

Sociološki aspekti yachting industrije tijekom pandemije COVID-19

Sablić, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:642137>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET**

MARTINA SABLIC

**SOCIOLOŠKI ASPEKTI YACHTING INDUSTRIJE
TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19**

DIPLOMSKI RAD

Split, 2023.

**ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU
JEDNOPREDMETNI STUDIJ SOCIOLOGIJE**

**SOCIOLOŠKI ASPEKTI YACHTING INDUSTRIJE U
VRIJEME PANDEMIJE COVID-19**

DIPLOMSKI RAD

MENTORICA:

prof.dr.sc. Renata Relja

STUDENTICA:

Martina Sablić

Split, rujan, 2023.

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| UVOD | 1 |
| 1. SOCIOLOGIJA TURIZMA | 3 |
| 2. TURIZAM U HRVATSKOJ | 6 |
| 2. 1. Nautički turizam | 7 |
| 2.2. Yachting: pojmovno određenje | 7 |
| 2.3. Nautički turizam Hrvatske | 9 |
| 3. ODRŽIVOST TURIZMA | 11 |
| 3. 1. Ekološka održivost..... | 12 |
| 3.2. Ekonomska i društvena održivost..... | 13 |
| 3.3. Ljudski potencijali na moru..... | 14 |
| 4. PANDEMIJA COVID-19 | 17 |
| 4.1. Utjecaj pandemije na yachting industriju..... | 18 |
| 4.2. Yachting industrija u vrijeme pandemije | 18 |
| 5. SPECIFIČNOSTI YACHTINGA KLJUČNE ZA ODRŽIVOST | 21 |
| 5.1. Ugostiteljske djelatnosti | 22 |
| 5.2. Ograničenja u zračnom prometu..... | 23 |
| 5.3. Utjecaj na okoliš | 23 |
| 5.4. Cijepljenje, brzi testovi i COVID putovnice | 24 |
| 5.5. Turizam 2021. godine | 25 |
| 5.6. Nautički turizam sezone 2021. | 26 |
| 5.7. Postpandemijski trendovi | 28 |
| 6. METODOLOŠKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA | 30 |
| 6.1. Sociološki pristup istraživanju yachting industrije u doba pandemije | 30 |
| 6.2. Metode istraživanja..... | 30 |
| 6.3. Način odabira sudionika..... | 32 |
| 6.4. Način provedbe intervjua | 33 |
| 6.5. Postupak analize podataka | 33 |
| 6.6. Tablica 1. Tablični prikaz kodiranja | 34 |
| 7. REZULTATI I RASPRAVA | 36 |
| 7.1. Konkurentnost hrvatske obale | 36 |
| 7.2. Yachting općenito | 39 |
| 7.3. Karijerne perspektive | 48 |
| 7.4. Yachting industrija i COVID-19 | 52 |

| | |
|--|-----------|
| 7.5. Tablica 5. Tablični prikaz rezultata | 59 |
| 7.6. Analiza kvantitativnih podataka | 62 |
| 8. ZAKLJUČAK | 68 |
| 9. POPIS LITERATURE..... | 70 |
| 10. SAŽETAK..... | 78 |
| ABSTRACT | 80 |
| 11. PRILOZI..... | 82 |
| 11.1. Koncept: Održivi razvoj i društvene znanosti | 82 |
| 11.2. Pitanja za intervju | 83 |
| 11.3. Protokol intervjua | 84 |
| 11.4. Informirani pristanak..... | 85 |
| 11.5. Sažetak rezultata | 86 |
| 12. BILJEŠKA O AUTORICI..... | 89 |

UVOD

Turizam je za Hrvatsku iznimno važan aspekt gospodarstva, a samim time i nautički turizam. Stoga slogan „*Croatia full of life*” uistinu dočarava vrijeme turističke sezone. Jedna od djelatnosti nautičkog turizma oslanja se na luksuzna plovila za odmor – jahte. Termin „yachting” u ovom se radu upotrebljava u najširem smislu kao naziv industrije gradnje i prodaje jahti, ali obuhvaća i djelatnosti iznajmljivanja rekreacijskih plovila, kao i sve aktivnosti koje iz toga proizlaze. Rad na moru, općenito pomoraca, ali i radnika na jahtama, neizbježno prati ograničenost i izoliranost životne okoline, udaljenost od vlastite obitelji te nemogućnost napuštanja radnog mjesta tijekom određenog razdoblja. Sve navedene stavke jaki su psihosocijalni stresori i mogu rezultirati pojavom sukoba i smanjiti zadovoljstvo poslom. Dodatan izazov došao je s pandemijom koronavirusa koja je nastupila u cijelom svijetu početkom 2020. godine. Pitanja koja su se postavljala, ne samo u yachting industriji, nego i u ostalim industrijama, bila su hoće li odgovor na pandemiju biti dovoljno dobar da održi profitabilnost te kako održati kvalitetu poslovanja unatoč nametnutim mjerama i sveprisutnoj neizvjesnosti.

Ovaj diplomski rad započinje kratkim prikazom uloge društvenih znanosti, točnije sociologije turizma, u odgovoru na velike globalne fenomene. U drugom poglavlju riječ je o hrvatskom turizmu oslanjajući se najviše na trenutačno najaktualniji izvor za to područje, Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine. Naglasak je stavljen na nautički turizam i njegovu društvenu održivost. Treće poglavlje ukratko opisuje rad na moru, određene prikladne značajke i vještine objašnjava važnost motivacije i timskog rada.

Četvrto poglavlje opisuje pandemiju, pojavu i razvoj, potom utjecaj na nautički turizam, dok u sljedećem poglavlju razrađuje prilagodbu kroz odgovor zdravstvene zajednice – cjepivo protiv virusa, ali i inovacije u poslovnoj praksi glavnih sudionika yachting industrije, a na kraju sagledava postpandemijske trendove.

Obzirom da dosadašnji radovi češće problematiziraju ekološke ili gospodarske aspekte održivosti industrije, u ovom radu utjecaj pandemije sagledava se u društvenom smislu kroz utjecaje na djelatnike yachting industrije i utjecaja na etiku oblikovanja radnih uvjeta uz poštivanje temeljnih društvenih vrijednosti. Svrha je ovog rada istražiti kako uspješnost

yachting industrije značajno ovisi o društvenim faktorima, ali i preko poslovnih praksi utječe na njezine sudionike.

Unutar empirijskog dijela rada realiziran je polustrukturirani intervju za djelatnike u yachting industriji na području Splitsko-dalmatinske županije u proljeće 2022. godine. Unutar šestog poglavlja objašnjavaju se metodološki procesi, argumentiraju metodološki postupci te raspravlja o nalazima istraživanja konkurentnosti hrvatskog turizma, općenito o radu u yachting industriji, karijernim perspektivama i utjecaju pandemije na industriju. Kvalitativni podatci podržani su analizama statističkih podataka iz službenih izvora o zaposlenosti, procijepljenosti i gospodarskih ostvarenja u utjecajnom razdoblju pandemije.

Unutar rasprave kroz sedmo poglavlje javljaju se dodatne, nepredviđene pod teme čija je važnost istaknuta u odgovorima sudionika istraživanja, a prijedlog su za daljnja istraživanja. Uz prepoznavanje važnosti sektora nautičkog turizma u cjelokupnom gospodarstvu Hrvatske, doprinos istraživanja bolje je razumijevanje toga kako je upravljanje zdravstvenom krizom izgledalo iz doživljaja djelatnika yachting industrije, odnosno adresiranje prilagodbi koje su zaista podržale ekonomiju, ali i stavile dodatan pritisak na ljudski potencijal turizma.

1. SOCIOLOGIJA TURIZMA

Sociologija turizma proučava turizam kao socio-kulturni fenomen društva, razmatra motivaciju i ponašanje turista te opisuje kako turizam utječe na destinacije i lokalno stanovništvo. Pojmovni nastanak turizma pojavljuje se na prijelazu iz 17. u 18. stoljeće i potječe od latinske riječi *tornare* ili grčke *tornos*, a označava kretanje u krugu ili oko centralne osi, odnosno kretanje koje završava odakle je počelo (Šuran, 2016, 10).

Uspon turizma započinje s putovanjima Grand Tour Europom u sedamnaestom stojeću koja realiziraju mladi aristokrati s privilegijom putovanja s političkim, kulturnim i umjetničkim ciljem, ponekad u trajanju od čak nekoliko godina. Za vrijeme prosvjetiteljstva intenziviraju se putovanja u svrhu upoznavanja neistraženih naroda i kultura. Tada je već putovala i dobrostojeća građanska klasa. Tek u dvadesetom stoljeću turizam postaje blizak nižim društvenim slojevima, ali tek uz smanjenje radnih sati i priznavanje godišnjih odmora. Poslovanje temeljeno na turizmu počinje kada 1845. godine Thomas Cook organizira odmore i izlete vlakom započevši tako masovni turizam (Šuran, 2016, 71–76).

U društvenim znanostima početkom dvadesetog stoljeća interes za turizam zasniva se na analizama ekonomskih ponašanja i motivacije stranca-turista definiranog na konferenciji UN-a 1963. godine kao privremenog posjetitelja koji za svrhu putovanja ima zadovoljstvo, rekreaciju, odmor, zdravlje, istraživanje, religiju ili sport (Šuran, 2016, 23). Sloboda kretanja i želja za istraživanjem psihosocijalni su aspekti turizma koje proučavaju društveni znanstvenici naglašavajući nesklad između povijesne, gospodarske i društvene važnosti sa znanstvenim doprinosima fenomena. Zanimanje antropologije pažnju usmjerava na kulturne dodire, kulturne sukobe te uzorke koji generiraju turizam. Psihologija analizira potrebe i razinu zadovoljstva turista, a korisna je za propagandu i marketing jer razumijevanjem preferencija oblikuje ponudu izbora (Šuran, 2016, 35–39). Sociologija pomaže prilikom tumačenja društvenih ponašanja koja ne mogu biti sasvim objašnjena posredstvom tradicionalne ekonomske analize. Značajan je Simmelov esej o strancu, ambivalentnom odnosu između tuđinca i domaćina te napetosti koja je rezultat bliskosti, ali i udaljenosti. Veblen piše o upadljivoj potrošnji pa razlikuje kupnju raskošnih predmeta i onu nematerijalnu, tj. demonstrativnu potrošnju kakvo je neproduktivno putovanje.

Najrelevantnija promjena u sociologiji turizma odnosi se na prelazak iz isključivo ideološke ili kritične faze prema primjenjivim znanjima iz terenskih istraživanja. Sedamdesetih godina počinju se razmatrati čimbenici privlačnosti destinacije i motivacije turista pa se o turizmu priča

u smislu čimbenika *push* i *pull*, odnosno faktora. Prihvaćeno je stajalište da uz želje i motive koje guraju turista, razvoj turizma neke destinacije ili zemlje ovisi o privlačnim sadržajima ili pogodnostima koje ona nudi (Horvat, 1999, 64).

Doprinos Valene Smith stoji u tipologiji koja dijeli turizam na etnički, kulturni, povijesni, ekološki i rekreativni. Sami turisti mogu biti istraživači koji promatraju i sudjeluju zajedno s lokalnim stanovništvom, elitni turisti koji za putni aranžman biraju specijalizirane organizacije i pakete *all inclusive*, neobični turisti koji traže jedinstvenost iskustva ili masovni turisti koji su usmjereni prema najrazvijenijim uigranim turističkim destinacijama najčešće zapadnog standarda. Eric Cohen putovanje smatra udaljavanjem od vlastitoga središta i prepoznaje dva tipa turista: *vacationers* usmjerene na razbijanje svakodnevne rutine i *sightseers* koji su uvijek u potrazi za novim i neobičnim. Dakle, njegova tipologija za cilj putovanja uzima odmaranje ili razgledavanje. Cohen rekonstruira turizam suvremenoga društva opisujući različite situacije: autentičnu koja se odvija van organiziranih prostora, prikazanu autentičnost gdje je scena unaprijed pripremljena za turista, poricanje autentičnosti kada je scena objektivno stvarna, ali turist pristupa sumnjičavo radi prethodnih situacija gdje je bio izmanipuliran te programirani turizam kada je scena otvoreno pripremljena za turista što je turistu jasno (Cohen, 1974, prema Šuran, 2016, 62–64). U jednom smislu turizam podrazumijeva najpozitivniji i najoptimističniji izraz potrošačkog društva, ali s druge strane turističko iskustvo podložno je manipulaciji i komercijalizaciji pa se na temelju Goffmanovog pristupa u društvenim odnosima između turista i lokalne zajednice postavljaju interakcije u *front region* i *back region* (Šuran, 2016, 127).

Kritičke teorije ideološki ukazuju na kulturne paradokse, narušavanje socijalne ravnoteže i sukobe vrijednosti radi razvoja, razarajući mit o turizmu kao neutralnom i bezopasnom nositelju suradnje. Suvremeni sociolog izlazi na teren i upotrebljava metodologiju kako bi došao do primjenjivih znanja o izazovima profitabilnosti i organiziranja, aktivnim pristupom uključuje nove teorije poput održivog turizma, hiperturizma i teorija gradskih korisnika. Turističko iskustvo tako je znak prelaska iz nerazvijenosti na viši standard i podrazumijeva se za građanina koji je nomad suvremenog društva (Šuran, 2016, 143–145).

Informacijske i komunikacijske tehnologije su redefinirale turizam kakav poimamo danas. Zahvaljujući napretku tehnologije i činjenice da smo društvo kojemu su informacije nadomak ruke, industrija turizma koristi nove kanale komunikacije kako bi bila dostupna masama. Turist ima pristup neiscrpnim informacijama o ponudi određene destinacije prema čemu samostalno može organizirati svoje putovanje te posjetiti i manje popularne lokacije koje nisu nužno u ponudama klasičnih turističkih agencija i posrednika. Nove generacije sve više putuju što je

dovelo do transformacije turizma. Milenijalci i Generacija Z su stasali uz društvene mreže koje se donijele promjene u svim aspektima života, tako i putovanja. Zahvaljujući primamljivim slikama raznih destinacija koje se čine bliže razvija se težnja njihovom posjećivanju. Zbog toga društvene mreže postaju glavni marketinški alat mnogim destinacijama. (Corbisiero, 2022, 60-62).

Kako različite generacije putuju, svaka generacija razvija različite potrebe, želje, očekivanja, kulturološke i komunikacijske prakse te potrošačke navike. Milenijalci i Generacija Z svojim navikama mijenjaju trendove u turizmu. Sve je jači naglasak na iskustvima tijekom putovanja kao što su razni izleti, festivali ili avanturistički sportovi što nije bilo prisutno kod prijašnjih generacija. Uočavanje tih promjena je značajno kako bi se mogao pratiti daljnji tijek razvoja turističkih ponuda. Kod Generacije Z je ključno to što su oni generacija koja je odrasla uz društvene mreže i internet, a njihove temeljne vrijednosti su inkluzivnost i briga o okolišu. Ovo je ključno za turističku ponudu zato što Generacija Z ima naviku više istraživati o destinacijama i kompanijama koje koriste u svoje turističke svrhe te biraju one sa kojima dijele vrijednosti (Corbisiero, 2022, 6-8).

2. TURIZAM U HRVATSKOJ

Izradu poticajne turističke politike temeljem koje bi Hrvatska postala konkurentna na europskom turističkom tržištu treba sagledati u usporedbi s trendovima i iskustvima sličnih zemalja te prilagoditi svojim specifičnostima. Dokument *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* za cilj i viziju određuje da Hrvatska postane „konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve”. Upravo su ljudi u središtu ulaganja za gospodarski i društveni razvoj koji uz održivost podrazumijeva još i zelenu tranziciju, digitalnu tranziciju te ravnomjeran regionalni razvoj.

Dominantna je ekonomska aktivnost Hrvatske turizam, što je sigurno utjecalo na ekonomska kretanja i društvene procese, a tvrdnju podupire podatak da je u 2019. godini doprinos turizma u bruto domaćem proizvodu bio čak 11,8 % izravno te 19,5 % neizravno. Lokalni stanovnici itekako su svjesni potencijala Hrvatske i mogućnosti turističkog razvoja, ali sa željom odgovornog upravljanja i korištenja raspoloživih resursa. Stanovnici općenito smatraju učinke turizma većinski pozitivnima, iako postoji razlika u odnosu na regije: u Jadranskoj Hrvatskoj, gdje se turizam dominantno odvija (96 % noćenja u 2009., 94,5 % noćenja u 2019.), snažnije percipiraju i njegov negativan utjecaj. Ipak, svi snažno podupiru turizam i zainteresirani su za uključivanje u razvojne procese. Temeljna su osnova turističke ponude Hrvatske prirodne vrijednosti i kulturno-povijesna baština, odnosno njezin smještaj na različitim povijesnim putovima i vrijedne ljepote od kojih značajan dio još uvijek nije dovoljno turistički vrednovan. U očuvanom prirodnom krajoliku, uz raznolikosti od mora do krških reljefa, gora i rijeka pa sve do nizina ruralne Hrvatske, postoji čak 9,22 % zaštićenih područja, odnosno osam nacionalnih parkova dvanaest parkova prirode, a broj posjetitelja neprekidno raste (Strategija razvoja, 2022, 26–28).

Kvaliteta mora i razvedenost obale omogućili su dugogodišnji razvoj ljetnog turizma. Usto je sve negativnije mišljenje o pojavi masovnog turizma zbog velikog broja ljudi koji ga zastupaju. Kritika glasi da sa emitivnih područja stižu konzumenti određenih usluga turističkih agencija kao posrednika te se nalaze u ulozi pasivnih potrošača prirodnih i kulturnih resursa receptivnih zemalja, a negativno se vrednuje odnos određene vrste gosta prema resursima zemlje domaćina koji može biti površan, a ponekad i devastatorski (Horvat, 1999, 7). Ipak se masovnost mjeri i brojem noćenja, ukupnim prihodom i zaradom turističke zemlje, a onda ova vrsta i struktura

ponude također ima pridjev masovna nasuprot elitnoj, iako taj fenomen značajno jača gospodarstvo.

2. 1. Nautički turizam

Nautički turizam u kojem je motiv putovanja prvenstveno višednevna plovidba i povezani doživljaji na moru i kopnu (Horak, 2015) razvio se u jednu od najvažnijih turističkih grana. Industrija nautičkog turizma dijeli se na osnovne djelatnosti (charter, cruising, luke), sporedne djelatnosti (veslanje, ribolovni turizam, ronjenje, surfanje, rafting) i dopunske djelatnosti (brodogradnja megajahti, proizvodnja malih plovila, nautičke opreme, škole jedrenja).

Konkretno na Mediteranu nautički turizam od osamdesetih godina bilježi prosječnu stopu rasta od oko 15 % godišnje. U zemljama Mediterana i Europe razvoj nautičkog turizma bio je kontinuiran i stabilniji nego bilo koje druge turističke vrste (Luković, 2009, 358). Europa sa 70.000 km obale, 37.000 km plovnih rijeka i više od 10.000 marina s 1,75 milijuna vezova čini čak 70 % svjetskog yachting chartera, od čega najveći udio zauzima područje Mediterana. Kao dio mediteranske regije Hrvatska je jedna od najpopularnijih ne samo europskih, nego i svjetskih destinacija nautičkog turizma. Jedan od razloga popularnosti jest razvedenosti obale, odnosno otočni arhipelag koji broji više od tisuću otoka, otočića, hridi i grebena, točnije njih 1.244 i obalu dužine 6.176 km, stoga ima dugu tradiciju kada je riječ o pomorstvu (Horak, 2015).

Trend jačanja nautičkog turizma i yachting industrije prisutan je globalno. Najpopularnije su svjetske destinacije nautičkog turizma (kao i u slučaju globalno najjačih yachting industrija) Europa i SAD. U okviru Europe nedvojbeno najpopularnija yachting destinacija je Mediteran, dok je u SAD-u to Karipsko otočje. Sukladno tome i sezone se dijele na mediteransku i karipsku. Mediteranska sezona traje od travnja do listopada, dok karipska traje od listopada do travnja (Baraka, 2021, 8).

2.2. Yachting: pojmovno određenje

Termini „yachting turizam” i „nautički turizam” često se smatraju sinonimima, međutim oni to nisu. Yachting turizam zapravo je jedan od oblika nautičkog turizma. Naime, primarno se nautičkim turizmom smatrao turizam povezan s plovidbom radi razonode i s tim povezane aktivnosti i djelatnosti, što uključuje i usluge marina. Međutim, pojavom kruzera i vrsta usluga koje oni nude, cruising turizam odvajao se sve više od drugih oblika nautičkog turizma.

Navedene se usluge uvelike razlikuju od onih na jahtama i sličnim plovilima, iako je svrha putovanja gotovo ista. Nadalje, postoje velike razlike i u vrstama luka, itinererima, standardu ponude i slično. Ponudi usluga značajno je doprinijela činjenica da cruising turizam obilježava masovnost, za razliku od elitnog yachting turizma. Tako su se u terminologiji razvila dva temeljna oblika nautičkog turizma, a to su cruising turizam i yachting turizam, a u hrvatskom jeziku za te aktivnosti predloženi su termini „jahtarenje” i „krstarenje” (Horak, 2015).

Pojam yachting odnosi se na posjedovanje i upotrebu jahti kao plovila za odmor i rekreaciju. Yachting obuhvaća i sve djelatnosti koje iz toga proizlaze pa se u širem smislu odnosi na industriju proizvodnje i prodaje jahti, čime se bave specijalizirana poduzeća, te na najam jahti, čime se bave charter agencije. Jahta je vrsta plovila koje je dizajnirano i opremljeno za duži boravak na moru, uglavnom radi odmora, razonode, sporta i rekreacije. Ovisno o namjeni i vrsti, jahte mogu biti različitih veličina. Jahte do dvanaest metara smatraju se manjim obiteljskim plovilima koja su uglavnom namijenjena za priobalnu plovidbu. Najveće jahte su one oceanske, s više od 3.000 tona istisnine, koje su napravljene na način da pružaju potpuni komfor i sigurnost na otvorenom moru. Riječna plovidba u pravilu podrazumijeva upotrebu riječnih plovila, poput kanua, kajaka, brodova ili jahti, za putovanje i istraživanje prirodnih ljepota riječnih tokova, jezera i kanala. (Hrvatska enciklopedija, 2021). Kada je riječ o jahtama u kontekstu nautičkog turizma, uglavnom se radi o plovilima dužine od 24 do 100 metara i primarno voze na motorni pogon, iako često imaju i jedra (Baraka, 2021).

Gradnja jahti kao organizirana djelatnost potječe iz 17. stoljeća. U to vrijeme ova su se plovila primarno gradila po narudžbi za odmor i rekreaciju vlasnika koji su najčešće bili pripadnici plemstva i bogatog građanstva. Prva službena natjecanja jahti organizirala su se u 18. stoljeću, a tradicija osnivanja klubova vlasnika jahti započela je u 19. stoljeću. Stoga se u oba slučaja može reći kako je riječ o relativno mladim tradicijama. Kada je riječ o yachtingu kao djelatnosti bavljenja rekreacijskom plovidbom, vlasnici jahti, odnosno kupci i naručitelji, i danas su pojedinci visoke platežne moći. Nerijetko države, ratne mornarice, članovi kraljevskih obitelji ili kraljevske kuće posjeduju velike jahte. Međutim, industrijska proizvodnja jahti omogućila je gradnju većih serija ovih plovila pa su cijene manjih jahti postale pristupačne nešto širem krugu ljudi (Hrvatska enciklopedija).

Također, širenje iznajmljivanja jahti dodatno se je proširilo krug ljudi koji se bave yachtingom u ulozi unajmljivača. Vlasnici i unajmljivači jahti uglavnom su rekreativci i hobisti te se prema tome smatraju nautičarima. Međutim, pomorac je prvenstveno osoba čije je zanimanje plovidba morem, neovisno o zvanju i činu (Rječnik hrvatskog jezika). Prema tome, nautičar je osoba

koja se rekreativno bavi plovidbom, najčešće u slobodno vrijeme, dok je pomorac osoba kojoj je plovidba posao. Ti se poslovi obavljaju na plovilima koja nisu u njihovom vlasništvu, već u vlasništvu nekog poduzeća. Granica između ovih pojmova nije uvijek jasna, a spomenuti se pojmovi u govornom jeziku često miješaju. U stručnom se i znanstvenom diskursu nautika i pomorstvo u mnogočemu se isprepliću. Iako nautika (grč. „brodarsko umijeće”) obuhvaća djelatnosti i vještine vezane primarno uz rekreativnu plovidbu, također se odnosi na ukupnost znanja i vještina potrebnih za općenito upravljanje brodom. Samim time nautika pripada u pomorstvo koje je širi pojam, a obuhvaća vještine kao što su upravljanje i manevriranje brodom te rukovanje brodskom opremom i teretom u užem smislu (Hrvatska enciklopedija, 2021).

Tržište rekreacijskih plovila obuhvaća tri ključne djelatnosti: proizvodnju novih plovila (jahti), zatim djelatnost najma postojećih plovila koja nedvojbeno zauzima najveći udio u ukupnoj vrijednosti ovog tržišta te djelatnost nadzora i servisa (Grand View Research, 2020). Proizvodnja rekreacijskih plovila u europskim je zemljama vrlo raznovrsna i kreće se u širokom rasponu formata – od serijske proizvodnje do izrade unikatnih plovila po narudžbi. Unutar Europe yachting industrija najjača je u Francuskoj koja prednjači u proizvodnji plovila, plovnom parku, broju raspoloživih vezova, broju poduzeća koja se bave yachtingom i broju zaposlenih. Prema broju marina u Europi je na prvom mjestu Italija koja je također na vrhu ljestvice prema vrijednosti yachting industrije s godišnjim prihodom od oko 1,3 milijuna eura. (Horak, 2015).

2.3. Nautički turizam Hrvatske

Atraktivna obala i povoljni uvjeti plovidbe tijekom većine godine, adekvatna infrastruktura i duga tradicija razlozi su atraktivnosti i profitabilnosti nautičkog turizma Hrvatske koji, osim nautičara na vlastitim plovilima, donosi nautičare u charteru koji unajmljuju plovila kod charter agencije. U Hrvatskoj djeluje više od tisuću charter poduzeća koja iznajmljuju oko 4.000 plovila (Horak, 2015).

U 2019. godini, netom prije pandemije, Hrvatska je bilježila rast broja plovila na stalnom vezu od približno 5 %, a krajem 2019. godine u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj na stalnom vezu bilo je 14.249 plovila. Marine, uz charter agencije, čine glavninu prihoda od nautičkoga turizma u Hrvatskoj. Preciznije je u 2019. godini Hrvatska ostvarila 918 milijuna kuna (bez PDV-a) s otprilike 60 marina s ukupno oko 17.000 vezova u moru (Strategija razvoja, 2022, 20). Marine su uglavnom smještene u gradovima ili uvalama na otocima, a osim sidrišta i utočišta, marine nautičarima pružaju i svu potrebnu infrastrukturu za servis plovila kao i

dodatne ugostiteljske, turističke i druge sadržaje. Na taj način predstavljaju ključnu točku u organizaciji nautičkog turizma.

Za Hrvatski nautički turizam tijekom petogodišnjeg razdoblja između dvaju istraživanja nautike stavova i potrošnje nautičara u Hrvatskoj moguće je zaključiti kako su se dogodile sljedeće promjene: prosječna razina obrazovanja i primanja nautičara se povećala, broj nautičara koji posjećuju Hrvatsku po prvi puta se značajno povećao, sve je popularniji dolazak zrakoplovom, internet je postao dominantan izvor informacija, znatno se više upotrebljavaju unajmljeni skiperi, prosječno su nautičari izuzetno zadovoljni svim elementima nautičke ponude i tijekom odmora prosječno troše više novca (Marušić, Horak, Sever, 2018).

3. ODRŽIVOST TURIZMA

U dokumentu Svjetske komisije za okoliš i razvoj *Our Common Future* iz 1987. godine prvi se put uvodi pojam održivog razvoja koji misli na potrebe buduće generacije i želi očuvati svoje resurse (Šuran, 2016, 119). Učinci razvoja turizma redom su: **ekološki, ekonomski i društveno-kulturni** (Štambuk, 2019, 51–52). Podijeljeni su na pozitivne i negativne kako je opisano u nastavku.

