zagreb, 2010., str. 3 prema Johannu Dréou

Uz održivi razvitak idu i principi koje treba poštovati. Stoga su, globalno prihvaćeni principi održivog razvoja, definirani kroz *Deklaraciju iz Rija* i *Agendu 21*, *Deklaraciju* i *Plan provedbe* iz Johannesburga, kao i na principima *Milenijske deklaracije UN* (koji su pretočeni u Milenijske razvojne ciljeve). Ovi principi se sažeto mogu prikazati na sljedeći način:

- Integriranje pitanja okoliša u razvojne politike;
- Internalizacija troškova vezanih za okoliš (tj. prevođenje eksternih troškova degradacije okoliša u interne troškove zagađivača/korisnika) kroz provođenje principa zagađivač/korisnik plaća;
- Sudjelovanje svih društvenih dionika u donošenju odluka kroz procese savjetovanja i dijaloga te stvaranje partnerstva;
- Pristup informacijama i pravosuđu
- Generacijska i međugeneracijska jednakost (uključujući i rodnu ravnopravnost) i

solidarnost;

- Princip supsidijarnosti (hijerarhije odnosno međuzavisnosti) između lokalne i globalne razine; i
- Pristup uslugama i financijskim resursima koji su neophodni za zadovoljavanje osnovnih potreba.⁴¹

Ovi principi predstavljaju prizmu kroz koju bi trebali biti sagledani postojeći problemi i izazovi za održivi razvoj pojedinih država, odnosno okvir u kome su definirani ciljevi, zadaci i mjere za provođenje politika održivog razvoja. Polazeći od gore-navedenog, održivi razvoj podrazumijeva:

- Uravnotežen i pravičan gospodarski razvoj koji se može održati u dužem vremenskom razdoblju;
- Smanjenje siromaštva, kroz osnaživanje siromašnih i osiguranje njihovog boljeg pristupa neophodnim uslugama i sredstvima;
- Sudjelovanje svih zainteresiranih strana u procese odlučivanja (nacionalne i lokalne vlasti, organizacije civilnog društva, poslovni sektor, profesionalne organizacije, sindikati), uz promoviranje dijaloga i postizanje povjerenja kako bi se razvio društveni kapital;
- Pažljivo upravljanje i očuvanje (u najvećoj mogućoj mjeri) neobnovljivih resursa;
- Racionalna/održiva upotreba energije i prirodnih izvora (vode, zemljišta, šuma, itd.);
- Smanjivanje otpada, učinkovito spriječavanje i kontrola zaganjenja te smanjivanje na najveću moguću mjeru ekoloških rizika;
- Unaprijeđenje sustava obrazovanja i zdravstva i poboljšanja u pogledu ravnopravnosti spolova;
- Zaštitu kulturnih identiteta, tradicije i nasljeđa.⁴²

4.4. Plava zastava

Plava zastava je međunarodni odgojno-obrazovni ekološki program čiji je prvenstveni cilj održivo upravljanje i gospodarenje morem i obalnim pojasom. Program Plava zastava danas

⁴¹ Pavić-Rogošić, L.: Održivi razvoj, Odras, Zagreb, 2010., str. 6.

⁴² Ibidem

se provodi u većini europskih država, te svake godine u sve više i više država na raznim kontinentima.⁴³

Plava zastava je danas u svijetu vrlo cijenjena turistička markica koja je milijunima turista glavni orijentir prilikom odabira destinacije. Kroz Plavu zastavu nastoji se osigurati suradnja turizma i zaštite okoliša na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Plava zastava je najpriznatiji model ekološkog odgoja i obrazovanja te obavješćivanje javnosti kada je u pitanju briga za more i obalni pojas, a posebno kada je u pitanju briga za obalne prostore koji trpe najjači pritisak, a to su plaže i marine koje se nalaze na pomorskom dobru.

