Nautički turizam

Tolić, Ingrid

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:871056

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications





VELEUČILIŠTE s pravom javnosti BALTAZAR ZAPREŠIĆ Biograd na moru

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

INGRID TOLIĆ

NAUTIČKI TURIZAM

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2019. godine
VELEUČILIŠTE s pravom

javnosti BALTAZAR ZAPREŠIĆ Biograd na moru

Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

NAUTIČKI TURIZAM

kolegija: Turističko poslovanje i upravljanje
Studentica: Ingrid Tolić
JMBAG studenta: 0234052108

Mentor: Dr. sc. Pave Ivić Naziv

SADRŢAJ

SAŢETAK
..... 1

ABSTRACT

..... 2

1. UVOD
..... 3

2. NAUTIČKI TURIZAM 5

2.1 DEFINIRANJE NAUTIČKOG TURIZMA 6

2.2 RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA 6

2.3 POSEBNOSTI SADRŢAJA NAUTIČKO-TURISTIČKE PONUDE 7

2.4 LUKE NAUTIČKOG TURIZMA 8

2.4.1 Sidrište
..... 9

2.4.2 Privezište
..... 9

2.4.3 Suhe marine
..... 10

2.4.4 Marine 11

2.5 ULOGA MARINA U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA 12

2.6 UTJECAJ NAUTIČKOG TURIZMA NA OKOLIŠ 17

3. NAUTIČKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ 19

3.1 KARAKTERISTIKE NAUTIČKOG TURIZMA U RH 21

3.2 POSEBNOSTI SADRŢAJA NAUTIČKO-TURISTIČKE PONUDE U RH 24

3.3 ČINITELJI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA 26

3.3.1 Čimitelji razvoja nautičkog turizma na strani potraţnje..... 26

3.3.2 Čimitelji razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude .....

27

3.4 ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA KONKURENTNOST NAUTIČKOG TURIZMA 28

4. ANALIZA NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ 30

4.1 LUKE NAUTIČKOG TURIZMA 32

4.2 UTJECAJ LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO 35

4.3 ANALIZA BROJA ZAPOSLENIH U NAUTIČKOM TURIZMU 38

5. ZAKLJUČAK 39

6. IZJAVA 41

7. POPIS LITERATURE 42

7.1 KNJIGE 42

7.2 INTERNET IZVORI 42

8. POPIS SLIKA 44

9. POPIS TABLICA 45

ŽIVOTOPIS 46

SAŽETAK

Jedna od sastavnica nautičkog turizma je nautički turistički proizvod koji obuhvaća skup usluga i proizvoda kako bi u potpunosti zadovoljili potrebe nautičara ili cjelokupnu turističku potražnju. Nautički turizam je naziv za poseban oblik turizma u kojem

dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuĎem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi razonode. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj tekao je vrlo sporo ali osnivanjem marina i udruga nautičara povećava njegovu popularnost. Nautički turizam smatra se najvećim potrošačem obalnog prostora, koji je ujedno jedan od najvaţnijih činitelja njegova razvitka. Hrvatska je zemlja koja ima izvanredne razvojne pogodnosti za razvoj nautičkog turizma.

Ključne riječi: nautički turizam, luke nautičkog turizma,
marine.

Title in English: NAUTICAL TURISM

ABSTRACT

One of the components of nautical tourism is the nautical tourism product, which includes a set of services and products to fully meet the needs of boaters or the overall tourist demand. Nautical tourism is the name for a special form of tourism, dominated by

the navigation and stay of tourists in one's own or someone else's vessel, as well as various nautical activities for tourism and leisure purposes. The development of nautical tourism in Croatia was very slow, but with the establishment of marinas and boaters' associations it increased its popularity. Nautical tourism is considered the largest consumer of coastal space, which is also one of the most important factors in its development. Croatia is a country with outstanding developmental benefits for the development of nautical tourism.

Keywords: nautical tourism, nautical tourism ports,
marinas.

1. UVOD

Intenzivniji razvoj nautičkog turizma bilježi se u posljednjih petnaest godina, a njegova se prava ekspanzija se tek očekuje. Prema prihodima koji se ostvaruju nautički turizam je jedan od unosnijih oblika turizma za turistički receptivnu zemlju. Hrvatska je zemlja koja ima izvanredne razvojne pogodnosti za razvoj nautičkog turizma. Povijest razvoja nautičkog

turizam u Republici Hrvatskoj vețe se uz 19. stoljeće, dok je njegov razvoj u svijetu započeo

u 17. i 18. stoljeću. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj tekao je vrlo sporo sve do početka

80-ih godina 20.st. kada su se počele osnivati većina današnjih marina i udruga nautičara što

povećava njegovu popularnost.

Predmet istraživanja ovog završnog rada je analizirati nautički turizam. Pregledom dostupnih

podataka vidjeti će se bilježi li se porast nautičkog turizma kroz broj nautičkih luka, plovila na

vezu u nautičkim lukama, broju zaposlenih i prihodima od nautičkog turizma. Broj nautičkih

luka je podatak koji govori o razvijenosti nautičkog turizma, a povećavanjem broja luka moțe

se vidjeti moțe se uočiti razvija li se nautički turizam u odreĎenom periodu. Prema prihodima

koji se ostvaruju nautički turizam je jedan od unosnijih oblika turizma za turistički receptivnu

zemlju.

Cilj ovoga rada analizirati te prikazati razvoj nautičkog turizma kroz broja luka nautičkog

turizma na morskoj obali Hrvatske. Cilj je definirati pojam nautičkog turizma i prikazati

karakteristike i značenje nautičkog turizma u Hrvatskoj. Prikazati će se broj zaposlenih u

nautičkom turizmu, broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma. Plovila za koja

je upotrijebljen vez u moru te prihod koji se ostvaruje od nautičkog turizma. Podaci su

dobiveni iz redovitog istraživanja Izvještaja o kapacitetu i prometu luka nautičkog turizma,

koje se provodi u godišnjoj periodici.

Radi provoĎenja kvalitetnog istraţivanja koristiti će se metode analize, metoda sinteze, metoda indukcije i metoda dedukcije i metoda kompilacije. Metoda sinteze i analize radi definiranja osnovnih pojmova, kao i njihovog raščlanjivanja. Metoda indukcije i metoda dedukcije radi donošenja zaključaka i tvrdnji. Te metoda kompilacije radi postavljanja već dokazanih zaključaka drugih autora.

Rad je strukturiran od četiri dijela. Prvi dio rada je uvod u kojem se definira predmet rada, prikazuju se ciljevi i struktura rada. U drugom dijelu rada se teorijski objašnjavaju vaţni pojmovi vezani u nautički turizma. Objasniti će se luke nautičkog turizma i prikazati njihova podjela. Četvrti dio rada prikazuje statističke podatke vezane za nautički turizam. Na kraju rada se sintetiziraju dobiveni podaci u zaključku u kojem se iznosi zaključno mišljenje i spoznaje do kojih se došlo.

2. NAUTIČKI TURIZAM

Turizam je jedna od najvaţnijih gospodarskih djelatnosti u sadašnjosti, ali ponajviše u budućnosti hrvatskoga gospodarstva. Prema razvojnim mogućnostima u posljednjih 10-ak godina posebno se istaknuo nautički turizam. Nautički turizam predstavlja kretanje turista u plovilima po moru uključujući njihovo pristajanje u marinama i obuhvaća svu infrastrukturu u marinama potrebnu za njihov prihvat. Ono omogućava prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i zagušenih plaţa. Upravo zbog toga što je uţivanje u ovoj grani turizma potrebno plovilo, nautički turizam pogodan je za turiste nešto veće platežne moći. Iako nautički turizam u hrvatskom turizmu postaje sve vaţniji, on još uvijek ne ostvaruje odgovarajuću materijalnu dobit koliku bi mogao s obzirom na njegove potencijale tako da se njegov pravi razvoj tek očekuje.

Nautički turizam je poseban oblik turizma koji se po svojim specifičnim obiljeţjima bitno razlikuje od ostalih oblika turizma. Tendencija se stavlja na nuţnost pronalaţenja kompromisa izmeĐu potrebe za očuvanjem prirodnog prostora i potrebe za gospodarskim razvojem. Principi dugoročnog razvoja nautičkog turizma koji uključuju upravljanje sustavom nautičkog turizma, očuvanje prirode i okoliša, kvalitetu i konkurentnost, gospodarsku valorizaciju i slično, odrednice su na kojima se ovaj oblik turizma zasniva. Teţnja nautičara je da krstare obalom i otocima, a neki od njih borave u matičnoj luci odakle odlaze na izlete. Prednost Hrvatske se ogleda u prirodnim ljepotama i ekološkoj očuvanosti.[1]

Nautički turizam se, u posljednjih 25 godina, razvijao takvim tempom da je danas prerastao u

masovnu pojavu, odnosno prestao biti privilegijem visokih slojeva društva iako po svojoj

socijalnoj strukturi obuhvaća klijentelu pretežno viših prihoda. Na izrazito dinamičan rast

nautičkog turizma u svijetu upućuju podaci o rastu broja plovila u nautičkom parku u SAD-u:

1950. godine 3,5 milijuna plovila, 1966. godine 8 milijuna plovila, 1986. godine ukupni broj

plovila prelazi 13,5 milijuna (Ivošević, 1995).

[1] Nautički turizam, https://www.visitadriatic.eu/dozivite-hrvatsku/nauticki-turizam/,

25.09.2019.

2.1 DEFINIRANJE NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam je dio i oblik turizma koji se odvija na vodi ili uz vodu. Sam naziv dolazi od

grčke riječi *naus* (lat. *navis*) koja znači brod. U širem smislu njeno se značenje veže uz

pomorstvo, plovidbu, brodarenje i sl. U inozemnoj se literaturi pojam nautički turizam često

poistovjećuje s pojmom marine tourism – dakle isključivo s plovidbom i drugim aktivnostima

uz more i na moru, iako se on ostvaruje i na rijekama i jezerima i njihovim obalama, i to

na

vlastitim i tuĎim plovilima za rekreaciju, razonodu i sport, stacionarno ili u plovidbi.

