STANJE I MOGUĆNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA U ISTRI

Ćurić, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:149433

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split







SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

STANJE I MOGUĆNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA U ISTRI

Mentor:

Dr.sc. Ljudevit Pranić

Student:

Matea Ćurić

1124528

Split, ožujak, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD ... **3**
1.1. Tema rada ... **3**
1.2. Ciljevi rada ... **3**
1.3. Metode rada ... **3**
1.4. Struktura rada ... **4**
2. POJMOVNO DEFINIRANJE I OSNOVE NAUTIČKOG TURIZMA ... **5**
2.1. Pojam nautičkog turizma ... **7**
2.2. Činitelji nautičkog turizma ... **8**
2.2.1. Podjela činitelja nautičkog turizma ... 8
2.2.2. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potražnje ... 10
2.2.3. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani ponude ... 12
2.2.4. Prirodni činitelji razvoja nautičkog turizma ... 12
2.2.5. Humani i kreativni resursi ... 14
2.3. Oblici nautičkog turizma ... **15**
2.4. Djelatnosti nautičkog turizma ... **16**
2.4.1. Definiranje pojma i razvrstavanje luka nautičkog turizma ... 18
2.4.2. Kategorizacija luka nautičkog turizma ... 20
2.5. Značaj nautičkog turizma ... **22**
3. OPĆENITO O ISTRI ... **23**
3.1. Opći podaci ... **23**
3.2. Obalni položaj Istre ... **24**
3.3. Prometna povezanost Istre ... **25**
3.4. Gospodarstvo Istre ... **28**
4. PRIKAZ NAUTIČKOG TURIZMA U RH TE USPOREDBA S INOZEMSTVOM ... **29**
4.1. Nutički turizam u Hrvatskoj na primjeru Istre ... **29**
4.1.1. Pregled nautičkog turizma u Hrvatskoj ... 29
4.1.2. Prikaz nautičkog turizma u Istri ... 34
4.1.3. SWOT raščlamba nautičkog turizma u Istri ... 38
4.2. Nutički turizam u inozemstvu ... **40**
4.2.1. Nautički turizam u Italiji ... 44
4.2.2. Nautički turizam u Francuskoj ... 46
4.2.3. Nautički turizam u Španjolskoj ... 47
5. BUDUĆNOST NAUTIČKOG TURIZMA ... **49**
6. ZAKLJUČAK ... **51**
LITERATURA ... **52**

1. UVOD

1.1. TEMA RADA

Nautički turizam je grana turizma koja se kroz posljednje desetljeće najviše razvija. U Hrvatskoj nije potpuno nerazvijen, ali postojeći stupanj razvoja nije dostatan. S obzirom na činjenicu da je turizam bazna grana hrvatskog gospodarstva, nautičkom turizmu je potrebno posvetiti više pažnje i unaprjeđivati ga. Analiza postojećeg stanja pokazuje rast ponude ovakvog tipa turizma, odnosno rast broja vezova na moru i na kopnu. Iako Istra službeno i neslužbeno slovi kao vodeće turističko područje u Hrvatskoj, nedostaju konkretnije spoznaje o stanju istarskog turizma, posebice u segmentu nautičkog turizma. Upravo zbog toga, tema ovog rada je nautički turizam s osvrtom na područje Istre.

1.2. CILJEVI RADA

U radu se ostvaruju dvije vrste ciljeva, opći i posebni. Opći ciljevi su pojmovno definiranje i osnovne karakteristike nautičkog turizma, te općeniti prikaz zemljopisnog položaja Istre i čimbenika koji utječu na razvoj nautičkog tipa turizma. U posebne ciljeve rada ubrajamo prikaz stanja ponude i potražnje nautičkog turizmu Istri te usporedba istih s općenitim stanjem nautičkog turizma u Hrvatskoj i inozemstvu.

1.3. METODE RADA

Za potrebe istraživanja korištene su opće i posebne znanstvene metode. U opće metode spadaju metode analize, metoda sinteze, metoda deskripcije i metoda kompilacije. Ove metode korištene su prilikom izrade teorijskog djela rada. Od posebnih znanstvenih metoda korištena je metoda analize prikupljenih sekundarnih podataka. Za uspješnu izradu završnog rada poslužila je domaća i strana literatura te časopisi i članci potrebni za dublji uvid u problematiku rada, kao i Internet.

1.4. STRUKTURA RADA

Rad je oblikovan i prikazan kroz pet cjelina, uz zaključak.

U prvom djelu, objašnjeni su predmet, ciljevi i metode rada, te je predstavljen kratak pregled sadržaja po dijelovima rada.

U drugom dijelu je pojmovno definiran pojam nautičkog turizma, te prikazane njegove osnovne karakteristike, opisani činitelji i oblici te prikazan glavni značaj nautičkog turizma.

U trećem dijelu prikazani su opći podaci o Istri: položaj, gospodarstvo i prometna povezanost.

Četvrti dio prikazuje usporedbu nautičkog turizma Istre, Hrvatske i inozemnih konkurenata.

U petom ujedno i posljednjem dijelu ovoga rada pod naslovom Budućnost nautičkog turizma prikazano je sadašnje stanje nautičkog turizma u Hrvatskoj, problemi, ali također i novi pravci razvoja i nove mogućnosti razvoja hrvatskog nautičkog turizma.

Na kraju, zaključak spaja sve činjenice, zaključke i zapažanja koja su tijekom obrade teme prikupljena te je donesena opća sinteza o cjelokupnom istraživanju, odnosno sažetak koji ujedinjuje cijeli rad.

2. POJMOVNO DEFINIRANJE I OSNOVE NAUTIČKOG TURIZMA

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u sadašnjosti, ali ponajviše u budućnosti hrvatskoga gospodarstva. Prema razvojnim mogućnostima u posljednjih 10 - ak godina posebno se istaknuo nautički turizam. Kao jedna od vrsta turizma, nautički je turizam složen turističko pomorski pojam, a iz razloga njegove intenzivne povezanosti s morem i plovidbom, i njegovo je definiranje složeno.

Međunarodna udruga znanstvenih turističkih eksperata kaže da je turizam skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.[1] Tako se dolazi do pojma nautičkog turizma koji predstavlja novi i poseban oblik pojavnog oblika turizma.

Nautički turizam predstavlja kretanje turista u plovilima po moru uključujući njihovo pristajanje u marinama i obuhvaća svu infrastrukturu u marinama potrebnu za njihov prihvat.[2] Ono omogućava prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i zagušenih plaža. Suvremeni turist ne traga više za pasivnim odmorom i dokoličarenjem već za aktivnim provođenjem slobodnog vremena. Upravo zadovoljenje takvih potreba pruža nautički turizam, koji sjedinjuje sportsko − rekreativne aktivnosti i turizam u jednu cjelinu. Iako nautički turizam u hrvatskom turizmu postaje sve važniji, ekonomski prognostičari razvoja turizma slažu se da se nautički turizam nalazi u početnom razvojnom razdoblju i da se visoki rezultati tek očekivaju.

Pojmovi „nautika“ i „nautički“, u širem smislu označavaju pomorstvo i to je upravo razlog zbog kojeg se u međunarodnoj komunikaciji sve više koristi engleskim pojmom yachting tourism, a sve manje nautical tourism ili maritime tourism.[3] Jahta predstavlja simbol luksuznog turističkog odmora na moru, te više vezuje nautički turizam uz turističku djelatnost, a manje uz pomorstvo.

Hrvatska je u nautičkom turizmu izrazito receptivna zemlja – razvojem ponude sustava luka nautičkog turizma, sve bolje opremljenosti i organizacije luka za prihvat cruisera, sve veće charter flote, specifične flote old timera u hrvatskom cruisingu, a sve prilagođeno našim

[1] Luković, T.; Gržetić Z.; Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog djela Mediterana; HHI Split; Split 2007., str.691
[2] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.8
[3] Luković, T.; Gržetić Z.; Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog djela Mediterana; HHI Split; Split 2007., str.691

općim prilikama.[4] Niz provedenih anketa TOMAS[5] pokazale su kako je Hrvatska dosta prepoznatljiva na europskom tržištu potražnje.

Nautički turizam pridonosi općem razvoju gospodarstva zemlje i to na dva osnovna načina.[6] Prvi način vezan je za razvoj nautičkog turizma iznad stope općeg rasta gospodarstva, što posredno utječe i na stopu općenitog gospodarskog rasta zemlje. U tom slučaju nautički turizam povlači gospodarski razvoj , odnosno teži njegovom bržem rastu. Drugi način razvoja nautičkog turizma je razvoj već postojećih djelatnosti zemlje, nekog mjesta, razvoj novih djelatnosti koje su s njim povezane horizontalno i vertikalno dakle od izletničkog turizma, malih gospodarstava, industrije i slično. Uz pomoć toga zapošljava se veliki broj stanovnika koji se bave raznim djelatnostima, koje posredno i neposredno djeluju na zadovoljenje potreba nautičkih turista. Osim ova dva modela nautički turizam je pokretač niza društvenih i ekonomskih promjena.