Pozitivni učinci:

1. očuvanje prirode te povijesnih i kulturnih lokaliteta, više inicijative za čišćenje prirodnog okoliša, poboljšanje lokalne infrastrukture, povećanje svijesti o problemima zagađenja;
2. veća ponuda radnih mjesta, koristi od inozemnog novca, poboljšanje životnih uvjeta lokalnih stanovnika, ekspanzija drugih ekonomskih sektora;
3. veći interes za očuvanjem kulturnog nasljeđa, ponovno oživljavanje tradicije i običaja, razvoj kulturnih događanja, jačanje ponosa na vlastitu kulturu.

Negativni učinci:

1. devastacija vegetacije, ekološki poremećaji, tj. zagađenje vode, zraka i dr., povećana proizvodnja i teškoće s odlaganjem smeća, oštećenja arheoloških lokacija, prezasićenost prostora s obzirom na prirodni kapacitet;
2. prevelika ekonomska ovisnost gospodarstva o turizmu, kontrola stranih investitora, turizam kao oblik imperijalizma, nestabilni i neadekvatni uvjeti zaposlenja;
3. konflikti među različitim kulturama, osjećaj podređenosti lokalnog stanovništva, imitiranje ponašanja turista, tj. demonstracijski učinak, komercijalizacija kulture i nestanak autentičnosti.

Sociologija turizma naglašava načela odgovornog rasta turističkog gospodarstva, proučava procese od lokalne preko nacionalne do globalne razine i prilagodbu turističke ponude potražnji. Pretjeranim iskorištavanjem destinacijskih resursa i neadekvatnim upravljanjem razvojem mogu se uništiti vrijednosti i život lokalnog stanovništva. Plansku težnju održivom razvoju trebaju poticati vlada i javne i obrazovne institucije zajedno s civilnim sektorom i privatnim organizacijama, a najbolje rezultate imat će njihova integrirana suradnja (Pavat, 2018, 16–24).

3. 1. Ekološka održivost

Ekološki problemi u morskim sustavima ne počinju i ne završavaju na moru, već proizlaze iz društvenih i povijesnih procesa. Promjene koje se odvijaju u oceanu uzrokuju u ekosustavima ozbiljne posljedice za zemlju te su u osnovi društveni problemi i legitiman predmet društvenih istraživanja. S obzirom na niz odnosa institucija i društvenih struktura koje su usko povezane i djeluju u interakciji s morskim ekosustavima, kao i njihovu temeljnu važnost za ljudski život, sociologija ima svoju ulogu u razumijevanju ekoloških pitanja (Lango, 2016, 465).

Oceani nude obilje rekreativnih aktivnosti, a brojne turističke destinacije ovise o čistim i zdravim vodama. Nekoliko godina prije pandemije uočeno je da se trendovi u nautičkom, odnosno yachting turizmu mijenjaju u smjeru rasta kvalitete ponude, okretanja prema ekološkom poslovanju i inovacijama u aranžmanima. Prikazivanju prirodnih atrakcija potrebno je osigurati prepoznatljivost, ali i dostupnost te signalizirati turistima zanimljive vrijednosti Hrvatske prirode (Strategija razvoja do 2030., 2022, 27), a njihovo očuvanje nastoji se postići konkretnim primjerima navedenim u nastavku.

Projekt „Razvoj okvira za upravljanje ekološkom mrežom Natura 2000”, bio je najveći projekt osnaživanja sustava zaštite prirode u Hrvatskoj potpomognut Ministarstvom gospodarstva i održivog razvoja. Putem nacionalne kampanje „poslušaj glas prirode” ima cilj potaknuti pozitivnu promjenu stavova i navika stanovništva u cilju zaštite prirode i očuvanja bioraznolikosti (European Commission: Environment, 2008).

Projekt SEAS – Sačuvajmo ekosustave Jadranskoga mora aktivnim sudjelovanjem – potiče donošenje novih zakona, politika i provođenje dodatnih istraživanja i analiza u svrhu jačanja znanja koje će se upotrebljavati i analiza u svrhu zaštite morskog okoliša. Provođe ga Udruga sunce i partneri Zelena Istra, Urbanex i USN norveško sveučilište. (WWF Adria, 2021).

Inicijativa „Plavi cvijet” program je Ministarstva turizma, Ministarstva zaštite okoliša i energetike te Hrvatske turističke zajednice koji za cilj ima promovirati održivost plaža i marina u Hrvatskoj, a provodi se od 1998. godine. Nagrađuje zadovoljenje visokih standarda, a plaže i marine ocjenjuju se na temelju različitih kriterija poput kvalitete vode i plaže, upravljanja i održavanja. Plaže dobivaju plavu zastavu kao međunarodni simbol ekološke kvalitete i održivosti turističke destinacije koja je učinkovit alat za promicanje zaštite priobalnog područja, a za najuređeniji grad na Jadranu 2022. godine nagradu je dobio grad Rovinj (Grad Rovinj – Rovigno, 2022).

Održivi je razvoj u interesu svim skupinama koje aktivno koriste more pa nije čudno da se provođenje projekata i planiranje dugoročnih rješenja odvija na svim razinama, od vlade preko obrazovnih institucija do privatnih poduzeća.

3.2. Ekonomska i društvena održivost

Razmatrajući resurse Hrvatske, promet u kontinentalnom dijelu neproporcionalan je realnim mogućnostima. Stoga je jedan od važnih ciljeva održivog turizma regionalno ravnomjerniji razvoj umjesto izrazite prostorne koncentriranosti moru (Strategija razvoja, 2022, 17).

Kompleksnost i premreženost karakteristike su turističke usluge, a uz izravno zapošljavanje u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te putničkih agencija, postoji velik broj neizravno povezanih poslova.

Ljudski potencijali u turizmu susreću niz velikih izazova: nedostatak ljudi za sezonski rad, potreba za kompetentnim i osposobljenim radnicima s iskustvom, poželjnost motivacije i angažmana na svom poslu, kao i želja da se na poziciji žele zadržati, usavršavati i sa zanimanjem razvijati sebe i poslovanje. Demografska slika Hrvatske i migracije stanovništva dodatno otežavaju ovu situaciju pa će za održivost turizma biti značajno sustavno planiranje i upravljanje ljudskim potencijalima na mikro i makro razini (Strategija razvoja, 2022, 32).

Slaba obuka zaposlenika, manjak kvalifikacija radnika, niska plaća i niska produktivnost te nefleksibilno tržište rada za zapošljavanje stranaca konkretna su loša praksa zapošljavanja. Ljudski potencijal za Hrvatsku trenutačno predstavlja ograničavajući čimbenik održivosti razvoja turizma. S druge strane, ljubaznost i gostoljubivost lokalnog stanovništva prepoznato je i cijenjeno obilježje Hrvatske, čemu doprinose upravo zaposleni u ugostiteljskim djelatnostima. Udio zaposlenih tu je jedan od najviših u Europskoj Uniji, ali Hrvatska se svejedno suočava s velikim nedostatkom radne snage, prvenstveno zbog visoke potražnje radnika, ali i zbog konkurentnosti turističkih zanimanja na tržištu rada. Idući je izazov izrazita sezonalnost, čak i najveća na Mediteranu, koja je izravno povezana s glavnim proizvodima morem i suncem. Specifičnost je sezonalnosti uvjet ugovora na određeno radno vrijeme koji nepovoljno utječe na sigurnost radnih mjesta u turizmu pa jača fluktuaciju radne snage u ostale djelatnosti. Navedeni izazovi mogli bi zbog nepovoljnih kretanja u demografiji u budućnosti biti još izraženiji, dok privlačenje i zadržavanje kvalitetnih radnika predstavlja preduvjet za konkurentan i otporan turizam (Strategija razvoja, 2022, 55–56).

Turističku politiku treba krojiti etično, vodeći računa o turistima, ali i o domaćinima i okolišu koji uz prednosti trpe i posljedice turizma koje bi se mogle izbjeći poimanjem budućnosti razvoja. Nije važno samo povećanje broja posjeta, ostvareni godišnji promet u odnosu na druge zemlje i prethodne sezone, već bi se zakonodavni i upravljački okvir trebao učiniti učinkovitijim za sve aspekte.

3.3. Ljudski potencijali na moru

Svaka osoba koja radi na plovilu mora ispunjavati zakonom propisane uvjete, a uz to mora posjedovati specifična znanja i vještine kako bi mogla obavljati poslove u sklopu svog angažmana. Prema Pravilniku o zvanjima i svjedodžbama o osposobljenosti pomoraca Ministarstva mora, prometa i infrastrukture i na temelju Pomorskog zakonika svi članovi posade moraju proći obuku o mjerama sigurnosti na plovilu. Ta obuka uključuje: upoznavanje sa slučajevima opasnosti na putničkom brodu, pružanje usluge putnicima u putničkim prostorima, upravljanje skupinama ljudi u izvanrednim okolnostima, upravljanje u izvanrednim okolnostima i upravljanje ljudskim ponašanjem te sigurnost putnika, sigurnost tereta i dr. Kao što je vidljivo iz ovih propisa, pružanje usluge putnicima na putničkim plovilima jedna je od ključnih stavki temeljne edukacije pomoraca, odnosno osoblja koje pruža izravne usluge putnicima u putničkim prostorijama broda. Ova stavka ponajprije obuhvaća sposobnost radnika da adekvatno komuniciraju s putnicima na temelju znanja jednog ili više stranih jezika kako bi im pružili osnovne upute i informacije vezane za sigurnost putovanja, kao i informacije vezane za usluge koje se pružaju na plovilu (Narodne novine 85/21, 181/04, 76/07, 146/08, 61/11, 56/13, 26/15 i 17/19).

Dodatna edukacija pomoraca ovisi o tome koji točno posao radnik na plovilu obavlja. U ovom je radu naglasak na pomorcima u yachting industriji, od kojih se većina njih na plovilu na kojem rade bavi uslužnim djelatnostima i uglavnom prolazi edukacije koje provodi samo poduzeće, vlasnik broda ili agencija. Primjerice, Pomorsko učilište *Atlantis* iz Splita pokrenulo je program *Atlantis Yachting Academy* koji polaznicima nudi praktičnu nastavu na brodu, 35 metara dugoj jahti za različite vrste poslova: brodske stjuarde/stjuardese, kuhare/kuharice, članove posade koji rade na palubi, odnosno pomažu u održavanju trupa, prilikom pristajanja i na pomoćnim poslovima tijekom plovidbe. Za posao brodske stjuardese polaznici programa educiraju se o uslužavanju gostiju, barmenstvu, sommelierstvu, osnovama poslova bariste, za poslove pranja i peglanja rublja i općenito održavanja interijera jahte. Iz Pomorskog učilišta *Atlantis* napominju

da je pogrešno razmišljanje kako se to „uči u hodu” jer upravo takav stav otvara prostor za brojne greške koje u ovoj industriji nipošto nisu prihvatljive (Posao u turizmu, 2021).

Yachting je vrlo zahtjevna industrija, stoga je adekvatna edukacija usklađena s najvišim i najnovijim standardima kvalitete od goleme važnosti. Udruženja agencija koje se bave luksuznim charterom ustanovile su 2013. godine posebne smjernice za ocjenu izvrsnosti usluge na plovilima. Na tim se smjernicama temelje novi standardi kvalitete koji obuhvaćaju i profesionalnu izvrsnost osoblja kao jedan od ključnih čimbenika. Ta stavka opravdava 50 % cijene aranžmana (Topić, 2013). Cjelovita institucionalizirana izobrazba pomoraca, programi dodatnog osposobljavanja i zakonodavni okvir te standardi kvalitete u pomorstvu razvijaju se tek u novije vrijeme. Naime, osposobljavanju pomoraca u prošlosti nije se pridavala pažnja koja se danas podrazumijeva, a nepostojanje zakonodavnih normi moguće je objasniti činjenicom da su znanja koja su pomorci stjecali plovidbenom praksom na tadašnjem stupnju razvoja tehnologije pomorskog prijevoza bila dovoljna (Uglešić, 2012).

Međutim, zahtjevi pomorskog gospodarstva postali su sve veći tijekom 19. stoljeća, kada se u edukaciji pomoraca događa prva velika prekretnica. Tada započinje i veći angažman države u smislu regulacije u području pomorskog obrazovanja. Tako se na hrvatskom dijelu Jadrana tada osnivaju i prve javne pomorske škole (Uglešić, 2012). S vremenom, kako se pomorska industrija razvijala, a kasnije unutar nje yachting i charter industrija, postalo je jasno kako mnogi poslovi u okviru te industrije zahtijevaju visoko obrazovanje, dodatno osposobljavanje i usavršavanje, kao i to da obrazovni programi za te poslove moraju biti sveobuhvatniji i maksimalno fleksibilni. I na području obrazovanja pomoraca sve se više govori o cjeloživotnom obrazovanju uz obaveznu upotrebu suvremenih tehnologija kao nužnom preduvjetu za stjecanje svih potrebnih vještina za rad (Nenadić, Krajinović i Jašić, 2012).

Osim obrazovnih programa koje putem tečajeva provode privatne obrazovne ustanove, agencije i poduzeća, edukaciju pomoraca u Hrvatskoj i drugim pomorskim zemljama provode i državne obrazovne ustanove. Tako se trenutačno na stranicama Ministarstva mora, prometa i infrastrukture, preko portala e-Pomorac, mogu pronaći aktualni tečajevi za izobrazbu pomoraca. Trenutačno se provode 73 obrazovna programa koji nude privatne (Horizont Pomorski trening centar Split, Diverso Impex d.o.o. i dr.) i državne ustanove (Pomorski fakultet u Splitu, Sveučilište u Zadru). Nude se različiti obrazovni programi, između ostaloga za temeljnu sigurnost na brodu, za posao radio operatora, za poslove upravljanja ljudskim potencijalima na plovilu, za poslove menadžmenta, odnosno rukovođenja timom i unaprjeđenja timskog rada na brodu i dr. (e-Pomorac, 2023). U svakoj industriji ljudski su potencijali ključni

čimbenik uspjeha, no to je posebno naglašeno u uslužnim djelatnostima, pogotovo u yachtingu. Menadžment stoga mora biti zainteresiran za prepoznavanje visoko motiviranih pojedinaca koji su spremni i sposobni kvalitetno raditi. U yachting industriji zaposlenici moraju imati ključne karakteristike (Nikić, 2004): empatiju, odnosno međusobno suosjećanje i razumijevanje; sposobnost suradnje i želje za zajedničkim radom; sposobnost jasne i otvorene komunikacije i sposobnost postavljanja jasnih normi i očekivanja. Također je potrebna visoka razina samosvijesti i samokritičnosti u procjeni svojih sposobnosti, kao i visoko samopouzdanje i sposobnost motivacije kolega. To je zato što je od trenutka isplovljavanja charter agencijama otežano nadgledati zbivanja na brodu. Yachting industrija vrlo je zahtjevna, konkurencija je velika, pa tako i izazovi s kojima se zaposlenici suočavaju. Uvjeti rada nisu u skladnosti s čovjekovim anatomskim, fiziološkim, psihosocijalnim i psihofizičkim osobinama (Gjukić, 2002, 83). Zbog svega navedenog vidljivo je zašto je pomorsko zanimanje visoko na ljestvici stresnih zanimanja. Najvažnije je da potencijalni budući zaposlenik u ovoj industriji ima što realnija i preciznija očekivanja jer će tako pravovremeno procijeniti može li raditi takav posao. Pretpostavlja se da je osoba koja odluči prihvatiti takvu vrstu poslovnog angažmana vrlo motivirana za taj posao. Također, motivacija će značajno pridonijeti tome da osoba bude voljna dodatno se educirati i usavršavati, kompetitivna i fokusirana na pozitivne strane posla unatoč bezbrojnim zadacima, a bez mogućnosti odmaka ili odmora.

4. PANDEMIJA COVID-19

Krajem 2019. godine u svijetu se pojavila bolest pod nazivom COVID-19 uzrokovana u Kini novim koronavirusom SARS-CoV-2 koji se iznimno brzo proširio. Svjetska zdravstvena organizacija 13. ožujka 2020. godine proglasila je pandemiju čije je središte tada bila Europa (Babić, 2020).

Najčešći su simptomi povišena temperatura kod gotovo 90 % oboljelih i slabost kod oko 70 % oboljelih. Uz to je specifičan potpuni ili djelomični gubitak osjeta mirisa. Ipak, bolest se može odviti i asimptomatski, što ubrzava širenje virusa. Prva istraživanja pokazivala su da se teža klinička slika javlja kod oko 15 % hospitaliziranih bolesnika. Značajno viši rizik od razvoja teškog oblika bolesti, pa i smrtnog ishoda, imaju stariji bolesnici, kao i osobe koje otprije imaju kardiovaskularne bolesti, kroničnu astmu, dijabetes ili karcinom. S obzirom na to da se virus lako prenosi, a za određeni postotak oboljelih može izazvati teže komplikacije i zahtjeva bolničko liječenje, u većini je zemalja došlo do preopterećenja zdravstvenih sustava. Zbog toga, kao i radi zaštite najranjivijih skupina, uvedene su mjere prevencije i suzbijanja širenja zaraze. Te mjere najvećim dijelom odnose se na smanjenje i/ili sprječavanje bliskih društvenih kontakata u populaciji, uključuju obavezno držanje distance i ograničavanje okupljanja. U određenim je razdobljima bilo potrebno i uvođenje strožih mjera kao što je ograničavanje kretanja stanovnika, odnosno zabrana rada ugostiteljskih i sportskih objekata, zabrana putovanja i sl. (Skitarelić, 2020).

Pandemiju je neizbježno pratila kriza, posebno gospodarska, koja je zahvatila cijeli svijet, sve vrste industrije i poslovnih procesa te je samim time značajno izmijenila način poslovanja i života općenito. Mjere ograničavanja dovele su do usporavanja i stagnacije velikog broja gospodarskih aktivnosti. Među sektorima koji su najviše pogođeni su promet i turizam, odnosno ugostiteljstvo, što je posebno problematično za zemlje koje uvelike ovise o turizmu poput Hrvatske (Mikac, 2020).

Početak 2020. godine obilježio je snažan pad cijena, a mjere ograničenja, kao što su zatvaranje granica, restrikcija putovanja i zabrana obavljanja brojnih djelatnosti, prvenstveno ugostiteljskih i zabavnih, dovele su do snažnog pada BDP-a od 3,7 % na globalnoj razini. Ublažavanje trenda pada uslijedilo je tek sredinom 2020., no u nekoliko navrata kasnije ovaj se trend vratio kao odgovor na epidemiološku situaciju (Sekulić, 2020).

4.1. Utjecaj pandemije na yachting industriju

Na području Europske unije BDP se u pandemijskoj krizi smanjio za 6,6 % u 2020. godini. Kao što je već rečeno, uzrok je značajno smanjenje gospodarskih aktivnosti primarno u sektorima prijevoza i ugostiteljstva, prvenstveno hotelijerstva, koji su najjače pogođeni pandemijom (Europska središnja banka, 2021).

Širenje zaraze novim koronavirusom nije oslabilo gospodarstvo samo smanjenjem gospodarskih aktivnosti uslijed mjera ograničavanja, nego i porastom troškova zdravstvene skrbi s naglaskom na ulaganje sredstava koja su potrebna za pronalazak cjepiva. Osim snažnog utjecaja na gospodarstvo, čime je izravno ugrožena egzistencija, neminovan je i utjecaj pandemije na psihološko stanje ljudi. Osim bojazni oko zadržavanja prihoda, ljudi osjećaju i strah za vlastito zdravlje i zdravlje svojih bližnjih, a mjere socijalne distance dovode do izražene socijalne isključenosti. Utjecaj na ekonomiju prije svega se odnosi na stagnaciju gospodarstva, rast nezaposlenosti i rast duga, što utječe na sve sektore i industrije, posredno ili neposredno, a sve to imat će dugoročne posljedice (Babić, 2020).

Neminovno se mijenja i ponašanje ljudi kao potrošača u vrsti proizvoda i usluga koje potrošači kupuju i konzumiraju te u učestalosti i načinu na koji kupuju. Primjerice, tijekom pandemije značajno je porasla mrežna prodaja, posebno prehrambenih namirnica. Potrošači su kupovali samo ono što im je najpotrebnije i preferirali beskontaktnu kupovinu i bezgotovinske transakcije (Topolko Herceg, 2021). Potrošači su tijekom pandemije smanjili potrošnju proizvoda koje smatraju luksuznim, u što definitivno spadaju turistička putovanja i jahte. S druge strane, kada je riječ o kupcima visoke platežne moći kao što su kupci rekreacijskih plovila, oni uglavnom imaju dovoljno sredstava da usred i nakon krize mogu kupiti luksuzno plovilo. Takvu odluku pandemijski uvjeti i raspoloženje mogu čak i ubrzati (Springer, 2021). No, ova se predviđanja nisu ostvarila jer je kriza posredno i neposredno zahvatila i yachting industriju uzrokujući pad proizvodnje, prodaje i potražnje.

4.2. Yachting industrija u vrijeme pandemije

Globalno tržište rekreacijskih plovila prije pandemije 2019. godine vrijedilo je 39,75 milijardi dolara, uz predviđanja rasta po stopi od 4,1 % godišnje (Grand View Research, 2020). Najviše plovila u hrvatskim marinama bilo je pod hrvatskom zastavom (44,1 %), zatim pod njemačkom zastavom (16,2 %), austrijskom (15,5 %), slovenskom (5,1 %) i talijanskom (3,2 %). Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u 2020. godini, tijekom pandemije ukupni prihodi

luka nautičkog turizma smanjili su se za 11,6 % u odnosu na 2019. godinu, odnosno ostvareno je 812 milijuna kuna prihoda. Većinu tog prihoda, 598 milijuna kuna, odnosno 73,7 %, čini iznajmljivanje vezova, a prihod od iznajmljivanja vezova pao je za 8,2 % u odnosu na godinu ranije. Pad prihoda zabilježen je u svim hrvatskim županijama, najviše za 23,3 % u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, zatim za 17,4 % u Splitsko-dalmatinskoj pa za 15 % u Istarskoj (Državni zavod za statistiku, 2020). Iako je pandemija više pogodila sektor proizvodnje i prodaje plovila, charter poduzeća suočavaju se također s velikim gubitcima, posebno zbog troškova vezova za plovila koja miruju, uz ostale probleme kao što su nelikvidnost poslovanja (Ministarstvo turizma i sporta, 2020).

U razgovoru za portal Dalmacija danas navodi se da u vrijeme pandemije u 2020. godini nije bilo velikih otpuštanja u charterima, u kojima je inače na području Splitsko-dalmatinske županije stalno zaposleno oko 600 osoba uz još velik broj sezonaca. Charter poduzeća bila su zatečena razvojem događaja jer su se u trenutku kada je proglašena pandemija velika sredstva ulagala u održavanje plovila i nabavu nove opreme. Odjednom su sve rezervacije za predsezonu bile otkazane, dio rezervacija bio je prebačen za post sezonu ili iduću sezonu, a dio klijenata tražio je povrat uplaćenih predujama. Ovi su udarci na charter industriju donekle ublaženi solidarnošću pojedinih marina koje su smanjile cijene usluga ili ponudile prikladnije modele plaćanja usluga, kao i mjerama Vlade za očuvanje radnih mjesta. (Portal Grada Kaštela, 2021). Zapravo se sve svelo na borbu protiv potpunog urušavanja poslovanja uslijed velikih gubitaka.

Za razumijevanje i procjenu učinka aktualne krize na sektor yachtinga važno je proučiti stanje i trendove prisutne u yachting industriji prije pandemije. Yachting industrija pretrpjela je veliku štetu još 2008. godine kada je započela globalna ekonomska kriza. U idućim godinama smanjio se broj poduzeća kao i broj zaposlenih u ovoj industriji, pri čemu su najveću štetu pretrpjeli mali i srednji proizvođači. Europsko tržište općenito je puno teže podnijelo krizu nego sjevernoameričko tržište. Unatoč tome, europsko tržište uspjelo je u godinama nakon krize održati stabilnost i zadržati poziciju jakog globalnog igrača. Uzimajući u obzir veće vremensko razdoblje, primjerice posljednjih 50 ili više godina, vidljivo je da na tržište ulazi sve manje mladih vlasnika. Općenito sve manje nautičara kupuje vlastito plovilo, a sve više njih odlučuje se za unajmljivanje, pa charter poduzeća bolje podnose krizna razdoblja. Ostali trendovi koji su bili prisutni u yachting turizmu prije pandemije su: rast potražnje za plovilima većim od 12 metara i mega-jahtama dužine 24 i više metara, rast broja aktivnosti kojima se nautičari-jahtaši bave tijekom putovanja te rast svijesti nautičara-jahtaša o potrebi očuvanja okoliša i prirode (European Boating Industry, 2021).

Yachting kao način odmora i rekreacije prakticira sve veći broj ljudi u razvijenijim zemljama. Paralelno s time raste i broj charter agencija i platformi. Istovremeno padaju cijene chartera pa ova vrsta usluga više nije isključivo rezervirana samo za osobe iznadprosječne platežne moći. Istovremeno, sektor gradnje i prodaje rekreacijskih plovila donekle je oslabio, a dolaskom nove krize prouzročene pandemijom uglavnom su se ubrzali postojeći loši trendovi, a usporili dobri. No, yachting industrija ima određene specifičnosti koje su u ovoj krizi pokazale svoje prednosti kao ključne faktore u postizanju održivosti.

Vlada Republike Hrvatske donijela je u sklopu protupandemijskih mjera posebne smjernice za brodove radi zaštite posade i putnika. To su uglavnom iste mjere koje se odnose na boravak na kopnu. Preporučuje se članovima posade da izbjegavaju bliski kontakt s putnicima i nošenje medicinskih maski, a rezervacije i informiranje potrebno je u što većoj mjeri obavljati mrežno. Za članove posade obavezno je mjerenje temperature u jutarnjim satima te je propisana zabrana obavljanja posla ukoliko osoba ima temperaturu višu od 37,2 °C ili ima teškoće s disanjem. U slučaju pojave simptoma, osoba i svi njeni kontakti trebali bi ostati u kabinama do iskrecaja. Preporučuje se da plovilo uplovi luku koja ima zdravstvenu ustanovu i obavijesti nadležnu lučku kapetaniju i županijski krizni stožer zbog daljnje organizacije smještaja i izolacije (Službena stranica Vlade za informacije o koronavirusu, 2020).

5. SPECIFIČNOSTI YACHTINGA KLJUČNE ZA ODRŽIVOST

Brod se kao sredstvo za prijevoz i odmor pokazao izvrsnim rješenjem u pandemijskim uvjetima: uz mir, udobnost, luksuz i druge idealne uvjete za odmor, nudi i maksimalnu dozu privatnosti te visoku razinu sigurnosti. Uz to se može uzeti u obzir da je osoba / obitelj / skupina koja zajedno odmara na brodu izolirana od drugih, posebno u situacijama kada je osoba/obitelj vlasnik broda ili kada unajmljuje brod bez posade. Čak i najam s posadom s manjim brojem članova predstavlja minimalni rizik uz prethodno testiranje na virus. Naime, u uvjetima pandemije izolacija je jedan od temeljnih čimbenika, ne samo sigurnosti pojedinca, nego i djelovanja u smjeru suzbijanja pandemije te usporavanja širenja zaraze. Iako se pandemija negativno odrazila na yachting industriju, ona je možda pretrpjela nešto blaži udar nego druge industrije. Zbog činjenice da jahta i slična plovila pružaju u svakom slučaju višu razinu sigurnosti i izolacije, moglo se pretpostaviti i očekivati da bi tijekom pandemije interes za provođenjem odmora na brodovima mogao porasti u odnosu na druge načine odmaranja i putovanja kao što su hoteli, avioni... To se posebno odnosi na luksuzna plovila koja se iznajmljuju obiteljima, parovima ili manjim skupinama koje su obično povezane rodbinskim, prijateljskim i poslovnim vezama. Prednosti imaju ona plovila koja su opremljena za samodostatnost tijekom dužeg vremenskog razdoblja i mogu boraviti na udaljenim lokacijama. U borbi protiv pandemije od iznimne je važnosti očuvanje i jačanje imuniteta, čemu doprinosi izbjegavanje stresa, odnosno boravak u prirodi, odmor i uživanje. U tom smislu, boravak na brodu predstavlja značajnu zdravstvenu dobrobit (Springer, 2021).