S druge strane, marine tourism, kako ga neki autori definiraju (Orams, 1999; Luck, 2005) obuhvaća i aktivnosti turista na plaţi koje obično i nisu nuţno i direktno povezane s plovidbom. Slične razlike, ne toliko u samom korištenju pojma nautički turizam koliko u njegovom sadrţajnom odreĎenju i obuhvatu, nalazimo i u našoj stručnoj i znanstvenoj literaturi i praksi. Raznolikost definicija nautičkog turizma u nas moţe se ilustrirati činjenicom da neki autori u nautički turizam ubrajaju i voţnju putničkim brodovima, pa čak i

teretnim (Turina), drugi pod tim pojmom podrazumijevaju i voţnju malim, neregistriranim čamcima (Gvozdenović), luksuzna krstarenja (Kos, Dončević), sve oblike turizma koji su vezani uz vodu, kao što su, uz već spomenuto, sportovi na vodi i ispod vode, pa čak i biologija mora i podmorja te unutrašnjih voda (Dulčić)
itd.

2.2 RAZVOJ NAUTIĈKOG TURIZMA

Uz pojam nautički turizam često se koriste i pojmovi marine *tourism, yachting tourism, sailing tourism, leisure boating* i sl., različitog obuhvata. Nautički turizam posebna je vrsta

turizma koja pored plovidbe u vlastitoj organizaciji krstarenje vlastitim ili unajmljenim plovnim objektima s boravkom i/ili noćenjem turista na njima, obuhvaća i kruţna putovanja u

organizaciji vlasnika plovnih objekata i putničkih agencija s boravkom i/ili noćenjem turista

na plovnim objektima, te plovidbu turista na plovnim objektima radi drugih oblika odmora i rekreacije (ribarenje, ronjenje). Na razvoj nautičkog turizma imaju posebni činitelji[2]

1. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potrațnje,

2. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani ponude (utječu na ostvarivanje potreba

nautičkog turizma),

[2] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 15.09.2019.

3. Ponuda privatnih, rekreacijskih i drugih sadrțaja i usluga (omogućavaju boravak i

4. plovidbu nautičara izvan mjesta boravka).

5.

Bitna razlika izmeĎu nautičkog turizma i ostalih oblika turizma je plovidba odnosno velika

pokretljivost turista-nautičara, koja podrazumijeva čestu, a nerijetko i svakodnevnu promjenu

mjesta boravka. Za odreĎenje stupnja razvoja nautičkog turizma potrebno je sagledati poloțaj,

razvoj i opremljenost luka nautičkog turizma s pripadajućim objektima infrastrukture i

suprastrukture.

Iako sve navedeno vrijedi za nautičare i plovila na rijekama, jezerima i kanalima, dakle i za

nautički turizam na unutrašnjim vodenim putovima, činjenica je da je danas njegov udio u

svim pokazateljima nautičkog turizma zanemariv, a prema nekim obiljeţjima čak i nepoznat.

Počeci plovidbe radi zabave, rekreacije i sporta obiljeţeni regatama po nizozemskim kanalima

poznati su već u 16. stoljeću, nautički turizam se kao oblik suvremene turističke aktivnosti

počeo razvijati u 19. stoljeću. Intenzivnija izgradnja specijaliziranih luka za privez brodica i

jahti i boravak njihovih posada-nautičara započela je u 20. stoljeću. S motrišta razvitka

nautičkog turizma kao osmišljenog i organiziranog sustava drugi razvojni prag označen je donošenjem Odluke o osnivanju ACY-a (Adriatic Club Yugoslavia) 1982. godine. [3]

2.3 POSEBNOSTI SADRŢAJA NAUTIČKO-TURISTIČKE PONUDE

Sve se više nautički turizma promatra kroz jedan od vaţnih čimbenika u razvoju i

unaprjeĎenju tog oblika turizma. Stacionarnu komponentu čine primarni receptivni kapaciteti

i dopunski kapaciteti. U primarne receptivne kapacitete ubrajaju se luke nautičkog turizma,

zimovnici (suhi vezovi), brodogradilišta, parkirališta, trgovinski opskrbni i turističko-

ugostiteljski objekti, proizvodni i proizvodno-usluţni kapaciteti. Pri tome valja imati na umu

da kapacitet vezova u marini mora biti komplementaran kapacitetu smještaja neposredno

vezanih uz marinu. Broj vezova u marini uvjetuje prostorne mogućnosti u moru. Dopunske

kapacitete čine tereni i objekti za sport i rekreaciju te ostali prateći objekti. Od izuzetne su

vaţnosti i prometni kapaciteti izgraĎeni na kopnu (cestovni, ţeljeznički te uzletišta).

[3] Studija razvoja nautičkog turizma, http://www.hhi.hr/uploads/materials/SRNTH.pdf,

21.09.2019.

2.4 LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

Luka nautičkog turizma je luka posebne namjene koja služi za prihvat i smještaj plovnih

objekata, te je opremljena za pružanje usluga korisnicima i plovnim objektima. U poslovnom,

građevinskom i funkcionalnom pogledu čini jedinstvenu cjelinu. Vrste luka nautičkog turizma

prema vrsti objekata i usluga određene su posebnim propisima kojima se uređuje kategorizacija luka nautičkog turizma.[4] U luci nautičkog turizma pružaju se turističke usluge

u nautičkom turizmu i druge nadopunjujuće usluge turistima nautičarima (trgovačke,

ugostiteljske i dr.). Luke nautičkog turizma razvrstavaju se u sidrište, privezište, suha marina i

marina.

Pri razvrstavanju luka nautičkoga turizma, kao i za ostale gospodarske djelatnosti, polazi se

od makrostrateškoga interesa zemlje i od prirodnih i tržišnih karakteristika. U svim zemljama

Mediterana taj je postupak vrlo sličan i bitno se razlikuje od onoga u kontinentalnom dijelu

Europe. Tu djeluje činitelj pretežnosti, pa su na Mediteranu zanemarene izvanmorske podjele,

zastupljene u kontinentalnom dijelu
Europe.

Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma luke nautičkog

turizma u Hrvatskoj razvrstavaju se kao (Šamanović,
2002):

1. sidrišta,
2. privezišta,
3. suhe marine,
4. marine.

Navedene četiri vrste definirane su Pravilnikom kojim je vrlo jasno odreĎeno obzirom na

more i kopno, dakle s poloțajnog aspekta. Sidrište je dio vodenoga prostora pogodan za

sidrenje plovnih objekata u zaštićenoj uvali. Ono je dio vodenog prostora s opremom za

privez plovnih objekata u prirodnoj zaštićenoj
uvali.

[4]Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na:
http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 15.09.2019.

2.4.1 Sidrište

Sidrišta nisu opremljena komercijalnom infrastrukturom, što znači da bi uvoĎenje komunalnih

usluga na lokacijama pojedinih sidrišta pridonijelo njihovoj komercijalizaciji. Umjetna

zaštita

sidrišta izgradnjom valobrana nije dopuštena, bez razlike na površinu akvatorija u uvali.

Posebni uvjeti regulirani Pravilnikom koje sidrište mora imati jesu sljedeći (Šamanović,

2002):

- dio vodenog prostora pogodan za sidrenje plovnih objekta,
- jedan uređen interventan privez s opremom za privez plovnoga objekta.

2.4.2 Privezište

Privezište je dio vodenog prostora i dio obale uređen za pristajanje plovnih objekata i

opremljen priveznim sustavom. Ako mogućnosti vodenog prostora privezišta dopuštaju, u

dijelu vodenog prostora privezišta može se označiti i mjesto gdje se mogu sidriti plovni

objekti. Privezište je također dio vodenog prostora i obale uređen za pristajanje plovnih

objekata nautičkog turizma. Postojeće luke javnoga prometa preuzimaju povremeno i stalno

funkciju luke nautičkog turizma, u kategoriji pristaništa. Zbog nepredviđenog intenziteta

javnog prometa u lukama županijskog i lokalnog značenja, u razvojnim se programima

planira odrediti kapacitet pristaništa s oko deset slobodnih vezova po svakoj pojedinoj

lokaciji. Veći kapacitet vezova i bolja organizacija lučkog akvatorija postupno će pretvarati

luku javnog prometa u luku nautičkog turizma - turističku luku. Privezišta u javnim lukama

oko kojih su se na Mediteranu razvijali gradovi, posebno su privlačna za nautičare, i taj

problem još uvijek nije zadovoljavajuće riješen (Luković, Bilić,
2007).

Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, za privezište su definirani sljedeći posebni uvjeti, po kojima privezište mora imati:

− dio vodenog prostora i obale izgraĎen i ureĎen za privez plovnih objekata koji se sastoji od sidrenog sustava pod vodom (čelični lanci ili blokovi, tzv. corpo morto, poloţeni na morsko dno, s plutačama opremljenima priveznim prstenima) i opreme za privez na obali ili gatu - fiksnom ili plutajućem,

− opremu za privez (osigurana mogućnost priveza s najmanje dva konopa - jedan prema obali i jedan prema moru),

− recepciju privezišta koja moţe biti i montaţni objekt, s uobičajenom opremom potrebnom

za poslovanje i odrţavanje privezišta,

− organiziranu sluţbu prihvata i posluţivanja, te tehničke asistencije pri privezu plovnih objekata, koja radi 24 sata,

− jedno privezno mjesto osigurano i označeno za privez u nuţdi (interventni privez),

− zasebno označeno (slovnom ili brojčanom oznakom) svako privezno mjesto,

− jednu skupinu prostorija za osobnu higijenu turista nautičara iz odredbi članka 15. Pravilnika.

Iznimno, ta skupina prostorija ne mora imati tuš-kabine i moţe imati kemijski zahod ako je osigurano kontinuirano odstranjivanje fekalija na uobičajen tehničko-higijenski način.

Suha

marina je dio obale ili kopna posebno ograĎen i ureĎen za pruțanje usluga čuvanja plovnih

objekata, te pruțanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor i iz njega do suhe

marine. Iz definicije marine izuzeta je suha marina, kao dio kopna na kojemu se pruța usluga

smještaja plovnih objekata. Suha je marina nova kategorija luka nautičkog turizma, i prvi je

put navedena u Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma.