Intelektualni vlasnik Plave zastave je Zaklada za odgoj i obrazovanje za okoliš – Foundation for Environmental Education (skraćeno FEE) koju je utemeljilo Vijeće Europe za potrebe promicanja odgoja i obrazovanja za okoliš na jedinstven način na razini cijele - ujedinjene Europe. Radi dosljednosti treba reći da je Plava zastava izvorno francuski program koji je nakon dvije godine provedbe u Francuskoj prešao u vlasništvo FEE, te su u Europi provodi od 1987. godine, a izvan Europe od 2001. godine. Do nazad šest godina naziv Zaklade i njeni programi imali su pridjev Europska, ali je taj pridjev uklonjen iz naziva Zaklade i njenih programa slijedom činjenice da su programi prepoznati i da su se počeli širiti i van Europe.

Plava zastava na razini ujedinjene Europe zamišljena je kao svojevrsan test-program provedbe nacionalnog i europskog zakonodavstva u tom području. Od samih početaka ugrađene su u kriterije dvije Direktive Europske Unije: Direktiva Parlamenta i Vijeća Europe o upravljanju kakvoćom vode za kupanje i Direktiva Parlamenta i Vijeća Europe o gradskim otpadnim vodama. Zemlje članice Europske zajednice i one koje se spremaju ući u Europsku zajednicu dužne su svoje zakonodavstvo prilagoditi europskom pa su time u prednosti svi oni koncesionari i korisnici plaža i marina koji su prepoznali Plavu zastavu i sa ovog aspekta.

Ciljeve kojima teži program Plave zastave mogu se uvjetno podijeliti na kratkoročne i dugoročne:

⁴³ <http://www.pomorskodobro.com/en/blue-flag.html> (23.09.2013.)

- Kratkoročni ciljevi žele čim prije uspostaviti standarde Plave zastave kako bi se destinacija učinila privlačnijom i kako bi čim prije profunkcionirala nacionalna i europska pravno-obvezujuća dimenzija odgovornog upravljanja plažama i marinama.
- Dugoročnim ciljevima želi se princip održivog i uravnoteženog razvitka kao mentalnu kategoriju ugraditi u svijest svih koji obalni pojas i more koriste na bilo koji način, a prije svih mjesnog stanovništva, zaposlenih u marinama i objektima plaža, te turista i gostiju.

Plaža koja je nagrađena Plavom zastavom nosi međunarodno priznanje koje je u rangu ISO-norme, a po dalekosežnosti je još značajnija za lokalnu zajednicu, na čijem području se provodi Plava zastava. Za kriterije Plave zastave, može se reći da su otvorili stranicu u provedbi Lokalne Agende 21.

Kriteriji na kojima počiva Plava zastava dijele se u četiri skupine i to:

1. Odgoj i obrazovanje za okoliš i informiranje javnosti
2. Kvaliteta vode
3. Upravljanje okolišem
4. Sigurnost i usluge

Za plaže postoje 32 kriterija, a za marine 16 kriterija iz četiri spomenute skupine, na kojima počiva Plava zastava, a dijele se s obzirom na njihovu važnost (težinu) i provedivost odnosno neprovedivost u pojedinim dijelovima svijeta na:

O - obvezatne (imperativne) - a to znači da ih plaža mora ispunjavati,

P - preporučljive – a to znači da njihovom ispunjenju treba težiti,

NP – neprimjenjive (neprovedivi) – znači da su u nekim regijama primjenjivi (provedivi), a u nekima nisu.

Zaklada za odgoj i obrazovanje u svakoj zemlji ima organizaciju članicu (kao što je nevladina ekološka Udruga "Lijepa naša" hrvatska organizacija članica Zaklade) odgovornu za provedbu programa Plave zastave na nacionalnoj razini. Kako bi dobile Plavu zastavu, zainteresirane lokalne vlasti (općine, gradovi ili vlasnici marin) moraju uputiti prijavu sa svom relevantnom dokumentacijom nacionalnom operatoru. Prijava/dokumentacija mora osigurati provedbu kriterija Plave zastave. Prijave odobrava Nacionalni ocjenjivački sud, koji se sastoji od svih relevantnih sudionika na nacionalnoj razini (Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva, Ministarstvo turizma, Udruženje lokalnih predstavnika, nacionalne