Prednosti koje boravak na rekreacijskim plovilima s posadom ili bez posade imaju u vrijeme pandemije rezultirale su relativno dobrim rezultatima u nautičkom turizmu u Hrvatskoj u ljetnoj sezoni 2020. godine u usporedbi s drugim oblicima turizma i turističkim sektorom općenito. On je, očekivano, bilježio velike gubitke (prema procjenama, ponegdje i veće od 50 % u odnosu na prošlu godinu). Nautički turizam bilježio je gubitke od oko „samo” 20 %.

To je jednim dijelom rezultat tadašnje povoljne epidemiološke situacije u Hrvatskoj, posebno u usporedbi s konkurentnim zemljama. Novi gosti iz Europe koji su inače putovali na egzotične destinacije po svijetu odlučili su doći na Jadran gdje se osjećaju sigurnije. Najčešće su unajmljivali velike katamarane. Neki od njih vraćat će se i kad kriza prođe jer će im se ovaj način odmora svidjeti (Štrbac, 2021).

Činjenica je također da su značajnu ulogu imale i niže cijene chartera i prednosti koje plovilo ima u odnosu na druge vrste smještaja i sredstava putovanja. Industrija je prepoznala ove

prednosti te je dodatnim mjerama i uslugama djelovala na povećanje potražnje za charterom u vrijeme pandemije. Tako su klijentima na raspolaganju bile profesionalne usluge dezinfekcije plovila i pojačana digitalizacija poslovanja koja uključuje omogućavanje mrežnog obavljanja administrativnih usluga kao što je ishođenje vinjeta i plaćanje turističkih pristojbi (Live Cam Croatia, 2020). Hrvatska Yachmaster Grupa objavila je rujnu 2020. godine pokretanje digitalne platforme koja će povezati većinu svjetskih destinacija nautičkog chartera, a krajem 2020. godine održan je prvi virtualni sajam yachting industrije koja ovisi o dobroj suradnji međunarodnih agenata i lokalnih charter poduzeća. Njegove su prednosti neograničeni kapacitet sudionika jer nema prostornog ograničenja i znatno manji troškovi, što rezultira i manjom cijenom participacije pa je omogućeno uključivanje manjih poduzeća. Općenito je za vrijeme pandemije pojačana svijest o našem utjecaju na okoliš i primijećeno je okretanje ka održivijoj, više ekološkoj proizvodnji i poslovanju (SEEBiz, 2020).

5.1. Ugostiteljske djelatnosti

Smanjenjem aktivnosti u sektoru turizma došlo je do smanjenja aktivnosti u ugostiteljskim djelatnostima. Svjetska turistička organizacija nazvala je 2020. godinu najgorom godinom u povijesti turizma zbog čak milijardu turističkih dolazaka manje u odnosu na 2019. godinu, odnosno zbog smanjenja od 74 %. Usporedbe radi, u posljednjoj velikoj krizi 2009. godine pad turističkih dolazaka iznosio je globalno tek 4 % (World Tourist Organization, 2020).

Istovremeno su smanjene aktivnosti u brojnim drugim djelatnostima koje se uz turizam vežu kao dodatni sadržaji, primjerice aktivnosti i djelatnosti u okviru zabavne industrije. Sve to značajno utječe na atraktivnost destinacije, a nautičari, kao i sve druge skupine turista, žele uživati u ugostiteljskim sadržajima kao što su kafići, klubovi i restorani, koncerti i festivali.

Ostale aktivnosti koje su popularne među nautičarima vezane su uz dodatne sadržaje: kupovinu koja je najpopularnija, više i od ugostiteljskih sadržaja, zatim izlete i boravak u prirodi, lokalne zabave, obilazak znamenitosti, sportske i rekreacijske aktivnosti kao što su ronjenje, ribolov i ostali sportovi na moru i kopnu (TOMAS NAUTIKA Jahting 2012). Stoga je oporavak i stabilizacija sektora pružanja dodatnih sadržaja u turističkoj destinaciji od ogromnog značaja.

Početak 2021. godine prognoze za nautičku sezonu 2021. bile su optimistične, najviše zbog dolaska cjepiva, no treći val pandemije koji je uslijedio u ožujku 2021. ponovno je doveo u pitanje uspjeh nadolazeće turističke sezone.

5.2. Ograničenja u zračnom prometu

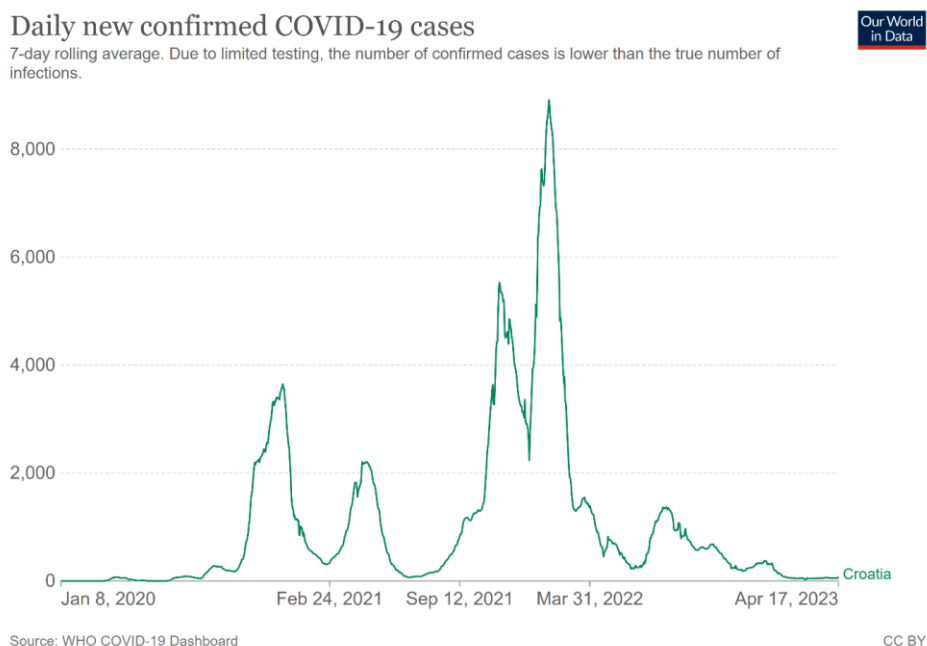
Pandemija je snažno pogodila sektor prometa i većina je zemalja poduzela niz mjera kako bi se utjecaj pandemije na promet ublažio, a daljnji stabilan i siguran protok robe održao uz maksimalnu zaštitu radnika. Kada je riječ o transportu ljudi, mjere ograničenja značajno su smanjile broj putnika, a pandemija je od svih oblika prometa najviše pogodila zračni promet. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, pad u zrakoplovnom prometu iznosio je 72,2 %. Istovremeno, pad u cestovnom linijskom prijevozu autobusima iznosio je 31,8 %, a u željezničkom prometu 34,8 %. Najmanji pad od 7 % zabilježen je u pomorskom i obalnom prijevozu putnika. U zračnim lukama koje su destinacije nautičkog turizma (Split, Dubrovnik) ostvaren je značajno manji promet nego u zagrebačkoj zračnoj luci, što je također utjecalo na kretanja u nautičkom turizmu. Posebno se ističe Split koji zauzima 35 % udjela u ukupnom broju chartera u Hrvatskoj, tj. na području Splitsko-dalmatinske županije posluje preko 40 charter poduzeća koja ostvaruju 43 % ukupnog broja noćenja i dolazaka. Drugim riječima, ova županija ima najveći broj dolazaka u nautici (Kaštela.org, 2020). Europski je parlament također upozorio da će za oporavak zrakoplovnog sektora biti potrebna regulatorna potpora na razini EU-a kao znatna javna i privatna financijska pomoć za zaštitu poslovanja i radnih mjesta. Jasno je da su na razini Europske unije potrebne koordinirane mjere i zajednički protokoli kako bi se putovanja i turizam ponovno pokrenuli (Europski parlament, 2021). Stoga su ograničenja u zračnom prometu značajno i direktno utjecala na nautički turizam dodatno smanjivši broj nautičara koji su za vrijeme trajanja pandemije posjetili Hrvatsku.

5.3. Utjecaj na okoliš

Pandemija je imala značajan utjecaj na smanjenje globalnih emisija stakleničkih plinova poput CO₂, glavnog plina odgovornog za globalno zagrijavanje. Kako su razne zemlje diljem svijeta uvodile stroge mjere karantene, proizvodnja i potrošnja energije značajno su se smanjile zbog smanjenja emisija iz prometa, industrije i energetskog sektora. Prema izvještaju Ujedinjenih Naroda emisije stakleničkih plinova smanjile su se za 6 % u 2020. godini u odnosu na prošlu godinu. Pad emisija CO₂ privremen je i kako se zemlje počinju otvarati i gospodarstva se oporavljaju, ponovno se bilježi rast emisija. Mnogi klimatski stručnjaci vjeruju da su potrebne dugoročne i strukturne promjene u načinu proizvodnje i potrošnje energije kako bi se smanjile emisije stakleničkih plinova i ublažio utjecaj klimatskih promjena na okoliš, ali ovaj primjer pokazuje nam koliko je veliko ljudsko djelovanje na okoliš (How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective, volume 3, 2022, 38).

5.4. Cijepljenje, brzi testovi i COVID putovnice

Cjepivo protiv bolesti COVID-19 razvijeno je krajem 2020. godine, nakon čega je započelo cijepljenje, u Hrvatskoj dana 27. prosinca 2020. Uz ograničene resurse i zbog velike potražnje u proizvodnji proces cijepljenja u početku se odvijao sporo. Europska komisija u travnju 2021. najavila je da će biti osigurano cjepivo za 70 % odraslog stanovništva. Slična je situacija u ostalim zemljama Europske unije, kao i u Rusiji, SAD-u i Kini, no nedovoljnu količinu cjepiva imale su nerazvijenije zemlje gdje je cijepljenje bilo značajno usporenije. Europski parlament izvještava da je potrebno 11 milijardi doza cjepiva kako bi 70 % svjetskog stanovništva postalo imuno na bolest COVID-19, a do ljeta 2021. godine proizveden je samo mali dio te količine. Unatoč ograničenim količinama, u Hrvatskoj je do 10. lipnja 2021. podijeljeno oko 2 milijuna doza cjepiva (Hrvatski zavod za javno zdravstvo, 2021).



Grafički prikaz 1. Prikaz potvrđenih slučajeva bolesti COVID-19 u hrvatskoj od siječnja 2020. do travnja 2023. godine.

U oporavku prometa i turizma značajno su doprinijele i digitalne potvrde o statusu građana vezane uz odsustvo bolesti koronavirusa, tzv. COVID putovnice. Riječ je o potvrdama u obliku kôda QR na pametnom telefonu ili u tiskanom formatu koji pokazuje da je osoba ili cijepljena, ili je stekla imunitet preboljevši COVID-19 ili ima negativan rezultat testiranja unutar nekoliko dana, a daje se na uvid pri prelasku granice. Svrha je potvrda ukidanje zabrane prelaska granica među državama i obavezna karantena za putnike, odnosno da restrikcije ostanu samo za osobe

koje nisu cijepljene, nemaju imunitet ili nisu testirane. Europski je parlament odobrio uvođenje digitalnih zelenih potvrda od srpnja 2021. godine u trajanju od 12 mjeseci s ciljem da turistička sezona te godine bude uspješnija od prethodne (HINA, 2021). Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske 11. lipnja 2021. izmijenio je mjere koje su vrijedile pri prelasku granica za državljane zemalja Europske unije te je donesena nova odluka prema kojoj cijepljenima više nije na snazi odredba o karanteni u trajanju od 14 dana. Ublažene su i restrikcije za ugostiteljske objekte i za javna događanja, okupljanja i manifestacije na otvorenom. Marina ACI Dubrovnik uvela je testiranja na COVID-19 u samoj marini i svojim gostima omogućila provođenje brzih antigenskih testova. Ujedno je objavljeno da je 70 % djelatnika marine cijepljeno, što je također važan čimbenik u nastojanju da sezona bude što uspješnija. Paralelno s popuštanjem mjera i poboljšanjem epidemiološke situacije Hrvatska je početkom lipnja 2021. označena kao jedno od najsigurnijih turističkih odredišta u Europi. Zato se predviđalo da će turistička sezona biti uspješnija u odnosu na prethodnu (Turistički news portal, 2021). Razlog za optimizam pružili su i podatci Hrvatske turističke zajednice prema kojima je u prvoj polovici 2021. godine ostvaren rast u turističkim dolascima za 42 %.

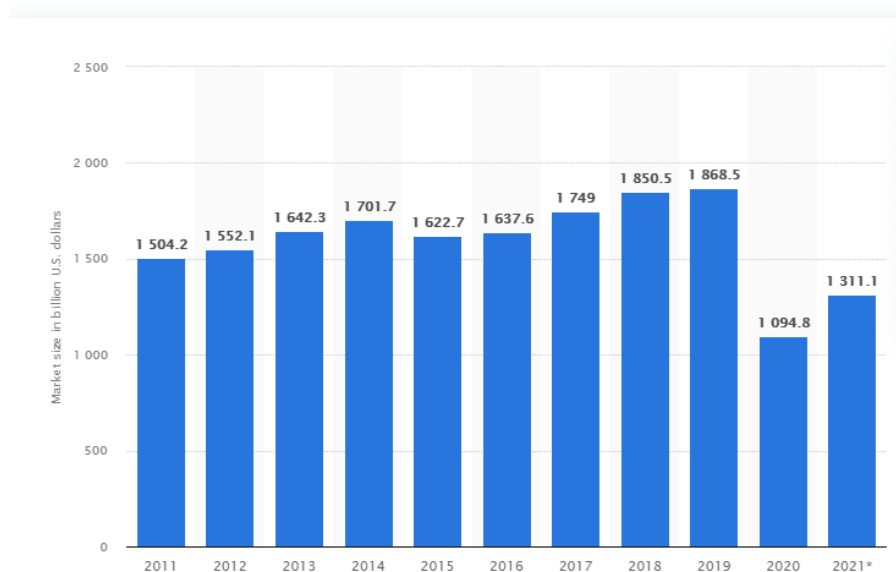
5.5. Turizam 2021. godine

Počeci oporavka turizma na globalnoj razini zbog neočekivano dobrih rezultata u sezoni 2021. godine oprezno su se priželjkivali. Iako se predviđalo da bi sezona 2021. godine mogla biti uspješnija zahvaljujući cjepivu i iskustvu nošenja s pandemijom, dio stajališta nije se slagao s tim jer je ekonomska stagnacija ipak znatno opteretila građane i njihov budžet.

Međutim, turistička sezona 2021. godine uistinu je u nekim segmentima i destinacijama bila znatno uspješnija od prethodne te je po rezultatima vrlo blizu predpandemijskoj 2019. godini. Točnije, od 2011. godine turistička je industrija globalno bilježila gotovo stalan rast (s izuzetcima 2015. i 2016.) koji je vrhunac doživio 2019. godine uoči pandemije (Statista, 2021). Globalno gledano, turizam kao jedna od koronavirusom najteže pogođenih grana gospodarstva smanjila je promet za više od 40 %, a rast je ponovno započeo 2021. godine (mjerjenje u kolovozu), iako podatci o zaradi uvelike variraju od zemlje do zemlje.

Europa je bila predvodnik tog uzlaznog trenda. Turistički promet u Europi tako je samo do svibnja 2021. godine porastao za 74,7 % u odnosu na 2020. godinu. Nešto sporiji, ali također značajan oporavak bilježi i SAD koji ima rast od 14 %. Azija i Pacifik bilježe rast u turizmu od ukupno 8,5 %, a Bliski Istok od 2 %. Jedina makroregija koja je bilježila daljnji pad i u 2021.

godini bila je Afrika (Karantzavelou, 2021). Iako je šteta koju je pandemija napravila velika, sezona 2021. godine općenito je sve iznenadila: oporavak je već započeo.



Grafički prikaz 2. Globalni turistički promet od 2011. do 2021. godine u milijardama USD (Statista, 2021).

Prema podacima resornog ministarstva, u Hrvatskoj je u 2021. godini ostvareno u prosjeku oko 70 % prometa iz 2019. godine u dolascima, dok je u broju noćenja ostvareno 86 % prometa iz godine prije pandemije. Na dan 17. rujna 2021. pri samom kraju turističke sezone u Hrvatskoj bilo je 410.000 turista, jednako kao u isto vrijeme 2019. godine, a kao glavni razlog navodi se cijepljenje i primjena COVID potvrda (Ministarstvo turizma i sporta, 2021).

Prema podacima resornog ministarstva, ne samo da je sezona 2021. godine uspješna i u nekim segmentima ista, već da je čak i bolja od sezone 2019. godine, što će se analizirati u raspravi.

5.6. Nautički turizam sezone 2021.

U travnju 2021. u Hrvatskoj je prema podacima Ministarstva mora, prometa i infrastrukture na popisima posade iznajmljenih brodica ili jahti u razdoblju uoči 1. travnja bilo 200 domaćih i 780 stranih nautičara, a u razdoblju od 4. do 11. travnja 430 domaćih i 1180 stranih nautičara. Procjenjuje se da je tijekom dva tjedna od kraja ožujka do prvih desetak dana travnja 2021. isplovilo između 400 i 430 iznajmljenih jahti, što je manje od 10 % ukupne flote u Hrvatskoj i oko tri puta manje nego što bi to bilo u uobičajenim okolnostima u tom dobu godine (Karlić, 2021).

Charter i yachting poduzeća dodatno su poboljšala uvjete kako bi osigurala još veću sigurnost. Obavezno cijepljenje nije bilo propisano zakonom, ali pokušaj charter agencija da se istovremeni udovolji gostima, a opet ne vrši prisila svojim djelatnicima prikazana je u isječku ugovora u nastavku.

Pružatelj usluge na plovilu treba:

4.24. upoznati se s pravilima i procedurama koje bi zaštitile posadu i goste od zaraze

Covidom 19, te se upoznati sa procedurama u slučaju zaraze virusom Covida 19 na plovilu

4.25. održavati najviši stupanj higijene i fizičke udaljenosti za vrijeme rada sa gostima

4.26. nošenje zaštitne maske

4.27. provjera tjelesne temperature svakoga jutra za svakog člana posade

4.28. u slučaju sumnje na zarazu virusom Covid-19 odmah o tome obavijestiti FIRMA doo koja će kontaktirati liječnika

4.29. uporaba sredstava za dezinfekciju ruku što je češće moguće

4.30. na klijentov zahtjev za testiranjem treba pristupiti testiranju. Trošak će pokriti gost.

4.31. Ukoliko uvjet potvrde bookinga/dolaska na brod bude zahtjev da je posada cijepljena, FIRMA doo će angažirati zamjenu ukoliko Davatelj usluge iz ovog ugovora nije primio cjepivo protiv Covida 19

Istaknuto je još da potražnja za charterom jača. Naime, u 2021. godini u svijetu je u ponudi bilo oko 2.900 jahti iznad 24 metra, a rezervacije su porasle za više od 40 % (Ingram, 2021). Procijenjeno je da će globalno tržište jahti, čija je vrijednosti u 2020. godini iznosila oko 8,15 milijardi američkih dolara, godišnje rasti po stopi od 5,2 % u razdoblju od 2021. do 2028. godine. Kada je riječ o globalnom charter tržištu, predviđeno je da će ono porasti sa 6,83 milijardi američkih dolara u 2020. na 10,82 milijardi u 2027. godini (Research&Market, 2021).

U svibnju 2021. Forbes najavljuje početak oporavka yachting industrije od udarca koji je ovom sektoru zadala pandemija. Charter tržište zabilježilo je rast od 45 % u prva tri mjeseca 2021. godine u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. Novi protokoli podrazumijevaju duže vrijeme obrade između chartera kako bi se osiguralo vrijeme za detaljnije čišćenje, a sadrže i obavezno redovito testiranje posade te adekvatnu izolaciju rotirajuće posade na kopnu prije ponovnog ukrcanja (Overton, 2020). Voditelj prodaje poduzeća Princess Motor Yacht Sales navodi kako

je u tradicionalnoj recesiji plovidba pogođena, ali u ovom slučaju oni koji su uspjeli zadržati svoje prihode, a nisu mogli rezervirati krstarenje ili godišnji odmor u hotelu, završili su kao novi vlasnici brodova (Princess Motor Yacht Sales, 2021).

U lipnju 2021. dodatni razlog za optimizam u yachting industriji bila je potvrda da će se održati jedan od najvećih yachting sajmova na svijetu, *Monaco Yacht Show*. U priopćenju za medije pod simboličnim nazivom „U yachting industriji predstava se nastavlja” organizacija ovog događanja najavila je da će na ovogodišnjem sajmu sudjelovati više od 300 izlagača i izlagati čak 60 superjahti dužih od 100 metara (Monaco Yacht Show, 2021). Ta pandemijska izložba brodova pokazala je da se u 2021. godini povećao interes za velikim jahtama jer su vlasnici shvatili pravu vrijednost jahte koja je zapravo vlastiti „privatni otok”. Nadalje, hibridi koji uglavnom kombiniraju električni pogon s dizelskih gorivom postali su novi trend. Sudeći prema jahtama koje su tada premijerno prikazane u Monaku, ni trendovi u dizajnu plovila nisu imali negativne utjecaje uslijed pandemije.

5.7. Postpandemijski trendovi

Pandemija je ostavila brojne negativne posljedice na yachting industriju i gospodarstvo općenito, ali je imala i neke pozitivne učinke. Ubrzao se proces digitalizacije, posebno u segmentu marketinga, a promocija se odvijala na nove načine, digitalnim dijalogom. Internetske stranice poduzeća tako su u kratkom roku poboljšane, dopunjene sadržajem i učinjene puno interaktivnijim. Prodaja brodova obično bi zahtijevala mnogo putovanja, ali tijekom 2020. godine prilagodba se svela na alate kao što su Zoom, Teams, FaceTime i video konferencije. Primjerice, za obilaske unutar plovila klijentima se putem video poziva omogućilo da odluče što će gledati na brodu i kamo će ići, što im je pomoglo da dobiju samopouzdanje i jasnoću (Princess Motor Yacht Sales, 2021). Sve veća uporaba umjetne inteligencije postavlja pitanje kako će se to odraziti na yachting industriju u kontekstu sociologije pomorstva. Ne zna se zasigurno kako će se odviti sraz s digitalizacijom u trenutku usluge i ljudskog faktora. Veliki dio procesa prijave i odjave u pandemiji u charteru se odvijao bez baznog agenta. To se odvijalo na način da su gostima putem uređaja kao što je tablet ili računalo predočena detaljna uputstva o preuzimanju plovila, protokolima i postupcima u slučaju kvara. Iako to funkcionira, treba imati na umu da je ipak riječ o načinu komunikacije u slučaju nužde kakva je bila ova zdravstvena kriza, a ne o nečemu što će uskoro postati raširena praksa. Baza agencije s *front desk* osobljem, kao i ljudska posada na brodu, omogućuju putnicima na plovilu informacije, potrebnu podršku i osjećaj sigurnosti.

Značajna promjena u nautičkom turizmu nova je uredba o sidrenju i vezovima u francuskom dijelu Sredozemnog mora. Naime, od sezone 2021. godine sidrenje jahti dužine iznad 20 metara zabranjeno je u nekim područjima Francuske rivijere. Temeljni je razlog zaštita mora, točnije livada posidonije, kao i reguliranje prometa i povećanje sigurnosti tijekom ljetne sezone. Predviđa se da će ova mjera imati negativan utjecaj na francusko gospodarstvo, što će ići na ruku konkurentima, prvenstveno Italiji i Hrvatskoj (Xanthopoulos, 2021.).

Suvremeni turisti vole iz pouzdanih izvora brzo i jednostavno doći do informacija. Oni traže personalizirano iskustvo, cijene fleksibilne načine prijevoza i veliki obzir za okoliš, što ih usmjerava prema održivim izborima i orijentira na iskustvo kupovine bez krivnje. Dok se mijenjaju životne okolnosti i brišu granice između vremena učenja, rada i odmora, visoku vrijednost u kontekstu putovanja imaju unaprijeđenije fizičkog i psihičkog zdravlja u cijelosti te autentična iskustva (Strategija razvoja, 2022, 8).

6. METODOLOŠKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA

6.1. Sociološki pristup istraživanju yachting industrije u doba pandemije

Predmet istraživanja je rad u yachting industriji, njezina održivost u okolnostima pandemije preko dodatnih zahtjeva zaposlenja i promjena normi te utjecaj na zadovoljstvo zaposlenika. Upoznati smo s činjenicom kako je veliki broj ljudi promijenio svoje mišljenje o društvenim kontaktima uslijed utjecaja pandemije i njezinih posljedica. Ovaj rad nastoji nadograditi spoznaje o provedbi regulacija unutar prakse hrvatskog charter turizma kao jednog od poželjnih oblika odmora. Prikazat će na koji način je dokazana fleksibilnost industrije kroz reorganizaciju obrasca poslovanja za vrijeme svjetske zdravstvene krize te kako je zdravstveni, odnosno socijalni čimbenik utjecao na gospodarsku i ekološku održivost.

Temeljni cilj istraživanja je ponuditi sociološku perspektivu specifičnosti rada u yachting industriji i načina implementiranja regulacija o suzbijanju širenja zaraze pod pritiskom pandemije koronavirusa tijekom turističke sezone u 2020. i 2021. godini u Hrvatskoj.

Posebni ciljevi istraživanja su:

1. ispitati **jedinstvenost ponude turizma** hrvatske obale
2. istražiti **opće odrednice rada** poput potrebnih kvaliteta posade, preferencija vrsta angažmana, tj. ugovaranja rada te prednosti i izazova yachting industrije
3. ispitati **karijerne perspektive i kriterije napredovanja** u yachting industriji
4. prikazati dojmove zaposlenih o **provedbi regulacija** za vrijeme pandemije
6. statističkim podacima kontekstualizirati iskustva u pandemijskim okolnostima

6.2. Metode istraživanja

Teorijski dio diplomskog rada uključuje ključne brojke i prikaz turističke i zdravstvene situacije u razdoblju od 2019. godine kao polaznu točku kada je stabilnost pružala prognoze rasta i razvoja, preko 2020. godine koja je obilježena potpuno novim izazovima, do 2021. godine kada se situacija prihvatila i premostila. Nadalje, različite sociološke teorije, metode i perspektive primjenjive su kako bi se istražile društvene dinamike koje oblikuju rad u yachting industriji. Ovo istraživanje problemu pristupa mješovitom metodologijom jer integracija nudi

sveobuhvatnu analizu, podrazumijeva uspoređivanje i povezivanje podataka te uočavanje njihovih sličnosti i razlika. Također, kombiniranjem različitih vrsta podataka moguća je provjera nalaza, odnosno potvrđivanje vjerodostojnosti značenja. U smjernicama za istraživanja najčešće konzultirane literature *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* navedeni su faktori koji su važni pri odabiru mješovitog nacrt. Istraživač treba razmisliti kakav je očekivani ishod istraživanja, kako će se i kada integrirati podatci, na kojim je podacima naglasak (kvalitativnim ili kvantitativnim), koji nacrt najbolje odgovara terenu i provodi li istraživanje jedna osoba ili tim (Creswell, 2009, 281-288). Izazovi ovog istraživačkog procesa podrazumijevali su zahtjevnost metodološkog znanja i iskustva, određivanje fokusa i odlučivanje gdje i koliko duboko ući u temu. Također su uključivali odmak od osobnih stavova prema temi i neočekivan trenutak emocionalno osjetljivih odgovora sudionica.

Polustrukturirani intervju kvalitativna je metoda koja dovodi sudionika u situaciju da spontano i slobodno priča o mišljenjima i doživljajima uz naglasak na kontekst istraživanja, što omogućava dublje razumijevanje u slučaju da su određena zapažanja promakla dosadašnjoj teoriji i službenim podacima. Protokol za intervju služi kao unaprijed sastavljene smjernice pomoću kojih se pokrivaju ključne točke, a sudionik ima prostora za improvizaciju i uvođenje novih perspektiva (Leburić, 2001, 195).

Nakon provedbe intervjua kao primarne metode upotrijebljena je sekundarna obrada podataka za određivanje percepcije rada na jahti i da bi se dodatno upotpunili podatci, proširio uvid i tema smjestila u širi okvir. Za pandemijsko razdoblje analizirani su podatci iz izvora: Državni zavod za statistiku, WEF, World Travel & Tourism Council i Statista. Grafički su prikazani u raspravi istraživanja uz interpretacije iskustva i dojmove sudionika intervjua, a tablice na temelju kojih su izvedeni grafički prikazi mogu se pronaći u prilogu. Integracijom podataka nastoji se obrazložiti kako se pandemija odvila u sektoru nautičkog turizma u Hrvatskoj, kako su ljudi koji rade u sektoru doživjeli njezin početak i jesu li se njihovi strahovi pokazali primjerenima.