2.4.3 Suhe marine

Suhe su marine prilično zastupljene na sredozemnoj obali Italije i Francuske. Razlog je tomu

izgraĎenost marina na svakih 6 kilometara obalne linije. Na tom dijelu obale koja obiluje

plovnim kanalima, razvijaju se različiti načini transporta plovila i smještaj na suhom vezu na

udaljenijim lokacijama od obale. Time se rasterećuje atraktivni priobalni dio, a u suhim

marinama pruțaju se specijalizirane usluge u nautičkom turizmu. Riječ je o ograĎenom

kopnenom prostoru na kojemu se organizira suhi vez, te tehnološka podrška za brzo vaĎenje i

spuštanje plovila u vodu ili u more u bilo koje vrijeme (0 - 24 sata), a prema zahtjevu vlasnika

plovila. Posebni uvjeti regulirani (Šamanović, 2002)

Pravilnikom za suhe marine su:

- ograĎen i osvijetljen prostor za smještaj plovila,

− recepcija/portirnica za prihvat plovnih objekata (može biti i montažni objekt) s potrebnom opremom za poslovanje i održavanje suhe marine,

− čuvarska služba 24 sata dnevno,

− stalke (vaše) za plovne objekte na suhom,

− organizirana služba za transport plovnih objekata,

− osigurana mogućnost spuštanja plovila na vodenu površinu i podizanje iz vode: škver koji može biti i izvan ograĐenoga prostora marine, oprema za spuštanje i podizanje plovila -

pokretna dizalica i navoz s „vaţima“, te navoz za prikolicu osobnog automobila,

− vrijedeća polica osiguranja za plovne objekte od rizika kraĐe i oštećenja dok se nalaze u marini,

− priključak na električnu mrežu od 220V na svakih 20 plovnih objekata,

− priključak na higijenski ispravnu vodu na svakih 50 plovnih objekata,

− jedna skupina prostorija za osobnu higijenu turista nautičara na svakih 100 plovnih objekata.

Svakako treba uzeti u razmatranje i nautičke vezove koji su smješteni unutar luka otvorenih za javni promet. Kod takve vrste vezova u pravilu se radi o sezonskim vezovima koji su smješteni u najatraktivnijim dijelovima luka, a što znači u starim povijesnim jezgrama mjesta na obali i otocima.[5]

2.4.4 Marine

Termin “marina” upotrebljava se od 1928. godine kada su stručnjaci iz brodograĎevne industrije u New Yorku pod tim terminom podrazumijevali posebnu struku kojoj je osnovna uloga prihvat brodica s mogućnošću opskrbe suhim vezom, te svim neophodnim servisnim uslugama. Marina je dominirajući tip turističke luke u svijetu, predstavlja “krajnji domet” nautičko-turističke ponude, jer u svom sastavu ima čitav niz različito povezanih atraktivnih i lukrativno-usluţnih elemenata za sudionike u zabavnoj navigaciji, odnosno u nautičkom turizmu (Gračan, Alkier, Radnić, 2003).

Marina je početak nastajanja nautičkog centra, no problem formiranja marine često nije toliko u izgradnji potrebnih sadrţaja na kopnu i moru, koliko u izgradnji potrebne infrastrukture i cestovnih komunikacija koje marinu dovode u vezu s potraţnjom i ostalom ponudom u bliţoj ili daljoj okolici marine. Koliko god odreĎena marina moţe autonomno djelovati, ona nuţno svoje aktivnosti dijelom usmjerava i prema drugim lokalitetima u sklopu odreĎene turističke destinacije o čemu će se detaljnije pisati u nastavku rada.

[5] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 15.09.2019.

2.5 ULOGA MARINA U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA

Uloga marina u razvoju nautičkog turizma je presudna jer imaju mnogostruku društveno-ekonomsku funkciju i predstavljaju ne samo bitni već i ograničavajući čimbenik razvitka nautičkog turizma. Marine kao dominantan oblik luka nautičkog turizma imaju svoju veliku

ulogu. Mogu se s aspekta meĎuovisnosti njihove ponude i stupnja razvijenosti lokacije, podijeliti na (Šamanović, 2002):

- marine razvijenog dijela Mediterana, koje su dio vrlo jake i agresivne ukupne turističke ponude – sredozemne marine, posebno od Genovskoga zaljeva do početka španjolskog dijela Sredozemlja, s Azurnom obalom kao središnjim dijelom toga modela,
- marine razvijenoga dijela Mediterana, koje nemaju uza se agresivnu turističku ponudu, talijanske marine (jadranske i sredozemne) sve do Genovskoga zaljeva,
- marine srednje razvijenoga dijela Mediterana, koje imaju emitivno razvojni karakter (nisu dio neke jače turističke ponude, nego su one pokretači razvoja ili se naslanjaju na

gradsku neagresivnu turističku ponudu) – hrvatske jadranske marine i grčke marine,

− marine dijela Mediterana koji je u razvoju, ili marine maloga geografskog značaja – sve ostale marine (slovenske, crnogorske, albanske, grčke).

Prema obliku i vrsti ponude koju pruțaju, razlikuju se (Luković, Bilić, 2007):

− marine koje svoju ponudu razvijaju samostalno u okvirima svojih granica (neke marine u Hrvatskoj, sidrišta i privezišta, te grčke marine),

− marine koje s razvojem ponude izlaze izvan svojih granica, razvijajući i uključujući lokalitet kao dio šire ponude (primjer marine Frapa),

− marine koje razvoj svoje ponude baziraju na privlačnosti većih gradova (Split, Dubrovnik, Zadar, jadranske talijanske marine, grčke gradske marine),

− marine koje su dio veće turističke ponude, pa svojom skromnom ponudom samo upotpunjuju korporativno oblikovanu ponudu (od Genovskog zaljeva preko Azurne obale do početka španjolskoga obalnog dijela Sredozemlja),

− marine koje imaju odrțiv suțivot s industrijskim i drugim gospodarskim zonama (veće španjolske marine Sredozemlja koje su izraținijega tranzitnog karaktera),

− marine koje svoju ponudu razvijaju i oblikuju kao suțivot sa sportskim dijelom marine

kojom se koristi domicilno stanovništvo za šport i razonodu, te dio marina kojima se

koristi za gospodarski ribolov i djelatnosti povezane s morem (zamjetan dio

španjolskih marina uspješno razvija takav oblik djelovanja marina),

- marine koje su dio lokalne sportske marine bez gospodarskih aktivnosti (po cijeloj obali Mediterana).

Marine, kao i druge vrste luka nautičkog turizma, visokovrijedni su objekti kojih razvojna uloga još uvijek nije dostatno istraţena. Ipak ostaje činjenica da su one nositelji lokalnog razvoja manje i srednje razvijenih dijelova Mediterana. Mislimo da je vrijedno istaknuti podatak kako je ACI, kao sustav marina, s dvadeset jednom marinom u sastavu, najveći sustav marina u Europi. I unatoč bombastičnoj najavi o kraju ACI-ja kao sustava marina 2001. godine, i nadalje je ostao neriješen problem što s tim sustavom (Luković, Bilić, 2007).

Pojam marina talijanskog je podrijetla a označava „malu luku“ za prihvat rekreacijskih plovila. Marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma koja u posebno uređenom i opremljenom vodenom i kopnenom prostoru i objektima, osim usluga veza i smještaja plovila, nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadrţaje i usluge koje su u stanju zadovoljiti

probirljive zahtjeve i ţelje suvremene nautičko-turističke potraţnje (Šamanović, 2002).

Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za usluge veza i čuvanja

plovnih objekata, te za smještaj turista nautičara u plovnim objektima ili u smještajnim

objektima marine. U marinama se pruțaju i druge uobičajene usluge turistima nautičarima, pa

i servisiranje i odrțavanje plovnih objekata. Sam pojam marina talijanskoga je podrijetla i

označava malu luku za prihvat rekreacijskih plovila (Luković, Bilić, 2007).

Marina, kao moderan lučki objekt za prihvat sportskih plovila, opisuje se u stručnoj literaturi

još 1928. godine. Prema američkoj „Nacionalnoj udruzi proizvoĎača motora i brodova“

(*National Association of Engine and Boat Manufactures Incorpored of America*) marina je

mjesto gdje jedriličari mogu plovilo prikladno usidriti, porinuti u more, popravljati, opskrbiti

gorivom i drugim brodskim potrepštinama, imati topli tuš, objedovati na obali i biti blizu

trgovinske, komunikacijske i prometne infrastrukture. To je specijalizirana luka ili suvremeno

ureĎen i od valova zaštićen akvatorij za potrebe nautičkog turizma i rekreaciju. Definira se i

kao luka koja pruța usluge veza i čuvanja plovnih objekata, ali u njoj se mogu obavljati

odrțavanje i servisiranje koje obavljaju poduzetnici tih djelatnosti ili servisi smješteni u samoj

marini i izvan nje. Marina je dominirajući tip turističke luke u svijetu, „krajnji domet“

nautičko-turističke ponude, jer u svojemu sastavu ima više različito povezanih atraktivnih i

lukrativnih uslutnih elemenata za sudionike u zabavnoj navigaciji (Luković, Bilić, 2007).

Prema stupnju opremljenosti, marine se mogu podijeliti na (Šamanović,

2002):

- standardne, s osnovnom udobnošću,
- luksuzne, s visokim stupnjem udobnosti,
- rekreacijske, s mogućnošću korištenja sportsko- -rekreacijskim i zabavnim sadrţajima.

Prema tipovima gradnje marine se razvrstavaju na:

- američki tip,
- atlantski tip,
- mediteranski tip.