Gospodarski stupanj razvoja danas sve više ovisi o načinu samog komuniciranja, posebno kod IT – komunikacijske mreže, utjecaju selektivnih oblika turizma, globalizaciji, a nautički turizam ujedno u svemu tome ima posebno mjesto. Jedan od većih utjecaja gospodarstva na nautički turizam je kapital privatnih gospodarstvenika koji upravo potenciraju razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, ali i na Mediteranu. Marine su najpoznatiji primjeri privatnih gospodarstava jer su najčešće organizirane kao dionička društva, ili društva s ograničenom odgovornošću.[7] Na Mediteranu je poznato kako su korporacije u suradnji s državom razvile nautički turizam i ukupnu turističku ponudu. Velike multinacionalne korporacije najviše razvoj usmjeravaju na razvoj infrastrukture i suprastrukture (obrazovanje, sport, kultura, bankarstvo i dr.), kako bi iz svega toga stvorili temeljne uvjete za razvoj nautičkog turizma kao i drugih selektivnih oblika turizma.

[4] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut (HHI) Split, Split, 2007., str. 269.
[5] Najpoznatija tržišna istraživanja pod imenom TOMAS koja se provode još od 1987. godine od strane hrvatskog Instituta za turizam
[6] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op.cit. str. 111.
[7] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.22

2.1. POJAM NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam je spoj dvaju pojmova – nautički i turizam, pa kako bi smo definirali taj pojam potrebno je najprije objasniti sam turizam. „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se s tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.“ [8] Svjetska turistička organizacija (WTO) definira turizam kao: „…skup aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan svog uobičajenog boravišta, i to bez prekida i ne duže od jedne godine, a radi odmora, odnosno zbog poslovnih i drugih razloga.“[9]

Nautika je riječ koja se povezuje s pojmovima *brod* i *vođenje ili upravljanje brodom*. Potječe od grčke riječi *naus*, a u suvremenom značenju pojam nautike označava skup svih praktičnih i teorijskih znanja koja su potrebna mornaru, voditelju broda ili navigatoru. On tim znanjima i vještinama prevozi brod preko mora od polazišta do odredišta.

Nautički turizam pokušalo je definirati više autora koji se bave ovim oblikom turističke rekreacije, te je obrađen i u enciklopedijama. Uvijek je prisutno definiranje s rekreativnih i gospodarskih funkcija. Enciklopedijski se nautički turizam definira kao: „specijalizirani oblik masovnog turizma koji obuhvaća raznolike društvene, gospodarske i prostorne aspekte koji nastaju povodom zadovoljavanja rekreacijskih potreba, odnosno nautičke dokolice.“[10]

Hrvatski zakon o turističkoj djelatnosti definira nautički turizam na slijedeći način. Nautički turizam je plovidba i boravak turista-nautičara na plovnim objektima (jahta, brodica, i brod, za osobne potrebe ili gospodarsku djelatnosti, i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.[11] Ovakva definicija ima svrhu reguliranja i definiranja nautičkog turizma kao dijela sustava gospodarskih djelatnosti. Po današnjem shvaćanju, to je posebna vrsta turizma koji se temelji na rekreativnim sadržajima vezanim uz plovidbu na morima, jezerima i rijekama. Dakle, rekreacija i razonoda na plovnom objektu i vodi, kao motiv za turističko putovanje, ključni je kriterij za razlikovanje nautičkog turizma od ostalih vrsta turizma. Nautički turizam ima kompleksnu strukturu i heterogenu prirodu. Sadrži, osim vlastitih specifičnih obilježja još i elemente zdravstvenog, sportskog, izletničkog, kulturnog i

[8] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.3
[9] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.3
[10] Prema podacima u publikaciji: Nautika Tomas 2001.; Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb, Zagreb 2002.
[11] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN, br 68/07., čl. 44.)

drugih, sličnih vrsta turizma. Bitna razlika između nautičkog turizma i ostalih oblika turizma je plovidba odnosno velika pokretljivost turista - nautičara, koja podrazumijeva čestu, a nerijetko i svakodnevnu promjenu mjesta boravka. [12]

U domaćoj i stranoj literaturi još susrećemo pojmove koji označavaju nautički turizam kao što su: *„brodarenje", „plovni turizam", „zabavna navigacija", „nautizam", „jahting".*

Definicija pojavnih oblika nautičkog turizam treba objasniti što jest, a što nije nautički turizam. Potrebno je obuhvatiti cjelinu elemenata sustava nautičkog turizma, a to su:[13]

- Nautički turistički „proizvodi" – skup različitih usluga i proizvoda koje mogu zadovoljiti potrebe nautičara, odnosno nautičku potražnju.
- Nautička turistička ponuda – sposobnost i spremnost ekonomskih subjekata da ponude određenu uslugu.
- Potrošači – mogu se jako razlikovati od ostalih turističkih potrošača, te treba uključiti njihovu potrošačku snagu i brojnost.

2.2. ČINITELJI NAUTIČKOG TURIZMA

2.2.1. Podjela činitelja nautičkog turizma

Definicija činitelja nautičkog turizma jako je bitna jer se bez njih nautički turizam kao pojam dovodi u pitanje. Spoznaja činitelja je preduvjet održivog razvoja nautičkog turizma. Prema osnovnoj podjeli činitelje možemo podijeliti na:[14]

- Prirodne ili zatečene činitelje (prirodne ljepote, povijesno zaleđe)
- Ljudske, ili činitelje nadogradnje

[12] Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola, Split, 2002., str. 43
[13] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.7
[14] Luković, T.; Gržetić Z.; Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog djela Mediterana; HHI Split; Split 2007., str.189

Ovakva podjela je sveobuhvatna, pa se podjela činitelja nautičkog turizma prikazuje sukladno podjeli činitelja turizma, pa razlikujemo slijedeće klasifikacije činitelja:

Prema izvoru djelovanja:

- Vanjske činitelje
- Unutarnje činitelje

Prema razini poslovne politike:

- Akcelirajuće
- Retardirajuće

Prema klasičnoj podjeli:

- Pokretačke činitelje (činitelji potražnje)
- Posredničke činitelje

WTO razlikuje dvije grupe činitelja koji određuju turističku ponudu i potražnju:[15]

Vanjske činitelje: gospodarski i financijski razvitak, demografske i socijalne promjene, tehnološke inovacije i poboljšanja, investicije u infrastrukturu, opremu i uređaje. Nadalje, politički, zakonodavni i pravni činitelji. Planiranje i utjecaj na okoliš, razvitak trgovine, sigurnost putovanja.
Tržišne snage: znanje potrošača o mogućnostima turizma i turističkim zahtjevima, razvoj proizvoda destinacije i razvitak proizvoda usluga kod privatnog sektora, trendovi u strukturi putovanja, ponuda stručnog i iskusnog ljudskog potencijala.

Institut za turizam u Zgrebu razvrstao je činitelje turizma na[16]:

- Opće činitelje: klima, ljepota krajolika, ekološka očuvanost obale, čistoća mora, čistoća mjesta.
- Socijalne činitelje: imidž zemlje, osjećaj sigurnosti u zemlji, gostoljubivost.
- Činitelje nautičke i ukupne turističke ponude: ugostiteljska ponuda, kapacitet marina, opremljenost marina, prostorni raspored marina, „vrijednost za novac“ nautičke ponude.

[15] www.100megsfree.com (15.01.2016.)
[16] Favro, S., Kovačić, M.(2010.): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, prostorna obilježja hrvatskog jadrana i izbor lokacije luke nautičkog turizma, str.37

2.2.2. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potražnje

Tržište potražnje nautičkog turizma temelji se na osnovnim karakteristikama turističke potražnje, a to su: potrebe, platežne mogućnosti, spremnost da se kupuje i slobodno vrijeme nositelja potreba.[17] Potrebe za nautičkim turizmom usmjeravaju proizvode na tržište potražnje te se tim putem sučeljavaju sa potrebama. P. Kotler[18] dobro uočava karakteristike usluga, turističkih usluga također i navodi njihove četiri glavne osobine: neopipljivost, nedjeljivost, promjenjivost i prolaznost.

Jedan od važnih činitelja tržišta potražnje je platežna mogućnost, važna je kategorija tržišta i poveznica između ponude i potražnje. Nautički turizam je i jedna vrsta elitnog turizma što ne umanjuje značaj platežne mogućnosti turista, kao potrošača. Jedna od karakteristika nautičkog tržišta potražnje je i elastičnost. Elastičnost nautičkog turističkog tržišta u zavisnosti je od niza ekonomskih i izvanekonomskih činitelja, a dijelimo je na primarnu i sekundarnu.[19]

Primarna elastičnost dolazi iz ekonomskih činitelja i prikazuje situaciju između dohotka i cijene, a sekundarna elastičnost je reakcija na promjene u ponudi. Primarna elastičnost je suma neekonomskih faktora te je šire podijeljena te zavisi i o vrsti faktora. Kada se u obzir uzme npr. nekakav prirodni faktor tada elastičnost prikazuje ljepotu prirode, karakteristike, kao i sve njene druge motive koji su privlačni turistima, a ujedno su i potrebe turista. Sekundarna elastičnost je neekonomska elastičnost i odnosi se na korištenje i oblikovanje prirodnih faktora s ciljem kreiranja samog turističkog proizvoda.

Nautičko – turistička potražnja je i heterogena, zbog svih nositelja kao i njihovih mogućnosti jer ukazuju na zadovoljenje potreba. Posebnost nautičkog turizma je u mobilnosti nautičko – turističke potražnje što dovodi i do njene dinamičnosti.

Kada se gleda općenito sa stajališta masovnog turizma, on je ujedno pojava koja stvara temelj razvoja nautičkog turizma. Nautički turizam proizlazi iz nautičko – turističke potražnje upravo zbog masovnih kretanja koje se poimaju kao nekakav poseban oblik zadovoljenja turističkih potreba putem brodarenja u svrhu odmora, razonode, rekreacije i zabave.