Sekundarna obrada podataka u sociologiji predstavlja kvantitativnu metodu istraživanja koja se odnosi na upotrebu već postojećih podataka iz drugih izvora, kao što su statistički izvještaji, ankete, popisi stanovništva, publikacije ili istraživački izvještaji. Studija o samoubojstvima Émila Durkheima objavljena 1897. godine predstavlja jedan od prvih i najpoznatijih primjera primjene sekundarne obrade podataka u sociologiji, a upotrebljava statističke podatke o samoubojstvima prikupljene iz službenih državnih izvješća u Europi. Istraživač se time poslužio kako bi analizirao i objasnio društvene uzroke i oblike samoubojstava te pronašao

zakonitosti (Leburić,2001,196). Pravilna primjena ove metode uz odgovarajuću kritičku procjenu podataka i metoda može pružiti vrijedan doprinos u razumijevanju društvenih fenomena i trendova. Upotrebljava se često zbog niza prednosti koje pruža, uključujući smanjenje troškova i vremena potrebnog za prikupljanje podataka, veću preciznost i pouzdanost podataka te mogućnost analize velikog uzorka podataka. Treba napomenuti da sekundarna obrada podataka u sociologiji također ima određene nedostatke, poput ograničenja dostupnosti podataka, potencijalnih problema s kvalitetom podataka i mogućnosti pristranosti u njihovom odabiru.

6.3. Način odabira sudionika

Ciljani odabir sudionika bez primjene vjerojatnosti i sukladno dostupnosti članova u charter industriji. Uključeni su sudionici i sudionice s relevantnim iskustvom rada na jahtama sa sjedištima u Splitu i okolici, od kojih su neki povremeno radili i znatno dalje, na primjer na Karibima. Istraživačica ovdje koristi prednost svoje uključenosti u sektor koja je omogućila pristup temi iznutra. Ona neće djelovati kao stranac, što pretpostavlja veće povjerenje i razumijevanje. Dakle, istraživačica uključuje sudionike koji, osim dobrovoljnosti za sudjelovanje, imaju tražene karakteristike prema navedenim kriterijima istraživanja.

Zadovoljenje empirijske građe postiglo se pomoću dvadeset intervjua s članovima posade u yachting industriji. Sudionici su podjednako pripadnici oba spola, kakva je i zastupljenost u turizmu, a razlike u njihovoj starosti nisu se održavale na relevantnost odgovora i kvalitetu samog intervjua. Glavni kriterij za odabir sudionika jest aktivan rad u yachting industriji prije i nakon perioda pandemijske krize kako bi sudionici dali svoj osvrt na promjene prouzrokovane nastupom pandemije. Na početku intervjua zabilježen im je položaj unutar yachting industrije, kao i godine rada. Treće pitanje potvrdilo je da je polovica ispitanica zaposlena na poziciji hostese (brodske stjuardese), s prosjekom od 7,5 godina rada u industriji, a druga polovica ispitanika na poziciji skipera prosječno 10,1 godina. Ukupan prosjek rada u industriji svih sudionika je 8,6. godina. S obzirom na varijacije pozicija koje su relativno česte unutar yachting industrije, u obzir su uzete isključivo trenutačne pozicije sudionika, iako se pokazalo da su sudionici u prošlosti iskušali i druge uloge.

6.4. Način provedbe intervjua

Vremensko razdoblje provedbe istraživanja odvijalo se od 3. travnja do 19. svibnja 2022. godine. Istraživanje je provedeno dijelom terenski, a dijelom preko platforme Google Meet u slučajevima u kojima je bilo teško ostvariti osobni susret. Intervjui su trajali od 20 do 30 minuta, ovisno o opširnosti odgovora, a sve je zabilježeno audio zapisima. Prije same provedbe intervjua sudionicima se bilo potrebno predstaviti te im opisati svrhu istraživanja s naglaskom na povjerljivost podataka. Uz to je bilo važno od sudionika dobiti pristanak na snimanje razgovora, a njihova su imena zamijenjena brojem intervjua zbog očuvanja anonimnosti. Audio zapisi su ostali u privatnoj arhivi istraživačice, a transkripti su dostupni u privatnoj arhivi istraživačice i kao takvi nisu uključeni u ovaj rad.

6.5. Postupak analize podataka

Polustrukturirani intervjui zamišljeni su kao kombinacija otvorenih pitanja kojima je zadatak pružiti dubinu ili različitost mišljenja, pitanja usporedbe ili procjene određenih elemenata rada te zatvorenih pitanja s dvije mogućnosti gdje se traži obrazloženje odabira. Provedeno je ukupno 20 intervjua, a generalizacija je u ovom slučaju ustupila mjesto autentičnosti priča i osobnoj perspektivi. Obradi podataka pristupalo se prema unaprijed zadanim cjelinama: turizam hrvatske obale, rad u yachtingu, karijerne perspektive, utjecaj pandemije. Višestrukim iščitavanjem transkripata unutar svake cjeline određene su kategorije i potkategorije koje zajedno sadržajno pokrivaju sve dijelove razgovora pa su za svaku identificirani kodovi, a osim sličnosti i razlika u iskazima tražio se i njihov međuodnos. Slijedi interpretacija u smislu odgovora na istraživačka pitanja u konačnoj raspravi, dok su nove teme navedene kao preporuke za daljnja istraživanja.

6.6. Tablica 1. Tablični prikaz kodiranja

| TEME | KATEGORIJE | KODOVI |
|---|--|---|
| KONKURENTNOST HRVATSKE OBALE | PRIRODNE LJEPOTE | <ul style="list-style-type: none"> - RELJEF - UGODNA KLIMA - RAZNLIKOST - ČISTOĆA - POVEZANOST |
| | TURISTIČKA PONUDA | <ul style="list-style-type: none"> - GASTRONOMIJA - KULTURA I POVIJEST - KVALITETNA USLUGA - POVOLJNA CIJENA - EVENTI I AKTIVNOSTI |
| | INFRASTRUKTURA | <ul style="list-style-type: none"> - MARINE - BRODOVI I AGENCIJE - KOPNENI I ZRAČNI PROMET |
| | ZAKONI | <ul style="list-style-type: none"> - NISKA STOPA KRIMINALA - OBALA NIJE PRIVATIZIRANA - RESTRIKTIVNI / - LIBERALNI |
| YACHTING OPĆENITO | ODLIKE POSADE | <ul style="list-style-type: none"> - KOMUNIKATIVNOST - LJUBAZNOST - VEDRINA - RADIŠNOST - SNALAŽLJIVOST - FLEKSIBILNOST - RAD U TIMU - ODGOVORNOST - PROFESIONALNOST - PREZENTABILNOST - MENTALNA SNAGA - ZNANJE I JEZICI - STRAST PREMA POSLU |
| | PREFERIRANA VRSTA ANGAŽMANA | <ul style="list-style-type: none"> - FREELANCE - UGOVORNI RAD - NEODLUČNO |
| | PREDNOSTI | <ul style="list-style-type: none"> - NOVAC - ISKLJUČIVO NOVAC - PUTOVANJE - UPOZNAVANJE LJUDI - NOVA ISKUSTVA - LUKSUZNI ŽIVOTNI STIL - RAD NA MORU - SLOBODA OSTATAK GODINE - PRILIKE ZA DALJNI NAPREDAK |

| | | |
|---|--|---|
| <p>YACHTING OPĆENITO</p> | <p>IZAZOVI</p> | <ul style="list-style-type: none"> - PSIHIČKI PRITISAK - NEDOSTATAK PRIVATNOSTI - NEDOSTATAK ODMORA - ODSUSTVO OD KUĆE - ODNOS S KOLEGAMA - DUGOROČNO ISCRPLJIVANJE - NESISTEMATIZIRANOST RADA - UVJETI ŽIVOTA - NEPREDVIDIVOST - SEKSUALNO UZNEMIRAVANJE |
| <p>KARIJERNE PERSPEKTIVE</p> | <p>NAPREDOVANJE KROZ EDUKACIJU</p> | <ul style="list-style-type: none"> - TEČAJEVI - BREVETE - STRANI JEZIK - USAVRŠAVANJE KROZ PRAKSU |
| | <p>ŽENA U YACHTINGU</p> | <ul style="list-style-type: none"> - DISKRIMINIRANA - JEDNAKA MUŠKARCU - MAJČINSTVO |
| | <p>ALTERNATIVNA KARIJERA</p> | <ul style="list-style-type: none"> - DA, SVI ŽELE - DA, RADI OBITELJI - DA, JER MORA - NE, ZA SADA |
| <p>UTJECAJ PANDEMIJE</p> | <p>REGULACIJE</p> | <ul style="list-style-type: none"> - STROGE - OPUŠTENE - NEJASNE - NEPOŠTOVANE |
| | <p>NEIZVJESNOST ZAPOSLENJA</p> | <ul style="list-style-type: none"> - SIGURNOST - SLABA ZABRINUTOST - JAKA ZABRINUTOST |
| | <p>CJEPIVO KAO MJERA SIGURNOSTI</p> | <ul style="list-style-type: none"> - DOPRINJELO SIG. - MOŽDA DOPRINJELO SIG. - NIJE DOPRINJELO SIG. |
| | <p>CJEPIVO KAO UVJET</p> | <ul style="list-style-type: none"> - OPRAVDANO - NEOPRAVDANO |
| | <p>USPOREDBA SEZONA (2020. I 2021.)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - BEZ VELIKE RAZLIKE - VELIKA RAZLIKA - ZAHTJEVNOST - USPJEŠNOST - NAPETOST |

7. REZULTATI I RASPRAVA

7.1. Konkurentnost hrvatske obale

Pitanja su namjerno poredana određenim slijedom. Prvi dio razgovora odnosio se na konkurentnost Hrvatske u odnosu na ostale zemlje što je svima bilo zadovoljstvo opširnije odgovoriti pa se intervju započinje u ugodnom tonu. Pregledavanjem sakupljenih podataka prepoznate su glavne kategorije: prirodne ljepote, koje su istaknuli baš svi sudionici; turistička ponuda u smislu kvalitete, brojnosti i raznolikosti ponude; infrastruktura i sigurnost boravka u državi. Reljef, točnije razvedenost obale, najistaknutiji je element konkurentnosti Hrvatskog nautičkog turizma prema mišljenju sudionika. Našao se u iskazima svakog sudionika koji ističu da je za plovidbu zgodno to što otoci nisu previše međusobno udaljeni.

Hrvatska je najkonkurentnija u yachting industriji zato jer imamo najmirnije more, znači valovi su jako mali, uvale su jako zaštićene od vjetra (...) Mi imamo 12 različitih vjetrova iz različitih smjerova, svaki vjetar ima svoje karakteristike: maestral je dobar za jedrenje, tramontana dignje mora... za jedrenje nisi ovisan o samo jednoj ruti ili prepriječen za ploviti u nekom smjeru jer možeš izabrati put između otoka koji ti pružaju najbolju zaštitu. Toga u svijetu nema. (S16)

Na Karibima je lijepo, ali između otoka imaš 70 milja što bi s katamaranom bilo skoro 10 sati plovidbe. (S19)

Raznolikost reljefa, ali i raznolikost pripadajućih tradicija koje se njeguju duž obale po velikom je broju mišljenja ono što intrigira goste Hrvatske. Iduće najistaknutije je ugodna klima, vremenske prilike koje rijetko ometaju uživanje na moru te impresivna čistoća mora.

Skroz je drukčije od sjevera Istre, preko divljih Kornata do Dalmacije i samog juga – razvedenost obale znači razne varijacije odredišta, razne zaklone u slučaju lošeg vremena, različite lokalne kuhinje i specijalitete. (S1)

Hrvatska pruža izvanredan yachting doživljaj te da svaki tip gosta može zadovoljiti svoje potrebe i kreirati svoj odmor prema vlastitim preferencijama, bilo da su željni odmora u mirnim uvalama ili izlascima do jutra. (S3)

Ugodna klima znači plovidbu već krajem proljeća, a ugodne temperature protežu se i do sredine jeseni. (S1)

Cijelo Jadransko more je u principu jedna velika uvala, cijelo je zaštićeno i jako je sigurno, preko ljeta nema uvjeta koji mogu ugroziti brodove ovog tipa. (S18)

Gotovo pola intervjuiranih sudionika navelo je gastronomsku ponudu kao iznimno važnu značajku jedinstvenosti Hrvatske.

Bogata gastronomska ponuda mi se čini bitna. Jedemo mediteranski što znači puno različitih morskih plodova, a gosti se nekad začude da se hobotnica jede na krakove ili kad vide neočišćenu ribu s glavom i perajama... a znamo im nekad ispred očiju tako friško ulovljeno pripremat na gradele uz zalazak sunca, ambijent je pun pogodak. (S4)

Osim toga, uz ugostiteljski duh i široku ponudu raznih aktivnosti i mogućnosti zabave, ističu bogatu kulturu i povijest, povoljne cijene i zadovoljavajuću kvalitetu usluge. Bitno je istaknuti da 97,2 % stanovništva Hrvatske smatra susret s turistima iz različitih zemalja vrijednim iskustvom. To implicira na njihovu tolerantnost i otvorenost, a ovo stajalište cijene gosti koji dolaze iz drugih zemalja. Gostoljubivost lokalnog stanovništva visoko je rangirana na ljestvici važnosti pri izboru destinacije u inozemstvu (Strategija razvoja, 2022, 18).

Uz to čisto more i briga prema prirodi u kojoj živimo i radimo, kultura koja je bogata i zanimljiva i ugostiteljski šarm nas Hrvata. Tek kad ploviš po tuđim morima osjetiš jedinstvenost naše obale. (S11)

... nasmijani, veseli i bez predrasuda koje prema drugima ponekad imaju i čak pokazuju turistički djelatnici. (S12)

Cijene su i dalje dosta pristupačne u odnosu na jug Francuske ili Monaco koji su ipak nekima izvan dometa. (S18)

Neki su bolji u jednoj ili drugoj stvari, ali mi imamo cjelovitu ponudu što znači da imamo stare gradove s dugom povijesti, šetnjice i sport da ljudi mogu rekreirati se, imamo čistu prirodu sa sadržajima kao lov ribe, bungee jumping, ronjenja, obilasci špilje, jet ski... (S12)

Sudionici istraživanja većinom vjeruju kako Hrvatska ima razvijenu infrastrukturu, ali ponavlja se mišljenje da ponuda marina u Hrvatskoj nije povoljna.

Kad bih usporedio s Grčkom, Hrvatska ima najbolje marine na Mediteranu, a povoljne. Kad bih usporedio s Italijom, Hrvatska ima previše otoka pa je kapacitet marina dovoljan da se ne stvaraju gužve na top lokacijama i kvare doživljaj kao kod Italije... (S12)

Također, imamo veliku obalu od 280 milja i najbolje smo organizirani, najbolje su nam sređeni portovi i marine, npr. u svijetu nemaš predviđene WC-e za tuširanje kao kod nas, i najjednostavniji smo po tom pitanju, iako smo trenutno i najskuplji. (S16)

Samo jedna sudionica smatra potrebnim poraditi na infrastrukturi ako pričamo o prihvatu mega jahti iznad 24 metra jer zaostajemo za konkurentima.

Znači isključivo po prirodnim značajkama konkurira. Što se tiče dokova za mega jahte, pumpi za gorivo i slično jako smo loši, tu nas gaze Crnogorci, Turci i Grci. (S6)

Hrvatska je procijenjena kao iznimno sigurna država što je preduvjet bilokakvog turizma, a pozitivno je i što još uvijek postoji pomorsko dobro, obala koju nitko ne može prisvojiti te je još uvijek dostupna svakome, odnosno za zajedničko korištenje:

Dalje mislim da smo dosta sigurni, od prirodnih uvjeta do društva u kojem se ne zaključavaju brodovi kad se odlazi van, nema krađa, nema ubojstava...(S7)

Također su se kompanije, a i država, maksimalno prilagodile stanju u svijetu pa smo, najvažnije od svega, bili i ostali sigurna destinacija. (S13)

Još je bitno da Hrvatska obala nije privatizirana za razliku od drugih država gdje stalno susrećeš neke resorte, možeš samo bacit sidro dok ne možeš izaći na obalu – to bi usporedio sa tipa Karibima gdje jednostavno neke dijelove gledaš, a ne možeš izać na obalu. (S12)

7.2. Yachting općenito

Osoba koja radi na brodu izravno s putnicima mora imati određena znanja i informacije te mora u svakom trenutku biti dostupna i ljubazna. Isto tako, osoba koja radi na poslovima održavanja interijera jahte ili posluživanja hrane i pića ne ulaže u svoj posao samo fizički rad, već mora imati značajno razvijene socijalne vještine. Uloga posade na brodu može se sažeti u samo jednoj rečenici nakon svih intervjua:

More zahtjeva, pomalo vojni režim funkcioniranja, budući da je more veliko i ne razumije koncept godišnjeg odmora pa smo mi tu da povedemo napaćene ljude da se potpuno odmore i osjećaju sigurno, a da ima uzbuđenja. (S20)

Rad s ljudima traži prvenstveno komunikativnost pa ne iznenađuje da su to svi sudionici naglasili kao obaveznu vještinu. Zapravo, najčešće spomenute odlike odnose se na skup interpersonalnih vještina uz uvijek pristupačan i vedar stav.

...doslovno ono što piše u oglasima za posao, komunikativnost je skoro uvijek navedena kao prva tražena osobina. (S14)

...ipak su socijalne vještine daleko najvažnije kod posade gdje je kontakt s gostima neizbježan, ponekad i intenzivan. (S18)

Jedan od izazova s kojima se suočavaju zaposlenici u yachting industriji je činjenica da s kolegama ne dijele samo poslovno, nego i životno okruženje. Za to vrijeme druženje posade čini glavni dio interpersonalnih odnosa posade i važno je da se međusobno slažu.

Mora biti timski igrač, pogotovo ako radi s više ljudi, jako se lako svađati oko sitnica na dnevnoj bazi, ali to oduzima previše energije i unosi nemir... (S18)

Često se događaju situacije u kojima se brišu granice specifičnih uloga svakog člana i svaki član posade mora biti spreman skočiti drugom u pomoć ako situacija to zahtijeva. (S3)

U literaturi timski rad podrazumijeva suradnju radi postizanja boljih radnih rezultata, ali i radi poboljšanja radnih uvjeta, što pozitivno utječe na stav zaposlenika, a potom i na posao. Timski rad omogućuje ujedinjavanje sposobnosti zaposlenika, postiže se takozvani grupni kvocijent inteligencije „pri čemu najbolje sposobnosti jedne osobe kataliziraju ono najbolje kod drugih te nastaju puno bolji rezultati od onih koji bi ostvarila samo jedna osoba” (Nikić, 2004, 116).

Nadalje, istaknuta je važnost fleksibilnosti i snalažljivosti zbog nepredvidive prirode posla.

Treba se i prilagoditi različitim kulturama jer ti dolaze sa svakog dijela svijeta. To se stvarno osjeti, te neke navike zaista ovise o naciji, ne samo po prehrani i načinu na koji piju kavu nego opće ponašanje i zahtjevnost. (S7)

Također, primijetila sam da gosti jako vole kada posada razmišlja korak unaprijed i predviđa potencijalne potrebe samog gosta. (S3)

Sudionici su svjesni koliko se cijeni profesionalnost, koliko odgovornost posao zahtjeva i kako uz sve to trebaju prikladnim izgledom predstavljati poduzeće.

Prva i osnovana odlika je profesionalnost, da jednostavno znaš do kraja svoj posao i imaš ga u malom prstu, da barataš s njim. (...) Gost treba imati dojam da je sve pod kontrolom i da je u dobrim rukama, prezentacija je važna za ukupan dojam i zato se turistički djelatnik stalno tako smješka. (S11)

Posada prije svega treba paziti na sigurnost putnika na moru, od toga da se ne plovi po oluji i ne ide na mjesta zagađenja ili zaraze do toga da zna primijeniti prvu pomoć ako dođe do veće ozljede jer nema dostupnog liječnika. (S9)

A traže od tebe da izgledaš lijepo i sređeno. Izgled je na ovoj razini posla čak i uvjet... (S7)

Dakle, traži se visoka razina požrtvovnosti, fleksibilnosti, samokontrole, otpornosti na stres i sposobnosti da se unatoč nelagodnim, problematičnim ili napornim situacijama i zadacima zadrži pozitivan stav. Nema tolerancije za prijestupe.

Gosti kod članova posade najviše cijene maksimalan trud udovoljavanju njihovih želja, znači moraš bit radišan, mislim radiš neprestano. (S3)

Mora biti spreman dati kako se kaže „above and beyond” i bez obzira na sve doći na posao, ne dozvoliti sebi da stavi svoje neke užitke, izlaske, opijanja ispred svojih obaveza. (S20)

Zaključuje se kako uz ovako visoke standarde i zahtjeve ljude i more treba iskreno voljeti kako bi se posao dobro podnosio, a ne samo obavljao.

Mislim da moraš voljet ovaj posao i biti dosta strastven jer po onome što sam ja vidjela svatko može odraditi par tjedana, ali izdržati dugoročno ne može svatko. (S7)

Mislim da je najvažnije za bilo koga tko radi u turizmu stvarno iskrena želja da oduševi gosta, da on stvarno zadovoljan napusti Hrvatsku, a iz toga izlaze onda sve odlike koje su potrebne za ispuniti taj cilj i zahtjev. (S17)

Freelance rad je vrsta rada koju obavljaju osobe koje su nezavisni izvođači usluga ili samostalni poduzetnici. Dakle, sami traže i sklapaju ugovore o radu sa svojim klijentima, umjesto da rade kao zaposlenici u nekom poduzeću. Freelanceri imaju specijalizirana znanja ili vještine u određenom području, a uglavnom nude usluge poput pisanja, uređivanja, programiranja, dizajna, marketinga ili savjetovanja. Ovaj način rada nudi fleksibilnost u radnom vremenu i lokaciji, ali od samostalnih radnika zahtijeva da pronalaze svoje klijente, obračunavaju svoje usluge i upravljaju svojim financijama. Izazovi freelancinga odnose se na neizvjesnost prihoda. Iako za razliku od klasičnog poduzetništva freelancing ne podrazumijeva velika početna financijska ulaganja, probleme mogu činiti samostalno podmirivanje troškova osiguranja i nedostatak osjećaja zajednice koji se stvara u stalnom radnom okruženju (Huđek, Tominac, Širec, 2020, 56-62).

Freelance skiper ili brodska stjuardesa osoba je koja radi kao nezavisni izvođač usluga na privatnim ili charter plovilima, može raditi kao samostalni poduzetnik ili na ugovor o suradnji s agencijama za najam jahti. Freelancer ovisi o prikladnom organiziranju svog posla i pronalasku novih klijenata kako bi održao stabilan protok prihoda. Zato ovaj posao zahtijeva poduzetnički duh i ljudski kapital, dobru mrežu kontakata, stalnu disciplinu i reputaciju kvalitete radi konkurencije na tržištu rada. Pitanje o sklonosti prema freelanceu ili ugovoru dalo je uvid u motive zaposlenja u yachting industriji. Čak 12 sudionika preferira ne vezati se ugovorom za određeno mjesto rada. Dio sudionika otkrio je da se u tom slučaju može tražiti i veći honorar za odrađeni posao, izbjeći agencijska provizija ili jednostavno odraditi veći broj tjedana chartera. Ovakav angažman podrazumijeva manje nadzora, a više kreativne slobode i samostalnosti u donošenju odluka. Postoji ideja da se mijenjanjem projekata i biranjem raznolikih brodova i grupa gostiju stječe veće iskustvo i dinamičnost.

Zato jer kad nema posla ne moram bit vezan uz neki brod, mogu uzet godišnji, ići negdje na dva tri tjedna i vratiti se kada želim, ne ovisim o nikome, samo o sebi, zaradim koliko želim, pa zimu odem na Karibe ako želim još raditi... ali paše mi to na način da mi nije monotono nego stalno nešto novo, drugačije pa mi tako i brže prolazi vrijeme... (S16)

... Jer mi daje veću slobodu i u principu tražim highest billera uvijek iako to funkcionira najviše na nekakvom verbalnom dogovoru između tebe i onoga tko bukira. (S18)

Freelance rad može značiti veću kontrolu nad vlastitim rasporedom rada, manju odgovornost, a više slobodnog vremena. To omogućuje bolju ravnotežu između poslovnog i privatnog života.

... ako se ne obećam za cijelo trajanje ugovora od pet ili šest mjeseci, imam bar nekakve šanse da si dopustim i malo odmora pa kad me rad jako iscrpi uzmem slobodno koliko poželim. (S1)

Sudionici koji su se izjasnili kako preferiraju ugovor naglasili su njegove snažne prednosti, od kojih su najizraženije predvidljivost posla i zaštita prava radnika koju pružaju gosti ili agencija. Napomena o ugovorima odnosi se na dužinu trajanja. Predviđeno vrijeme obavljanja rada može biti sezonsko ili cjelogodišnje, a obvezujući uvjeti podrazumijevaju isključivo jednog poslodavca tijekom tog razdoblja i čuvanje određenih profesionalnih tajni još duže razdoblje.

Ako se radi o povoljnijem ugovoru koji je na nivou cijele godine, s plaćenim i doprinosima, onda je naravno bolje biti vezan ugovorom. (S154)

Zato što pruža neki oblik sigurnosti i meni kao radniku i drugoj strani, odnosno gostu koji koristi uslugu. Na taj način vidim ozbiljnost posla, volim jasno definirane uvjete na papiru, da poslije nema nesporazuma i izvrtanja riječi, čist račun duga ljubav. (S10)

Stalna posada lijep je aspekt vezanja ugovorom ako se poslože ljudi koji znaju skladno surađivati i međusobno osnaživati.

Osjeti se kada ljudi dugo rade skupa, to nam uvijek gosti komentiraju. (S7)

Još ako imaš svoju stalnu posadu, to je za mene pjesma. (S19)

Jedna se sudionica nije mogla odlučiti koju vrstu angažmana preferira, a može se uočiti da su gotovo svi razmišljali o obje opcije angažmana i znaju im prednosti za svoj životni kontekst.

A kasnije kada budem obiteljski čovjek i kad se malo život uozbilji ću gledat sigurno nekakav ugovor i neki staloženiji i mirniji brod. (S11)

Što se tiče **prednosti** rada u ovom poslu, upravo pomorci pod ekonomskim pritiskom često ističu zaradu kao primanu vrijednost koju vežu s brodom. Za razliku od uobičajenih poslova u turizmu masovnog karaktera gdje se potplaćuju i iskorištavaju radnici, najviše studenti i nekvalificirani kao pomoćno osoblje, yachting se kao elitni turizam orijentira prema međunarodnim standardima plaće, a prostor za to ima zbog platežne moći klijenata i njihovog podrijetla iz najrazvijenijih zemalja svijeta. Svi su sudionici naglasili dobre financijske mogućnosti, dok je samo jedna sudionica mišljenja da je to jedina prednost ovoga posla.

Kada usporedim ovaj posao sa ostalima, zahvalan sam s obzirom na visinu plaće. (S12)

Od prednosti su na prvom mjestu financije: dobra zarada u kratkom vremenskom periodu dok se ostatak godine također može baviti još neki posao ili se posvetiti u potpunosti obitelji i samome sebi, imate mogućnosti da negdje otputujete... (S15)

Ti te pare teško zaradiš na kopnu, ako i zaradiš, onda ih i trošiš na vodu, struju, hranu, odjeću, auto itd...na brodu nemaš apsolutne nikakve troškove. (S6)

Nadalje, prilog atraktivnosti ovog posla po odgovorima sudionika mogućnost je upoznavanja novih ljudi i kultura, a često je s tim prepoznata i mogućnost napretka putem gostiju koji su u pravilu iznimno uspješni i perspektivni. Iz sociološke perspektive primjećuje se kako lokalno stanovništvo osjeća ekonomsku nadmoć posjetitelja i nerijetko je pokušava oponašati, što s pozitivne strane može ojačati sposobnost prilagodbe te potaknuti radni zanos (Pavat, 2018, 49).