Američki tip marine karakterističan je po jednostavnoj (i standardnoj), kvalitetnoj i relativno jeftinoj izgradnji, funkcionalnom razmještaju sadrţaja, dobroj opremljenosti i učinkovitoj organizaciji poslovanja. Atlantski tip marine, kao i sve europske marine, u arhitektonskom smislu nema jedinstven tip izgradnje, slabije je opremljen i u prosjeku ima manji kapacitet od američkoga tipa. Stilovi izgradnje ovise o područjima, a mogu biti piramidalni, stupnjeviti, ambijentalni i visoki. Mediteranski tip marine karakteriziraju relativno manje kopnene površine s čvrstom gradnjom infrastrukturnih objekata. Ti tipovi vezani su uz turističko naselje ili su njegov dio.[6] Posjeduju ograničen broj vezova i namijenjeni su pretežno gostima u ljetnoj sezoni koji kraće borave u luci. S obzirom na poloţaj akvatorija prema kopnenom okruţju, četiri su temeljna tipa marina:

- otvoreni,

- poluuvučeni,
- uvučeni,
- potpuno uvučeni.

[6] Šamanović, J. Marketing strategija u funkciji razvoja hrvatskog nautičkog turizma Ekonomski vjesnik br. 1,2 (15): 17 -30, 2002. str.51-63.

Slika 1. Marina Kaštela, otvorena marina

Slika 2. Marina Vrsar, poluuvučena marina

Slika 3. Marina Split, uvučena marina

Slika 4. Empuriabrava (Španjolska), potpuno uvučena marina

Svaki od tih tipova prilagoĎava se okolnom terenu i uvjetima izgradnje. Prema vlasništvu

marina moţe biti:

- privatna,
- komunalna,
- javna.

Privatne marine komercijalnoga su tipa i njihovo vlasništvo upućuje na odabir poslovne politike i načina voĎenja marine. Poduzetništvo je u njima na prvomu mjestu.

Komunalne marine u načelu su javne i njima upravljaju lučke uprave ili drţava preko lokalne

zajednice. Namijenjene su, uglavnom, domicilnom stanovništvu koje prema njima gravitira.

Javne marine u vlasništvu su drţavnih ili lokalnih vlasti. Karakteristične su po načinu upravljanja i financiranja, te su konkurencija komercijalnim (privatnim) marinama (Šamanović, 2002).

Usluge koje pruţaju marine mogu se raščlaniti na:

- glavne,
- sporedne i
- dodatne.

Glavna usluga koju pruţa marina jest usluga veza. U sporedne usluge spadaju priključci na struju i vodu, odlaganje smeća, administrativne usluge, pomoć pri spuštanju

plovila u vodu i vaĎenju iz vode, servis plovila, opskrba nautičara rezervnim dijelovima, gorivom, ţivetnim namirnicama, sportskom opremom i drugim potrepštinama. Dodatne usluge su zabava, sport i rekreacija (Šamanović, 2002).

2.6 UTJECAJ NAUTIČKOG TURIZMA NA OKOLIŠ

Hrvatski dio obale Jadranskog mora predstavlja prigodno mjesto za razvitak nautičkog turizma. Ističe se blizina emitivnih trţišta, velika razvedenost, vrlo povoljni klimatski i hidrografsko-navigacijski uvjeti. Negativni utjecaji su posljedica nautičkoturističke aktivnosti svih sudionika u nautičkom turizmu, a manifestiraju se kroz (Šamanović, 2002).

1. Okupaciju i prisvajanje obalnih i morskih prostora;
2. Pretjeranu komercijalizaciju obalnog prostora, gdje je zanemaren interes domaćih nautičara;
3. ZagaĎenje obale i akvatorija naftom, naftnim derivatima i raznim ambalaţnim i drugim otpacima;
4. Devastaciju i neovlašteno prisvajanje biološkog i povijesno-kultumog blaga podmorja.

Svi su ekspanzivni oblici turističkog prometa manje-više destruktivni, posebno, kad uslijed stihijskog i nekontroliranog razvitka postanu agresivni na prirodno osjetljiva i prostorno ograničena obalna područja, kao što su prirodne plaţe, uvale i manji otoci. Nekontroliranom i neosmišljenom izgradnjom velikih marina i njenih pratećih objekata infrastrukture i

suprastrukture u prirodno osjetljivom prirodnom području, često se, zauvijek gube i

obezvreĎuju neizmjerne estetske vrijednosti
krajolika.

Nautički turizam, kao najveći korisnik akvatorija, mora postati, ujedno, i najveći promotor

zaštite okoliša. Marine i drugi objekti izgraĎeni uz Hrvatsku obalu su namijenjeni inozemnom

gostu. Potpuno je zapostavljen interes domaćeg nautičara. Nerijetko se uzurpiraju javne

površine prikladne za vezivanje brodova. Bezobzirno se naplaćuje ne samo korištenje takvih

površina već i samo pristajanje plovila od svih mogućih legalnih i ilegalnih subjekata. Plima,

heterogene mase ljudi koja je stalno u pokretu, posebice tijekom turističke sezone, uz

brojčano veliki priliv automobila uz obalu, skupa s plovilima svih vrsta i veličina u moru,

izvor su nekontroliranog meteța i zagaĎenja (Luković, Bilić,
2007).

Za okoliš posebno je opasna izgradnja marina u prirodnim parkovima (Kornati, Pakleni otoci i

si.), jer mogu nagrditi i onečistiti prirodni ambijent. Zbog dislociranosti od točaka opskrbe i

komunalne infrastrukture mogu imati teškoće u opskrbi i izazvati probleme u očuvanju

prirodne sredine. Nekontrolirano bavljenje sportskim ribolovom i raznim drugim podvodnim

aktivnostima moțe biti opasno za biološki țivot (posebice školjke) i povijesno kulturna blaga

u moru.

Za biološki țivot u moru, posebno je opasan sportski ribolov nedopuštenim sredstvima, u

zabranjeno vrijeme i nedopuštenim zonama, jer moțe ugroziti temeljni riblji fond, koji je

na

Jadranu, inače siromašan. Posebno su za nacionalni interes opasni tzv. podvodni “istraživači”,

s vrhunskom podvodnom opremom i tehnikom, koji godinama, neovlašteno prisvajaju i

krijumčare preko granice naše podvodno povijesno blago (amfore i razni predmeti sa davno

potonulih brodova).

Zato, pri kreiranju razvojne i poslovne politike u nautičkom turizmu treba voditi računa, kako

o pozitivnim tako i o negativnim učincima. Kada je u pitanju izgradnja marina, potreban je

veliki oprez pri raspolaganju obalnim prostorom, koji je utoliko vredniji, što ga manje ima. Na

ekološki osjetljivim i iznimno vrijednim prostorima trebalo bi zakonom ograničiti

komercijalnu izgradnju objekata, kao što čine i druge zemlje. Tako je Velika Britanja

ograničila komercijalnu izgradnja na 16% obalnog prostora (Šamanović, 2002).

2.7 NAUTIČKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Značajke Republike Hrvatske u nautičkom turizmu su vidljive u izuzetnom prirodnom

potencijalu koji joj osigurava visoko mjesto na trištu nautičkog turizma te predstavlja

najvrijedniji dio i polaznu točku razvoja nautičkog turizma. Glavni atributi konkurentske

prednosti Hrvatske kao destinacije nautičkog turizma su reljef priobalnog prostora i klimatski

elementi uz visoki stupanj očuvanosti prirodnog okruenja dok su ograničavajući čimbenici

razvoja nerazmjernost razine kvalitete ponude i standarda sektora, nedostatak financijskih

sredstava, neadekvatna organizacija i menadțment sektora i dr. Utjecaj nautičkog turizma na

destinaciju predmet je mnogih istraživanja, a razlog tomu je njegov vidljivi razvoj posljednjih

godina te veliki potencijal za razvoj ostalih grana gospodarstva u Hrvatskoj (Jugović i sur.

2014).

Slika 5. Marine i luke u Republici Hrvatskoj

Povijesnu prisutnost i razvoj nautičkog turizma na Hrvatskoj obali potvrĎuje i veliki broj luka

i lučica. Stoga su turističke organizacije na obali 60 tih godina razvijale vlastiti plovni park,

koji se koristio za izlete i iznajmljivanje. Obnovljena je i domaća „mala flota“, a strane jahte

sve češće plove duț naše obale. Obnovljena je i domaća proizvodnja plovila za sport i

razonodu. 60 tih godina formiraju se neke nove ili prilagoĎavaju stare luke za suvremeni

nautički turizam (Šamanović, 2002).

Slika 6. Broj luka u nautičkom turizmu Republike Hrvatske

Jadransko more izuzetno je zanimljivo i atraktivno, a intenzivniji razvoj nautičkog turizma u

zadnjem je desetljeću zaokružio hrvatsku turističku ponudu. Hrvatska ima više od 40 marina

sa svim pratećim sadržajima, a ljubiteljima moreplovstva stoje na raspolaganju još stotine

luka i lučica, uvala i zaljeva na otocima i obali. Pusta i nenaseljena mjesta privlače ljepotom i mirom netaknute prirode.[7] U posljednjih 10-ak godina nautički turizam posebno se istaknuo

svojim rastom i razvojem. Iako u hrvatskom turizmu on postaje sve važniji, ostvarivanje

odgovarajuće materijalne dobiti još uvijek nije razmjerno njegovim potencijalima, tako da se

njegov pravi razvoj, zapravo, tek
očekuje.

[7] Marine i luke, https://www.cromaps.com/promet/marine-i-luke,

18.09.2019.

2.8 KARAKTERISTIKE NAUTIČKOG TURIZMA U RH

Nautički turizam jedan je od najbrže rastućih segmenata maritimnih djelatnosti koji se u

svijetu počinje masovno razvijati usporedo sa svim ostalim oblicima maritimnog turizma, ali

se njegovo značenje i ekonomska snaga uočavaju tek osamdesetih godina, pa mnoge turističke

destinacije počinju ubrzanom izgradnjom specijaliziranih luka za prihvat malih plovila.

(Gračan, Alkier Radnić, 2003).