---

[17] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op.cit. str. 155.
[18] P. Kotler, *„Upravljanje marketingom“*, Mate d.o.o., Zagreb, 2001., str. 468.
[19] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op.cit. str. 158.

Nautičko – turistička potražnja veže se i za razne komunikacijsko – informacijske tehnologije, kulturu, tradiciju, način plovidbe, jakost promocije i propagande u ovom vidu turizma. Turistička potražnja nautičkog turizma je količina proizvoda i usluga na globalnom tržištu koja je tražena na tržištu.

Ovdje navodimo tri osnovne grupe činitelja.[20]

1. *Činitelje proizašle iz određene razine razvoja gospodarstva*

   Određeni nivo razvoja gospodarstva promatran kroz industrijalizaciju, urbanizaciju, zagađenost životne sredine, povećanje standarda, rekonstruiranje obiteljskog budžeta i slobodno vrijeme su segmenti gospodarskog utjecaja na nautički turizam.

2. *Činitelji proizašli iz određene razine razvoja turizma*

   Potražnja se pod utjecajem mijenjanja motiva i interesa, mijenja. U nekim skupinama dolazi do zasićenja neke vrste potražnje i potreba za novim doživljajima. Određeni dio potražnje ostaje vjeran određenoj vrsti turizma, dok druga grupa potražnje se ostvaruje kroz nove turističke vrste.

3. *Činitelji proizašli iz određene razine razvoja društva u širem smislu*

   Razvoj društva u sebi nosi nevidljivu komponentu razvoja turizma i nautičkog turizma. To znači da se javlja nova potražnja koju možemo promatrati kao razvoj ljudskih potreba, čovjeka i turista kao pojedinca. S jedne strane, potreba za novim doživljajima, a s druge nova kvaliteta doživljaja u nekoj potražnji.

[20] Luković, T.; Gržetić Z.; Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog djela Mediterana; HHI Split; Split 2007., str.194

2.2.3. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani ponude

Činitelji potražnje plasiraju svoju potrebu koja inicira određene aktivnosti na tržište ponude. Ponuda nautičkog turizma reagira na potražnju koja je njoj usmjerena, kroz oblikovanje nautičke turističke ponude.[21] Sustav komuniciranja između tih tržišta vrlo je razvijen, a još bolje napredovanje omogućuje tehnološka revolucija, pri čemu je Internet najjači informacijski i komunikacijski mediji. Odgovor i reakciju turističke ponude na potražnju predstavlja nautički turistički proizvod. Da bi taj proizvod u svakom svom segmentu zadovoljio potražnju, potrebno je spoznati i istraživati činitelje ponude nautičkog turizma.

Nautička turistička ponuda može se razvrstati u tri osnovne grupe, koje predstavljaju tri osnovne vrste nautičkog turizma:[22]

- Na ponudu luka nautičkog turizma
- Ponudu chartera
- Ponudu cruisinga.

Ponuda luka nautičkog turizma čini: ponuda sidrišta, privezišta, suhih marina, ponuda marina. Ponuda chartera u ponudi nudi plovila za najam, usluga skipera, škola jedrenja i navigacije, prodaja nautičke opreme, školovanje i edukacije, charter menadžment i mnoge druge usluge nautičarima. Ponuda cruisinga je važan dio ponude nautičkog turizma. Čine ga ponuda plovila, cruisera od ponuda luka za prihvat cruisera.

2.2.4. Prirodni činitelji razvoja nautičkog turizma

Prirodni su uvjeti vrlo bitni u razvoju nautičkog turizma, oni čine osnovnu i polaznu pretpostavku u razvoju nautičkog turizma. Ovi uvjeti podrazumijevaju sve ono što je priroda dala za razvoj nautičkog turizma, uključujući obale, vodeni prostor, konfiguraciju zemljišta, zemljopisni položaj, ljepote pejzaža, podneblje, temperaturu zraka, vidljivost na moru i slično. Prirodne činitelje kao uvjet za razvoj nautičkog turizma treba promatrati s prostorno ambijentnog aspekta.

---

[21] T. Luković, Z. Gržetić, Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, op.cit. str. 166.
[22] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op.cit. str. 167.

Osnove karakteristike prirodnih činitelja su: čisto i prozirno more, slikovita obala, zanimljivo podmorje, ribe i druge morske životinje, uvjeti za jedrenje, dostupni usputni sadržaji na morskoj obali.

Prostorno ambijentalne činitelje možemo grupirati i na slijedeće činitelje:[23]

- Povezane uz boravak u lukama nautičkog turizma
- Povezane uz boravak na pučini
- Povezane uz obilazak (nautičara) trećih mjesta

Skup prirodnih uvjeta može se podijeliti u tri elementa:[24]

- Hidrografski elementi (flora,fauna te prirodne odlike mora)
- Klimatske prilike (podneblje)
- Reljef (zemljopisne karakteristike područja)

Najveći dio obalnog mora Republike Hrvatske još uvijek nije zagađen, a onečišćenja se za sada povremeno javljaju jedino u nekim dijelovima priobalja blizu velikih gradova s neriješenim sustavom obrade i odvodnje otpadnih voda komunalnog i industrijskog porijekla. Neizostavno je istaknuti more i vode, kao osnovni dio ukupne infrastrukture nautičkog turizma. Bez mora i voda nema ni nautičkog turizma.[25] Osnovni pojmovi koji se vežu za nautički turizam i hidrografske elemente su: klima i temperatura mora, fizička svojstva, morski valovi, morski vjetrovi, morske struje, parametri stanja mora (uobičajena izvješća), plovidba i plovidbena infrastruktura i legislativa i život u moru. U Hrvatskoj funkciju poslova hidrološke i meteorološke djelatnosti obavlja Državni hidrometeorološki zavod (DHMZ).

Hrvatska je zbog umjerenog klimatskog pojasa koji se nalazi na sjevernoj polutki Zemlje stekla prilike koje su povoljne i umjerene bez ikakvih temperaturnih promjena. Pravilno se izmjenjuju četiri godišnja doba, a glavni faktori koji utječu na klimu Hrvatske su: Atlantski ocean, zapadni vjetrovi, zračne mase, ciklone i anticiklone. Neke od ovih komponenti potrebno je dublje promatrati pa tako klimatske uvjete, koji su za istraživanje nautičkog

[23] T. Luković, Z. Gržetić, Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, op.cit. str. 34.
[24] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op. cit., str. 35.
[25] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op. cit., str. 35.

turizma posebno bitni možemo podijeliti na: vrste i jačine vjetrova, vidljivost, temperature zraka i mora, morske struje, valove, jačinu plime i oseke.

Sastav i građu reljefa Hrvatske određeni su dugom geološkom prošlosti. Reljef Hrvatske sastoji se od tri osnovne skupine stijena: taložne ili sedimentne (95%), preobrazne i metamorfne (2 – 4%) i magmatske stijene (oko 1%). Sama obala Jadranskog mora nastala je izdizanjem (transgresijom) morske razine za gotovo 100 metara. Tako su udubljenja postala morski kanali, a uzvišenja otoci.[26] Karakterističnost Jadranske obale je jedinstvenost oblika nastale obalne crte zbog koje su otočne reljefne strukture paralelne s obalom i poznate pod nazivom dalmatinski tip obale.

2.2.5. Humani i kreativni resursi

Humani i kreativni resursi kao činitelji razvoja nautičkog turizma još su ne dovoljno istraženi. Susrećemo ih u literaturi pod raznim nazivima, kao duhovna turistička dobra, psihičke karakteristike i slično. Ovaj pojam predstavlja cjelokupan ljudski odnos i utjecaj pojedinca, grupe i šire društvene zajednice na turizam. Poznato je da se nautičar vraća na neku destinaciju upravo iz razloga djelovanja tog čimbenika.[27]. Tu se radi ponajviše o etici ponašanja prema gostu, odnosno zadovoljavanja nautičara kroz složen sustav mentalnih sila, karakteristika i kvaliteta. Ovu komponentu nije jednostavno prikazati, jer je potpuno subjektivna. Izražena je odgovorima poput „ne, nisam zadovoljan uslugom“ ili „jako sam zadovoljan, uslugom“. Nije sve objašnjivo psihološkom analizom pojave i odnosa. U nautičkom turizmu ovaj utjecaj je važan i presudan u složenom procesu percipiranja u sferi „zadovoljan“ i „nezadovoljan“.

[26] T. Luković, Z. Gržetić, Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, op.cit. str. 35.
[27] T. Luković, Z. Gržetić, Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, op.cit. str. 40.

2.3. OBLICI NAUTIČKOG TURIZMA

Oblici turizma koji se obuhvaćaju nazivom *nautički turizam* su brojni, te se stalno pojavljuju novi. To su svi oblici rekreacije, športa, razonode i doživljaja vezanih uz vodu pa njihova sistematizacija nema znanstveni ili zakonski oblik.

Uobičajeno je da se oblicima turizma smatraju slijedeće aktivnosti vezane za vodu:[28]

- Boravak i plovidba malim plovilima, brodicama i jahtama, na morskim i unutarnjim vodama.
- Krstarenje (eng. crusing) morem ili unutrašnjim vodama, putovima prema određenom itinereru, u svrhu razonode, športa, pregledavanja određenih područja ili obuke. Obuhvaća sve vrste brodova, a osobito turističke brodove, tzv. ploveće hotele, jahte, jedrilice krstašice i motorne brodove. U ovu skupinu se mogu uključiti i školska krstarenja.
- Športovi na vodi i ispod vode gdje ubrajamo kajakaštvo, rafting, veslanje i jedrenje u brojnim klasama, športski ribolov i športovi pod vodom poput podvodnog ribolova, podvodne fotografije i natjecanja u ronjenju.
- Biologija mora i podmorja te unutrašnjih voda, područje znanstvenog i znanstveno popularnog programa mnogih institucija na obali i velikih akvarija koje posjećuju turisti, ali i općeg interesa mnogih koje privlači oda kao izvor života.