Provođenje vremena i intimno upoznavanje sa ljudima iz gotovo viših slojeva društva, imao sam priliku promatrat toliko životnih crtica pa nekako i sam rasti uz te kao strance jer definitivno sam propustio svoje doma. (S20)

Ali i stječeš nova poznanstva koja ti dosta pomažu u budućnosti kada ideš ugovoriti neke druge poslove, uvijek ćeš sresti nekoga tko će ti pomoći i tko ima iskustvo u tome što te zanima. Stvaraš takav krug ljudi iz okruženja uspješnih, biznismena, obrazovanih ljudi, utjecajnih koji imaju vrijedna znanja i ako su se dobro proveli s tobom rado će ti dati savjet ili preporuku ako ništa drugo. (S16)

Upoznaš i puno ljudi koji ti mogu pomoći, ne samo karijerno nego i u životu, u tvom shvaćanju svijeta i ljudi, vrijednosti, pogotovo različitih kultura. (S17)

Od ostalih prednosti navedene su mogućnosti putovanja i prilike za općenita nova iskustva koja donose izazove, ali i obogaćuju znanjem za život i uvode dimenziju luksuza u posao.

Posao te za život spremi, izložen si zahtjevima za visokim socijalnim vještinama, naučiš se prilagođavati, koristiš i usavršavaš strane jezike i otupiš na šok situacije, naučiš se živjeti bez obzira na šok situacije, naučiš biti ispred potreba drugih da im doskočiš i prije vremena... to je ono što me privatno odredilo kao jaku osobu, dalo mi stav i samopouzdanje da mogu riješiti svaki izazov u životu. (S7)

Nešto manje od pola sudionika naglasilo je rad na moru kao predivan aspekt rada u yachting industriji, a neki od njih poslužili su se čak i poetičnim opisima:

Volim otvoriti jedra, slušati more kako prolazi, milijun pjesama usklađenih se dešava kada se ugase motori. Ogromna prednost je sloboda, nirvana, ma sve, i po nevremenu i po suncu. (...)

Svaki put kad se uplovljava i isplovljava zaigra mi srce. (S14)

Uživam na brodu pa se često osjećam kao da ne radim.(...). Bude puno teškog rada, ali i puno dobre zabave. (S19)

Ritam koji pruža sezonski rad također se sviđa dijelu sudionika koji onda u zimi uživaju.

Moram istaknut i da ritam rada nekima može predstavljati ogroman plus. Nekim ljudima je lakše raditi neprestano nekoliko mjeseci i onda nekoliko mjeseci odmarati, možda se posvetiti svojim drugim interesima... nego konstantno i svakodnevno kombinirati poslovne i privatne izazove. (S3)

Samo jedan sudionik primjećuje, barem za sebe, samo prednosti rada u yachting industriji:

Nisam prava osoba za procijeniti nedostatke ovog posla, objektivno baš ne vidim neke loše strane. Nekim ljudima je teško raditi ovaj posao jer nemaju strpljenja za ljude i imaju problema s egom. (S18)

Prilikom razgovora o **izazovima** koji prate rad na jahti do izražaja je došlo koliko je zahtjevan ovaj posao, koliko truda i odricanja iziskuje.

A pripreme za iduću sezonu uvijek prati neka depresija jer se opraštaš od svih prijatelja, od svojih užitaka, teško je imati i nekakvu vezu ili posao, fakultet se vuče ako je uz ovo, o djeci da ne pričam. (S7)

Problematika razdvojenosti je velika s obzirom da pomorac propušta vrlo bitne dijelove života svoje obitelji, što boli obje strane. Sudionici su svjesni kako propuštaju odrastanje svoje djece, partnerske odnose i prijateljstva koja su neprirodno na pauzi za vrijeme plovidbe. Upravo je to najčešće naveden nedostatak.

Problemi se javljaju i u privatnom životu, posebno ako vaš krug ljudi nije povezan s pomorstvom pa ne može skroz razumjeti o kakvom se radnom tempu radi. Zbog dugotrajnog izbivanja od kuće mnogi odnosi mogu patiti, bilo da se radi o ljubavnim, obiteljskim ili prijateljskim odnosima. (S3)

I ženski i muški sudionici naveli su teškoće u planiranju obitelji za žene: nedostatak posla, teškoće u napredovanju i time razlog razmatranja druge karijere.

Kao žena, moram istaknuti i težinu planiranja obitelji u ovakvom poslovnom okružju i ritmu.

(S3)

Sveukupno gledajući, stresori su veliki, nedostatak odmora treba izdržati skoro pola godine, a sve to vodi dugoročnom iscrpljivanju.

Treba i dobro podnositi stres s obzirom da je jako zahtjevan i stresan posao koji se odrađuje bez pauza, bez slobodnih dana, sezone su jako duge kod nas i ugovori su dugi.(S15)

Nedostatci su možda prevelika odgovornost prema brodu i posadi koja je meni u početnom dijelu bila dosta stresna. A druga stvar je veliki umor koji ako se nakon nekog vremena ne riješi prerasta u kronični umor i stvarno ošteti osobu... (S11)

Nedostatak odmora je glavni faktor zašto puno ljudi puca u poslu. Ja to mogu izgurati, uz minimalno odstupanje od visoke kvalitete usluge.(S7)

Nedostatak najveći je što nema slobodnog dana, kad krene sezona nema stajanja, zareda se i besanih noći, dežurstava, nevremena, a ti i dalje guraš bez obzira što dan donese. (S19)

Iskazi podupiru sociološku teoriju koja govori o tome kako uvjeti rada na brodu nisu nikako u skladnosti s čovjekovim anatomskim, fiziološkim, psihosocijalnim i psihofizičkim osobinama (Gjukić, 2002, 83).

Rad u yachtingu postane jako iscrpljujuć nakon nekoliko godina rada i nisu svi u mogućnosti baviti se njime dug period, taj akumulirani umor postane velik problem. (S3)

Nedovoljna sistematiziranost rada u yachting industriji također se ističe kao snažan nedostatak, a djeluje na posadu suprotno od motivirajućeg. Dakle, posao nije čvrsto definiran pa uz očekivane zadatke treba odraditi i razne dodatne poslove jer u suprotnome član posade nije dovoljno uslužan, kolegijalan ni poželjan na brodu.

Loše je i što najveći dio gostiju dolazi preko charter agencija koje samo zanima koliko su zaradili, a malo ih se kontrolira što i kako rade, bez nadzora su i apsolutno ih nije važno kakvo je iskustvo gosta, a ja ne volim tako raditi, stalo mi je do gostiju. (S14)

Nedovoljna reguliranost prava i obaveza radnika u ovoj grani industrije. Radnici su često primorani raditi stvari koje nisu u njihovom opisu posla, a i opis posla je veoma općenit pa ima prostora za razna tumačenja. (S13)

Samo smatram da treba postojati nekakav jasniji sustav vrednovanja skipera, ali evo to je druga tema. (S12)

Nedostaci su loše organizirane charter agencije i nesistematiziranost posla. Zависи i kako koja agencija održava svoje brodove i žalim što često nisu sastavljeni timovi kao prave posade nego se ponekad spajaju ljudi koji se nisu nikada vidjeli, a moraju zajedno funkcionirati na brodu. (S8)

...velika većina klijenata koja dolazi nije upoznata sa pravilima igre i pravilima poslovanja. Jesu u uvjetima bukiranja broda i financiranja, ali često ne svaćaju odnos prema posadi i granice svojih želja i prohtjeva. Dosta tu dolazi do konflikta, mislim da ubuduće treba raditi na definiranju obaveza članova posade, ali to i dalje nije službeno. (S12)

Ako zaposlenik osjeća da oko sebe ima ljude u koje može imati povjerenja i koji će mu pomoći, to će ojačati motivaciju, ali i otpornost na stres. Sljedeći iskazi svjedoče o važnosti društvenog života i međuljudskih odnosa posade:

Između sebe posada treba pružati si podršku i u radu i emocionalno jer onda se sve s lakoćom odradi. A od hostesa koje su najviše izložene gostima obavezno se očekuje da su ful ljubazne i nasmijane. (S9)

...često se na brodu nađu različiti karakteri ljudi i ta posada ti postaje obitelj s kojom živiš i radiš svaki dan, cijeli dan i ako ti netko ne paše ili ako si s nekim u svađi onda to može jako otežavati psihički. (S6)

Promatrajući sukobe na brodu, za razliku od sukoba na kopnu, ovdje suprotstavljene strane mogu na brži način prebroditi situaciju s obzirom na to da će vrlo brzo morati međusobno surađivati. Ujedno poduzeća i zapovjednici nikako ne toleriraju svađe (Gjukić, 2002, 85).

Kretanje članova posade uglavnom je ograničeno na brodsko okruženje, a rijetka je mogućnost izlaska čak i nakon odrađene dužnosti, što se odražava kao nedostatak privatnosti i neadekvatni uvjeti života.

Onda život u malom prostoru, smještaj za posadu je malo reć skroman, a i općenito, bez obzira koliko je velik brod opet ste većinu vremena na njemu stalno u istom dijelu, pa nekad zna biti frustrirajuće, i kretanje je veoma ograničeno, pogotovo kuharima koji su cijeli dan u minijaturnoj kuhinji i naprave ukupno 50 koraka dnevno. Sav prostor broda je predviđen za goste, posada mora biti jako diskretna u njegovu korištenju. (S4)

Na manjim brodovima ponekad najosnovnije ljudske potrebe mogu biti problematične, higijena i odmor su nemogući uz često spavanje u grobu i nedostatak vlastitog zahoda, katastrofa... (S5)

Iskreno, na momente imam osjećaj kao da nikad nemam svoj mir jer osim posla sam sa ostatkom posade i gostima. (S5)

Primijećena je nepredvidljiva priroda rada s ljudima i u turizmu općenito:

Zna bit i problema s posadom ili gostima, rad s ljudima je nepredvidiv i lakše je popraviti brodski generator nego budalu od čovjeka. (S19)

A da se bilo što dogodi, brodu ili meni, da se brod uništi ili ja ozlijedim, ili budu okolnosti koje dovode u pitanje turizam, naš posao nije siguran, sve visi o jako tankoj niti i preko noći se može ugroziti. Mi previše ovisimo i računamo na ljeto, a kula od karata lako se može srušiti. (S14)

Jedna važna i osjetljiva tema koja nije unaprijed predviđena, ali se spontano pojavila u razgovoru nekoliko puta je iznimno negativno iskustvo seksualnog uznemiravanja.

Primila sam poruku da traže radnika s naglaskom da su gosti odlični. Možeš mislit.. Ne želim ulaziti u detalje al' bila sam seksualno uznemiravana od strane tih istih „krasnih gostiju”.

Tada mi je došlo da zauvijek odustanem od ovog posla. (S6).

To znači da se ne mogu isfiltrirati ni loši kolege s kojima moraš raditi što ti otežava uz posao kompletno život za dobar dio godine, imala sam i slučaj koji je otišao u krajnost. Bila sam seksualno uznemiravana, to je sve što ću reći. (S10)

Na spomen te teme istraživačica je iskazala suosjećanje i nije inzistirala na detaljima, a sudionice se nisu zadržavale na tim pričama niti pažnju intenzivnije skretale u tom smjeru, ali ipak su pustile svoj glas. S obzirom na emocionalnu ranjivost, za istraživanja o temi seksualnog zlostavljanja trebala bi se učiniti posebna priprema i pažljivije sastaviti informirani pristanak koji bi upozorio sudionice na mogućnost uznemirujućih pitanja.

7.3. Karijerne perspektive

Na pitanje o težnji napredovanja unutar industrije svi sudionici pokazali su želju, odnosno težnju za napretkom. Mnogi su naglasili kako postoje brojne edukacije i da shvaćaju korist nadograđivanja znanja i kasnije u životu. Dio sudionika smatra da je iskustvo kroz rad samo po sebi vrsta usavršavanja i oslanjaju se na vještine s drugim ljudima i sa samim sobom kao adute u poslu.

Definitivno postoji želja za napredovanjem, tako je mislim kod svih, takva je priroda ovog posla. (S10)

Apsolutno, ne nužno da bi bilo dio ture, neke stvari radi sebe tipa windsurfing, surfing, ronjenje na dah, s bocama, svaka nova vještina se nadovezuje na ostale... Svaki put kad se otisneš, more ima lekciju za tebe. (S20)

Velika mi je pobjeda, iskreno, svaka nova godina koju dodam u knjižicu plovidbe, iskustvo donese određeno samouvjerenje i spretnost u radu s ljudima koje nijedan tečaj ne može zamijeniti. (S1)

Osoba koja pruža usluge na jahti osposobljena je primijeniti sve potrebne mjere opreza vezane uz sigurnost putnika, plovila i svoju vlastitu sigurnost. Osim toga, kod izravnog rada s klijentima, tj. gostima očekuje se samo izražavanje organizacijski poželjnih emocija, i to ne samo prema klijentima, nego i prema kolegama.

Ja sam jedna od onih koja se neprestano živcirala prije i naučila sam regulirati svoje emocije nekako.... Imam osjećaj da u slučaju hostese ljude nisu svjesni što znači raditi na brodu, imaju svoju verziju toga jer smo mi uvijek tako nasmijane i upakirano je sve u nekakav sjaj. (S7)

Emocionalni rad proces je reguliranja emocija i izražavanja emocija radnika s ciljem postizanja organizacijskih, tj. korporativnih ciljeva. Istraživanje provedeno u Hrvatskoj 2016. godine pokazalo je da uslužni djelatnici uvijek pokazuju emociju radosti, a najčešće potiskuju ljutnju, tugu i gađenje (Mihaljević, Rafajac i Poljac, 2016). Grandey (2000) piše kako zbog emocionalnog ulaganja u rad u određenom broju slučajeva dolazi do izgaranja (engl. *burn-out effect*).

Industrija je sama po sebi jako konkurentna među različitim destinacijama, različitim brodovima i u nastojanju posade da oduševi sve zahtjevnije klijente, što svi sudionici prepoznaju na temelju svog iskustva.

Uvijek, tko ne napreduje stagnira te je pitanje dana kada će biti nekompetentan na tržištu rada. Rekao bih da je to glavna osobina koja se traži pri odabiru radnika. Edukacije, su svakako plus te iz pozicije kapetana mogu reći da bi uvijek zaposlio kandidate sa više dodatnih vještina što ukazuje na predanost i želju za boljitkom. (S13)

...prilagođavanje klijentima. Kako se mijenjaju njihove potrebe i želje, tako i naša ponuda mora uvijek to pratiti. Kako je gastronomija važan dio priče u zadnje vrijeme, tako treba nuditi moderne jelovnike i najbolje kuhare na svakom brodu ili ako izlaze novi sportovi ili tehnologije, biti siguran da to uvrstimo u ponudu. (S5)

Na pitanje o **napredovanju** pripadnica ženskog spola unutar ove industrije, odnosno problematici spolne diskriminacije, većina sudionika naglasila je mogućnost napretka neovisno o spolu.

„Napredovanje je u ovoj industriji moguće ako si dobar radnik, što se lako pročuje, bez obzira na spol.” (S12)

Vidio sam skiperice iskusnije od mene, isto tako fenomenalne hostese, tako da skidam kapu i svaka im čast. Jedino možda u nekom aspektu fizičke snage što opet one rješavaju na neku tehniku i inteligenciju, na drugu shemu. (S11)

Dio sudionika smatra da ženama nedostaje interes za napredovanjem, uz napomenu da su to sve mišljenja muškaraca, dok žene nisu izrazile sličan stav.

Možda naoko izgleda kao da je ženama teže doći do određenih uloga, no to je sve zbog manjeg interesa od strane pripadnica ljepšeg spola.” (S16)

Iako postoji primjetna razlika između politika u hrvatskim vodama i inozemnim.

Na zapadu žene su puno zastupljenije na pozicijama zapovjednika jahti nego kod nas no smatram da je to više pitanje zainteresiranosti. Yachting industrija na zapadu je već dobro uhodana i žene su osviještene da mogu sigurno napredovati, a kod nas je u zadnjih par godina industrija eksponencijalno narasla, pa tako i interes žena za rad u njoj. (S13)

Po mom iskustvu teško da će žena na neku od pozicija, pogotovo kod nas. Može napredovati od čistačice do laundry cure, mornarica ima rijetko, kao i kapetanica na većim brodovima, iako viđam kod nas ponekad skiperice ako pričamo strogo o yachtingu. (S9)

Tek tri sudionice primjećuju nepravdu i smatraju da je ženama u ovoj industriji teže napredovati na poželjnije pozicije, uglavnom zbog predrasuda o spolnim ulogama.

Žene će nažalost teže doći do „muških” pozicija na brodu, razlog tome su predrasude o sposobnosti ženskog spola na određenim pozicijama. (...) dok bi neki muški koji ima dozvolu na papiru, a nikad nije sjeo u brod, dobio puno bolji brod od mene na povjerenje, nitko ga ne bi provjeravao niti bi se on imao kome dokazivati ako napravi grešku, brzo mu se zaboravi, dok moje greške neki ljudi pamte pa evo već desetljeće... (S6)

Suprotno tome, jedan je sudionik izjavio kako je sve više poželjno i atraktivno vidjeti ženu na visokoj poziciji u yachtingu, a ona može čak biti u prednost prednosti pred muškarcima.

Možda i lakše nego muškarci jer ih nema toliko na velikim brodovima, pa da bude raznoliko i ubije se taj stereotip, možda bi veću prednost čak imala žena, ali ako govorimo o istom iskustvu i kvalifikacijama za taj posao pa da je jedina razlika spol. (S16)

Dakle, većina sudionika smatra kako je yachting industrija ravnopravna po pitanju spolova i slaže se da općenito nedostaje kvalitetne posade.

... ako se daje u ono što radi, to će se brzo prepoznati, pogotovo na toj razini i u tom poslu jer dobrih zaposlenika kronično fali bez obzira na spol. (S18)

Druga strana priče o napredovanju specifična je za ovu industriju i tiče se dugih razdoblja odsustva od kuće. Neravnoteža privatne i poslovne dimenzije života posebno je izražena u planiranju majčinstva. Diskriminacija žena u poslovnom uspjehu u zapadnom svijetu provodi se u smislu staklenog stropa na visokim pozicijama. Međutim, u ovom slučaju žene se ne zaustavlja niti ne osporava izvana, naprotiv, industrija ih poziva i treba. One osjećaju da ostvarenje u yachting karijeri nespojivo sa obiteljskim ostvarenjem jer nije moguće biti na dva mjesta u isto vrijeme, jer se ne radi samo o poslu, nego o stilu i ritmu života.

Žene najviše koči što ako planiraju osnovati obitelj moraju propustiti par sezona, a i pitanje je hoće li se htjeti ili moći vratiti nakon što rode. (S4)

Muškarcu se ne prigovara kada radi karijere ostavi obitelj na nekoliko mjeseci, a žena se ni sama ne bi osjećala dobro da ne govorim kako bi je okolina osuđivala. Ovo je poseban stil

života ako se gradi karijera, cure rade uglavnom studentski dok su mlade i mogu izdržat tempo, mislim da je prekretnica negdje oko tridesete. (S7)

Dakle, prisutan je osjećaj dvostrukih mjerila i općenito shvaćanje da yachting industrija za žene ima određeni rok trajanja. Ovakvi iskazi ponavljaju se u idućem pitanju o razmatranju alternativne karijere.

Težim napredovanju i potičem na to sve svoje kolege. Međutim isto tako smatram da karijera za prosječnu žensku osobu na brodu traje od sedam do deset godina. (S9)

Tako da sam svjesna da ću se kad tad morat iskrcat ako bi se ostvarila kao majka i žena nekome. Problem kod žena koje žele biti mame je taj što imaju priliku krenuti u nekom smjeru prije djeteta i one idu na brod, kad jednog dana dođe dijete i napuni godinu dana, te žene se teško mogu vratit na brod i ostavit dijete doma pola godine...tako da one moraju ponovno startati od nule, s djetetom, jer ih ne čeka posao ka sta bi većinu žena čekaao na kopnu i da uzmu porodiljni. (S6)

Posao koji nije povezan s yachting industrijom nešto je o čemu većina sudionika mašta:

Mislim da dosta ljudi u konačnosti razmišlja o poslu na kopnu, da bi malo odahnuli i da bi stvorili neku familiju kojoj nisu stranci jer se ne vide dugo. Naravno, mislim da svaki pomorac razmišlja o svojoj budućnosti i nekom boljem ili lakšem poslu od plovidbe. (S15)

Kolege i gosti me cijene, a i imam energije za sigurno još nekoliko godina u ovoj industriji. Trenutno tu imam još novih zanimljivih prilika pa ću ostat dok mi ne dosadi ili me život odvede drugim putem. (S12)

... Ova industrija mi je otvorila mnoga vrata za druge poslove i zato potičem sve svoje prijateljice da odu u taj posao bez obzira što je naporan i što ti fali dom, ali u samo par sezona može se mnogo izvući, kužiš, svima kažem idi i bar probaj,. (S9)

Dva su sudionika odgovorila kako bi rado ostala u yachting industriji cijeli život ako bi to bilo moguće s obzirom na to da je posao iznimno intenzivan.

Evo ovisi najviše o jednoj ozljedi koja me podučila da će doći vrijeme kad neću više biti u mogućnosti raditi ovaj posao sa istim elanom i lakoćom. (S20)

Ne mogu se trenutno zamisliti da radim nešto drugo. Imam nekih ideja, ali to su sve samo ideje, vjerujem da ću s vremenom to više razraditi, vjerojatno ću morati. Mislim da nakon određenih godina ne mogu svi fizički više ni raditi ovaj posao. (S19)

7.4. Yachting industrija i COVID-19

Što se tiče pitanja o regulacijama putovanja za vrijeme pandemije, cilj je uvid članova posade o tome kako su se ograničenja provodila i shvaćala. Jasno je propisano da je boravak u zatvorenim prostorima bio ograničen na manje grupe, propisane su mjere socijalnog distanciranja, redovita testiranja bila su obavezna za goste i posade, a po potrebi se provodila samoizolacija osoba prema smjernicama Ministarstva zdravstva. Ali kakav je sveopći dojam o putovanjima uz sve te propise i kako je to izgledalo na jahtama u praksi?

Kad sam se ukrcala na brod dojam je bio skroz drugačiji, nismo toliko pratili medije i u osami, uz dobru hranu i piće zaboravili smo da je svijet u krizi. (S7)

Kada je riječ o međunarodnim putovanjima, zbog ublažavanja širenja zaraze virusom čak šest sudionika navodi kako su im regulacije bile nedovoljno jasne. Ističu da je tako zato što su se često mijenjale, a ponekad su doslovno iz dana u dan vrijedila drugačija pravila.

Jako sam sretna da nismo imali slučaj zaraze na brodu jer zapravo nitko nije znao točnu proceduru ako bi se to dogodilo, znali smo samo da bi to jako kompliciralo posao, od traženja zamjenskih radnika do mogućeg gubljenja i trenutnog i budućeg chartera. (S4)

Prema stavu sudionika i reakcijama njihovih gostiju, za vrijeme pandemije mjere u Hrvatskoj uglavnom nisu smatrane nepodnošljivima ni rigoroznima. Primjetno je kraće trajanje turističke sezone, kasniji početak, a raniji završetak i kompliciranije procedure prijave gostiju.

Moje iskustvo je da smo imali najviše posla ikada, ali same mjere opreza i nisu bile nešto posebno (...) naravno nije bilo toliko izlaženja s broda, maske i rukavice su se koristile na kopnu, ali mi na brodu smo radili bez zaštitne opreme jer smo se testirali svako malo. (S9)

Jest da se smanjio broj tjedana, ali mislim da je nautika posebna branša, jahte su luksuz i naši gosti nisu se puno osvrtni na ograničenja, jakim financiranjem se sve uglavnom rješavalo. Jedino što se tiče straha, znali su gosti sami odustati, zato smo na brodu imali stalno dezinfekcije i testove na covid, provjeravalo se jesmo li cijepljeni. Osjetile su se neke promjene, ali ne bih rekla drastične kao u ostalim branšama. (S7)

Ako se u obzir uzmu međunarodne plovidbe, neki sudionici ipak misle da su mjere bile stroge.

Općenito je u našim vodama je bilo lako i jedine zapreke su zapravo imali gosti koji su stizali u smislu dodatne papirologije, provjera, eventualno dana i tjedana izolacije. Ali ako bi brod

išao u međunarodnu plovidbu to je značilo sve te procedure proći ponovno, uključujući posadu, u najbližoj marini po prelasku granice i malo tko je imao strpljenja to prolaziti. (S6)

...jako smo pazili na to i imali redovite kontrole od agencije između dvi smjene gostiju. (...) Čak bi u nabavu hrane išla uvijek samo jedan i po povratku oblačio čistu uniformu, nije bilo šale, razmišljali smo na način bolje spriječiti nego liječiti. (S8)

Sudionici su u većem broju provodili sve propise uz najveću ozbiljnost, kako se i očekuje od ovakvoga kadra i usluge na visokoj razini. Međutim, uzimajući u obzir podatke koji navode kako se neke mjere nisu provodile u skladu s pravilnikom, ovim se radom upućuje kritika takvom načinu poslovanja.

Sve te regulacije su bilo smiješne jer čim bi došlo do ukrcaja skidale su se maske i više tu nema neke velike pameti. (S19)

Rekao bih da se provodilo po potrebi. Od gosta do gosta (...) Nama je bilo bitno da smo imali sve papire, a kako su oni nabavljeni je siva zona. (S17)

Ali kada se jednom došlo na brod apsolutno se ništa nikad nije provjeravalo, nakon ukrcaja gostiju na brodu je sve uglavnom funkcioniralo kao i prije. (S16)

Nerijetki su dojmovi da ljeti medijsko izvještavanje i statistički podatci o broju zaraženih nisu bili realni, već eufemizmi stvarnog stanja u Hrvatskoj i svijetu stvoreni u svrhu opstanka gospodarstva. Dokaz je to nepovjerenja društva u državne institucije i sredstva informiranja koji je karakterističan za razne teme, a dodatno je naglašen u ovoj kriznoj situaciji.

Radilo se kako se zna i može da službeno ne bude pozitivnih testova, bez obzira na stvarnu situaciju. (S14)

Hrvatska je ipak bila jedan od sretnih slučajeva za vrijeme pandemije. Moglo bi se reći da je u usporedbi s ostatkom svijeta odlično prošla kao turistička destinacija jer je bila u takozvanoj zelenoj zoni za turiste od lipnja 2021. godine pa tijekom ostatka ljeta.

Bili su neki gosti koji su se više plašili, nisu željeli izlaziti u luke i tada bi se nakrcali hranom i pićem i zaustavljali se po sidrištima. A s druge strane, neki gosti kad su došli iz malo strožih režima jako su se veselili opuštenoj atmosferi naše obale. (S19)

Za vrijeme pandemije je to bilo dosta kompliciranje, ali nije bilo nemoguće i zapravo se izlazilo u susret ljudima u yachting industriji i svi smo mi radili, otežano, ali smo bili sretni

da imamo posao, u to se vrime yachting industrija je u Hrvatskoj se dobro držala, predstavljali smo se kao corona free zona što je i bila istina. (S12)

Osim zakonskih regulativa i adaptacije poslovanja na razini poduzeća, izniman utjecaj na rad je psihološki faktor stabilnog profesionalnog statusa. Na sljedeće pitanje o nesigurnosti posla vezano za pandemiju sudionici su najčešće iskazivali zabrinutost zbog zdravstvene situacije u svijetu i njenog odraza na turizam.

Zabrinutost za posao bila je prisutna kod većine sudionika/sudionica istraživanja, ali neki su se od njih pouzdali u uvjete na brodu koji nemaju značajke velikih okupljanja, već su to bliske grupe ljudi.

Nismo mislili da će se uopće moć raditi, a kamoli da se uopće izvuče sezona u nekom plusu. Malo tko je vjerovao da će bit išta od sezone, da je ljudima do turističkih putovanja i bila je pesimistična situacija jako. (S15)

Laže tko kaže da nije bio zabrinut, bila sam zabrinuta jer je u zraku stalno bila doza neizvjesnosti. Generalno je 2020. bila nesigurna godina koja nam je samo pokazala koliko je rad u turizmu sklizak teren i koliko je malo potrebno da se svakome karijera uruši totalno, a time i egzistencija. (S3)

Postojala je mala briga, ali nekako sam znala da će biti posla i bilo ga je, ipak je ovo specifična industrija. (S1)

Fizička i socijalna izolacija pomoraca, ograničavanje njihovog kretanja na brodu i adaptacije u ponašanju koje posada vrši kao čin prilagodbe povezuju brod s Goffmanovim radom u totalnoj instituciji čiji se uvjeti uspoređuju sa zatvorskim (Simons, 2013, 62–68). Suprotno tome, kontekst prijeteće zaraze sada prikazuje izoliranost kao jednu od najvećih prednosti, što za čak četvrtinu sudionika/sudionica predstavlja sigurnost zaposlenja.