udruge za spašavanje života, stručnjaka za marine, stručnjaka za obrazovanje, predstavnika Zaklade za odgoj i obrazovanje, drugih nevladinih udruga, itd). Prijave koje odobri nacionalna organizacija prosljeđuju se međunarodnom povjerenstvu koje se sastoji od predstavnika Zaklade za odgoj i obrazovanje (FEE), Programa Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP), Europske Unije i dr. Samo oni kandidati koje odobri međunarodno povjerenstvo dobivaju Plavu zastavu. Plava zastava je nagrada koja se dodjeljuje za jednu sezonu. Ako situacija odudara od imperativnih kriterija Plave zastave, ona mora smjesta biti povučena, a nacionalni operater mora o tome biti obaviješten. Potrebno je dati informacije o razlozima povlačenja Plave zastave. Tijekom sezone provode se nacionalne i međunarodne inspekcije. Nadalje, gosti i korisnici plaža/marina s Plavom zastavom potiču se da obavijeste Zakladu u slučaju da opaze kršenje kriterija.

U Hrvatskoj se program Plave zastave za plaže i marine provodi od 1998. godine. U 2009. godini, odnosno u jedanaestoj godini provedbe programa Hrvatska je imala 137 plavih zastava od čega 117 plavih zastava otpada na plaže, a 20 na marine. Sa ovim brojem plavih zastava Hrvatska je otprilike na polovici mogućeg broja plavih zastava, pa treba težiti da i preostale plaže i marine ovladaju standardima Plave zastave. Tako će hrvatska turistička ponuda biti obogaćena neizmjerljivo velikim kapacitetom na zadovoljstvo svih koji promiču održive vidove turizma i svih korisnika naših plaža i marina.

Kriteriji za dobivanje Plave zastave u marinama:⁴⁴

1. ODGOJ I OBRAZOVANJE ZA OKOLIŠ, TE INFORMIRANJE

- Informacije o zaštiti okoliša u obližnjim ekološkim sustavima, prirodnim osjetljivim područjima,
- kao i u području same marine, dostupne su korisnicima marine. (Obvezni kriterij)
- Pravilnik o ponašanju u marini i prema okolišu marine koji slijedi relevantne zakone mora biti postavljen u marini. (Obvezni kriterij)
- Informacije o kampanji Plave zastave za marine i/ili kriteriji Plave zastave za marine moraju biti postavljeni u marini. (Obvezni kriterij)
- Marina je odgovorna ponuditi barem tri aktivnosti iz područja odgoja i obrazovanja za okoliš koje moraju biti ponudene korisnicima i osoblju marine. (Obvezni kriterij)
- Individualna Plava zastava za vlasnike brodova nudi se kroz marinu. (Obvezni kriterij)

⁴⁴ http://www.lijepa-nasa.hr/images/datoteke/pz2013_kriteriji_marine.pdf (23.09.2013.)

2. UPRAVLJANJE OKOLIŠEM

- Potrebno je uspostaviti odbor za upravljanje marinom koji će biti zadužen za uspostavljanje sustava upravljanja okolišem i provođenje redovitog nadzora objekata u marini s ciljem zaštite okoliša. (Preporučljiv kriterij)
- Marina mora imati osmišljenu strategija i plan za okoliš u marini, koji se odnose na potrošnju vode i energije, otpad, pitanja zdravlja i sigurnosti, te uporabu ekološki prihvatljivih proizvoda gdje je to moguće. (Obvezni kriterij)
- Ukoliko unutar marine ili u blizini marine postoje izuzetno osjetljiva područja koja zahtijevaju posebnu brigu, marina je dužna kontaktirati stručnjake i organizacije zadužene za zaštitu takvih područja. (Obvezni kriterij)
- Za pohranu opasnog otpada moraju biti postavljeni adekvatni i pravilno označeni i odvojeni spremnici. Otpadom treba rukovati za to ovlaštena osoba, te ga zbrinuti na mjestima koja imaju dozvolu za pohranjivanje opasnog otpada. (Obvezni kriterij)
- Adekvatan broj kanta za smeće mora biti na raspolaganju korisnicima marine, te one moraju biti održavane. Otpadom smije rukovati samo za to ovlaštena osoba, te ga odlagati na mjesto koje je za to predviđeno. (Obvezni kriterij)
- Marina mora imati objekte za zaprimanje oporabljivih otpadnih materijala kao što su boce, limenke, papir, plastika, organski materijali, itd. (Obvezni kriterij)
- Objekti za ispumpavanje kaljužne vode trebali bi biti postavljeni u marini. (Preporučljiv kriterij)
- Objekti za ispumpavanje nužnika moraju biti postavljeni u marini. (Obvezni kriterij)
- Sve građevine i opremu u marini treba pravilno održavati u skladu s nacionalnim propisima. Marina mora biti dobro uklopljena u svoj prirodni i izgrađeni okoliš. (Obvezni kriterij)
- Adekvatni, čisti i dobro označeni sanitarni čvorovi moraju biti postavljeni, uključujući i objekte za pranje i pitku vodu. Kontrolirani kanalizacijski otpad podvrgava se propisanoj obradi. (Obvezni kriterij)
- Ako marina raspolaže područjima za popravak ili pranje brodova, zagađenje ne smije ući u kanalizacijski sustav, tlo ili vodu marine ili njezino prirodno okruženje. (Obvezni kriterij)
- Promicanje održivog prijevoza. (Preporučljiv kriterij)