Nautički turistički promet može se podijeliti na[29]:

- Pomorski promet
- Jezerski pomet
- Riječni promet.

S obzirom na upotrebu plovila, nautički turistički promet možemo podijeliti na: [30]

- Turiste koji koriste veća i velika plovna sredstva za grupna kružna putovanja
- Turiste koji koriste manje plovne jedinice za osobna, obiteljska krstarenja koja po svom tehničkom komforu omogućuje duže boravke u njima
- Turiste koji koriste mala plovna sredstva za osobne ili obiteljske potrebe, a po svom tehničkom komforu nisu pogodna za višednevne izlete i boravke.

---

[28] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.189
[29] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.191
[30] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.192

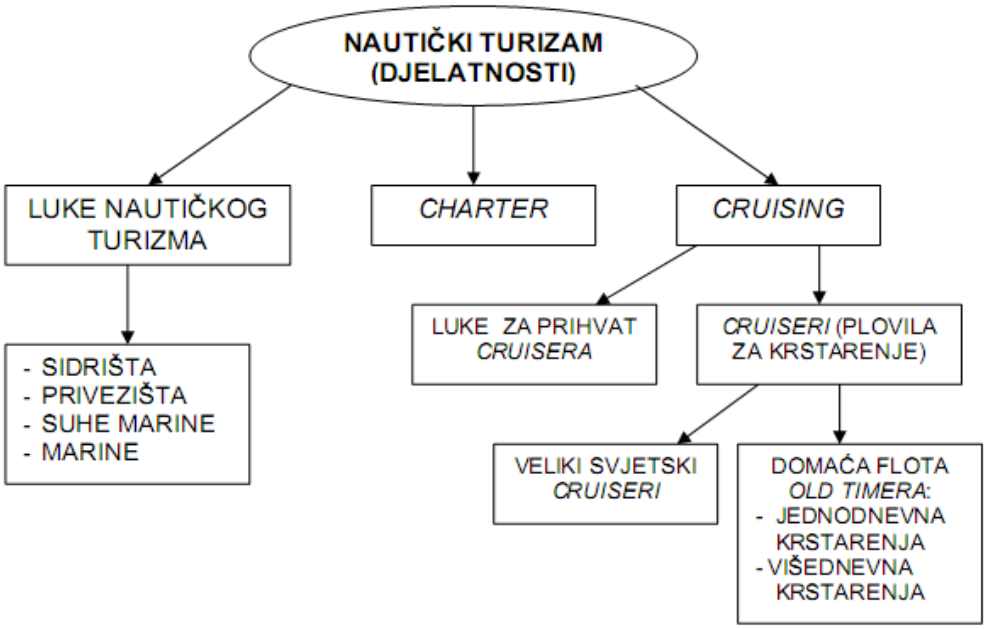
Nautički turizam se može podijeliti i prema statističkim kriterijima koje koriste lučke kapetanije i njihove ispostave te luke za nautički turizam.

Podjela se vrši prema vrsti broda, zatim na domaće i strane brodove, a strani brodovi se dalje dijele na zemlje porijekla odnosno prema zastavi broda.

Nautički turizam nameće svekoliku potrebu korektnog i ekološki svjesnog ponašanja čovjeka prema prirodi i kulturnom bogatstvu, što je osnovni uvjet da se nautički turizam kao oblik razonode ili aktivnog odmaranja održi kao vid turizma. S druge strane, nautički turizam znači odnos učesnika koji stvaraju i zadovoljavaju vlastite potrebe, a koji nastaju kretanjem ljudi plovnim objektom po moru, rijekama ili jezerima, u turističke svrhe. Turističke svrhe su izuzetno širok pojam, tako da obuhvaćaju ribolov, sportske aktivnosti, razonodu, rekreaciju te zdravstvene i kulturne potrebe.

2. 4. DJELATNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA

Na Slici 1. grafički se prikazuje model razvrstavanja osnovnih vrsta djelatnosti nautičkog turizma.



Slika 1. Osnovne djelatnosti nautičkog turizma

Izvor: T. Luković, *Nautički turizam – definicije i dileme*, Naše more, 2007., 54 (1-2), str. 29., preuzeto sa: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=20164 (18.01.2016.)

Razvrstan u tri osnovne vrste: *luke nautičkog turizma, charter i cruising*,[31] nautički turizam postaje primjer turističke industrije čiji je razvoj, kako gospodarski tako i multifunkcionalan i istraživački multidisciplinaran.

Razvijajući se u uvjetima novih relacija među kompetentnim subjektima i na novim modelima razvoja u kojima prostorni činitelj dominira više nego ikada prije, nautički turizam ima ulogu lidera gospodarskog razvoja lokaliteta na kojem se pojavi. Pretežni dio cjelokupnog turističkog prometa u svijetu usmjeren je prema obalama mora. U Hrvatskoj se oko 80% turističkog prometa ostvaruje na obalama kopnenog i otočnog područja Jadrana.[32]

Nautički turizam u odnosu na druge vrste turizma, razlikuje se po specifičnim uslugama koje se turistima - nautičarima pružaju u lukama nautičkog turizma i plovnim objektima. Sa svrhom pojašnjenja djelatnosti nautičkog turizma, prema Zakonu o turističkoj djelatnosti, usluge u nautičkom turizmu su:[33]

1. iznajmljivanje veza u lukama nautičkog turizma za smještaj plovnih objekata i turista-nautičara koji borave na njima
2. iznajmljivanje plovnih objekata s posadom ili bez posade, s pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja, radi odmora, rekreacije i krstarenja turista nautičara (charter, crusing i sl.)
3. usluge upravljanja plovnim objektom turista nautičara
4. prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i suhom vezu
5. usluge opskrbe turista nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.)
6. uređenje i pripremanje plovnih objekata
7. davanje različitih informacija turistima nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.) druge usluge za potrebe nautičkog turizma.

[31] T. Luković, Z. Gržetić, *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, op. cit., str. 102.

[32] A. Dulčić, *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Ekokon d.o.o., Split, 2002., str. 8.
[33] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN, br 68/07., čl. 45.)

2.4.1. Definiranje pojma i razvrstavanje luka nautičkog turizma

Od 1999. godine luke nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj definitivno su razvrstane i klasificirane *Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma* (NN, 142/99.). Tu se luka nautičkog turizma definira kao turistički objekt koji u poslovnom, prostornom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili u okviru šire prostorne cjeline ima izdvojen dio i potrebne uvjete za nautički turizam i turiste nautičare.

Luke i plovni objekti nautičkog turizma razvrstavaju se u vrste, a pojedine vrste se kategoriziraju.[34] Svaka pojedina vrsta luka nautičkog turizma ovisno o vrsti usluga koje pruža, mora ispunjavati minimalne uvjete u pogledu izgradnje, uređenja i opreme, propisane Pravilnikom i drugim posebnim propisima.

Luke nautičkog turizma razvrstavaju se u sljedeće vrste:[35]

- sidrište
- privezište
- suha marina
- marina
- ostale luke nautičkog turizma.

Sidrište je dio morskog ili vodenog prostora pogodnog za sidrenje plovnih objekata opremljeno napravama za sigurno sidrenje.[36] Namijenjeno je kratkotrajnom boravku brodova (noćenje/nekoliko dana). Može imati svoj sustav sidara ili se sidrenje može obavljati brodskim sidrima. Nisu opremljena komercijalnom infrastrukturom. Sidrište mora imati dio vodenog prostora pogodnog za sidrenje plovnih objekata, te uređen najmanje jedan, interventni privez s opremom za privez plovnih objekata.

[34] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN, br 68/07., čl. 46.)
[35] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)
[36] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)

Privezište (odlagalište plovnih objekata) je dio kopna i vodenog prostora te je ograđeno i uređeno za pružanje usluga odlaganja i pristajanja plovnih objekata na suhom te pružanje usluga transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnog objekta.[37] U ovakvoj vrsti luke ne mogu boraviti turisti i ne može se obavljati priprema plovnog objekta za plovidbu. Ukoliko postoji mogućnost u vodenom prostoru se dozvoljavaju privezišta i mogu se označiti i mjesta na kojima je dozvoljeno sidrenje plovnih objekata.

Suha marina je dio kopna ograđen i uređen za pružanje usluga skladištenja plovnih objekata na suhom te pružanja usluga transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnog objekta. U vrsti[38] suha marina mogu boraviti turisti i može se obavljati priprema plovnog objekta za plovidbu. U suhoj marini mogu se pružati usluge pića, napitaka i prehrane.

Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za pružanje usluga veza, smještaja turista u plovnim objektima te ostalih usluga sukladno Pravilniku. U Marini se pružaju usluge pića, napitaka i prehrane sukladno Pravilniku.[39] Marina mora imati:

- Sve elemente sidrišta, privezišta i suhe marine
- Ured uprave marine
- Recepcijsku službu
- Parkiralište za automobile
- Trgovinu namirnicama, ugostiteljske objekte i sl.