Nisam se puno brinuo, znao sam da će posla biti, ne može sad cijeli svijet stati, iako je na trenutke tako izgledalo. (S13)

Charter je upravo zbog izoliranosti bio najpopularniji za vrijeme pandemije jer je sveden na interakcije malo ljudi, odmor na brodu prepoznat je kao idealan. (S5)

Bio sam malo zabrinut, da, ali sam opet znao da su šanse da radim tipa devedeset posto, ali da mi je to sad jedini izvor prihoda i da mi je to bio jedini način otplaćivanja nekih kredita i dugova, koje srećom nisam tada imao, ne bih bio dobro. (S11)

Pojava cjepiva značila je i veću sigurnost putovanja prema mišljenju 13 sudionika/sudionica.

Pretpostavljam da su tako i naši klijenti razmišljali, svi naši stariji gosti bili su cijepljeni jer imaju puno za izgubiti, oni su često bili samo po godinama rizična skupina. Osim toga, ljudi na zapadu puno više vjere imaju u znanost, umjesto da izmišljaju razloge za pobunu nadaju se povratku normalnom životu. (S1)

Za mene to nije značilo samo sigurnost putovanja, kao radnik sam se osjećala sigurnije i raditi sa toliko ljudi iz cijeloga svijeta jer sam izložena virusu kroz svoj posao više nego netko tko radi za računalom. (S9)

U početku smo priželjkivali pojavu cjepiva što prije jer je to označavalo početak stabiliziranja poslovanja i putovanja te povratka u ajmo reći normalan život. Iako nije apsolutno učinkovito, možda barem donekle umanjuje posljedice i širenje. (S2)

Nekolicina naglašava da je to više utjecalo na osjećaj sigurnosti nego na stvarnu zdravstvenu zaštitu, dok se većina slaže da je olakšalo putovanja i pozitivno utjecalo na posjete. Također, sudionici priznaju da su zbunjeni po tom pitanju ne mogu se odlučiti u što da vjeruju.

Pojava cjepiva osigurala je veći osjećaj sigurnosti, a ne veću sigurnost po mom mišljenju. Na brodu su se gosti osjećali sigurnije ako su oko sebe imali cijepljene ljude, ali to nije isključivalo mogućnost zaraze, tako da to, po mom mišljenju, nije skroz imalo smisla. (S3)

Ne znam je li povećala sigurnost, ali je sigurno osigurala mogućnost putovanja. Meni, a i mnogim ljudima se to sumnjivo brzo odvijalo. Imam dojam da je to bio izgovor za nastavak normalnog života pa su brzinski progurali to cjepivo i potvrde. (S17)

Tek jedan sudionik i jedna sudionica imali su izrazito kritičan stav prema cjepivu u kontekstu sigurnijeg putovanja i ne vjeruju u nikakve pozitivne učinke cijepljenja.

Ne smatram da je pojava cjepiva osigurala veću sigurnost putovanja zato što je cjepivo glupost i ja sam pobornik ne cijepljenja. Što smo napravili vidjet ćemo kako će se pokazat dalje. Uveli su zabranu, pa su izmislili propusnicu za izbjeći tu zabranu, na taj način je pomoglo. (S14)

Ma koje ostvarivanje sigurnosti, kada je opće poznato to da se i oni cijepljeni mogu zaraziti i prenositi virus. (S6)

Cjepivo kao uvjet za zaposlenje podržava tek petina sudionika, od kojih jedan sudionik pitanje relativizira i smješta u razne kontekste gdje bi bilo logično, dok se jedna sudionica izjasnila

kako joj je svejedno postoji li takav zahtjev za zaposlenje jer se ona svakako cijepila radi svoje zaštite. Ipak, prihvaćanjem obaveznih mjera pokazuje se ozbiljnost kojom je shvaćena pandemija kao prijetnja poslovanju u industriji i prilagodba klijentima kako bi se ostvarilo poslovanje.

Cijepljenje odnosno necijepljenje je individualan izbor, ali u yachting industriji je to imperativ. Tko se ne želi cijepiti neka ne radi. (S13)

Mislim da nije bilo prave prisile radi nečije volje ili odluke direktora, firme su morale održati svoje poslovanje i to je u tom momentu bio jedini način da se održi posao i da stvari funkcioniraju. Zapravo su više gosti bili oni koji su uvjetovali, tako da nije samo poslodavac onaj koji diktira u ovom poslu. Jedino tako smo mogli razmišljati o ikakvoj sezoni. (S15)

...nije baš najpoštenije, ali istovremeno i razumijem rad u nautičkom turizmu. Jednostavno je, mi smo hospitality, mi radimo s ljudima i logično je da je poželjna stvar, da bi se gosti osjećali sigurnije, da bi bili konkurentniji na tržištu i to su prednosti... za promociju. (S16)

Dakle, većina intervjuiranih ultimatum cijepljenja ne smatra opravdanim i zagovara osobna prava pojedinaca. Neki se čak pozivaju na Ustav.

Ali neću nikome dopustiti da mi uvjetuje s nečim šta bi trebao biti moj izbor...jedino da sam na ulici i gladna i nemam izbora...ali to je jako loše šta su radili ljudima...oduzimali im osnovno ustavno pravo svakog čovjeka.. pravo na slobodu. (S6)

Srećom, postoji neki broj poslodavaca koji to ne uvjetuju i uvijek možemo otići na drugi brod. Generalno to ne bi trebao biti diskriminirajući faktor, pogotovo kad sad s nekim vremenskim odmakom gledamo na ukupni pandemijski period. (S3)

Mislim da to ne treba biti nikakav uvjet nego samo pitanje svijesti osobe i njene odgovornosti prema društvu pa se na nekakav lijep način osobu može potaknuti. Ali da je to razlog za ne dobiti posao ili još gore, dobiti otkaz, nikako ne smatram poštenim. Zato i jesu ljudi počeli falsificirati te potvrde o cijepljenju, jer oštrim protivnicima nije preostalo ništa drugo, a znamo svi da, kad moraju, ljudi nađu načina da zaobiđu pravila. (S1)

Usporede li se odgovori na pitanje o zaštiti cjepiva i uvjetovanju cijepljenja, može se zaključiti da je nametanje ono što najviše brine ljude i stvara nezadovoljstvo posade.

Za posljednje pitanje o usporedbi sezona s obzirom na pandemijske okolnosti većinski je dojam da je sezona 2021. godine bila znatno uspješnija. Ovako su sudionici opisali rad u yachting industriji uz pandemiju 2020. godine:

E 2020. je bila godina straha i kaosa, sezona je trajala jako kratko i putovanja su bila zabranjena, od kraja svibnja do kraja kolovoza. Nije bilo letova, gostima koji su van Europske unije jednostavno nije bilo moguće doći do nas. (S5)

Pa što se tiče gužve po Jadranu i što se tiče mora, otoka, 2020. je bila puno mirnija i čistća. (...) Iako smo imali manje posla, dolazili su ful zahtjevniji gosti, nekako mi se čini da je to bila samo viša klasa koja je uspjela doći na more na sedam dana za vrijeme pandemije. (S9)

Tko voli ovaj posao nije odustao od njega, borio se u danim okolnostima i čekao bolja vremena. Uvijek postoje slabije godine što se tiče zarade ili uvjeta, ali sve se to lako promjeni i sve skupa mislim da će za kvalitetnu uslugu uvijek biti potražnje. (...) Po mom iskustvu, dvije sezone su bile neusporedive, ne znam točno koje su brojke... Sezona 2020 je grcala u panici, charteri su prodavali svoje brodove i krpale su se neke rupe očajnički. (S11)

Razliku sam najviše osjetio u psihama ljudi i regulacijama koje su se provodile 2020. i kolektivnog osjećaja neizvjesnosti. Istina da je posao malo opalo, ali mislim da je dobro što su se pandemijske mjere kod nas koristile umjereno i humano pa je samim time Hrvatska bila mjesto gdje si se želio odmoriti, upit sunce, gledat lipe šjorine i vrag odnija prišu. (S20)

Postoje i zadovoljavajuće procjene te sezone. Ti sudionici iz svoga iskustva nisu imali dojam velike razlike, a ako to usporedimo s preferiranom vrstom angažmana, možemo primijetiti da su to redom sudionici koji preferiraju ugovorni rad. Moguće je da su njihovi poslodavci poduzeli potrebne mjere da zadrže najavljene goste poput prebacivanja dolaska u pogodniji termin, snižavanja cijena ili zbog već uplaćenog pologa.

Iskreno, ako je i bilo gubitaka, ja ih nisam osjetio, znam da smo međusobno pričali da je sezona bila omogućena uz pomoć Covid potvrda, bile one krive ili prave, ali sve u svemu, po mom iskustvu u 2021. sezoni nije bilo gore ni bolje od prethodne sezone. (S17)

Što se tiče nautičke sezone, iskreno, nema prevelike razlike. Možda je jedina razlika kraće trajanje sezone i strože regulacije u periodu 2020. Ali u usporedbi s drugim industrijama, smatram da je yachting industrija dobro i prošla u pandemiji u pandemiji kao vid vrlo sigurnog oblika putovanja i odmora. (S13)

Ipak, većina sudionika procjenjuje 2021. kao znatno uspješniju godinu:

Godine 2021. ljudi su jedva dočekali da popuste regulative, svi koji su prvu godinu pandemije iz bilo kojeg razloga preskočili ili odgodili svoje putovanje, iduće ljeto su iskoristili sve mogućnosti da ga ostvare. Mislim da se to pokazalo i u brojkama. (S7)

Iduća sezona već je bilo puno optimističnija od početka, ali osjetilo se to kasnije i po tome koliko smo radnih dana imali i po zaradi. (S10)

Naravno da je olakšalo, procijepljenost nam je omogućila da se predstavljamo kao sigurna destinacija, bili smo atraktivniji zbog tog dojma manjeg rizika od zaraze, a reputacija puno znači. (S14)

Po mom dojmu 2021. godina je bila puno bolja, covid potvrde su olakšale jer su svi mogli ući u Hrvatsku bez testa. Ta je sezona bila jaka, brodovi su bili bukirani do kraja desetog mjeseca čak, inače je to do kraja devetog mjeseca. Ljudi su godinu prije bili stalno zatvoreni, sva im je priča oko korone počela ići na živce i zato je 2021. najjača, čak unazad 10 godina. (S16)

7.5. Tablica 5. Tablični prikaz rezultata

| KATEGORIJE | KODOVI /učestalost | SUDIONICI spominju u svojim odgovorima |
|-------------------|---|--|
| PRIRODNE LJEPOTE | RELJEF /20 UGODNA KLIMA /9 RAZNLIKOST /9 ČISTOĆA /9 POVEZANOST /4 | - 1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20 - 1,4,8,9,13,14,16,18,20 - 1,3,4,5,6,7,10,15,16,19 - 1,5,6,7,11,12,13,17 - 7,13,15,19 |
| TURISTIČKA PONUDA | GASTRONOMIJA /9 KULTURA I POVIJEST /6 EVENTI I AKTIVNOSTI /6 POVOLJNA CIJENA /4 KVALITET USLUGE /3 | - 1,3,4,7,10,11,15,18,19 - 5,11,12,13,16,20 - 1,3,12,15,19,20 - 9,10,14,18 - 10,11,20 |
| INFRA-STRUKTURA | MARINE (SKUPE) /7 BRODOVI I AGENCIJE /5 KOPNENI I ZRAČNI PR. | - 2,5,(6),11(11),12,13,16(16),17 - 2,5,10,17,20 - 11 |
| ZAKONI | NISKA STOPA KRIM. /4 PRISTUP OBALI LIBERALNI | - 7,9,15,20 - 12 - 4, 14 |
| CJELOVIT PAKET | ŠIROK SPEKTAR PONUDE | - 1,3,12,19 |
| ODLIKE POSADE | KOMUNIKATIVNOST /13 VEDRINA/ 8 RAD U TIMU /7 FLEKSIBILNOST /10 MENTALNA SNAGA /7 RADIŠNOST /6 SNALAŽLJIVOST /4 PROFESIONALNOST /8 ODGOVORNOST /5 PREZENTABILNOST /5 ZNANJE (JEZICI) /4(4) STRAST PREMA POSLU/3 | - 2,4,5,7,8,10,11,12,14,15,16,18,20 - 2,4,6,9,11,12,16,17 - 2,3,5,6,9,15,19 - 1,3,5,6,7,11,13,16,17,20 - 5,7,10,14,15,19 - 2,3,6,10,14,17 - 1,2,3,7 - 5,6,10,11,12,13,19,20 - 2,7,9,11,20 - 7,11,13,15,19 - 5,8,11,18 (15,18,19,20) - 7,15,17 |

| | | |
|---|--|---|
| <p>PREFERIRARNI ANGAŽMAN</p> <p>I</p> <p>POJAŠNJENJE</p> <p>(NAVEDENI SU RAZLOZI VIŠESTRUKI)</p> | <p>FREELANCE SLOBODA I ODMOR /8 NOVAC /4 DINAMIČNOST /2 ISKUSTVO /2 MALA ODGOVORNOST</p> <p>UGOVORNI RAD PREDVIDLJIVOST /8 ZAŠTITA /5 STALNA POSADA /4 SNALAŽENJE /2</p> <p>NEODLUČNA</p> | <p>- UKUPNO 12 SUDIONIKA - 1,2,6,8,9,12,16,18 - 2,4,5,18 - 16,20 - 11,17 - 7</p> <p>- UKUPNO 7 SUDIONIKA - 1,4,7,11,14,16,17,19 - 6,10,13,14,15 - 4,7,16,19 - 10,15</p> <p>- JEDNA SUDIONICA: 4</p> |
| <p>PREDNOSTI</p> | <p>NOVAC (ISKLJUČIVO)/15 UPOZNAVANJE LJUDI/15 PUTOVANJE /9 ISKUSTVA, ZNANJA /9 RAD NA MORU/7 SLOBODA ZIMI/8 PRILIKE NAPRETKA/5 LUKSUZ/3</p> | <p>-1,2,3,4,7,9,10,11,12,14,15,16,17,18,20(,6) - 1,2,4,5,7,9,10,11,12,13,15,16,17,19,20 - 2,4,5,9,10,11,12,13,15 - 4,5,7,11,13,15,16,17,19 - 5,12,14,15,18,19,20 - 1,3,7,8,9,15,18,19 - 1,5,9,13,16 - 1,2,5</p> |
| <p>IZAZOVI</p> | <p>ODSUSTVO OD KUĆE/ 11</p> <p>NED. ODMORA /8 PSIHIČKI PRITISAK /6 D. ISCRPLJIVANJE /5</p> <p>NESISTEMAT. RAD /6</p> <p>ODNOS SKOLEGAMA /6 NED. PRIVATNOSTI /4 UVJETI ŽIVOTA /3 NEPREDVIDIVOST /3</p> <p>S. UZNEMIRAVANJE /2</p> <p>SAMO PREDNOSTI</p> | <p>- 1,2,3,4,5,7,11,13,15,16,17</p> <p>- 1,5,7,8,9,15,16,19 - 1,2,6,7,11,16 - 2,3,11,14,20</p> <p>- 6,8,10,12,13,14</p> <p>- 6,8,9,10,17,19 - 2,5,7,8 - 4,5,15 - 9,14,19</p> <p>- 6,10</p> <p>- 18</p> |
| <p>NAPREDOVANJE KROZ EDUKACIJ</p> | <p>TEŽNJA PRISUTNA /20 TEČAJEVI BREVETE STRANI JEZIK JEDRENJE NEFORMALNO ISK.</p> | <p>UKUPNO SVIH 20 SUDIONIKA - 1,3,4,10,14 - 6,9 - 7, 15,17 - 2 - 7,11,16,18</p> |
| <p>ŽENA U YACHTINGU</p> | <p>DISKRIMINIRANA /3 TEŠKOĆE, IPAK MOŽE /2 OBITELJSKI ŽIVOT</p> <p>JEDNAKA MUŠKARCU /15 (NEZAINTERESIRANA)</p> | <p>- 2,6,9 - 7,9 - 4,6</p> <p>- 1,3,5,8,10 -11,12,13,14,15,16,17,18,19,20 (13, 16)</p> |

| | | |
|--|--|--|
| ALTERNATIVNA KARIJERA | DA (SVI ŽELE) /12 DA, RADI OBITELJI /2 DA, JER MORA /2 NE, ZA SADA /4 | - 1,2,3,7,8,9,10,11,12,13, 14, 15 (3,15) - 6,17 - 19,20 - 4,5,16,18 |
| REGULACIJE U VRIJEME PANDEMIJE | STROGE /4 OPUŠTENE /9 NEJASNE /7 NEPOŠTOVANE /3 | - 2,11,12,20 - 1,3,6,7,9,10,15,16,19 - 2,4,5,6,8,14, 17 -14,17,18 |
| NEIZVJESNOST ZAPOSLENJA | SIGURNOST /5 SLABA ZABRINUTOST /7 JAKA ZABRINUTOST /8 | - 5,8,9,13,19 - 1,4,6,11,12,17,18 - 2,3,7,10,14,15,16,20 |
| CJEPIVO KAO MJERA I DOPRINOS SIGURNOSTI | DOPRINJELO /13 MOŽDA DOPRINJELO /5 NIJE DOPRINJELO /2 | - 1,4,7,8,9,10,12,13,15,16,18,19,20 - 2,3,5,11,17 - 6,14 |
| CJEPIVO KAO UVJET | OPRAVDANO /4 NEOPREDJELJEN /2 PRAVO NA IZBOR /14 | - 1,13,15,16 - 10,20 - 2,3,4,5,6,7,8,9,11,12,14,17,18,19 |
| (2020. I 2021.) USPOREDBA SEZONA PO SUBJEKTIVNOM DOJMU | BEZ VELIKE RAZLIKE /4 VELIKA RAZLIKA 2020. ZAHTJEVNA 2021. USPJEŠNA 2021. MANJE NAPETA | - 6,13,15,17 - 2,3,4,5,9,10,14 - 1,2,5,7,8,10,11,12,16,18 - 3,13,19, 20 |

7.6. Analiza kvantitativnih podataka

Konkurentnost hrvatske obale

Indeks konkurentnosti u turizmu mjera je koja se upotrebljava za uspoređivanje konkurentnosti turističkih destinacija u globalnom turističkom sektoru, a objavljena je na Svjetskom gospodarskom forumu. Ona uključuje upravo spomenute faktore: prirodne i kulturne resurse, infrastrukturu, turističke usluge, sigurnost, prometnu povezanost i kvalitetu okoliša. U nastavku je naveden položaj hrvatske u odnosu na ostalih 140 globalnih tržišta prema izvještaju Svjetskog gospodarskog foruma.

Tablica 2. Rang Hrvatske na popisu 140 zemalja svijeta poredanih prema indeksu konkurentnosti. (izrada autorice prema WEF, Travel Tourism Development).

| godina | 2007 | 2015 | 2017 | 2019 | 2021 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| rang | 38 | 33 | 32 | 27 | 46 |

Hrvatska Strategija razvoja do 2030. godine za cilj ima ponovno zauzeti 35. mjesto ili bolje, a cilj je indeksiranja postizanje boljeg položaja u ukupnom poretku kroz stalno unaprjeđenje upravljanja turističkim razvojem, čime se ostvaruje održiv turizam u Hrvatskoj. U ovom kontekstu, posebna pažnja posvećuje se reformskim procesima koji će pomoći u unapređenju poslovnog okruženja i ljudskih resursa, s obzirom na to da na tim područjima najviše zaostaje.

U 2019. godini konkurentnost na tržištu rada u turističkoj industriji u Republici Hrvatskoj bila je izrazito niska. S 42.924 nedostatna zaposlenika zauzela je 103. mjesto na ljestvici od 140 zemalja prema Indeksu globalne konkurentnosti u području ljudskih potencijala i tržišta rada. Usporedba s godinom 2015. pokazuje pad za 23 mjesta (Strategija razvoja, 2022., 33).

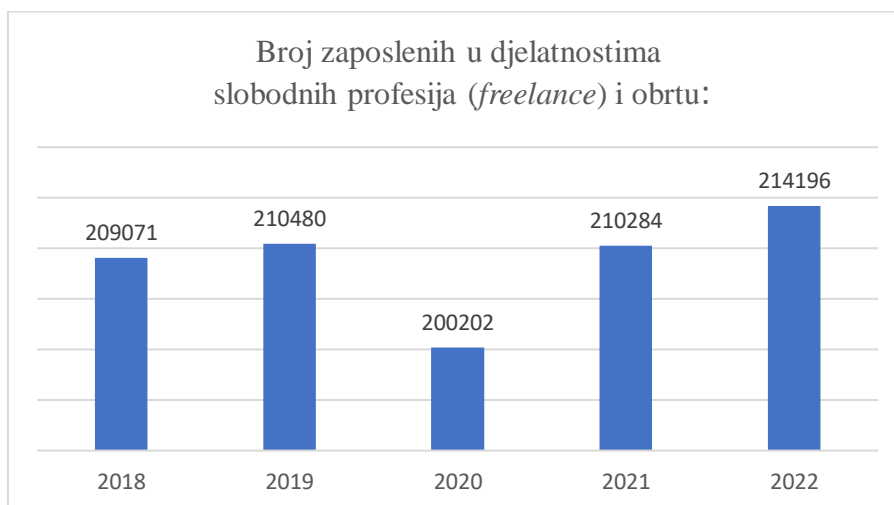
Prema indeksu konkurentnosti za poslovno okruženje Hrvatska se u 2019. godini nalazila tek na 123. mjestu od 140. To ukazuje da Hrvatska ima nepovoljno i nekonkurentno poslovno investicijsko okruženje. U usporedbi s drugim mediteranskim zemljama, razina investicija zaostaje za 2,5 do 5 puta. U turistički razvijenim područjima izgradnja novih smještajnih kapaciteta visoke dodane vrijednosti nije praćena odgovarajućim povratom ulaganja. Također, privatni su ulagači relativno nezainteresirani za ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju u Hrvatskoj. S druge strane, odlični su rezultati za očuvanje okoliša – 14. mjesto, kao i za sigurnost destinacije – 35. mjesto (Strategija razvoja, 2022, 151). Zemlje s višom stopom učestalosti uobičajenog kriminala i nasilja, a nižom stopom pouzdanosti policije i sveobuhvatnosti sustava u djelovanju protiv terorizma vjerojatnije će odvratiti posjetitelje.

Doprinosi turizma zajednici

Anketa provedena 2022. godine pokazala je kako postoji visok postotak lokalnog stanovništva koji vjeruje da turizam može doprinijeti izgradnji infrastrukture i pružanju novih usluga. Konkretno, 58 % ispitanika slaže se da se razvojem turizma može poboljšati infrastruktura, 66 % slaže se da će razvoj turizma omogućiti lokalnom stanovništvu pristup većem broju sadržaja, a 75 % slaže se da će razvoj turizma unaprijediti ponudu sportskih, kulturnih ili zabavnih događaja, moguće zbog dosadašnjeg razvoja (Strategija razvoja, 2022, 119).

Rad u suvremenom društvu

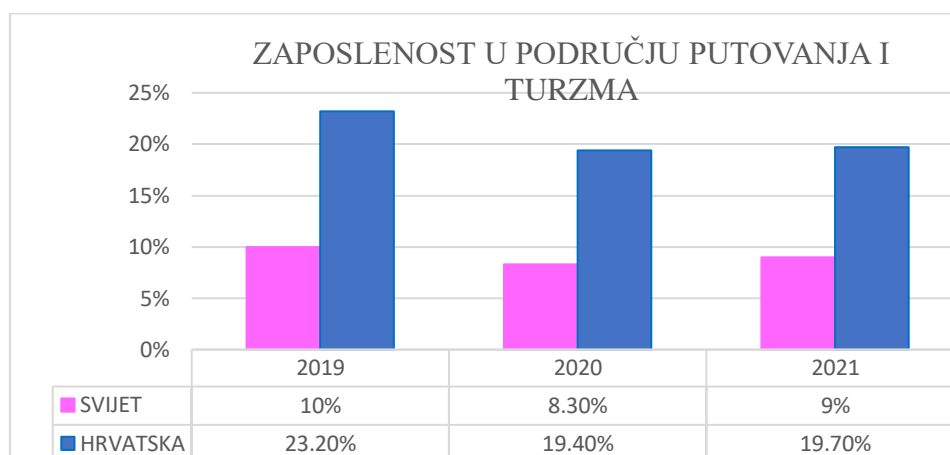
Freelance rad u Europi doživljava porast u posljednjih nekoliko godina, posebno za kreativne i digitalne industrije. Europske zemlje freelancerima često nude fleksibilnije zakone o radu, što olakšava rad i pokretanje vlastitog posla. Za Hrvatsku je trend još uvijek u relativnoj fazi razvoja, uz veliki pad za vrijeme pandemije, kako prikazuje idući grafički prikaz (izrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku). Međutim, po uzoru na svjetska kretanja očekuje se sve jači interes u budućnosti.



Grafički prikaz 3. Broj zaposlenih u djelatnostima slobodnih profesija i obrtu u Hrvatskoj po godinama.

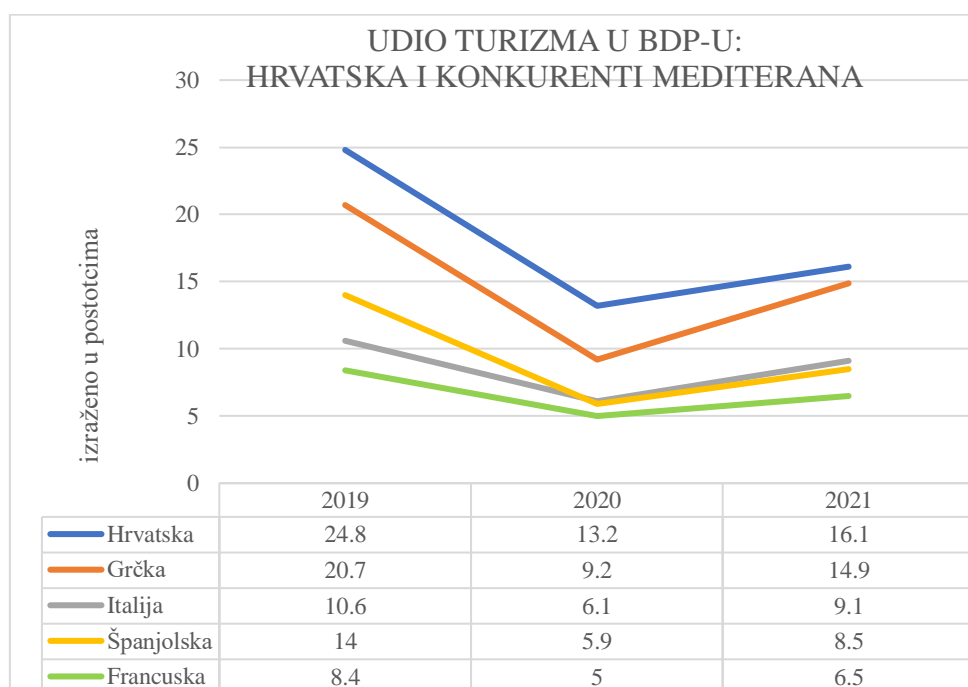
Usporedbe turizma prema zaposlenosti i bruto društvenom proizvodu

Značajan pad prihoda od turizma neodvojiv je od pada udjela zaposlenosti u turizmu u unutar cjelokupne zaposlenosti stanovništva.



Grafički prikaz 5. Grafički prikaz godišnje usporedbe hrvatske u odnosu na svjetsku zaposlenost u području putovanja i turizma (izrada autorice prema World Travel and Tourism Council, 2022).

Udio turizma u bruto društvenom proizvodu Hrvatske je najveći među zemljama Europe, a kako se kretao kroz ključne godine vidljivo je u idućem linijskom prikazu.



Grafički prikaz 4. Linijski prikaz usporedbe udjela turizma u bruto domaćem proizvodu Hrvatske i konkurentnih mediteranskih zemalja (izrada autorice prema Share of travel and tourism's total contribution to GDP in European Union, Statista).