Dolaskom i boravkom nautičara u akvatoriju i marinama, brojna, inače, neprivredna dobra i djelatnosti recepcijske zemlje pretvaraju se u izdašne gospodarske resurse, koji bez nautičkog turizma, ne bi uopće, ili bi u znatno manjem opsegu, bili komercijalizirani. Nautičko-turistički fenomen već je davno transformiran u ozbiljnu društveno-ekonomsku djelatnost. Pomoću nautičkog turizma koriste se prirodne atraktivnosti i drugi raspoloživi nautičko turistički resursi (Luković, Bilić, 2007).

Kroz potrošnju nautičara koja je veća od potrošnje ostalih turista ostvaruju se brojni neposredni i posredni učinci na pojedine gospodarske subjekte, grane, djelatnosti i na gospodarstvo zemlje u cjelini. Neposredne ili izravne koristi od potrošnje nautičara imaju gospodarski subjekti koji neposredno prodaju proizvode ili usluge nautičarima, kao što su (Luković, Bilić, 2007).

- luke nautičkog turizma, koje prodaju nautičko turističke usluge nautičarima,
- turistička, turističko-ugostiteljska i trgovinska poduzeća, frizerske radnji i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima,
- brodograĎevna i brodarska poduzeća, te obrtničke radnje koji proizvode i prodaju plovila, vrše njihov remont i popravke, servisiraju i održavaju plovila nautičara i pružaju različite usluge.

Pozitivni učinci nautičkog turizma posebno se odražavaju na poslovanje brodograĎevnih poduzeća i obrtničkih radnji koje proizvode, servisiraju i popravljaju nautičko-turistička

plovila. Izgradnja plovila za potrebe nautičkog turizma u odnosu na plovila za druge namjene,

pokazala se je daleko isplativija (Luković, Bilić, 2007). Nautički turizam, u kontinuiranom

razvoju, potencira značenje luka nautičkog turizma kao pokretača razvoja lokalnoga

gospodarstva, kao novu razvojnu gospodarsku šansu. Jer, one danas postaju činiteljima

razvoja ne samo djelatnosti povezanih uz nautički turizam, kao što su to charter, ronilački

turizam, regate, sajmovi i drugo, već i drugih više ili manje povezanih djelatnosti. Luke

postaju turistički magnet i zato treba posvetiti punu pozornost istraživanju fenomena njihova

nastanka i razvoja. 1/3 svih luka nautičkog turizma Hrvatske nalazi se na području Zadarske

županije (Slika 7).

Slika 7. Luke nautičkog turizma po

Ţupanijama

Nautički turizam se, u posljednjih 25 godina, razvijao takvim tempom da je danas prerastao u

masovnu pojavu, odnosno prestao biti privilegijem visokih slojeva društva iako po svojoj

socijalnoj strukturi obuhvaća klijentelu pretežno viših prihoda (Gračan, Alkier Radnić, 2003).

Prednosti nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj:
[8]

- Prirodne ljepote, čisto more
- Razvedena obala
- Brojni otoci
- Povoljna klimatska obiljeţja
- Prirodne atrakcije (NP, PP)
- Biološka raznolikost
- Ekološki očuvan krajolik i podmorje
- NeizgraĎenost obale

[8] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 15.09.2019.

- Osobna sigurnost
- Sigurnost plovidbe
- Geografski poloţaj (blizina emitivnih trţišta)
- Prometna povezanost/dostupnost
- Prateća turistička infrastruktura (uslužne djelatnosti)

- Tradicija u turističkoj djelatnosti
- Gostoljubivost
- Kvalificirani kadrovi
- Nautička infrastruktura (luke nautičkog turizma)
- Pomorska tradicija
- Visokoškolsko obrazovanje za pomorstvo i turizam
- Mogućnost proširenja postojećih luka i lučica
- Prostorne mogućnosti za izgradnju novih luka nautičkog turizma.

Nedostaci nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj:[9]

- Nedovoljan kapacitet luka nautičkog turizma (nedovoljan broj vezova)
- Nedostatak vezova za veće jahte
- Sadrțaj ponude u marinama i razina usluge
- Razina tehničke usluge u marinama
- Izrațena sezonalnost potrațnje
- Sadrțaj ponude destinacije i kvaliteta usluga
- Vrijednost za novac
- Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada
- Nedovoljna educiranost
- Nedostatak obrazovnih/strukovnih
- institucija
- NeusklaĎenost zakonskih propisa

- Administrativne prepreke

- Neodgovarajuća kategorizacija luka nautičkog turizma

[9] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 15.09.2019.

- Nepovezanost elemenata sustava

- Nepostojanje strategije razvoja nautičkog turizma

2.9 POSEBNOSTI SADRŢAJA NAUTIČKO-TURISTIČKE PONUDE U RH

Moţe se reći da je nautički turizam izrazito mobilnog karaktera i da je vezan uz jedan oblik

sportske rekreacije na plovilu, potrebno je istaknuti sve veću vaţnost njegove stacionarne

komponente kao jednog od najvaţnijih čimbenika u razvoju i unaprjeĎenju tog oblika turizma.

Stacionarnu komponentu čine primarni receptivni kapaciteti i dopunski kapaciteti.

Turističke usluge u nautičkom turizmu su (Bartoluci, Čavlek, 1998):

1) iznajmljivanje veza uz ureĎenu i djelomičnu ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj

plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima:

2) iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, crusing i sl.);

3) usluge skipera:

4) prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru, i suhom vezu na kopnu

5) usluge snabdijevanja nautičara sa strujom, plinom, vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.:

6) uređenje i pripremanje plovnih objekata:

7) davanje različitih informacije nautičarima kao što su vremenska prognoza, vozni redovi, podaci o kulturno-povijesnim spomenicima i raznim priredbama i manifestacijama i sl.

8) škole jedrenja, obuka za skipere i voditeljice brodica:

9) ostale turističke usluge za potrebe nautičkog turizma (iznajmljivanje sportskih terena, pribora i opreme za kupanje i skijanje na vodi, suncobrana i ležaljki, zdravstvene usluge, organizacija sportskih, kulturnih priredbi i manifestacija i sl.)

Nadzor i kontrolu nad pravnim fizičkim osobama koje pružaju nautičko-turističke usluge u Republici Hrvatskoj vrše županijski uredi za poslove turizma, lučke kapetanije, obalna straža, odgovarajuća ministarstva (za turizam, promet i veze, financije i sl.) turistički inspektori i drugi inspektori, svaki u okviru svoje nadležnosti, sukladno posebnim propisima. U primarne receptivne kapacitete ubrajaju se luke nautičkog turizma, zimovnici (suhi vezovi),

brodogradilišta, parkirališta, trgovinski opskrbni i turističko-ugostiteljski objekti, proizvodni i

proizvodno-usluțni kapaciteti. Pri tome valja imati na umu da kapacitet vezova u marini5

mora biti komplementaran kapacitetu smještaja neposredno vezanih uz
marinu.

Broj vezova u marini uvjetuje prostorne mogućnosti u moru. Dopunske kapacitete čine tereni

i objekti za sport i rekreaciju te ostali prateći objekti. Od izuzetne su vațnosti i prometni

kapaciteti izgraĎeni na kopnu (cestovni, țeljeznički te uzletišta) (Gračan, Alkier Radnić,

2003).

Problem formiranja marine, kao početka nastajanja nautičkog centra, često nije toliko u

izgradnji potrebnih sadrțaja na kopnu i moru, koliko u izgradnji potrebne infrastrukture i

cestovnih komunikacija koje marinu dovode u vezu s potrațnjom i ostalom ponudom u blițoj

ili daljoj okolici marine. Koliko god odreĎena marina moțe autonomno djelovati, ona nuțno

svoje aktivnosti dijelom usmjerava i prema drugim lokalitetima u sklopu odreĎene turističke

destinacije. Svi navedeni kapaciteti sastavni su dio ponude nautičkog turizma pa stoga usluge,

koje se pruțaju u nautičkom turizmu, sețu od usluga koje se pruțaju na plovnim objektima do

usluga u lukama nautičkog turizma (iznajmljivanje vezova za plovila, iznajmljivanje plovila,

usluge opskrbe nautičara najrazličitijom robom i opremom, usluge kojima se sadrțajno

upotpunjuje boravak turista-nautičara poput sportskorekreacijskih usluga, škola jedrenja,

ronjenja itd.) (Bartoluci, Čavlek, 1998).

2.10 ČINITELJI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

Osim činitelja koji utječu na razvoj turizma, općenito na razvoju nautičkog turizma imaju jak

utjecaj i posebni činitelji. Za nastanak i razvitak nautičkog turizma u nekoj zemlji, užem ili

širem području ili regiji, moraju postojati odgovarajući činitelji, i to, kako na strani potrațnje,

tako isto na strani ponude (Šamanović,
2002).

2.10.1 Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potrațnje

Nautički turizam kao i drugi oblici turističkog prometa javlja se u trenutku kada za to

postoje

društveni, ekonomski i tehničko-tehnološki uvjeti. Dinamika je, njegova razvoja, usko

povezana uz niz endogenih i egzogenih činitelja. Na razvitak nautičkog turizma u nekoj

zemlji, osim činitelja koji utječu, općenito na razvitak turizma, presudni su i posebni činitelji.

Posebni činitelji se mogu razvrstati u tri temeljne skupine, kao što su (Šamanović, 2002):

1. Činitelji proizišli iz odreĎene razine razvoja gospodarstva:
2. Činitelji proizišli iz odreĎene razine razvoja turizma:
3. Činitelji proizišli iz odreĎene razine razvoja društva u širem smislu:
4.

Nautički turizam, kao oblik turističke potrațnje, a i ponude, logična je posljedica sveukupnog

gospodarskog razvoja u svijetu. Analizirajući gospodarski razvoj, kao činitelja turističkog

razvoja nautičkog turizma, moțe se zaključiti da je njegov utjecaj višestruk. S jedne strane,

gospodarski razvoj uvjetuje stvaranje slobodnih financijskih sredstava za kupnju plovila i

slobodnog vremena za plovidbu, što je temeljna pretpostavka za nastanak nautičko-turističke

potrațnje. S druge strane, povećanjem industrijalizacije, urbanizacije i zagaĎenja țivotne

sredine, što sve uvjetuje gospodarski razvitak, popraćeno je, ne samo većim intenzitetom rada

na radnom mjestu, nego većim ili manjim stupnjem psihološkog stresa i raznih drugih

oboljenja (Šamanović, 2002).. Psihološki stres i druge psihofizičke i zdravstvene teškoće koje

izaziva gospodarski razvitak, moguće je, ako ne otkloniti, onda bar ublațiti promjenom

mjesta

boravaka, pri čemu, nautički turizam ima posebno
značenje.