Moderna turistička luka mora biti efikasno organizirana. Organizacija marine traži efikasno upravljanje kako bi se oplodio uloženi kapital, a da pri tom nautičari budu zadovoljni pruženom uslugom u marini.[40] Efikasno upravljanje, organiziranost i strateške odluke glavni su dodatni čimbenici, koji utječu na uspješnost poslovanja marine. Ovisno o tome je li marina komercijalna, klupska, komunalna ili sportska, na njen rad različito utječu kvaliteta osoblja, kvaliteta i količina ponuđenih usluga, uvjeti koncesije, uvjeti za rad gospodarstva općenito, visina tarifa i marže za usluge, red i čistoća, itd. Upravljanje treba organizirati tako da se vodi

[37] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)
[38] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)
[39] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)
[40] M. Kovačić, *Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma*, Pomorski zbornik, br. 1/2003., str. 145-146.

računa o troškovima i rashodima. Luka nautičkog turizma koja je ispravno locirana i suvremeno opremljena ima osnovne pretpostavke za uspješno poslovanje.

Ostale luke nautičkog turizma su sve one luke koje ne udovoljavaju propisanim zakonima iz Pravilnika o lukama nautičkog turizma ili ukoliko zbog nekakvih drugih razloga nisu statistički prikazane.[41] Ostale luke nautičkog turizma obuhvaćaju i luke poput onih ribarskih, klubskih, hotelskih luka i lučica, uvale, privezišta koja nemaju osnovne infrastrukturne sadržaje, ali sadrže privremeni prihvat i smještaj plovila kao i posade.

2.4.2. Kategorizacija luka 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.

Luke nautičkog turizma organizirane su u skladu sa Zakonom o trgovačkim društvima. Tek je neznatan broj privatnih poduzeća, dok su ostala u vlasništvu države. U Hrvatskoj se kategorizacija luka nautičkog turizma provodi temeljem:

- Zakona o turističkoj djelatnosti (NN, br. 8/96. , 19/96. i 76/98.)
- Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji LNT (NN, br. 68/07., 142/99., 47/00., 121/00. i 45/01.).
- Kategorizacija luka nautičkog turizma odnosi se samo na marine. To znači da se sidrišta, privezišta i suhe marine ne kategoriziraju. Ipak, pri registraciji sve luke nautičkog turizma trebaju ispunjavati minimalne uvjete potrebne za obavljanje djelatnosti.

  Sve one moraju ispunjavati uvjete koji regulirane pravilnikom za svaku od vrsta luka nautičkog turizma:

- Opće minimalne uvjete (ispravnost i funkcionalnost uređaja i opreme, opskrbu električnom energijom, higijenski ispravnom vodom, prostorije za osobnu higijenu turista nautičara, uređaje i opremu za zaštitu okoliša, protupožarnu zaštitu itd.)

[41] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm, 17.01.2016.)

- Posebne minimalne uvjete (obvezatnu strukturu uređenja i opreme, minimum usluga koje se u luci moraju pružati, minimum dodatnih usluga).

Osnovni elementi kategorizacije luka nautičkog turizma u smislu osnovnih kriterija prikazani su u Shemi 1.

Shema 1. Elementi kategorizacije luka nautičkog turizma

OPĆI MINIMALNI UVJETI	UREĐENJE I OPREMA	USLUGE
Lokacija i stupanj izgrađenosti • zaštita okoliša • sigurnost plovila i ljudi • opskrba vodom • odvod • uklanjanje otpadnih tvari • sanitarna opremljenost • izgrađeni vezovi** • protupožarna oprema** • rasvjeta** • lučka rasvjeta i oznake**	**Lokacija** • pristup i prometna povezanost • kopneni prostor • usluge prehrane i pića • trgovine • servisi i oprema • ostali objekti • usluge smještaja • vodoopskrba • elektroopskrba • higijena i čistoća • pogodnosti za goste • prostori za osoblje • prostor na kopnu za odlaganje min. 50% plovila* • Yacht club*	**Usluge** • prijem i čuvarska služba • održavanje sanitarnih i ostalih prostora • zaštita gostiju • servisne i ugostiteljske usluge i usluge trgovine • znanje stranih jezika • pogodnosti za goste • izgled osoblja* • iznajmljivanje jahti*

Izvor: Izrada autorice prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (NN, br. 142/99.)

Marina, kao najrazvijenija vrsta luka nautičkog turizma, klasificira se prema dodatnim kriterijima, i to: općim minimalnim uvjetima, uređenju i opremi te uslugama. Pritom treba pojasniti da se klasifikacija provodi tako da se marine kategoriziraju u tri kategorije:[42]

- prva kategorija označava marinu najvišega standarda – oznaka: MARINA I. KATEGORIJE
- druga kategorija označava marinu srednjega standarda – oznaka: MARINA II. KATEGORIJE
- treća kategorija označava marinu najnižega standarda – oznaka: MARINA III. KATEGORIJE

[42] T. Luković, M. Bilić, *Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja*, Naše more 54(3-4), 2007., str. 119.

Kategorizacija marina provodi se po logici po kojoj marina treće kategorije mora zadovoljavati opće i posebne minimalne uvjete propisane za sve luke nautičkog turizma pojedinačno, a koji su izuzeti iz posebnih uvjeta što se odnose na kategorizaciju. Marine druge i prve kategorije, prema istom pravilniku, nadograđuju se na propisane uvjete marina treće kategorije.

Smatra se da ovakvo zakonodavno definiranje i obrada luka nautičkog turizma pridonosi uvođenju više reda u tu problematiku, ali i standardizaciji uvjeta i kvalitete u Hrvatskoj. Sličnu regulaciju imaju i druge zemlje Mediterana, ali na legislativno drukčiji način.

2.5. ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam predstavlja novu socioekonomsku pojavu u društvu čija budućnost tek dolazi. Svojim učincima pridonosi bogatijoj kvaliteti življenja, urbanizaciji i uređenju površina. Iznimno su važni ekonomski učinci, visoka profitabilnost nautičkog turizma i brojni multiplikativni efeketi. Velike razvojne mogućnosti su zanimljive za investitore, a najvažnija je visoka nautičko – turistička potrošnja, koja je dva puta veća od potrošnje tzv. klasičnih turista. Nautički turizam ima visoku društvenu i značajnu individualnu rentabilnost, ali profitabilnost varira i rezultat je različitih čimbenika kao što su: mikrolokacija, temeljni tržišni činitelji, specifičnost poslovanja i visina investicija. Nautički turizam predstavlja i važan izvor deviznog priliva koji se smatra specifičnim oblikom izvoza. To je važan oblik izvoza za zemlje u razvoju, poput Hrvatske. Radi postizanja što boljih rezultata važne su i društvene intervencije, kojima se potiču investicije u objekte potrebne turističkim djelatnostima. To se provodi raznim olakšicama, beneficijama i povoljnim kamatama. Važan je i multiplikativni učinak, koji proizlazi iz činjenice da se sredstva turističke potrošnje ne zadržavaju u mjestima potrošnje, već nastavljaju svoje kretanje i dalje utječu na gospodarska zbivanja. Nautički turizam u Hrvatskoj ima veliku perspektivu razvoja zbog mogućnosti zadovoljavanja turističkih potreba gostiju iz visoko razvijenih zemalja Europe. Pokretač je priobalnog regionalnog razvoja, kroz poticanje razvoja svih drugih djelatnosti s kojima je direktno ili indirektno povezan, te je to njegova najvrijednija razvojna uloga.[43]

[43] Luković, T.; Gržetić Z.; Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog djela Mediterana; HHI Split; Split 2007., str.135

3. OPĆENITO O ISTRI

3.1. OPĆI PODACI

Istarska županija obuhvaća veći dio Istre - najvećeg jadranskog poluotoka. Smještena je u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora, te je s tri strane okružena morem, a sjevernu granicu prema kopnu čini linija između Miljskog zaljeva (Muggia) u neposrednoj blizini Trsta i Prelučkog zaljeva, u neposrednoj blizini Rijeke. Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 četvornih kilometara. To područje dijele tri države: Hrvatska, Slovenija i Italija. Osnovnu značajku podneblju istarskoga poluotoka daje sredozemna klima. Sredozemna klima duž obale postupno se mijenja prema unutrašnjosti i prelazi u kontinentalnu, zbog hladna zraka koji struji s planina i zbog blizine Alpa. Dužina istarske obale, zajedno s otocima i otočićima iznosi 539 kilometara. Zapadna je obala Istre razvedenija, i duga, zajedno s otocima, 327 kilometara. Istočna je obala, zajedno s otočićima, duga 212 kilometara. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine ukupan broj stanovnika je 208.055 što čini 4,85 % stanovništva Republike Hrvatske.

Slikom 2. prikazan je položaj Hrvatske u Europi, položaj Istre u Hrvatskoj te izgled poluotoka Istre.



Slika 2: Položaj Hrvatske u Europi, položaj Istre u Hrvatskoj i izgled poluotoka Istre
Izvor: www.wikipedia.com (20.03.2016.)

3.2. OBALNI POLOŽAJ ISTRE

Istra i Kvarner nazivaju se još i Sjeverno Hrvatsko primorje, i nalaze se na krajnjem sjevernom djelu hrvatske jadranske obale.

Razlikujemo dvije subregije važne za nautički turizam na ovom području s obzirom na geografske karakteristike:[44]

- Zapadna Istra, koja se prostire od Piranskog zaljeva do rta Kamenjaka.
- Kvarner, koji se prostire na zapadnoj obali Istre, Opatijskoj rivijeri i riječkom priobalju, Vinodolsko-crikveničkoj rivijeri, Velebitskom podmorju i kvarnerskim otocima.