- Nema parkiranja/vožnje unutar marine, osim u za to posebno predviđenim područjima. (Obvezni kriterij)

3. SIGURNOST I USLUGE

- Prikladna i dobro označena oprema za spašavanje, prvu pomoć i gašenje vatre mora biti prisutna. Opremu moraju odobriti državne vlasti. (Obvezni kriterij)
- Plan za nuždu u slučaju zagađenja, požara ili druge nesreće mora biti osmišljen u marini. (Obvezni kriterij)
- Opće informacije o sigurnosnim mjerama moraju biti postavljene u marini. (Obvezni kriterij)
- Struja i voda moraju biti dostupni na dokovima, instalacije moraju biti odobrene u skladu s državnim propisima. (Obvezni kriterij)
- Trebali bi postojati objekti za osobe s invaliditetom (Preporučljiv kriterij)
- Karta koja pokazuje lokaciju različitih objekata postavljena je u marini. (Obvezni kriterij)

4. KAKVOĆA VODE

- Voda u marini mora biti vizualno čista (bez ulja, smeća, kanalizacijskog otpada ili drugih tragova zagađenja). (Obvezni kriterij)

Popis nagrađenih marina sa Plavom zastavom za 2013. godinu:⁴⁵

- MARINA PARENTIUM
- TEHNOMONT MARINA VERUDA
- MARINA PUNAT
- D- MARIN MARINA DALMACIJA
- MARINA KORNATI
- DANUVIUS MARINA TRIBUNJ
- MARIN A KREMIK
- MARINA FRAPA
- ACI d.d. MARINA UMAG
- ACI MARINA CRES

⁴⁵ http://lijepa-nasa.hr/prijava_pm/pz_nagrade/marine.php (24.09.2013.)

- ACI MARINA DUBROVNIK
- ACI MARINA JEZERA
- ACI MARINA KORČULA
- ACI MARINA MILNA
- ACI MARINA OPATIJA
- ACI MARINA SPLIT
- ACI MARINA VODICE
- ACI MARINA VRBOSKA

5. ZAKLJUČAK

Kvaliteta se različito shvaća i interpretira ovisno o tome tko gleda na kvalitetu. Različita shvaćanja kvalitete imaju potrošači, proizvođači i tržište. Demingov pristup potpunom upravljanju kvalitetom svodi se na stvaranje takvog organizacijskog sustava, koji promiče suradnju i učenje, u cilju olakšavanja implementacije svih poslovnih procesa i upravljačkih metoda koje vode organizaciju do stalnog poboljšavanja procesa, proizvoda i usluga, kao i ostvarenje osobnih težnji zaposlenika, što je vrlo važno za zadovoljenje zahtjeva kupca i, u konačnici, opstanak na tržištu. Bitna odrednica Juranova pristupa jest u tome što Juran vjeruje da glavni problemi kvalitete leže u menadžmentu, a ne u zaposlenicima. Za dostizanje kvalitete potrebno je poduzimati aktivnosti na svim razinama organizacije. Juran ističe da je vrlo važno razumjeti kupčeve potrebe. Taj zahtjev odnosi se na: marketing, oblikovanje, proizvodnju i usluge. Ishikawa pojam upravljanje kvalitetom, proširuje dalje od proizvoda, kvalitete upravljanja, kvalitete pojedinaca i organizacije u cjelini. Tvrdi da je uspjeh organizacije izrazito ovisan o načinu poboljšavanja kvalitete kao neprekidnog traganja. Crosby je identificirao neke važne principe i prakse za uspješno izvođenje programa poboljšanja kvalitete koji uključuju sudjelovanje menadžmenta, odgovornost menadžmenta za kvalitetu, priznavanje truda djelatnicima, smanjenje troškova kvalitete, prevenciju troškova, procjenu troškova, stavljanje naglaska na prevenciju u odnosu na inspekciju nakon pojave pogreške, te nula defekata.