Tehnološki razvoj, kao sastavni dio ukupnog gospodarskog razvitka, posebno, utječe na

razvoj nautičkog turizma kroz nove materijale, tehnologije i metode graĎenja plovila,

ekološke pokrete itd. Pojavom plastičnih masa i novih metoda graĎenja, plovila za sport i

razonodu su postala jeftinija i pristupačna za sve šire slojeve društva. Ranije su bila dostupna,

samo uskom krugu bogatih ljudi. To je stvorilo pretpostavke za nastanak i dinamičan razvitak

nautičkog turizma. Jedna od osnovnih determinanta razvoja nautičkog turizma jest postojanje

i razvoj turizma uopće, kao svjetskog procesa masovnih migracija i zadovoljenja odreĎenih

turističkih potreba putem brodarenja, radi odmora i
razonode.

Put razvitka nautičko-turističke potrațnje je toliko dug i mukotrpan koliko i ulazak pojedinog

društva ili nacionalne zajednice u krug visokorazvijenih zemalja. Činjenica je, nautički

turizam, bez obzira na konstantnu stopu rasta, još uvijek nema masovni karakter u svjetskim

razmjerima. On je privilegij srednje i više klase. MeĎutim, u posljednje vrijeme prisutna je

tendencija njegova širenja i na niže slojeve pučanstva. Zato, treba usmjeriti istraživanja u smjeru buduće turističke potražnje, kako bi se mogla formirati adekvatna nautičko-turistička ponuda (Šamnović, 2002).

2.10.2 Čimbenici razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude

Dok čimbenici potražnje utječu na stvaranje potreba, čimbenici ponude uvjetuju da se te potrebe ostvare. Primjena ovih postavki na razvoj nautičkog turizma govori da nisu dovoljna samo odgovarajuća, slobodna novčana sredstva za kupnju plovila, psihofizička potreba da se plovi, moda da se plovi, tehnološki napredak u gradnji plovila, fond slobodnog vremena za plovidbu, stupanj razvoja turizma i slično, već i turistička ponuda, koju obuhvaća, kako prirodne i antropogene atraktivne uvjete, tako i ponudu odgovarajućih nautičko-turističkih privatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga (Šamanović, 2002).

2.11 ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA KONKURENTNOST NAUTIČKOG TURIZMA

Prema Strategiji razvoja nautičkog turizma mogu se izdvojiti dvije grupe čimbenika koje u najvećoj mjeri odreĎuju konkurentnost nautičkog turizma: [10]

(1) opći čimbenici su klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja

podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja;

(2) posebni čimbenici su prometna dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na

glavna trțišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i

opremljenost luka nautičkog turizma, odnosno mogućnost veza plovnih objekata u

lukama nautičkog turizma ili na nautičkom vezu u javnim lukama, ljubaznost i

educiranost osoblja, ponuda ostalih sadrțaja potrebnih za odrțavanje i opremanje

plovnih objekata za plovidbu, atraktivnost sadrțaja na kopnu, kulturna ponuda kao bitni

čimbenik turističke pa tako i nautičke ponude, cijene usluga, propisi vezani uz plovidbu

i stacioniranje plovnih objekata, porezi i takse.

Konkurentnost Hrvatske u nautičkom turizmu je vezana uz susjedne i druge zemlje u

Sredozemlju kao što je Italija, Francuska, Španjolska, Grčka, Turska, Crna Gora i Slovenija.

Analizom ocjena svih elemenata nautičke ponude Hrvatske, dobivenih anketom provedenom

u okviru istrațivanja TOMAS Nautika, moțe se zaključiti:

- Najveća prednost Hrvatske je u tzv. općim i socijalnim čimbenicima nautičke ponude

čistoći mora, ljepoti krajolika, ekološkoj očuvanosti obale te osjećaju sigurnosti u

zemlji,

- Najveći nedostatak ukupne hrvatske nautičke ponude su posebni elementi ponude:

  ugostiteljska ponuda, kapacitet, opremljenost luka nautičkog turizma,

- Glavna prednost Italije u odnosu na Hrvatsku je njena ugostiteljska ponuda te

  kapacitet i opremljenost luka nautičkog turizma,

- Glavne prednosti Francuske i Španjolske u odnosu na Hrvatsku su gostoljubivost,

  ugostiteljska ponuda te ponuda luka nautičkog turizma (kapacitet, opremljenost i

  prostorni raspored),

[10] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 21.09.2019.

- Glavna prednost Grčke u odnosu na Hrvatsku je ugostiteljska ponuda te “vrijednost za

  novac“ ukupne nautičke ponude,

- Turska predstavlja konkurenta Hrvatskoj nautičkoj ponudi u ugostiteljskoj ponudi,

  opremljenosti luka nautičkog turizma, “vrijednosti za novac“ ukupne nautičke ponude

  i dijelom u kapacitetu luka nautičkog turizma,

- Slovenija ne predstavlja ozbiljnog konkurenta hrvatskoj nautičkoj ponudi, što je i

  razumljivo uzimajući u obzir duljinu obale.

Dakle, prema svim bitnim pokazateljima hrvatska nautička ponuda je konkurentna ostalim zemljama Sredozemlja, osim sa cijenama dnevnog veza.[11] Najvaţnija je činjenica da

Hrvatska, prema postojećem broju nautičkih vezova, duljinom obale i otoka, njihovom izuzetnom privlačnošću i još uvijek dobroj očuvanosti, te konačno dosegnutoj kvaliteti ukupne nautičke ponude, nedvojbeno ima sve pretpostavke za daljnji kvalitetan i konkurentan razvoj nautičkog turizma pod uvjetom da u budućnosti ne ugrozi osnovnu prirodnu razvojnu osnovu.

[11] Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf, pristupljeno: 21.09.2019.

3. ANALIZA NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Prema podacima Drțavnog zavoda za statistiku (DZS-a) Republika Hrvatska ima 56 594 km^2 kopnene površine i 31 479 km^2, unutrašnjih morskih i teritorijalnih voda. Duțina morske obale je 6278 km od čega kopnenog 1880 km ili 29,9% a obala otoka 4398 km ili 70,1%.[12]

Razvedenost hrvatske obale (indeks razvedenosti hrvatske obale iznosi 11) je uz veliki broj

otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog turizma. Uz razvedenost obale i atraktivnost

otočnoga prostora Hrvatska se ističe obiljeţjima reljefa. Naša obala je visoka, strma i

stjenovita što prostoru daje posebnu čar. Odmah iza obale uzdițu se planinski lanci Učke,

Velebita, Svilaje, Kozjaka, Mosora i Biokova. Osim fizionomskih prednosti hrvatske obale

zanimljivo je i vațno sagledati kako su kapaciteti za prihvat plovila rasporeĎeni duț hrvatske

obale. Od 363 luke, lučice, sidrišta i marina, kvarnerski, zadarski i dubrovački akvatorij ih

sadrțe 60%. Ipak, ponajviše zbog Nacionalnog Parka Kornati, najatraktivniji je šibenski

akvatorij. Po posjećenosti slijedi istarsko (gdje je općenito veća posjećenost turista) i zadarsko

područje (nautičkim turistima je ovo područje posebno zanimljivo zbog većeg broja otoka što

pridonosi zanimljivosti arhipelaga) (Šamanović,
2002).

Turistički fenomen (kao i nautičko-turistička plovidba) već je davno transformiran u ozbiljnu

društveno-ekonomsku djelatnost, koja zadire gotovo u sve pore društveno ekonomskog țivota

pojedinih područja. Kapital uloțen u izgradnju marina ima veću stopu profitabilnosti od onog

uloženog u druge vrste turizma. U lukama nautičkog turizma pružaju se brojne nautičko-turističke usluge kao što su:

- usluge veza za plovila s opskrbom vode,
- prodaja goriva i električne energije,
- održavanje i servis plovila,
- usluge iznajmljivanja plovila i posredovanja u njihovoj prodaji,
- usluge škole jedrenja i obuke za skipere i voditelje brodica,
- usluge davanja vremenskih prognoza i raznih informacija nautičarima,
- usluge telefona teleks, te prodaja suvenira i bescarinske robe te razne druge usluge.

Najpovoljniji efekti od nautičkog turizma postižu se u organiziranom charteru, tj. najmu brodova nautičarima kojima više odgovara plovidba u iznajmljenom nego u vlastitom plovilu.

[12] Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2016, Zagreb, 2017.

U nautičkom turizmu realiziraju se brojne ugostiteljske, trgovinske, obrtničke i druge slične usluge. To stimulativno djeluje na razvitak turističke, ugostiteljske, trgovinske, frizerske i drugih djelatnosti, koje su nužne za zadovoljavanje potreba nautičara. Zato se u lukama nautičkog turizma otvaraju brojni ugostiteljski i trgovinski objekti i različite radnje. U lukama nautičkog turizma treba organizirati trgovačku mrežu koja je u stavnju kvalitetno opskrbiti nautičare potrebnim prehrambenim i higijenskim artiklima, ako što su: kruh,

mlijeko, mliječni proizvodi, povrće, voće, voćni sokovi, meso, riba, sapun deterdženti, paste

za zube, tisak i drugi proizvodi i razne potrepštine (Šamanović,
2002).

U ukupnom turističkom prometu Hrvatske nautički turizam čini tek 7% od ukupnih dolazaka

ili 2% ukupnih noćenja 2001. godine. Ipak, bilježi dinamične stope rasta. U zadnjih 5 godina

turistički promet nautičara je udvostručen a prosječne godišnje stope rasta iznosile su oko

15%. Zanimljiv je i podatak da su 2001. g. nautičari činili 76.4% stalnih gostiju u Hrvatskoj.