Istra i Kvarner obuhvaćaju prostor od 612374 m^2 uvučenog duboko u europsko kopno. To omogućava bolju prometnu povezanost sa zapadno-europskim emitivnim turističkim tržištima u odnosu na druge jadranske regije. Ta se povezanost održava preko morskih luka u Puli i Rijeci, zračnih luka u Puli i na otoku Cresu, i cestovnih mreža s Austrijom i Italijom.

Zapadna Istra je vrlo dobro razvedena, za razliku od istočne. Na obali dužine od 50 km nalazi se mnogo zaljeva i uvala, koji ulaze duboko u kopno te tvore oblike obale najpogodnije za plovidbu i izgradnju luka nautičkog turizma.

Kvarnerska regija ima površinu od 2969 km^2 u koju spada Opatijska rivijera , Vinodolsko-crikvenička rivijera, sjeverno Velebitsko primorje i kvarnerski otoci. Na području Kvarnera nalaze se turistička mjesta kao što su Opatija, Vinodolski, Bakar, Senj, Crikvenica i drugi.[45]

Na području Istre i Kvarnera izgrađen je veliki broj turističko-ugostiteljskih objekata i komercijalnih luka nautičkog turizma. Izgradnja marina započeta je na sjevernom djelu obale Istre i nastavila se prema jugu. Također su izgrađene i brojne lučke klupice, sidrišta i privezišta.

[44] www.istra.com (15.01.2016.)
[45] www.istra.com (15.01.2016.)

3.3. PROMETNA POVEZANOST ISTRE

Potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom Istre nameće potreba međunarodne razmjene i razvoj gospodarstva. Ulažu se veliki napori u povezivanje Istre kako s ostalim regijama Hrvatske, tako i sa međunarodnim regijama. Najviše se razvija cestovni promet koji najbolje pokriva potrebe unutarnjeg djela te ga povezuje sa priobalnim. Posljednjih godina sve se više ulaže u održavanje i izgradnju lučke infrastrukture, što doprinosi povećanju pomorskog prometa i njegovoj sigurnosti.[46]

Važnost prometnih kapaciteta, cestovnih, željezničkih i uzletišta te njihovog razvoja ogledava se u činjenici lakšeg dolaska turista nautičara do morskih luka, te predstavlja veoma važan faktor pospješivanja razvoja i napretka nautičkog turizma. Cestovni promet ima prioritetno značenje za razvoj nautičkog turizma te za povećanje profita od te djelatnosti.

Najveći dio inozemnih nautičara transportiraju svoja plovila na hrvatski dio Jadrana, što ukazuje na potrebu za kvalitetnijim cestovnim komunikacijama. Također, posebnu pažnju treba posvetiti i povezivanju otoka i obale trajektnim linijama. Treba izraditi poseban program međusobnog povezivanja otoka te njihove komunikacije sa obalom. Potrebno je i istaknuti da je uvođenje masovnog zračnog prijevoza jedan od značajnijih čimbenika dinamičkog razvoja turizma pa tako i nautičkog turizma. S obzirom da je u Hrvatskoj najveći broj nautičkih turista svoja plovila ostavljaju na vezu u hrvatskim marinama, ovaj podatak o zračnom prometu od velike je važnosti za razvoj nautičkog turizma Hrvatske Hrvatska ima 7 međunarodnih zračnih luka i 3 zračna pristaništa za manje zrakoplove komercijalne namjene. Djelovanje marine nije samostalno u cijelosti, nego ona mora usmjeravati turiste nautičare prema drugim lokalitetima destinacije.

[46] www.istra.com (15.01.2016.)

Na slici 3. prikazane su ceste Istre.



Slika 3. Ceste Istre

Izvor: V. Kos; Ceste i mostovi u Hrvatskoj, Zagreb 1975; A. Ladavac, Istarski ipsilon, Pula 2001

Cestovni promet

Prva planska definicija cestovne mreže Istre sadržana je u Regionalnom Prostornom planu Istre iz 1968. godine. Prostorni plan iz 1983. unosi novost na način da težišnu prometnu točku u povezivanju zapadnog i istočnog prostora Istre spušta iz čvora Baderna u čvor Kanfanar. Prostorni plan Istarske županije, koji je usvojen u veljači 2002. godine potvrdio je ovu koncepciju. Ukupna duljina cesta u Istarskoj županiji je 1.812,950 km od kojih su državne ceste - 380,200 km, županijske ceste - 698,950 km te lokalne ceste - 733,800 km.

Zračni promet

U Istarskoj županiji nalazi se Zračna luka Pula otvorena za međunarodni i domaći avio-promet 1967. godine, oslanjajući se na razvoj turizma. Kapacitet zračne luke iznosi 1.000.000 putnika godišnje, a kapacitet nove pristanišne zgrade izgrađene 1989. godine, baziran je na maksimalno očekivanom prometu od 10 zrakoplova i 5.000 putnika istovremeno.

Zbog povoljnih meteoroloških uvjeta Zračna luka Pula postala je alternativa luka za Hrvatsku i susjedne zemlje. Na području Istarske županije postoji još i manja zračna luka Vrsar koja se koristi za turistički promet malih zrakoplova, sportske i izletničke letove.

Pomorski promet

Istarska županija ima 445 km morske obale. Izgradnjom luke Pula 1850. godine započinje značajni razvitak u pomorstvu Istre. Istarska županija ima 445 km morske obale, te obuhvaća sedam luka županijskog značaja: Pula, Brijuni, Rovinj, Poreč, Novigrad, Umag i Plomin. Istra je stalnom trajektnom vezom povezana s otokom Cresom putem trajektnog pristaništa na relaciji Brestova-Porozina. Od ostalih putničkih veza pomorskim putem, u funkciji je veza iz Pule za Mali Lošinj i Zadar koja je sezonskog karaktera, te nekoliko brodskih turističkih veza sezonskog karaktera prema Veneciji i Trstu čija su pristaništa iz turističkih sjedišta (Poreča, Rovinja, Umaga i Pule).

Željeznički promet

Potreba za izgradnjom željeznice u Istri generirana je u vremenu početka razvoja različitih industrijskih djelatnosti; brodogradnje, građevinskog materijala, strojne i elektroindustrije, ujedno i vremenu jakih vojnih interesa Austrije. Nastavno na izgradnju pruge Beč – Trst, 1876. godine otvorena je za promet pruga Divača – Pula (dužine 122 km) sa ogrankom Kanfanar – Rovinj (21,0 km). Do nastavka izgradnje novih pruga u Istri trebalo je proteći gotovo 50 godina. Krajem 1951. godine izgrađena je i otvorena pruga Lupoglav – Štalije, (52,4 km) namijenjena prvenstveno prijevozu tada veoma vrijednog energenta, raškog ugljena. Do značajnih promjena uloge istarskih pruga dolazi početkom devedesetih, kada iste u hrvatskom dijelu Istre preuzimaju Hrvatske željeznice. Pruge su sada ukupne dužine 152,5 km sa 2,7 km industrijskih kolosijeka.

3.4. GOSPODARSTVO ISTRE

Istarsko gospodarstvo je vrlo raznoliko. Istra je tradicionalno najposjećenija turistička regija u Republici Hrvatskoj. Najviše noćenja u 2015. godini bilježimo u Istri u kojoj je ostvareno ukupno 23 milijuna i 600 tisuća noćenja (+5,95%), a u Istri je ostvareno i 3 milijuna 558 tisuća dolazaka (+8,72%)[47]. Ima razvijenu prerađivačku industriju, građevinarstvo, trgovinu, morsko ribarstvo i uzgoj ribe, poljoprivredu i transport. Po broju gospodarskih subjekata i prema financijskim pokazateljima poslovanja prednjače djelatnosti: prerađivačka industrija, turizam i trgovina. U području industrije razvijena je brodogradnja, proizvodnja građevinskog materijala (vapno, cement, cigla, kamen), duhanskih proizvoda, namještaja, električnih strojeva i uređaja, dijelova za automobilsku industriju, stakla, obrada metala, plastike, drva, tekstila i proizvodnja hrane. Proteklih godina je velika pažnja posvećena revitalizaciji poljoprivrede, pa je u vinogradarstvu, maslinarstvu i sustavu ekološke proizvodnje hrane postignut veliki napredak. Stopa nezaposlenosti u Istri, u posljednjih desetak godina, iznosila je prosječno 7 %, dok je u 2012. godini iznosila 8,9 %. U robnoj razmjeni Istarske županije najveći udio ima prerađivačka industrija - gotovo 90 %, od čega polovicu čini brodogradnja.[48]

Pozitivan trend poslovanja gospodarstva Istarske županije evidentiran je i prema konsolidiranom financijskom rezultatu, koji kontinuirano pokazuje znatno brži rast prihoda od rashoda. Istarska županija provodi sustavnu izgradnju poduzetničke infrastrukture putem programa sufinanciranja, poticajnog kreditiranja, osnivanja potpornih institucija, izgradnje i opremanja poslovnih zona, promocije i edukacije.[49] Ista je dobitnik priznanja Hrvatske udruge poslodavaca za 2000. i 2002. godinu za najveći doprinos u poticanju razvoja poduzetništva.

Istra je regija koja se nalazi u uzlaznoj putanji razvojnog ciklusa. Strateški zemljopisni položaj i dobra prometna povezanost između Europe i Mediterana, očuvanost prirodnih bogatstava, stabilnost regionalne politike i suradnja sa mnogim regijama u inozemstvu, čine Istru primamljivom destinacijom za strana ulaganja.