Luka nautičkog turizma je specijalizirana luka, namijenjena za prihvata, čuvanje, zimovanje i opremanje plovnih objekata koji služe za rekreaciju, sport i razonodu. Razvoj usluga ukazao je na potrebu mjerenja kvalitete usluge s aspekta organizacije, s aspekta zainteresiranih skupina koje sudjeluju u proizvodnji usluge i s aspekta korisnika usluge.

Govoreći o lukama nautičkog turizma, održivi razvoj je pojam usko vezan uz luku jer podrazumijeva okvir za oblikovanje politika i strategija kontinuiranog gospodarskog i socijalnog napretka, bez štete za okoliš i prirodne izvore bitne za ljudske djelatnosti u budućnosti. Briga za okoliš i očuvanje okoliša prepoznata je i od strane ISO organizacije, pa je tako norma ISO 14001 međunarodna norma koja postavlja zahtjeve za planiranje, uspostavu, primjenu i nadzor sustava upravljanjem okolišem.

Osim brige za okolišem koja je zasigurno čimbenik koji će prepoznati nautičari koji posjećuju marine, kriteriji koji čine kvalitetnu uslugu a i pomažu konkurentnosti luke jesu: klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja, prometna dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost luka nautičkog turizma ili na nautičkom vezu u javnim lukama, ljubaznost i educiranost osoblja, ponuda ostalih sadržaja potrebnih za održavanje i opremanje plovni objekata za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, kulturna ponuda kao bitni čimbenik turističke pa tako i nautičke ponude, cijene usluga, propisi vezani uz plovidbu i stacioniranje plovni objekata, porezi i takse.

Prema istraživanjima koja su provedena prethodnih godina kao glavne konkurentske prednosti hrvatskih marina ističu se osobna sigurnost, ljepota prirode i krajolika, gastronomska ponuda, kvaliteta i čistoća mora. Marine bi se trebale truditi i u budućnosti postati prepoznatljive po gore navedenim čimbenicima dok bi usporedno trebale raditi i podizati kvalitetu ostalih čimbenika koji nisu zadovoljavajući, pritom je naglasak na infrastrukturi i obrazovanju i usavršavanju radnika u lukama nautičkog turizma.

U budućnosti, trebala bi se posvetiti i posebna pažnja ISO certifikaciji kao i dobivanje međunarodnih priznanja koja se dodjeljuju za kvalitetu koja je postignuta u marinama kao bi se postigao veći međunarodni značaj marine.

Literatura

Knjige

1. Dundović, Č.: Pomorski sustav i pomorska politika, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2003.
2. Injac, N.: Mala enciklopedija kvalitete, Zagreb, Oskar, 2001.
3. Kondić, Ž.: Kvaliteta i ISO 9000 –primjena-, TIVA Tiskara Varaždin, Varaždin, 2002.
4. Lazibat, T.: Upravljanje kvalitetom, Zagreb, Znanstvena knjiga i M.E.P., 2009.
5. Mitrović, F.: Menadžment u brodarstvu i lukama, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007.
6. Pomorska enciklopedija, II izdanje, JLZ, "Miroslav Krleža", Sv. 6., Zagreb, 1983.
7. Stamatis, D.H.: Total Quality Service – Principles, Practices, and Implementation, St. Lucie Press, Delray Beach, Florida, 1996.
8. Štajdohar-Pađen, O.: Plivati s ISO-om i ostati živ, GZH d.o.o., Zagreb, 2009.
9. Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002.