Usprkos svim iznesenim činjenicama može se konstatirati da se nautički turizam u Hrvatskoj

još uvijek nije u potpunosti afirmirao

3.1 LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

Luka nautičkog turizma jest turistički objekt koji u poslovnome, prostornome, graĎevinskome

i funkcionalnom smislu čini cjelinu ili u sklopu šire prostorne cjeline ima izdvojeni dio i

potrebne uvjete za potrebe nautičkog turizma i turista nautičara. U luci nautičkog turizma

pruțaju se turističke usluge u nautičkom turizmu i druge nadopunjujuće usluge turistima nautičarima (trgovačke, ugostiteljske i dr.).[13]

Tablica 1. Luke nautičkog turizma za razdoblje

2012.-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ukupna površina akvatorija m^2	**3 322 650**	**3 614 784**	**3 764 124**	**3 711 951**		
Broj marina						
Broj luka						
nautičkog turizma						
Ukupni broj vezova						**17 428** **17 067**

Izvor: Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017., Drțavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

[13] Nautički turizam: Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma, 2017. Drțavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

U 2012. istraživanjem je bilo obuhvaćeno je 98 luka nautičkog turizma na morskoj obali

Hrvatske, i to 62 marina (od toga 11 suhih marina) i 36 ostalih luka nautičkog turizma.

Ukupna površina njihova akvatorija jest 3 266 746 m2, a broj vezova 17 454. U lukama

nautičkog turizma 31. prosinca 2012. na stalnom vezu bilo je 14 396 plovila, što je za 0,8%

više nego 31. prosinca 2011. Vezom u moru koristilo se 85,5% plovila, a isključivo mjestom

na kopnu 14,5%.

U 2013. istraživanjem je obuhvaćeno 106 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, i

to 67 marina (od toga 14 suhih marina) i 39 ostalih luka nautičkog turizma. Ukupna površina

njihova akvatorija jest 3 278 064 m2, a broj vezova 16 940. U lukama nautičkog turizma 31.

prosinca 2013. na stalnom vezu bilo je 13 735 plovila, što je za 4,6% manje nego 31. prosinca

2012. Vezom u moru koristilo se 84,5% plovila, a isključivo mjestom na kopnu 15,5%.

U 2014. istraživanjem je obuhvaćeno 112 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, i

to 72 marine (od toga 16 suhih marina) i 40 ostalih luka nautičkog turizma. Ukupna površina

njihova akvatorija jest 3 322 650 m2, a broj vezova 17 221. U lukama nautičkog turizma 31.

prosinca 2014. na stalnom vezu bila su 13 793 plovila, što je za 0,4% više nego 31. prosinca

2013. Vezom u moru koristilo se 84,6% plovila, a isključivo mjestom na kopnu 15,4%

U 2015. istraživanjem je obuhvaćena 121 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, i

to 70 marina (od toga 13 suhih marina) i 51 ostala luka nautičkog turizma. Ukupna površina

njihova akvatorija jest 3 614 784 m2, a broj vezova 17 351. U lukama nautičkog turizma 31.

prosinca 2015. na stalnom vezu bilo je 13 399 plovila, što je za 2,9% manje nego 31. prosinca

2014. Vezom u moru koristilo se 85,7% plovila, a isključivo mjestom na kopnu 14,3%.

U 2017. istraživanjem je obuhvaćeno 140 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske,

i to 70 marina (od toga 13 suhih marina) i 70 ostalih luka nautičkog turizma. Ukupna površina njihova akvatorija jest 3 711 951 m^2 sa 17 067 vezova. U 142 luke nautičkog turizma u šest

jadranskih županija 2018. godine ostvareno je ukupno 857 milijuna kuna prihoda. Dobar dio toga donijela je i Zadarska županija u kojoj se nalazi najviše nautičkih luka.[14]

[14] Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

Državni zavod za statistiku (DZS) proveo je istraživanje u 2018., a u kojem su bile

obuhvaćene 142 luke nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, i to 72 marine (od toga 14

suhih marina) te 70 ostalih luka nautičkog turizma. Ukupna površina njihova akvatorija bila je

4 075 400 m2 sa 17 274 veza. Blagi porast broja plovila na stalnom vezu u 2018. (Slika 6).

U lukama nautičkog turizma 31. prosinca 2018. na stalnom vezu bilo je 13 617 plovila, što je

za 1,4% više nego 31. prosinca 2017. Vezom u moru sluțilo se 86,2% plovila, a isključivo

mjestom na kopnu 13,8% plovila. Prema vrsti plovila na stalnom vezu u moru najviše je bilo

jahti na jedra (50,1%), slijede motorne jahte (46,1%) te ostala plovila (3,8%). Najviše plovila

na stalnom vezu bilo je pod zastavom Hrvatske, i to 44,0%. Zatim slijede plovila pod

zastavom Austrije (15,8%), Njemačke(15,2%), Slovenije (5,1%), Italije (4,2%) i Ujedinjene

Kraljevine (2,2%).[15]

Slika 8. Upotreba vezova u moru 2018.

Godine

U 2018. u lukama nautičkog turizma bila su 194 164 plovila u tranzitu,što je manje za 3,8%

nego u 2017. Prema vrsti plovila u tranzitu za koja je korišten vez u moru, najviše jebilo jahti

na jedra (67,3%). Zatim slijede motorne jahte (28,3%) te ostala plovila (4,4%). U 2018.

[15] Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma, https://hrturizam.hr/kapaciteti-i-poslovanje-luka-nautickog-turizma-u-2018/, 24.09.2019.

najviše plovila u tranzitu bilo je iz Hrvatske (47,7%), Italije (13,9%), Njemačke (12,8%),

Austrije (6,6%) i Slovenije (3,8%), što čini84,8% plovila od ukupnog broja plovila u tranzitu.

Promet nautičara na vlastitim brodovima (nekomercijalni boravci) statistički se ne prati, već je

statistički popraćen jedino promet u segmentu nautičkog chartera (komercijalni promet).

Nautički charter prati se putem sustava eCrew Ministarstva pomorstva, prometa i

infrastrukture. Pokazatelji sustava eCrew integriraju se u ukupnu turističku statistiku sustava

eVisitor HTZ-a. U skladu s navedenim, u Hrvatskoj je u nautičkom charteru tijekom 2017.

zabilježeno 473.896 turističkih dolazaka, kao i 3,19 milijuna noćenja, što u odnosu na 2016.

predstavlja rast od 15,5% u dolascima te 15,6% u noćenjima. Istovremeno, s navedenim

pokazateljima nautički charter u ukupnom komercijalnom turističkom prometu sudjeluje s

2,64% dolazaka te 3,55% noćenja. Govorimo li o sveukupnim rezultatima nautičkog chartera,

može se konstatirati kako je trend prometa tijekom posljednjeg desetljeća uzlaznog karaktera, a rast je posebno naglašen u posljednje dvije godine.[16]

3.2 UTJECAJ LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO

Turizam brzo i nepovratno mijenja ekonomsku i socijalnu sliku svijeta. Prema istraživanjima

doprinos turizma u bruto-nacionalnom proizvodu u turističkim zemljama iznosi od 6 do preko

10%. Neposredne ili izravne koristi od potrošnje nautičara imaju gospodarski subjekti koji

neposredno prodaju proizvode ili usluge nautičarima, kao što su (Šamanović, 2002):

- luke nautičkog turizma, koje prodaju nautičko-turističke usluge nautičarima
- turistička, turističko-ugostiteljska i trgovinska poduzeća, uslužne radnje i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima
- brodograĎevna i brodarska poduzeća, te obrtničke radnje koji proizvode i prodaju plovila, vrše njihov remont i popravke, servisiraju i održavaju plovila nautičara i pružaju druge različite usluge.

[16] Nautički turizma Hrvatske, https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf, 24.09.2019.

Tablica 2. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma za razdoblje od 2012. do 2017. g., u tisućama

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Prihodi ukupno	**660,0**	**686,7**	**716,6**	**753,0**	**769,0**	**855,0**
Prihodi od iznajmljivanja vezova	**487,8**	**504,7**	**527,8**	**519,0**	**539,0**	**598,0**

Izvor: Nautički turizam: Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017., Drțavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

Prema podacima iz tablice 2. Vidi se da je ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u

2012. iznosio je 660,0 milijuna kuna, pri čemu su 487,8 milijuna kuna ostvarena od

iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog prihoda iznosi 73,9%. U odnosu na 2011.,

ukupan prihod veći je za 10,0%, dok je prihod od iznajmljivanja vezova veći za 11,0%.

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2013. iznosio je 686,7 milijuna kuna, pri

čemu su 504,7 milijuna kuna ostvarena od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog

prihoda iznosi 73,5%. U odnosu na 2012., ukupan prihod veći je za 4,0%, dok je prihod od

iznajmljivanja vezova veći za 3,5%.

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2014. iznosio je 716,6 milijuna kuna, pri

čemu je 527,8 milijun kuna ostvaren od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog

prihoda iznosi 73,7%. U odnosu na 2013. ukupan prihod veći je za 4,4%, dok je prihod od

iznajmljivanja vezova veći za 4,6%.

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2015. iznosio je 753 milijuna kuna, pri

čemu je 519 milijuna kuna ostvareno od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog

prihoda iznosi 68,9%. U odnosu na 2014. ukupan prihod veći je za 5,1%, dok je prihod od

iznajmljivanja vezova manji za 1,6%.

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2016. iznosio je 769 milijuna kuna, pri

čemu je 539 milijuna kuna ostvareno od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog

prihoda iznosi 70,1%. U odnosu na 2015. ukupan prihod veći je za 2,1%, a prihod od

iznajmljivanja vezova za 3,8%.