[47] www.dzs.hr (15.01.2016.)
[48] www.istra.com (17.01.2016.)
[49] www.istra.com (17.01.2016.)

4. PRIKAZ NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ TE USPOREDBA S INOZEMSTVOM

4.1. NAUTIČKI TURIZAM U HRVATSKOJ NA PRIMJERU ISTRE

4.1.1. Pregled nautičkog turizma u Hrvatskoj

Hrvatska je zemlja tisuću otoka i razvedene obale te predstavlja "raj za nautičare".

U 2014. godini obuhvaćeno je 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 m^2, 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%.

Prema vrsti plovila, na stalnom vezu koja su se koristila vezom u moru, 48,0% su motorne jahte, 50,0% su jahte na jedra, a 2,0% su ostala plovila.[50]

Mnoge luke nautičkog turizma dodatno su oplemenile sadržaje: od vrhunske tradicionalne kuhinje, obvezne vode i električne energije, zdravstvene ambulante, usluga charter tvrtki, do korištenja apartmana, te elektronskog nadzora i čuvarskog osiguranja imovine i opreme gostiju. Također je sve veći broj marina dobitnica međunarodne Plave zastave, ekološke nagrade za projekt zaštite mora i priobalja međunarodne zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE).

Adriatic Croatia International Club, među nautičarima poznatije kao ACI Club, vodeća je tvrtka nautičkog turizma Hrvatske, a predstavlja jedinstveni lanac od 21 marine koje se protežu od Dubrovnika na jugu do Umaga na sjeveru hrvatskog dijela Jadrana. U 22 godine svog poslovanja ACI marine su, uz nastojanja u smjeru razvija i popularizacije jedrenja te prepoznatljiva arhitektonska obilježja ostvarile i prepoznatljivu kvalitetu usluge. Marine kontinuirano rade na obogaćivanju i podizanju nivoa usluge, te se prilagođavaju suvremenim potrebama i željama nautičkih gostiju. Smještene su u velikim dalmatinskim gradovima ili otočnim uvalama, u blizini prirodnih i kulturnih atraktivnosti.

[50] http://www.pomorskodobro.com/hr/nauticki-turizam.html (15.01.2016.)

Tablicom 1. prikazane su luke nautičkog turizma u 2014.godini.

Tablica 1. Luke nautičkog turizma u 2014.godini.

Županija	Ukupno	Sidrište	Privezište	Marine					Nerazvrstane luke nautičkog turizma
				suha marina	marina I. kategorije	marina II. kategorije	marina III. kategorije	marina kategorizirana i označena sidrima	
Republika Hrvatska	112	27	10	16	6	24	17	9	3
Primorsko-goranska	30	8	5	7	1	3	3	3	-
Zadarska	26	11	2	5	-	4	4	-	-
Šibensko-kninska	15	1	-	1	2	4	5	2	-
Splitsko-dalmatinska	21	6	1	2	-	5	3	3	1
Istarska	14	-	2	-	3	6	2	1	-
Dubrovačko-neretvanska	6	1	-	1	-	2	-	-	2
Dubrovačko-neretvanska	6	1	-	1	-	2	-	-	2

Izvor:Luke nautičkog turizma u 2014.godini; DZS RH.

Iz pregleda može se uočiti neravnomjeran raspored luka nautičkog turizma na hrvatskoj obali. Najmanje je zastupljen južni dio Hrvatske. Očito je da će problem rasporeda i razmještaja luka nautičkog turizma u budućnosti biti jedan od ključnih strateških zadataka makrorazvojne politike.

Tablicom 2. prikazan je ostvareni prihod luka nautičkog turizma u razdoblju 2013. do 2014.godine , bez uključenog PDV-a.

Tablica 2. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma 2013. – 2014., bez PDV-a (u 000 kn)

	2013.	2014.	Indeksi I. – XII. 2014. I. – XII. 2013.
Republika Hrvatska	686 660	716 555	104,4
Iznajmljivanje vezova	504 746	527 811	104,6
Stalni	403 887	424 090	105,0
Tranzitni	100 859	103 721	102,8
Servisne usluge	48 974	48 340	98,7
Ostali prihodi	132 940	140 404	105,6
Primorsko-goranska županija	97 724	97 963	100,2
Iznajmljivanje vezova	72 956	69 834	95,7
Stalni	62 997	59 896	95,1
Tranzitni	9 959	9 938	99,8
Servisne usluge	5 299	6 335	119,6
Ostali prihodi	19 469	21 794	111,9
Zadarska županija	143 627	151 020	105,1
Iznajmljivanje vezova	108 410	114 952	106,0
Stalni	96 565	102 153	105,8
Tranzitni	11 845	12 799	108,1
Servisne usluge	9 187	8 679	94,5
Ostali prihodi	26 030	27 389	105,2
Šibensko-kninska županija	191 807	194 229	101,3
Iznajmljivanje vezova	121 547	122 576	100,8

Stalni	100 033	99 440	99,4
Tranzitni	21 514	23 136	107,5
Servisne usluge	19 276	16 607	86,2
Ostali prihodi	50 984	55 046	108,0
Splitsko-dalmatinska županija	102 730	122 688	119,4
Iznajmljivanje vezova	81 403	101 097	124,2
Stalni	50 873	69 509	136,6
Tranzitni	30 530	31 588	103,5
Servisne usluge	5 708	8 940	156,6
Ostali prihodi	15 619	12 651	81,0
Istarska županija	115 846	117 696	101,6
Iznajmljivanje vezova	94 491	94 351	99,9
Stalni	80 263	79 917	99,6
Tranzitni	14 228	14 434	101,4
Servisne usluge	6 409	5 189	81,0
Ostali prihodi	14 946	18 156	121,5
Dubrovačko-neretvanska županija	34 926	32 959	94,4
Iznajmljivanje vezova	25 939	25 001	96,4
Stalni	13 156	13 175	100,1
Tranzitni	12 783	11 826	92,5
Servisne usluge	3 095	2 590	83,7
Ostali prihodi	5 892	5 368	91,1

Izvor : DZS

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%.

Novim prostornim planovima planirana je izgradnja novog ukupnog kapaciteta od 33.655 mjesta i to u moru 25.755 vezova i na kopnu 7.900 mjesta[51]. U budućnosti, prema prostornim planovima županija, izgradnjom novoplaniranih kapaciteta i uz pribrojene postojeće, ukupan kapacitet za nautički turizam bio bi 54.675 mjesta i to u moru 41.589 i na kopnu 13.086[52]. Najveći planirani rast ukupnih kapaciteta imaju županije ovim redoslijedom: Istarska, Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Šibensko-kninska i Zadarska. Iznimno od navedenog, izrazito veći rast imala bi Ličko-senjska županija, jer prije nije imala kapaciteta i Dubrovačko-neretvanska županija, jer je prije imala samo 820 mjesta.

Istarska županija ima scenarij najintenzivnijeg razvoja[53]. Kao što je navedeno, ona ima najveći planirani rast ukupnih kapaciteta 309,52% (u moru 188,43% i na kopnu 919,69%), najveći udio u novoplaniranom ukupnom kapacitetu 42,88%, u budućnosti bi imala najveći udio u ukupnom kapacitetu 34,25% (u moru 25,97% i na kopnu 60,71%), ukupan kapacitet (18.795) tri puta veći od prosjeka (6.013) ostalih županija, u moru (11.220) dva puta veći od prosjeka (5.062) ostalih županija, te na kopnu (7.872) devet puta veći od prosjeka (869) ostalih županija[54].

S obzirom na postojeći trend potražnje za vezovima, prostorni planovi županija imaju scenarij intenzivne izgradnje. Ne želeći zaustaviti razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, prilikom planiranja izgradnje novih prihvatnih kapaciteta svakako je neophodno kao polaznu osnovu uvažavati utvrđivanje nosivog kapaciteta prostora.

Razvoj nautičkog turizma na Jadranu je prošao tri razvojne faze:[55]

- Prva faza – razdoblje do 1984. godine za kojeg su karakteristične pojedinačne razvojne inicijative na malom broju lokacija i bez mogućnosti oblikovanja odgovarajućeg sustava nautičke turističke ponude.
- Druga faza – razdoblje koje počinje nakon 1984. godine izgradnjom lanaca ACI marina i ostalih turističkih luka. To je početak planskog razvoja i formiranja sustava nautičke turističke ponude na obalnom prostoru Hrvatske.

---

[51] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 10.
[52] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 10.
[53] Akcijski plan za provedbu Županijske razvojne strategije Istarske županije 2011. -2013. godine, Pula, 2011., str. 158.
[54] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 11.
[55] Dulčić, A., Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON Split, 2002, str.205

- Treća faza – praktički se oblikuje posljednjih godina, tj. nakon 1993. godine kad dolazi do pretvorbe i privatizacije marina, što oblikuje i razvojne interese novih vlasnika. Pod time se smatra da će se marine organizirati u sustav koji će biti sposoban efikasno pružati brojne usluge nautičkim turistima duž cijele hrvatske obale Jadrana.

4.1.2. Prikaz nautičkog turizma u Istri

Nautičko turistička ponuda u Istri. Broj luka i marina u Istri se svake godine povećava u skladu s rastućom potražnjom. Također, tome treba pribrojiti i vezove u lukama i manjim lučicama.

Na Slici 4. prikazana je karta Istre sa lukama i marinama.



Slika 4. Luke i marine Istre

Izvor: www.istra.com

U nastavku su prikazane najveće i najpoznatije istarske luke i marine sa sadržajima svoje ponude.