Ako se promotre konkretni podatci o zaposlenima u Republici Hrvatskoj (izraženi u tisućama) prema Državnom zavodu za statistiku, primjetan je ukupni pad broja zaposlenih za vrijeme pandemije. Međutim, po sektorima se vidi preraspodjela na način da se smanjio broj zaposlenih u uslužnim djelatnostima, ali ne i poljoprivrednim i nepoljoprivrednim. Dakle, razumljiva je neizvjesnost posla u turizmu, a prelazak u drugu djelatnost za neke bio je nužan kako bi se ekonomski održali.

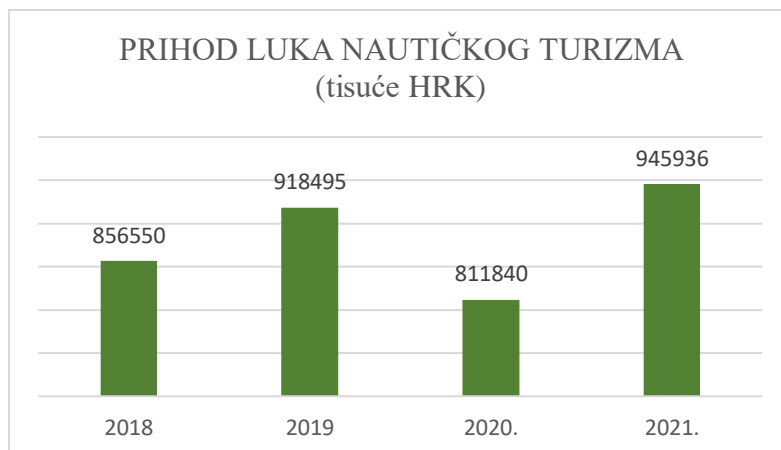
Tablica 3. Tablični prikaz godišnje usporedbe broja zaposlenih po djelatnostima u Republici Hrvatskoj u trećim kvartalima izraženog u tisućama (izrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku, 2022).

| HRVATSKA, 3.KVARTAL | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|------|------|------|------|
| Sve djelatnosti | 1689 | 1704 | 1678 | 1705 |
| Poljoprivredne djelatnosti | 110 | 111 | 125 | 121 |
| Nepoljoprivredne djelatnosti | 443 | 446 | 458 | 485 |
| Uslužne djelatnosti | 1134 | 1142 | 1089 | 1095 |

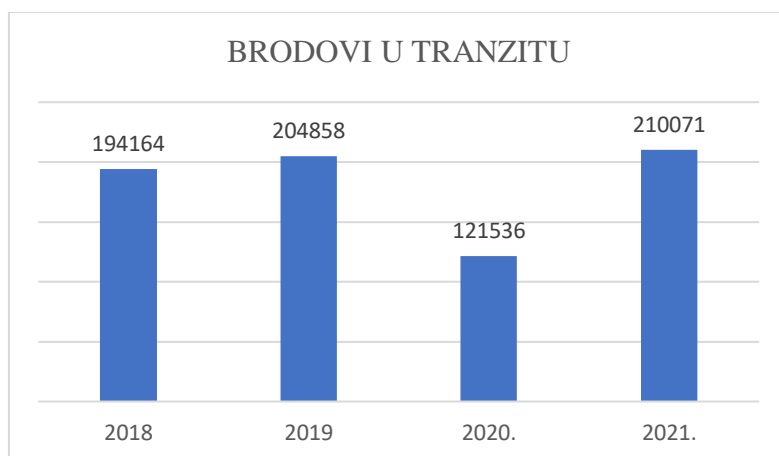
Podatci za analizu su službeno prijavljene brojke. Ipak, uvijek postoji siva zona ekonomije koju obilježava neizdavanje računa i neprijavlivanje radnika radi izbjegavanja plaćanja poreza i doprinosa. Ona se u Hrvatskoj javlja uglavnom u sektorima poput graditeljstva, ugostiteljstva, turizma i poljoprivrede, a prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje za 2020. godinu procjenjuje se da je između 100.000 i 200.000 radnika radilo bez ugovora. Ovaj je oblik rada ilegalan i predstavlja kršenje radnih zakona. U nekim slučajevima poslodavac može biti sankcioniran ako inspekcije detektiraju tu praksu, dok osoba koja radi na crno može biti izložena velikom riziku poput neisplaćenih plaća ili nedostatka socijalnog i zdravstvenog osiguranja (čak u slučaju nesreće na radu) jer su radni zakoni postavljeni kako bi zaštitili radnike i stvorili pravedne radne uvjete te zaštitili legalne poslodavce od nepoštene konkurencije.

Podaci o nautičkim segmentima Hrvatske iz godine u godinu

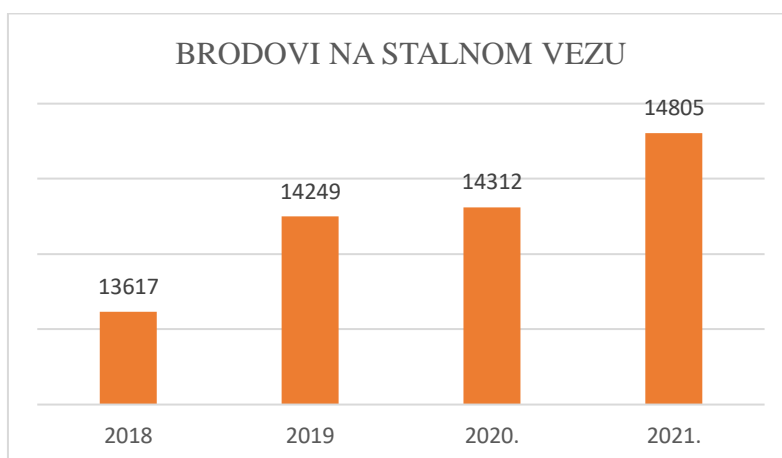
Prva pandemijska sezona u 2020. godini drastično je utjecala na rad u turizmu, što je jasno vidljivo iz ostvarenja prihoda luka nautičkog turizma, broja brodova u tranzitu i broja brodova na stalnom vezu. Godina 2021., bez obzira na znatan pad koji je prethodio, nastavila je opći trend rasta te čak i iznenadila premašivši godinu 2019. po svim promatranim segmentima, što nije slučaj za sve gospodarske djelatnosti niti za oporavak globalnih turističkih kretanja (grafički prikaz na stranici 26). Svakako treba istaknuti da je ključni razlog uspješne turističke sezone razmjerno dobra epidemiološka situacija u Hrvatskoj, ali i činjenica da je Hrvatska većini posjetitelja Europe blizu za dolazak automobilom.



Grafički prikaz 6. Grafički prikaz godišnje usporedbe prihoda luka nautičkog turizma u hrvatskoj izraženog u tisućama HRK.



Grafički prikaz 7. Grafički prikaz godišnje usporedbe broja brodova u tranzitu u Hrvatskoj.



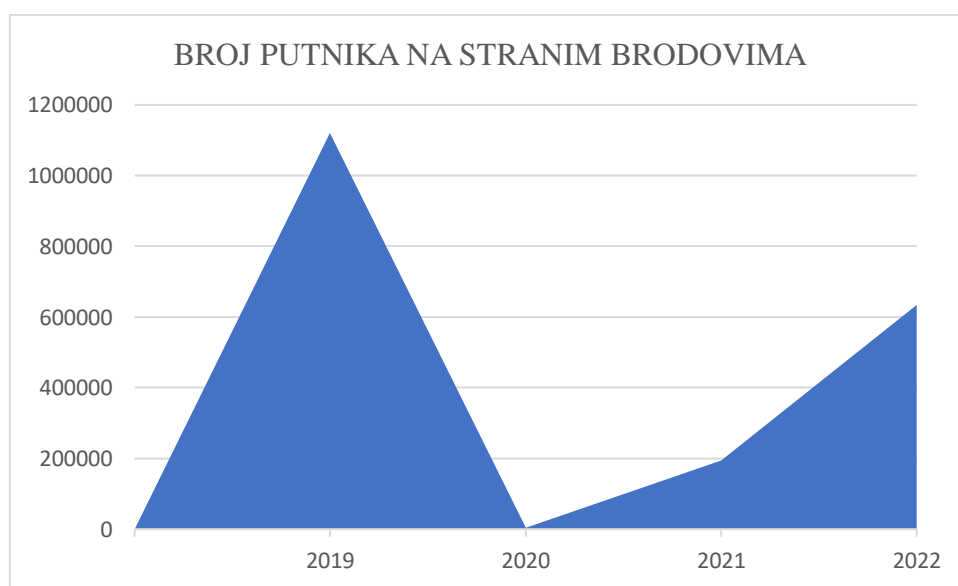
Grafički prikaz 8. Grafički prikaz godišnje usporedbe broja brodova na stalnom vezu u Hrvatskoj.

Još su jedno objašnjenje brojke Državnog zavoda za statistiku o krstarenjima, segmentu nautičkog turizma koji se nije u potpunosti oporavio ni iduće godine.

Tablica 4. Tablični prikaz godišnje usporedbe podataka o kružnim putovanjima stranih brodova u Republici Hrvatskoj (izrada autorice prema Državnom zavodu za statistiku, 2022).

| KRUŽNA PUTOVANJA | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------------------|-----------|------|--------|--------|
| Putovanja stranih brodova | 726 | 26 | 208 | 632 |
| Dani boravka broda u Hrvatskoj | 1 466 | 124 | 568 | 1 324 |
| Broj putnika na brodu | 1 120 727 | 4138 | 193911 | 633697 |

Broj putovanja stranih brodova za kružna putovanja u 2022. godini bio je manji za 12,9 % u odnosu na 2019. godinu. To ukazuje na smanjenje aktivnosti kružnih putovanja stranih brodova u toj godini. Broj dana boravka stranih brodova za kružna putovanja također je bio manji u 2022. u odnosu na 2019. godinu, i to za 9,7 %. Najznačajnije smanjenje zabilježeno je u broju putnika na tim brodovima. U 2022. godini broj putnika na stranim brodovima za kružna putovanja bio je manji za 43,5 % u odnosu na 2019.



Grafički prikaz 9. Grafički prikaz putnika na stranim brodovima za kružna putovanja u Hrvatskoj.

Ovo ukazuje na znatno smanjenje interesa za kružna putovanja zbog pandemije. Ukupni podatci jasno pokazuju da je pandemija COVID-19 imala negativan utjecaj na kružna putovanja stranih brodova.

8. ZAKLJUČAK

Istraživanje o yachting industriji provedeno 2022. godine jasno zaključuje kako su prirodni i kulturni resursi Hrvatske i visoka razina sigurnosti prepoznati čimbenici njezine konkurentnosti. Jasan stav svih sudionika intervjua, dvadeset zaposlenika u charteru yachting industrije, podudara se s vrednovanjem prema indeksu konkurentnosti destinacija u globalnom turističkom sektoru sa Svjetskog gospodarskog foruma koji ocjenjuje očuvanost okoliša kao najveću prednost, a nepovoljno investicijsko okruženje i manjak ljudskog potencijala kao ograničavajuće elemente Hrvatskog turizma.

Rad u yachting industriji, koja istaknut segment nautičkog turizma, uz dobre financijske uvjete podrazumijeva uživanje dijela luksuznog životnog stila i poznanstava, ipak vodi dugoročnom iscrpljivanju. Podrazumijeva također nepredvidljive situacije sa zahtjevnim gostima i duže periode odvojenosti od obitelji i prijatelja, stoga odlike člana posade na jahti objedinjuju izdržljivost, snalažljivost te izvrsne komunikacijske vještine. Yachting prema stavovima sudionika intervjua uglavnom pruža jednake prilike za napredovanje za žene i muškarce ako su spremni na privatna odricanja i edukaciju na područjima interesa, ipak većina ne shvaća ovaj posao kao trajno rješenje. Nije začuđujuće s obzirom na većinski dio pozitivnih mišljenja o freelance radu koji je ujedno indikator odsustva želje za vezanjem. Kvantitativna analiza podupire tvrdnju podacima Državnog zavoda za statistiku koji posljednjih godina pokazuju blagi rast prijavljenih slobodnih zanimanja u Hrvatskoj što slijedi svjetske trendove priklanjaanja zanimanjima s više autonomije i fleksibilnosti, a manje ograničenja.

Utjecaj pandemije bio je neizbježan na sve industrije te se bez sumnje pokazalo kako nautički turizam ima brojne specifičnosti koje su u novim uvjetima pretvorene u prednosti kada je riječ o postizanju stabilnosti poslovanja tijekom krize: udobnost, izolacija, sigurnost i pozitivan utjecaj na psiho fizičko zdravlje. Poslovanje je u okvirima nadležnih mjera trebalo istovremeno prilagoditi pandemiji, radnoj snazi i gostima. Razumljiva je zabrinutost sudionika istraživanja za svoje zaposlenje tijekom pandemije s obzirom na udio turizma u bruto društvenom proizvodu. Statista uspoređuje po brojkama turizma unutar BDP-a konkurente Mediterana gdje vodeću Hrvatsku uvjerljivo prati tek Grčka, dok se Italija, Španjolska i Francuska u manjoj mjeri oslanjaju na turizam u gospodarstvu, iako su izrazito atraktivne destinacije.

Analizom kvalitativnih i kvantitativnih podataka zaključuje se kako je pandemija u početku značajno oštetila charter turizam najma plovila, ali u usporedbi s ostalim načinima odmora

poput krstarenja, potražnja za jahtama ostvarila je već 2022. godine vrhunski promet i profit. Nove okolnosti postavile su zahtjeve cijepjenja posade, detaljno čišćenje i ograničavanje kretanja po obali kako bi se smanjio rizik od širenja virusa i klijentima ponudila najveća razina zdravstvene sigurnosti. Digitalizacija u oglašavanju i pregovaranju te izbjegavanje ljudskih susreta u primopredaji plovila primjeri su uspješnih prilagodbi charter agencija. Ipak, kretanja u turističkom sektoru ovisila su primarno o epidemiološkoj situaciji, odnosno kretanju broja zaraženih, o brzini cijepjenja te digitalnim potvrđama - COVID putovnicama. Kod sudionika istraživanja zbog cijepjenja izražen je utjecaj na osjećaj sigurnosti što prati olakšanje putovanja i posjeta. Istovremeno, njegovo nametanje pod uvjet zaposlenja, suprotno zdravstvenom izboru, izazvalo je nezadovoljstvo kod članova posade koji su doživjeli to kao uplitanje u osobne slobode pojedinca. Dakle, charter segment yachting industrije donekle je amortizirao pad potražnje za vrijeme pandemije te vrlo brzo ponovno ostvario zapanjujuće rezultate.

Očekivano je da će yachting industrija pretrpjeti gubitke za vrijeme pandemije, ali uzimajući u obzir općeniti trend rasta i ekonomske, ekološke i društvene aspekte i dokazanu prilagodljivost novim izazovima ona se može smatrati održivom. Održivost yachting industrije odnosi se i na njezin utjecaj na društvo u kojem posluje i način na koji industrija doprinosi razvoju Hrvatske. Yachting industrija može pozitivno utjecati na lokalnu zajednicu kroz stvaranje novih radnih mjesta, povećanje prihoda i ekonomsku aktivnost. Međutim, potrebno je djelovati u skladu s etičkim i moralnim standardima u svim aspektima poslovanja, što uključuje ekološku održivost, reguliranje turističkog opterećenja, pritiska na infrastrukturu, kulturnu baštinu i prirodna područja te poštivanje ljudskih prava i društvenih vrijednosti. Ključno je osigurati sigurne i pravedne radne uvjete za radnike, zaštitu od diskriminacije i zlostavljanja te pravo na kolektivno pregovaranje. Promicanje prava odlučivanja u skladu s osobnim uvjerenjima te razvoj odgovornih poslovnih praksi i inovativnih rješenja prikladni su odgovori na sve izazove u zajednici kako bi bilo koja industrija bila društveno održiva i otvorena za sve ljude, bez obzira na nacionalnost, spol ili religiju.

9. POPIS LITERATURE

1. Babić, D. i Babić, M. (2020). Kako se sačuvati od stresa za vrijeme pandemije koronom. Mostar: *Zdravstveni glasnik*, 6(1), 25–32.
2. Baraka, E. (2018). Edukacija za brodske stjuardese i stjuarde. Burza nautike, URL: https://www.burzanautike.com/hr/edukacija_za_brodske_stjuardese_i_stjuarde/5055/19 (21. 3. 2021.)
3. Corbisiero, F., Salvatore, M., Elisabeta, R. (2022.) *Millennials, Generation Z and the Future of Tourism*. Channel View Publications.
4. Creswell, J. W. (2009). *Research designs: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Callifornia: Sage.
5. Državni zavod za statistiku. (2020). Nautički turizam. Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-04_01_2019.htm (1. 4. 2021.)
6. Državni zavod za statistiku. (2021). Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. URL: <https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/transport.html> (27. 5. 2021.)
7. e-Pomorac – Središnji državni portal. (2023). Tečajevi. URL: <https://epomorac.pomorstvo.hr/epomorac/#/tecajevi> [pristupljeno: 23. ožujka 2023.]
8. European Boating Industry. URL: <https://www.europeanboatingindustry.eu/about-the-industry/facts-and-figures> (29. 3. 2021.)
9. Europska središnja banka. (2021). Ukratko o protekloj godini. URL: <https://www.ecb.europa.eu/pub/annual/html/ar2020~4960fb81ae.hr.html> (11. 4. 2021.)
10. Europski parlament. (2021). Utjecaj krize izazvane bolešću COVID-19 na zrakoplovni sektor. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/O-9-2021-000033_HR.html (26. 5. 2021.)
11. Gjukić, B. i Stojanović, M. (2002). Stres i međuljudski odnosi pomoraca. *NAŠE MORE: znanstveni časopis za more i pomorstvo*. 49(3–4): 83–89.
12. Grad Rovinj – Rovigno. (2002). Plavi cvijet. URL: <https://www.rovinj-rovigno.hr/o-rovinju/nagrade-i-priznanja/plavi-cvijet-2002/> [pristupljeno: 12. ožujka 2023.]
13. Grand View Research. (2021). Leisure boat market size, share & trends analysis report by type (new leisure boat, used leisure boat, monitoring equipment), by region (North America, Europe, APAC, South America, MEA), and segment forecasts, 2020 – 2027,

2020. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/global-leisure-boat-market> (2. 4. 2021.)
14. Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95–110.
15. HINA. (2021). EK: Europa će do srpnja imati dovoljno cjepiva za 70 posto odraslog stanovništva. URL: <https://www.hina.hr/vijest/10657264> (25. 5. 2021.)
16. HINA. (2021). Europarlamentarci odobrili uvođenje EU-ovih digitalnih potvrda za covid-19. URL: <https://www.hina.hr/vijest/10701103> (11. 6. 2021.)
17. Horak, S., Marušić, Z., Carić, H. i Sever, I. (2015). *Akcijski plan razvoja nautičkog turizma*. Zagreb: Institut za turizam.
18. Horak, S., Marušić, Z. i Sever, I. (2014). *Akcijski plan razvoja nautičkog turizma – jahting*. Zagreb: Institut za turizam i Ministarstvo turizma.
19. Horvat, B. (1999). *Turizam u sociokulturološkoj perspektivi: čitanka s izborom tekstova*. Zagreb: Mikrorad
20. United Nations (2022). How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective. United Nations Environment Programme: Emmissions Gap Report, 3. URL: <https://unstats.un.org/UNSDWebsite/> (19. 4. 2023.)
21. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. (2021). Jahta. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=28518> (22. 3. 2021.)
22. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. (2021). Nautika. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=43127> (22. 3. 2021.)
23. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. (2021). Pomorstvo. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=49370> (22. 3. 2021.)
24. Hrvatski zavod za javno zdravstvo. (2021). Informacije o cijepljenju protiv bolesti COVID-19 u Hrvatskoj. URL: <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/informacije-o-cijepljenju-protiv-bolesti-covid-19-u-hrvatskoj/> (21. 5. 2021.)
25. Hrvatski zavod za javno zdravstvo. (2021.) Utrošeno više od 2 milijuna doza cjepiva! URL: <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/utroseno-vise-od-2-milijuna-doza-cjepiva/> (11. 6. 2021.)
26. Huđek, I., Tominc, P. i Širec, K. (2020). Entrepreneurship vs. freelancing: what's the difference? *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 66(3): 56–62.

27. Ingram, R. (2021): What we learned on the ground at Monaco Yacht Show 2021. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/rachelingram/2021/09/29/what-we-learned-on-the-ground-at-monaco-yacht-show-2021/?sh=19d8e5232479> (30. 9. 2021.)
28. Karantzavelou, V. (2021). Europe leads the way as international tourism numbers bounce back. *Travel Daily News*. URL: <https://www.traveldailynews.com/post/europe-leads-the-way-as-international-tourism-numbers-bounce-back> (17. 9. 2021.)
29. Karlić, B. (2021). Skroman početak sezone. *More*. URL: <http://www.more.hr/blog/tag/nautika/> (10. 4. 2021.)
30. Kaštela.org. (2020). Utjecaj pandemije na charter turizam: „Potrebne su dodatne mjere, ne možemo računati da će sezonu spasiti domaći gosti”. URL: <http://www.kastela.org/novosti/hr/45714-utjecaj-pandemije-na-charter-turizam-potrebne-su-dodatne-mjere-ne-mozemo-racunati-da-ce-sezonu-spasiti-domaci-gosti> (26. 5. 2021.)
31. Kirkman, A. (2021). The yachting industry is on track for a post-pandemic boom in 2021. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/alexandrakirkman/2021/05/31/the-yachting-industry-is-on-track-for-a-post-pandemic-boom-in-2021/?sh=6c74066a6930> (16. 9. 2021.)
32. Kustura, K. (2020). *Strateške implikacije utjecaja pandemije korona virusa na nautički turizam u Republici Hrvatskoj*. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
33. Lasić, I. (2021): Turistička sezona je uspješna, ali nije sve u masovnosti. *Deutsche Welle*. URL: <https://www.dw.com/hr/turisti%C4%8Dka-sezona-je-uspje%C5%A1na-ali-nije-sve-u-masovnosti/a-58949149> (12. 9. 2021.)
34. Leburić, A. (2001). *Integracija kvalitativnih i kvantitativnih aspekata: perspektive empirijskih istraživanja otoka*. *Sociologija sela*, 1(4), 189–210.
35. Leburić, A. (2001). *Integracija kvalitativnih i kvantitativnih aspekata: perspektive empirijskih istraživanja otoka*. *Sociologija sela*, 1(4), 189–210.
36. Live Cam Croatia. (2021). Nautički turizam u Hrvatskoj u doba korone. URL: <https://www.livecamcroatia.com/4/novosti/nauticki-turizam-u-hrvatskoj-u-doba-korone/> (2. 4. 2021.)
37. Longo, S. B. i Clark, B. (2016). An ocean of troubles: advancing marine sociology. *SocialProblems*, 63, 463–479.
38. Lorelli, S. (2017). *Thematic analysis: striving to meet the trustworthiness criteria*. Sage Publications.

39. Luković, T. i Šerić, N. (2009). Strateški razvoj i promjene legislative nautičkog turizma Hrvatske. *Pomorstvo*, 23(2).
40. Marević, T. (2021). Podaci potvrdili predviđanja. *Magazin More*. URL: <http://www.more.hr/blog/tag/nauticki-turizam/> (28. 5. 2021.)
41. Međunarodni monetarni fond. (2021). World economic outlook reports. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO> (12. 4. 2021.)
42. Mihaljević, A., Rafajac, O. i Poljac, K. (2016). Upravljanje emocijama u uslužnim djelatnostima. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 4(1), 59–78.
43. Mikac, R. (2020). Pandemija COVID-19 i upravljanje krizom u Republici Hrvatskoj. *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 17(1).
44. European Commission. (2008). Environment, Nature and biodiversity. *Natura 2000*. URL: https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm (12. 5. 2023.)
45. Ministarstvo turizma i sporta. (2021). Ostvareno oko 70 posto turističkog prometa iz 2019. URL: <https://mint.gov.hr/vijesti/brnjac-ostvareno-oko-70-posto-turistickog-prometa-iz-2019/22636> (18. 9. 2021.)
46. Ministarstvo turizma i sporta. Nautički turizam traži hitne mjere za opstanak sektora. URL: <https://mint.gov.hr/vijesti/nauticki-turizam-trazi-hitne-mjere-za-opstanak-sektora/21067> (3. 4. 2021.)
47. Monaco Yacht Show. (2021). The show goes on in the yachting industry. URL: <https://www.monacoyachtshow.com/en/2021-monaco-yacht-show-the-show-goes-on-in-the-yachting-industry> (16. 9. 2021.)
48. Nenadić, A., Krajnović, A. i Jašić, D. (2012). Prikaz modela implementacije LMS – Moodle (Learning Management System) sustava u visokom obrazovanju pomoraca. *Oeconomica Jadertina*, 2(1).
49. Nikić, M. (2004). Temeljna načela timskog rada. *Diacovensia: teološki prilozi*, 12(1), 115–129.
50. Our world in data: WHO Covid – 19 Dashboard. Daily new confirmed cases: Croatia. URL: <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations> (24. 4. 2023.)
51. Overton, H. (2020). Everything you need to know about chartering a yacht during COVID-19. *Boat International*. URL: <https://www.boatinternational.com/charter/luxury-yacht-charter-advice/coronavirus-advice-superyacht-charter--42949> (19. 9. 2021.)
52. Oxford Languages. Yachting. URL: <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/> (24. 3. 2021.)

53. Pavat, M. (2018). *Sociologija turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
54. Pomorac.hr. (2023). Adria Libar – Yacht training. URL: <https://pomorac.hr/2023/03/02/adrialibar-yacht-crew-trening-m/> [pristupljeno: 23. ožujka 2023.]
55. Posao u turizmu. (2021). Atlantis Yachting Academy – Kako do posla i visokih primanja u yachting industriji. URL: <https://posaouturizmu.hr/hr/vijesti/novosti/atlantis-yachting-academy-kako-do-posla-i-visokih-primanja-u-yachting-industriji/> [pristupljeno: 22. ožujka 2023.]
56. Princess Motor Yacht Sales. (2021). The impact of the pandemic on the yachting industry. URL: <https://www.princess.co.uk/2021/08/the-impact-of-the-pandemic-on-the-yachting-industry/> (12. 9. 2021.)
57. Research and Market. (2021). Global yacht industry report 2021. *Intrado – Globe Newswire*. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/08/09/2277110/28124/en/Global-Yacht-Industry-Report-2021-Market-to-Reach-84-7-Billion-by-2027-U-S-Market-is-Estimated-at-18-9-Billion-While-China-is-Forecast-to-Grow-at-3-9-CAGR.html> (19. 9. 2021.)
58. Rječnik hrvatskoga jezika. (2001). Pomorac. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža.
59. Sandelowski, M. (1995). Focus on qualitative methods. Sample size in qualitative resarch. *Research in nursing & health*, 18(2), 179–183.
60. SEEbiz. (2020). Hrvatska Yachtmaster Grupa pokrenula prvi virtualni sajam za jahting industriju. URL: <https://www.seebiz.eu/tvrtke/hrvatska-yachtmaster-grupa-pokrenula-prvi-virtualni-sajam-za-jahting-industriju/240949/> (25. 3. 2021.)
61. Sekol, I. i Maurović, I. (2017). Miješanje kvantitativnog i kvalitativnog istraživačkog pristupa u društvenim znanostima – miješanje metoda ili metodologija? *Ljetopis socijalnog rada*, 24(1), 7–32.
62. Sekulić, G. (20220). COVID-19, recesija i tržišni šokovi u 2020. ubrzavaju tranziciju naftnih kompanija. *Nafta i Plin*, 40(166).
63. Simons, Sarah A. (2013). Ships as ‘total institutions’. Acculturating seafarers for a global political economy. *Rocziniki Socjologii Morskiej. Annuals of Marine Sociology*, 22, 62–68.
64. Skitarelić, Ne., Dželalija, B. i Skitarelić, Na. (2020). COVID-19 pandemija: kratki pregled dosadašnjih spoznaja. *Medica Jadertina*, 50(1).

65. Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu. (2020). Preporuke za boravak na jahtama, brodicama i drugim plovilima, 2020. URL: <https://www.koronavirus.hr/sto-moram-znati/o-putovanju/preporuke-za-boravak-na-jahtama-brodicama-i-drugim-plovilima/707> (12. 4. 2021.)
66. Springer, B. (2020). How is COVID19 affecting the yachting industry? Hear from Thom Conboy – Part 1. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Rau7vVqfosg> (12. 3. 2021.)
67. Statista. (2021). Tourism industry market size worldwide 2011-2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1220218/tourism-industry-market-size-global/> (12. 9. 2021.)
68. Marušić, Z., Horak, S. i Sever, I. (2018). *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj: TOMAS Nautika Jahting 2017*. Zagreb: Institut za turizam.
69. Sveučilište u Zadru. Očuvanje plemenite periske (*Pinna nobilis*) u srednjem dijelu Jadranskog mora. URL: <https://www.unizd.hr/uzz/znanstveno-istrazivacki-projekti/projekti-u-tijeku/ocuvanje-plemenite-periske-u-srednjem-dijelu-jadranskog-mora> (12. 4. 2023.)
70. Štambuk, V. (2019). *Održivost nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj*. Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet.
71. Šuran, F. (2016). *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup. Buje: Happy*.
72. Topić, T. (2013). Standardi kvalitete u izvrsnosti usluge: Razvoj standarda kvalitete i područje usluge u luksuznom čarteru i vilama.
73. Topolko Herceg, K. (2021). Utjecaj pandemije COVID-19 na online ponašanje potrošača u Hrvatskoj. *CroDiM: International Journal of Marketing Science*, 4 (1).
74. Turistički news portal. (2021). Nove mjere na granicama: osobe cijepljene s dvije doze, mogu odmah ući u Hrvatsku, ne moraju čekati 14 dana. URL: <https://hrturizam.hr/nove-mjere-na-granicama-osobe-cijepljene-s-dvije-doze-mogu-odmah-uci-u-hrvatsku-ne-moraju-cekati-14-dana/> (12. 6. 2021.)
75. Turistički news portal. (2021). U ACI marini Dubrovnik moguće testiranje na koronavirus za turiste. Postavlja se logično pitanje zašto ne i u svim aci marinama? URL: <https://hrturizam.hr/u-aci-marini-dubrovnik-moguce-tje-estiranje-na-koronavirus-za-turiste-postavlja-se-logicno-pitanje-zasto-ne-i-svim-aci-marinama/> (11. 6. 2021.)

76. Turistički news portal. (2021). U Hrvatskoj dnevno boravi više od 100.000 turista. URL: <https://hrturizam.hr/u-hrvatskoj-dnevno-boravi-vise-od-100-000-turista/> (12. 6. 2021.)
77. Uglešić, S. (2012). Osposobljavanje i početci institucionaliziranog obrazovanja pomoraca na hrvatskom dijelu Jadrana tijekom XIX. stoljeća. Zadar: *Radovi Zavoda za povijesne znanosti HAZU u Zadru*, 54.
78. Vlada Republike Hrvatske. (2021). Turistička sezona je iznad svih očekivanja, na današnji dan prešli smo ukupan broj turista iz prošle godine. URL: <https://vlada.gov.hr/vijesti/plenkovic-turisticka-sezona-je-iznad-svih-ocekivanja-na-danasnji-dan-presli-smo-ukupan-broj-turista-iz-prosle-godine/32728> (18. 9. 2021.)
79. World Tourist Organization. (2020). Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (24. 5. 2021.)
80. WWF Adria. Započeo projekt za očuvanje ekosustava Jadranskog mora – SEAS. URL: <https://www.wwfadria.org/hr/hrana/?uNewsID=1957941> (11. 4. 2023.)
81. Xanthopoulos, J. (2021). Overview of the Yachting market in 2021. International Yacht Solutions. URL: <https://yachtoownership-solutions.com/en/news/overview-of-the-yachting-market-in-2021> (17. 9. 2021.)

Literatura konzultirana za metodološku strategiju:

1. Lorelli, S. (2017). *Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria*. Sage Publications.
2. Sandelowski, M. (1995). Focus on qualitative methods. Sample size in qualitative research. *Research in nursing & health*, 18(2), 179–183.
3. Sekol, I. i Maurović, I. (2017). Miješanje kvantitativnog i kvalitativnog istraživačkog pristupa u društvenim znanostima – miješanje metoda ili metodologija?

Izvori za kvantitativnu analizu:

1. Državni zavod za statistiku. (2022). Javno dostupni dokumenti: zaposlenost – aktivno stanovništvo, bruto domaći proizvod, bruto domaći proizvod – godišnji, turizam, tur-2022-2-1_tablice-hr, osnovni-pokazatelji-rh. (2. – 7. 4. 2023.)

2. Statista. Share of travel and tourism's total contribution to GDP in European union. URL: <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/> (15. 4. 2023.)
3. WEF, Travel Tourism Development Indeks. URL: <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/downloads-510eb47e12> (8.3.2023.)
4. World Travel & Tourism Coouncil. (2021). WTTC's annual research. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact> (10. 4. 2023.)

10. SAŽETAK

Pandemija COVID–19 koja je nastupila početkom 2020. godine odrazila se na svaki dio čovjekovog života, a uz restrikcije u svakodnevici i globalno gospodarstvo zahtijevalo je strategiju suočavanja. Temeljni cilj istraživanja je bolje razumijevanje yachting industrije kao grane nautičkog turizma uz prikaz specifičnosti rada iz perspektive članova posade i njihovog iskustva utjecaja pandemije na dodatne radne uvijete. Upotrijebljena mješovita metodologija kombinira kvalitativnu metodu intervjua i kvantitativnu metodu sekundarne obrade podataka službenih statističkih izvora: Statista, Državni zavod za statistiku i Svjetski ekonomski forum.

Analizirano je 20 polustrukturiranih intervjua provedenih u proljeće 2022. godine sa skiperima i brodskim stjuardesima koji su tijekom ključnog pandemijskog perioda radili u yachting industriji. Rezultati analize intervjua ukazuju na prepoznatost jedinstvenosti hrvatske obale za turizam. Tako su svi sudionici naveli prirodne značajke, većina i turističku ponudu, potom infrastrukturu i pogodne zakone.

Ako se sagledaju opće odrednice rada u yachting industriji, kvalitetna posada prema mišljenju sudionika posjeduje iznimne socijalne vještine, disciplinu, izdržljivost i profesionalan pristup poslu. Sudionici preferiraju freelance rad od vezanja ugovorom, dok je jedna sudionica neodlučna zbog jako izraženih pozitivnih i negativnih značajki mogućnosti poslovnog angažmana poput zaštite radnika od neizvjesnosti, samostalnog planiranja rasporeda i zarade te različitih stupnjeva odgovornosti prema jahti ili charter agenciji. Kao prednosti rada sudionici su u pravilu naveli novac, zatim upoznavanje i nova iskustva, putovanja i prilike za napredak, a izazovima smatraju odsustvo od kuće i intenzivno iscrpljivanje, općenitu nesistematiziranost rada u industriji ili odnose s drugim članovima posade.

Svi sudionici i sudionice teže karijernom napredovanju. Većina ne smatra ženu diskriminiranom u industriji, iako nekoliko sudionika spominje manji interes za napredak kod žena zbog kojega su primijećene teškoće ostvarivanja obiteljskog života. Tek petina sudionika ne razmišlja o alternativnoj karijeri na kopnu.

Što se tiče početnog pandemijskog razdoblja, četvrtina sudionika nije izrazila zabrinutost za svoje zaposlenje. Nadalje, regulacije su doživjeli manje rigoroznima u odnosu na ostale turističke destinacije, iako su ponekad nejasne i u rijetkim slučajevima nepoštovane. Čak 18 sudionika vjeruje da je cjepivo doprinijelo u ostvarivanju turističke sezone 2021., iako samo njih četiri opravdava uvjetovanje cijepljenja za zaposlenje, dok većina duboko vjeruje u pravo

na vlastiti izbor. Prema dojmu sudionika, oporavak yachting industrije osjetno je uspješno realiziran već u 2021. godini, što se slaže sa statističkim podacima o prihodima luka, odnosno broju plovila na stalnom vezu i u tranzitu. Isto ne vrijedi za globalna turistička kretanja ni segment kruzera hrvatskog nautičkog turizma.

Ključne riječi: turizam, yachting, pandemija, održivost

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic that occurred at the beginning of 2020 affected every part of human life, and in addition to restrictions in everyday life, the global economy also required a coping strategy. The fundamental goal of this research is a better understanding of the yachting industry as a branch of nautical tourism, with a presentation of the specifics of work from the perspective of crew members and their experience of the impact of the pandemic on additional working conditions. Mixed methodology used in this research combines the qualitative method of interviews and the quantitative method of secondary processing of data from official statistical sources: Statista, Croatian Bureau of Statistics and World Economic Forum. Thematic analysis was applied to 20 semi-structured interviews conducted in the spring of 2022 with skippers and ship stewardesses who worked in the yachting industry during the key period of the pandemic.

The results indicate recognition of the uniqueness of the Croatian coast for tourism. Thus, all participants mentioned natural features, the majority also mentioned the tourist offer, followed by infrastructure and favorable laws. In respect of the general determinants of work in the yachting industry, according to the participants, a quality crew possesses exceptional social skills, discipline, endurance and a professional work approach. The participants prefer freelance work to being bound by a contract, while one participant is undecided due to strongly expressed positive and negative features of the possibility of business engagement, such as protecting workers from uncertainty, independent planning of schedules and earnings and different degrees of responsibility towards the yacht or charter agency. As a rule, the participants cited the salary as an advantage of work, followed by acquaintances and new experiences, travel and opportunities for advancement, while they consider absence from home and intense exhaustion, general lack of systematization of work in the industry or relationships with other crew members as challenges. All participants strive for career advancement. As many as 17 of them do not consider women discriminated against in the industry, although several participants mention less interest in women's progress, due to which difficulties in achieving family life have been noticed. Only a fifth of the participants do not consider an alternative career on land.

Regarding the initial pandemic period, a quarter of the participants did not express concern about their employment. Furthermore, they perceived the regulations to be less rigorous compared to other tourist destinations, although the regulations are sometimes unclear and in rare cases disregarded. As many as 18 participants believe that the vaccine contributed to the realization of the 2021 tourist season, although only four of them justify making vaccination a

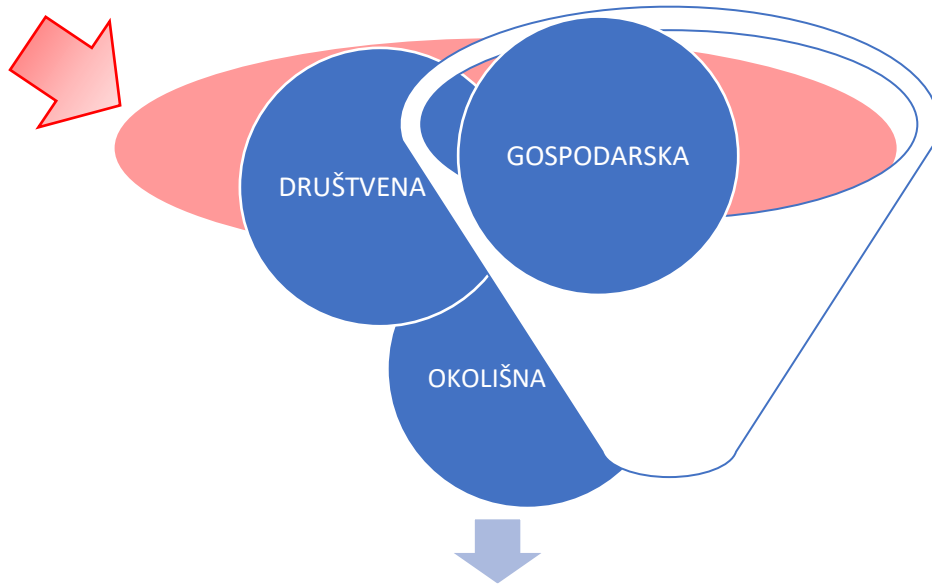
condition for employment, while the majority deeply believe in the right to make one's own choice. According to the participants' impression, the recovery of the yachting industry was significantly successfully already realized in 2021, which is in accordance with the statistical data on the ports' income, i.e., the number of vessels on permanent berth and in transit. This does not apply to global tourism trends nor the cruise ship segment of Croatian nautical tourism.

Key words: tourism, yachting, pandemic, sustainability

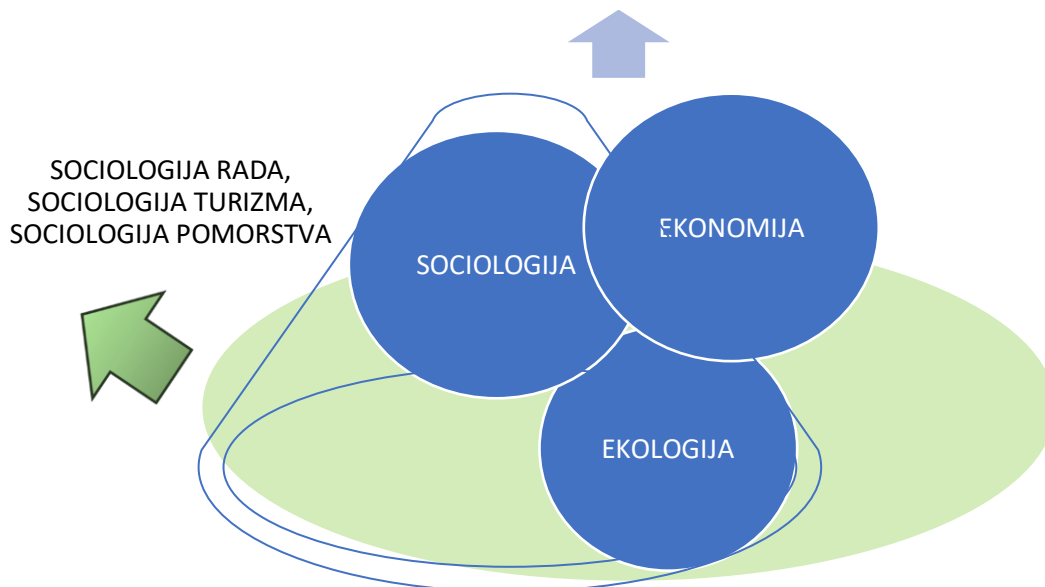
11. PRILOZI

11.1. Koncept: Održivi razvoj i društvene znanosti

PANDEMIJA



ODRŽIVOST YACHTING INDUSTRIJE



11.2. Pitanja za intervju

1. Po čemu je Hrvatska prepoznata i konkurentna u *yachting* industriji?
2. Koje su odlike turističkog djelatnika u *yachting* industriji – člana posade?
3. Koliko dugo radite u *yachting* industriji i na kojoj poziciji?
4. Jeste li skloni vezati se ugovorom za određeno mjesto rada ili preferirate freelance?
5. Koje su prednosti rada u *yachtingu* na temelju Vašeg iskustva?
6. Koji su nedostaci rada u *yachtingu* na temelju Vašeg iskustva?
7. Težite li napredovanju unutar industrije?
8. Koliko žena može napredovati kao član posade?
9. Razmatrate li ikada karijeru izvan *yachting* industrije?
10. Kako su se provodile regulacije o ograničenjima putovanja za vrijeme pandemije?
11. Koliko ste bili sigurni u svoje zaposlenje usred početka pandemije?
12. Smatrate li da je pojava cjepiva ostvarila veću sigurnost putovanja?
13. Kako se osjećate u vezi uvjetovanja cijepljenja za zaposlenje?
14. Kako bi usporedili sezonu 2020. i 2021. s obzirom na pandemijske okolnosti?

11.3. Protokol intervjua

| |
|--|
| STRUKTURALNA OBILJEŽJA SUDIONIKA |
| <ul style="list-style-type: none">- spol- radna pozicija- godine rada u yachting industriji |
| TURIZAM HRVATSKE OBALE |
| <ul style="list-style-type: none">- elementi konkurentnosti i prepoznatljivosti |
| RAD U YACHTING INDUSTRIJI |
| <ul style="list-style-type: none">- poželjne odlike člana posade- vrsta angažmana- prednosti rada u yachting industriji- izazovi rada u yachting industriji |
| KARIJERNE PERSPEKTIVE |
| <ul style="list-style-type: none">- napredovanje kroz edukaciju- žena u yachting industriji- alternativne karijere |
| DOJAM O UTJECAJU PANDEMIJE |
| <ul style="list-style-type: none">- regulacije o ograničenjima putovanja- neizvjesnost zaposlenja/sezone 2020.- cjepivo kao sigurnosna mjera- uvjetovanje cijepljenja za rad- usporedba sezona 2020. – 2021. |

11.4. Informirani pristanak

Poštovana/i,

moje ime je Martina Sablić i apsolvantica sam diplomske razine studija sociologije na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Splitu. Provodim istraživanje intervjuom za diplomski rad s naslovom „Održivost *yachting* industrije u vrijeme pandemije Covid-19“.

Vaše sudjelovanje je dobrovoljno, a Vaša anonimnost biti će očuvana. Naglasak je na tome da će intervju biti zabilježen audio zapisom te Vas ovim putem molim za pristanak snimanja. Svi podaci biti će korišteni isključivo u svrhu provođenja analize unutar diplomskog rada te kao takvi prezentirani u sklopu obrane istoga. U bilo kojem trenutku imate pravo odustati od razgovora i niste obavezni odgovarati na pitanja koje Vam stvaraju osjećaj nelagode ili ih koje iz bilo kojeg razloga smatrate neprimjerenim. Diplomski rad u cijelosti Vam na zahtjev može biti dostavljen, također za sva dodatna pitanja možete me kontaktirati na e-mail adresu:

1996.martina.sablic@gmail.com

Lijepo se zahvaljujem na suradnji!

11.5. Sažetak rezultata

| | ODGOVORI SUDIONIKA INTERVJUA |
|-----------------------------|---|
| PRIRODNE LJEPOTE | Prirodne ljepote Hrvatske prepoznate su kao glavna odlika konkurentnosti. Svi sudionici istaknuli su reljef (20), točnije razvedenost obale i zaštićenost uvala što je idealno za nautički turizam. Iduće najčešće navedene vrijednosti Hrvatske za turizam su ugodna klima(9), raznolikost pejzaža(9), iznimno čisto more(9) te dobra povezanost otoka (4). |
| TURISTIČKA PONUDA | Kao dio dobre turističke ponude sudionici su pohvalili gastronomiju (9), potom kulturu i povijest(6) koju Hrvatska ima zbog tisuća godina uključenosti u dinamiku Europskog kontinenta i utjecaje raznih vladara i naroda te raznih evenata i aktivnosti (6). Povoljne cijene i kvaliteta usluge odnosno gostoprimstvo također se spominju kao faktor jedinstvenosti hrvatskog turizma. |
| INFRA-STRUKTURA | Što se tiče infrastrukture za turizam, općenito se smatra zadovoljavajućom među sudionicima. Marine su primijećene kao dobre i kvalitetne u odnosu na ostatak Europe i Karibe, iako po mišljenju nekih sudionika (3) preskupe za ono što nude, dok s druge strane neki misle da su cijene još uvijek pristupačne u odnosu na razvijenije zemlje. Samo jedna sudionica smatra kako treba poraditi na mogućnosti prihvata velikih jahti preko 50 metara. Stanje i održavanje brodova te organizacija agencija isto je na dobroj razini. |
| ZAKONI | Zakoni Hrvatske idu u prilog, visoka stopa sigurnosti odnosno niska stopa kriminala jedan je od elementarnih elemenata turizma. Liberalniji pristup oko zabavljanja, ali i pristup obali koja je javno dobro, a ne koncesirana privatnim vlasnicima ostavlja više mjesta za uživanje i istraživanje domaćim i stranim gostima. |
| CJELOVIT PAKET | Četiri sudionika izjasnila su se kako Hrvatska nudi širok spektar ponude, odnosno jedan cjelovit paket u kojemu ima nešto za svačiji ukus. |
| ODLIKE POSADE | Mišljenje je sudionika da kvalitetnu posadu na jahti prvenstveno krasi socijalne vještine: komunikativnost (13 sudionika), vedrina (8) i sposobnost rada u timu (7). Iduće navedene potrebne osobne kvalitete su fleksibilnost (10), profesionalnost(8), mentalna snaga(7), marljivost i prezentabilnost. Strast prema poslu 3 sudionika navodi kao ključ za opstanak u industriji. |
| PREFERIRANI ANGAŽMAN | Kao oblik angažmana 12 sudionika preferira freelance, najviše od njih ističu mogućnost slobode i odmora kada je potrebno (8), neki na taj način sami određuju visinu naknade ili nastoje još više opteretiti svoj raspored radi bolje zarade(4). Vežanje ugovorom preferira 7 sudionika, uočene prednosti ove opcije su predvidljivost (8) rasporeda, plaće, klijenata i radnih zahtjeva, zaštita u ostvarivanju plaćanja ili radnih prava (5), uigranost stalne posade i lakše snalaženje na istome brodu. Jedna sudionica neodlučna je oko izbora poslovnog angažmana jer ima na umu jednako pozitivne koliko i negativne značajke. |

| | |
|--|---|
| PREDNOSTI | Kao prednosti rada sudionici su u najvećem broju naveli novac, jedna sudionica to smatra jedinom prednosti koju nudi ovo zanimanje, a idući odgovori uključuju upoznavanje ljudi (15), putovanje paralelno s radom (9), iskustva i znanja koja se stječu (9), slobodno vrijeme tijekom zimskog perioda godine (8), ljepotu mora kao radnog okoliša (7), prilike za daljnji napredak(5) i barem na trenutke iskustvo luksuza i elitnosti (3). |
| IZAZOVI | Više od pola sudionika (11) najvećim izazovom rada u yachting industriji smatra odsustvo od kuće i obitelji. Iduće najčešće navedeni izazovi su nedostatak odmora (8), jak psihički pritisak (6), nesistematiziranost u funkcioniranju industrije i valoriziranju zaposlenika (6), odnos s kolegama na brodu (6) te dugoročno iscrpljivanje (5). Manji dio sudionika žali se također na nedostatak privatnosti na brodu, skućene uvjete života i nepredvidivost samog posla. Čak 2 sudionice spomenule su neugodne situacije seksualnog uznemiravanja u yachting industriji. |
| NAPREDOVANJE KROZ EDUKACIJ | Svih 20 sudionika neprestano teži napredovanju kroz neku vrstu edukacije. Podrazumijeva se i praksa je među sudionicima polaganje tečajeva, dodatnih službenih dokumenata kvalificiranja za upravljanje brodom ili ljudima, vještina vezanih uz more poput ronjenja i jedrenja ili ugostiteljstvo, učenje novih jezika i neformalno usavršavanje raznih znanja kao dio ozbiljnih priprema za posao na jahti. |
| ŽENA U YACHTINGU | Samo 3 sudionice imaju stav da yachting industrija diskriminira žene, dok 2 sudionice primjećuju manje teškoće po pitanju spola koje je ipak moguće nadići. Treba istaknuti kako u kontekstu duge plovidbe sudionici, i to češće žene, pričaju o nedostatku ravnoteže privatnog i poslovnog života koja čak onemogućava klasično osnivanje obitelji uz oba roditelja u odrastanju djeteta. Dakle, čak 15 sudionika smatra položaj žene i muškarca u industriji jednakim. Nekoliko sudionika smatra nedovoljnu zainteresiranost žena za karijerna postignuća objašnjenjem zašto su manje na visokim položajima na jahtama. |
| ALTERNATIVNA KARIJERA | Pitanje o razmatranju alternativne karijere pokazalo je kako 16 sudionika aktivno razmišlja o promjeni posla u dugoročnom razdoblju, nisu uvijek navedeni razlozi i planovi jer se na tome nije inzistiralo, ali neki su obrazložili kako je to radi obitelji ili jer će morati kada im intenzitet posla ne bude više podnošljiv. Za sada alternativnu karijeru ne razmatra 2 sudionika i 2 sudionica. |
| REGULACIJE U VRIJEME PANDEMIJE | Tek petina sudionika je ocijenila mjere suzbijanja pandemije unutar Hrvatske rigoroznima, dok se veći dio njih izjasnio kako su ipak bile razume i u skladu s odvijanjem gospodarstva i turizma, pogotovo u usporedbi s drugim zemljama Europe. Na jahtama su sva pravila u najvećem broju slučajeva propisno poštovana i ozbiljno shvaćena, iako su ponekad sudionicima bile nejasne sve potrebne procedure kod izvođenja rada na brodu. U rijetkim slučajevima (3 sudionika) mjere nisu bile poštovane u skladu s propisima nego se proizvoljno postupalo kako bi se zadržali gosti i što manje ugrozilo odvijanje chartera. |
| NEIZVJESNOST ZAPOSLENJA | Početkom nastupanja pandemija četvrtina sudionika nije osjećala nikakvu zabrinutost za svoje zaposlenje, dok je 7 sudionika bilo relativno slabo zabrinuto, a 8 ih je bilo izrazito zabrinuto kako će se odviti situacija s obzirom da rade u turizmu. |
| CJEPIVO KAO MJERA I DOPRINOS SIGURNOSTI | 18 sudionika vjeruje da je cjepivo doprinijelo u ostvarivanju turističke sezone 2021. od čega njih 5 obrazlaže kako ovdje ključ sigurnosti cjepiva nije u njegovoj realnoj zaštiti nego u osjećaju koji pruža i najboljem dostupnom činu postupanja protiv širenja pandemije. |

| | |
|---|--|
| CJEPIVO KAO UVJET | <p>Po etičkom sudu uvjetovanja cijepljenja za zaposlenje u turizmu, djelatnosti u kojoj je intenzivan kontakt s ljudima, 4 sudionika opravdava njegovo nametanje od strane zaposlenika, a većina ipak vjeruje i naglašava kod zdravstvenih pitanja pravo na vlastiti izbor, dok 2 sudionika nisu općenito odgovorila, nego mišljenje mijenjala prema situaciji.</p> |
| (2020. I 2021.) USPOREDBA SEZONA PO SUBJEKTIVNOM DOJMU | <p>Po dojmu 4 sudionika yachting industrija u Hrvatskoj nije se puno razlikovala kroz godine pandemije Covid-19, odnosno šteta i doživljaj same situacije nisu bili toliko drastični. Dakle, većina sudionika (16) primijetila je značajnu razliku kroz rad na jahtama između uobičajene situacije, 2020. kao prve sezone zahvaćene pandemijom i iduće sezone 2021. godine kada se nastojalo u skladu sa svim znanjima i protokolima smanjiti i nadoknaditi utjecaj krize.</p> |

12. BILJEŠKA O AUTORICI

Martina Sablić rođena je u Splitu 19. studenog 1996. godine. Nakon završene opće gimnazije Marko Marulić upisuje Filozofski fakultet, jednopredmetni studij sociologije s istraživačkim usmjerenjem. Preddiplomsku razinu ostvaruje 2019. godine sa završnim radom: „Startup kao oblik samozapošljavanja i poduzetništva” i nastavlja obrazovanje za diplomsku razinu na istom fakultetu. Martina od 2019. godine aktivno radi u yachting industriji na Mediteranu što je razlog odabira teme rada i istraživanja o nautičkom turizmu.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

**IZJAVA O AKADEMSKOJ
ČESTITOSTI**

kojom ja _____, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce _____, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, _____

Potpis

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja MARTINA SABLIĆ, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja magistra/magistrice SOCIOLOGIJE, izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga diplomskoga rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 3.10.2023.

Potpis

Sablić

Izjava o pohrani i objavi ocjenskog rada
(završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - podcrtajte odgovarajuće)

Student/ica: MARTINA SABLIC'

Naslov rada: SOCIOLOŠKI ASPEKTI YACHTING INDUSTRIJE TIJEKOM
PANDEMIJE COVID-19

Znanstveno područje i polje: SOCIOLOGIJA

Vrsta rada: DIPLOMSKI RAD

Mentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
prof. dr. sc. Renata Relja

Komentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
izr. prof. dr. sc. Marija Lončar

Članovi povjerenstva (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
dr. sc. Tea Gutović

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanog ocjenskog rada (završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada.

Kao autor izjavljujem da se slažem da se moj ocjenski rad, bez naknade, trajno javno objavi u otvorenom pristupu u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN br. 119/22).

Split, 3. 10. 2023.

Potpis studenta/studentice: Sablíč M.

Napomena:

U slučaju potrebe ograničavanja pristupa ocjenskom radu sukladno odredbama Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (111/21), podnosi se obrazloženi zahtjev dekanici Filozofskog fakulteta u Splitu.