Članci, studije, pravilnici, rasprave,

10. Bukša, T.: Diferencijacija upravljanja kvalitetom kod cikličkih projekata u brodograđevnoj industriji, Tehnički fakultet Rijeci, Rijeka, 2012.
11. Kolanović, I.: Materijali s predavanja Upravljanje kvalitetom u pomorstvu, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2013.
12. Kolanović, I.: Model za mjerenje kvalitete lučke usluge, doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2010.
13. Kolanović, I.: Temeljne dimenzije kvalitete lučke usluge, Pomorstvo, Pomorski fakultet u Rijeci, god. 21, br.2 (2007)
14. Narodne novine br. 72/08
15. Pavić-Rogošić, L.: Održivi razvoj, Odraž, Zagreb, 2010.
16. Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Tomas nautika Jahting, Institut za turizam, Zagreb, 2012.

17. Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb, 2008.
18. Samardžija, J.: Kriteriji hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost, 12. međunarodni Simpozij o kvaliteti „KVALITETOM DO POSLOVNE IZVRSNOSTI“, Zagreb, 2011.
19. Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Hrvatski hidrografski institut i suradnici, Split, 2006.
20. Šiško Kuliš, M., Mrduljaš, Z.: Gurui kvalitete, Tehnički vijesnik, vol. 3, 2009.
21. Šuman, S., Pavletić, D.: TQM-Put do diferencijacije, Engineering Review, vol. 2, Dec 2008.,
22. Vuković, A., Pavletić, D., Ikonić, M.: Osnovni pristup potpunom upravljanju kvalitetom i temeljni koncepti izvrsnosti, Engineering Review, vol. 2, 2007.

Ostalo:

- <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta>
- www.deming.edu
- www.juran.com
- <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/institucije/871-predstavljamo-iso>
- <http://www.ekovet.hr/eoq-skolovanje.html>
- <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/organizacije/751-predstavljamo-eoq>
- http://www.poslovniforum.hr/zakoni/zakon_o_turistickoj_djelatnosti.asp (1.9.2013.)
- <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi->
- http://www.kagor.hr/organizacija_iso9001.htm
- http://www.kagor.hr/organizacija_iso14001.htm?gclid=CISv8qSJ5bkCFQSS3godpTMA1w
- <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj>
- <http://kvaliteta.inet.hr/e-quality/prethodni/6/internet.htm>
- <http://www.pomorskodobro.com/en/blue-flag.html>
- http://www.lijepa-nasa.hr/images/datoteke/pz2013_kriteriji_marine.pdf
- http://lijepa-nasa.hr/prijava_pm/pz_nagrade/marine.php

Popis slika

Slika 1. Subjekti koji ocjenjuju kvalitetu	8
Slika 2. Demingov krug	11
Slika 3. Juranova spirala kvalitete	14
Slika 4. Zemlje članice ISO organizacije	23
Slika 5. Kategorije za certifikaciju osoba.....	26
Slika 7. Stupanj zadovoljstva elementima ponude.....	47
Slika 8. Ocjena elemenata ponude u odnosu na konkurentske zemlje (u %).....	52
Slika 6. Sastavnice održivog razvitka	55

Popis tablica

Tablica 1. Univerzalni procesi upravljanja kvalitetom	12
Tablica 2. Crosby-eva mreža zrelosti menadžmenta kvalitete	20
Tablica 3. Šest zajedničkih točaka u pristupu TQM-u	22
Tablica 4. Kriteriji za nagradu kvalitete	29
Tablica 5. Model hrvatske nagrade za poslovnu izvrsnost	30

Popis grafikona

Grafikon 1. Udio usluga u BDP-u u 2000. godini.....	32
Grafikon 2. Udio usluga u BDP-u u 2011.godini.....	33
Grafikon 3. Razvoj nautičke turističke ponude (broj luka nautičkog turizma i marina) u Hrvatskoj u razdoblju od 1993.-2004.....	40