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2017. iznosio je 855 milijuna kuna. Od toga

je 598 milijuna kuna ostvareno od iznajmljivanja vezova, što je 70,0% od ukupno ostvarenog

prihoda. U odnosu na 2016. ukupan prihod veći je za 11,2%, a prihod od iznajmljivanja vezova za 10,9%. Porast prihoda luka nautičkog turizma za 11,2% u odnosu na 2016.[17]

Slika 9. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma u 2017. i 2018. Godini

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2018. iznosio je 857 milijuna kuna. Od toga

je 618 milijuna kuna bilo ostvareno odiznajmljivanja vezova, što je 72,2% od ukupno

ostvarenog prihoda. U odnosu na 2017., ukupan prihod bio je veći za 2,7%, a prihod od iznajmljivanja vezova za 7,1%.[18]

[17] Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017., Drțavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr [18] Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma, https://hrturizam.hr/kapaciteti-i-poslovanje-luka-nautickog- turizma-u-2018/, 24.09.2019.

3.3 ANALIZA BROJA ZAPOSLENIH U NAUTIČKOM TURIZMU

Posebnu ulogu nautički turizam ima na području zapošljavanja radno-aktivnog stanovništva.

Prema istraţivanjima, danas je gotovo svaki osmi radnik u svijetu zaposlen u turizmu ili

putničkom prometu, s tendencijom povećanja tog broja. U nautičkom turizmu pronalazi posao

lokalno stanovništvo u različitim servisima za odrţavanje brodova, ugostiteljskim objektima u

marinama, školama za skipere i razne sportove te raznim pomoćnim poslovima kao što

jeodrţavanje marina, ureĎivanje okoliša, čišćemnje, pranje i odrţavanje plovila i njihovog

invntara i drugih pomoćnih poslova na kojima se zapošljava priučna radna snaga, osobito

ţenska.[19]

Tablica 3. Broj stalno i sezonski zaposlenih djelatnika u nautičkom turizmu

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Stalno zaposleni						**665**
Sezonski	**261**	**264**	**336**	**423**	**455**	**448**
Ukupno	**1 618**	**1651**	**1852**	**2009**	**2141**	**2113**

Izvor: Nautički turizam: Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017., Drţavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

Prema podacima koji su prikazani u tablici 3. Vidi se kako je 2012 bilo stalno zaposleno

1618 osoba, dok je sezonski bilo zaposleno 261 osoba. U 2013. godini je broj stalno

zaposlenih 1387, a sezonskih 264 osoba. 2014. godine stalno zaposlenih je bio 1516, a sezonskih 336. U 2015. godini je stalno zaposlenih bilo 1586, a sezonskih radnika 423. Za 2016. godinu bilježio se porast stalno zaposlenih na 1686, a sezonskih zaposlenika 455. U 2017. Godini je broj zaposlenih nešto manji odnosno 1665, a sezonskih je iznosio 448.

Prema podacima se može vidjeti kako je broj zaposlenih u nautičkom turizmu konstantno bio u porastu, dok se 2017. godine bilježi nešto mani broj zaposlenika. Uzrok tome može biti nedostatak radnika općenito u turizmu što se odrazilo i na nautički turizam.

[19] Šamanović, J., Nautički turizam i management marina , Visoka pomorska škola u Splitu, 2002. str. 103.

4. ZAKLJUČAK

Nautički turizam je poseban oblik turizma koji se po svojim specifičnim obilježjima bitno razlikuje od ostalih oblika turizma. Tetnja nautičara je da krstare obalom i otocima, a neki od njih borave u matičnoj luci odakle odlaze na izlete. Prednost Hrvatske se ogleda u prirodnim ljepotama i ekološkoj očuvanosti. Nautički turizam se odnosi na plovidbu i boravak turista odnosno nautičara na plovnim objektima kao što je jahta, brodica, brod te boravak u lukama nautičkog turizma zbog odmora i rekreacije. Nautički turizma kao gospodarska aktivnost

nautički turizam zadire u različite gospodarske grane i djelatnosti (pomorstvo, smještaj

plovila, iznajmljivanje plovila, ugostiteljstvo, prodaja i servis plovila i sl.), a s druge strane,

tijesno je povezan sa stupnjem izgraĎenosti osnovne nautičke infrastrukture - luke nautičkog

turizma.

Posebnost Republike Hrvatske u nautičkom turizmu se vide u izuzetnom prirodnom

potencijalu koji osigurava visoko mjesto na trțištu nautičkog turizma te predstavlja

najvrjedniji dio i polaznu točku razvoja nautičkog turizma. Nautika predstavlja jedan od

neprepoznatljivijih i najbolje trțišno turističkih proizvoda Hrvatske. Iznimno atraktivna i

razvedena obala s više od tisuću otoka, dobri uvjeti za jedrenje tijekom većeg dijela godine,

odlična turistička infrastruktura te duga tradicija nautičkog turizma razlozi su zbog kojih se

ovaj segment ponude ubrzano razvija te je Hrvatska danas jedna od top europskih i svjetskih

receptivnih destinacija za nautičare, a rast ovog segmenta ponude osobito je dinamičan kada

je riječ o nautičkom charteru, tj. komercijalnom segmentu ponude koji je tijekom posljednjeg

desetljeća doțivio osobito snațnu
ekspanziju.

Prednost Hrvatske u smislu nautičkog turizma je reljef priobalnog prostora i klimatski

elementi uz visoki stupanj očuvanosti prirodnog okruțenja. No, ima ograničavajuće

čimbenike razvoja nerazmjernost razine kvalitete ponude i standarda sektora, nedostatak

financijskih sredstava, neadekvatna organizacija i menadțment sektora
i dr.

Prema provedeno istraživanju za potrebe ovog rada može se zaključiti kako je nautički

turizma u porastu, što se vidi prije svega u prihodima gdje su morske luke nautičkog turizma

u Hrvatskoj prošle godine ukupno ostvarile 855 milijuna kuna prihoda, 11,2 posto više nego u

2016., od čega se najviše, 598 milijuna kuna, odnosi na prihode od iznajmljivanja vezova, koji

su porasli 10,9 posto. Svake su godine prihodi bili u porastu. Ukupno ostvaren prihod luka

nautičkog turizma u 2018. iznosio je 857 milijuna kuna. Od toga je 618 milijuna kuna bilo

ostvareno od iznajmljivanja vezova, što je 72,2% od ukupno ostvarenog prihoda. U odnosu na

2017., ukupan prihod bio je veći za 2,7%, a prihod od iznajmljivanja vezova za 7,1%. Ukupni

dolasci i noćenja u nautičkom charteru pokazuju značajnu koncentraciju prometa na području

Splitsko-dalmatinske županije. Na drugom i trećem mjestu nalaze se Zadarska i Šibensko-

kninska županija, dok je najmanji udjel Ličko-senjske županije. Broj turističkih dolazaka i

noćenja u nautičkom charteru po mjesecima pokazuje visoku koncentraciju prometa na

vrhunac sezone, slično kao što je to slučaj s našim cjelokupnim turističkim prometom. Ipak,

usporede li se dolasci i noćenja razvidna je zanimljiva činjenica kako je broj dolazaka u

kolovozu nešto manji nego li broj dolazaka u rujnu. Dakle, srpanj je mjesec kada je riječ o

dolascima, dok je kolovoz ipak dominantan kada su u pitanju noćenja.

5. IZJAVA

Izjava o akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta:

Matični broj studenta:

Naslov rada:

Svojim potpisom jamčim:

- Da sam jedini/a autor/ica ovog rada.
- Da su svi korišteni izvori, kako objavljeni, tako i neobjavljeni, adekvatno citirani i parafrazirani te popisani u bibliografiji na kraju rada.
- Da ovaj rad ne sadrţi dijelove radova predanih na Veleučilište Baltazar Zaprešić ili drugim obrazovnim ustanovama.
- Da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio nastavnik.

Potpis studenta

6. POPIS LITERATURE

6.1 KNJIGE

1. Bartoluci, M., Čavlek, N.: Turizam i sport, Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u

Zagrebu, 1998.

2. Gračan, D., Alkier Radnić, R. (2003). Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog

turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma. Pomorski zbornik, 41(1), 309-318.

3. Ivošević, D.: Nautički turizam Hrvatske, Novigrad, 1995.

4. Luković, T., Bilić, M. Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga

razvoja. Naše more: znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, 2007;54(3-4),

114-122.

5. Luković, T. Šamanović, J.: Management i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski

hidrografski institut Split, Split, 2007.

6. Šamanović, J., Nautički turizam i management marina , Visoka pomorska škola u

Splitu, 2002.

1. Šamanović, J. Marketing strategija u funkciji razvoja hrvatskog nautičkog turizma

Ekonomski vjesnik br. 1,2 (15): 17 -30, 2002.
str.51-63.

6.2 INTERNET IZVORI

1. Marine i luke, https://www.cromaps.com/promet/marine-i-luke, 18.09.2019.

2. Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na:

http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma

%20HR%201.pdf, pristupljeno:
21.09.2019.

3. Drțavni zavod za statistiku, Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2016, Zagreb,

2017. www.dzs.hr

4. Nautički turizam, https://www.visitadriatic.eu/dozivite-hrvatsku/nauticki-turizam/,

25.09.2019.

5. Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012-2017.,

Drțavni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na: www.dzs.hr

6. Nautički turizma Hrvatske, https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf,

24.09.2019.

7. POPIS SLIKA

Slika 1. Marina Kaštela, otvorena marina
..... 15

Slika 2. Marina Vrsar, poluuvučena marina
..... 15

Slika 3. Marina Split, uvučena marina
..... 16

Slika 4. Empuriabrava (Španjolska), potpuno uvučena marina
..... 16

Slika 5. Marine i luke u Republici Hrvatskoj
..... 19

Slika 6. Broj luka u nautičkom turizmu Republike Hrvatske
..... 20

Slika 7. Luke nautičkog turizma po Ţupanijama
..... 22

Slika 8. Upotreba vezova u moru 2018. Godine
..... 34

Slika 9. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma u 2017. i 2018. Godini
..... 37

8. POPIS TABLICA

Tablica 1. Luke nautičkog turizma za razdoblje 2012.-2017
..... 32

Tablica 2. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma za razdoblje od 2012. do 2017. g., u tisućama
..... 36

Tablica 3. Broj stalno i sezonski zaposlenih djelatnika u nautičkom turizmu
..... 38

ŽIVOTOPIS