Poreč

Sigurna luka za nautičku plovidbu može se pronaći u jednoj od dobro opremljenih porečkih marina koje nude prepoznatljivu kvalitetu usluge. Sve marine su odlično prometno povezane pa se njih možete stići automobilom, brodom ili iz zračne luke. Na obalama Poreča nautičari mogu izabrati jednu od tri marine. Najsjevernija je marina 8 km udaljena od centra Poreča, u turističkom naselju Červar Portu. Marina s 400 vezova i 50 mjesta na kopnu otvorena je cijele godine. Nudi različite vrste servisa za plovilo, a opremljena je i dvjema dizalicama od 5 i 12 tona. Turističko naselje Červar Porat nudi i raznoliku turističko-ugostiteljsku ponudu. Nasuprot povijesne starogradske jezgre smještena je Marina Poreč, nešto manjega kapaciteta. Kapacitet marine je 100 vezova s priključcima za struju i vodu, sanitarijama te 5-tonska dizalica. Osim toga, nudi se i bogata gastronomska ponuda, sportsko-rekreacijskim sadržajima i blizina centra grada. U Zelenoj laguni, nedaleko hotela Parentium u prirodnom je zaljevu smještena istoimena marina. U njoj se mogu privezati 184 plovila, ima 50 mjesta na kopnu te dvije dizalice. Marina Parentium također pruža mogućnost popravka plovila, a u okolici su plaže, sportski tereni, zabavni centri i casino. U Poreču se nalazi pomorski granični prijelaz te ispostava lučke kapetanije.[56]

Umag

Umag, gradić i luka na sjeverozapadnoj obali Istre, prvi je nautički ulazak u Hrvatsku iz središnje Europe. Nalazi se 40 kilometara od Trsta i 50 nautičkih milja od Venecije. Grad seže do antičkih vremena, a nalazi se u atraktivnoj uvali. Na tom mjestu se nalazi ACI marina Umag. Marina raspolaže 475 vezova u moru, te može primiti brodove duge do 40 m. Posljednjih 14 godina nosi Plavu zastavu, jamstvo čistoće mora i vrhunske opreme. U 2007. i 2008. ACI marina Umag je proglašena najboljom marinom na hrvatskom dijelu Jadrana. Umag se smatra sportskim gradom Istre, zahvaljujući iznimnoj tradiciji sporta i rekreativnog turizma. Posjetitelji mogu sudjelovati u brojnim sportskim aktivnostima, kao što su golf, tenis, biciklizam, ronjenje, planinarenje i urušavanja. Marina sadrži 475 vezova, od čega 40 suhih, te je otvorena tijekom cijele godine.

[56] www.aci.com (17.01.2016.)

Ponuda marine sadrži :[57]

- 475 vezova
- 45 suhih vezova
- Prihvat mega jahti do 40 m dužine
- Recepcija s mjenjačnicom
- Restoran
- Trgovina nautičkom opremom
- Trgovina odjećom i praonica
- Kozmetički salon
- Održavanje i servis
- Sanitarni čvor, zasebni dio za osobe sa invaliditetom
- Wi-fi
- Crpka za gorivo

Rovinj

Grad koji se smatra istarskim draguljem zbog svoje srednjovjekovne arhitekture. Nekad je bio malo ribarsko mjesto, a danas ACI Marina Rovinj predstavlja želju svakog nautičara. Nalazi u jugoistočnom dijelu luke, te nudi najbolji pogled na Rovinj, s udaljenosti od samo 1 kilometra do centra grada. Kapacitet je 422 veza od čega 40 suhih. Marina je otvorena tijekom cijele godine. Uskoro bi trebala zaživjeti i nova marina u Rovinju, koja bi trebala početi s radom u sezoni 2017.

Ponuda sadrži:[58]

- Bankomat
- prodavaonica nautičke opreme
- skiper bar
- charter agencija
- praonica rublja
- održavanje i servis
- Wi-Fi pristup Internetu

[57] www.aci.com (17.01.2016.)
[58] www.aci.com (17.01.2016.)

Pula

Pula je grad povijesnih znamenitosti, od kojih je svakako najistaknutiji rimski amfiteatar. Lokalno poznat kao Arena, jedan je od najbolje očuvanih rimskih carskih građevina na svijetu. Ogromna prirodna luka korištena je od početka antike, te je služila kao glavna ratna luka Austro-Ugarske Monarhije. U neposrednoj blizini ovog povijesnog centra nalazi se 194-vez ACI marine, u kojoj mogu biti smještene jahte do 40 m dužine. Međunarodna zračna luka Pula udaljena je samo 5 km.

Ponuda marine sadrži :[59]

- 194 veza
- Prihvat mega jahti do 40m dužine
- Recepcija s mjenjačnicom
- Bankomat
- Trgovina nautičke opreme
- Skipper bar
- Sanitarni čvor
- Praonica rublja
- Servis i održavanje
- Parkiralište
- Dizalica nosivosti 10t
- Crpka za gorivo u Rovinju
- Wi-fi

Nautički turizam se uglavnom odnosi na elitni turizam, i kao takva vrsta potražnje zahtjeva dodatan broj vezova, rekonstrukciju postojećih i uvođenje dodatnih sadržaja. Specifična potražnja povezana je i sa specifičnom potrošnjom. Ona se odražava na nautičku industriju, odnosno povećava se proizvodnja plovnih jedinica, proizvodnja opreme, održavanje postojećih i izgradnja novih luka. Osim navedenog o nautičkoj industriji važno je istaknuti i usluge nautičarima. Da bi luke nautičkog turizma ispunile sve zahtjeve, moraju osigurati pružanje osnovnih i dodatnih usluga korisnicima.

Usluge koje se pružaju sudionicima u nautičkom turizmu i njihovim plovilima jesu iznajmljivanje prostora uz uređenu i potpuno ili djelomično zaštićenu obalu koji služi za smještaj plovila i turista nautičara koji borave na plovilima (vez), iznajmljivanje plovila za

[59] www.aci.com (16.01.2016.)

odmor i rekreaciju, usluge skipera, prihvat i čuvanje te održavanje plovila na vezu u moru ili suhom vezu, usluge snabdijevanja nautičara, kao i informacije potrebne korisniku za obavljanje svakodnevnih aktivnosti poput vremenske prognoze ili nautičkih vodiča.

4.1.3. SWOT raščlamba nautičkog turizma u Istri

Za potrebe analiziranja razvoja nautičkog turizma u Istri korišten je istraživački alat poznat pod nazivom SWOT analiza. SWOT analiza, poznata i pod nazivom situacijska analiza, intuitivna je metoda ispitivanja i ocjenjivanja unutarnjeg (snage i slabosti) i vanjskog (prilike i prijetnje) okruženja ili čimbenika u funkciji promatranja stanja i mogućeg razvoja određene pojave, u ovom slučaju nautičkog turizma.

SWOT analiza predstavlja matricu pitanja i odgovora koji se odnose na činitelje koji bi mogli utjecati na razvoj i poslovni rezultat marine.[60] Ovakva se analiza provodi s određenim stručnjacima i menadžerima nautičkog turizma, te koordinatorima i moderatorima. SWOT analiza je sredstvo koje pomaže da se prepoznaju, otkriju i utvrde ključni čimbenici razvoja, potencijali za razvoj, te ograničenja razvoja i kao takva je ključni korak od analize sadašnjeg stanja k razmišljanju o budućnosti, željenoj i mogućoj, određivanju razvojne vizije, strateških ciljeva,mjera i projekata.[61]

Konkurentsku prednost se na osnovi raspoloživih potencijala može graditi samo ako su ti potencijali rijetki i nemaju odgovarajućih supstituta među konkurencijom, ako ih konkurenti ne mogu imitirati i ako iskorištavaju vanjske prilike i neutraliziraju prijetnje. Zbog navedenih činjenica se u današnje vrijeme sve veća pažnja posvećuje nematerijalnoj imovini (znanja i vještine, tehnologije, patenti, organizacija, reputacija i sl.).

U nastavku je u tablici 3. prikazana SWOT analiza nautičkog turizma za područje Istre.

---

[60] T. Luković, J. Šamanović, *Menadžment i ekonomika nautičkog turizma*, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007., str. 67.
[61] Akcijski plan za provedbu Županijske razvojne strategije Istarske županije 2011. -2013. godine, Pula, 2011., str. 158.

Tablica 3. SWOT analiza nautičkog turizma Istre.

PREDNOSTI	NEDOSTACI
- Prirodne ljepote, čisto more, razvedena obala i brojni otoci - Povoljna klimatska obilježja - Ekološki očuvan krajolik i podmorje - Geografski položaj - Prometna povezanost/dostupnost - Prateća turistička infrastruktura (uslužne djelatnosti) - Gostoljubivost - Obrazovna struktura kadrova - Nautička infrastruktura (luke nautičkog turizma) - Osobna sigurnost i sigurnost plovidbe - Mogućnost proširenja postojećih luka i lučica	- Nedostatan broj vezova - Nedostatak vezova za veće jahte - Sadržaj ponude u marinama i razina usluge - Razina tehničke usluge u marinama - Sezonalnost potražnje - Sadržaj ponude destinacije i kvaliteta usluga - Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada - Neusklađenost zakonskih propisa - Administrativne prepreke - Neodgovarajuća kategorizacija luka nautičkog turizma - Nepostojanje strategije razvoja nautičkog turizma
PRILIKE	**PRIJETNJE**
- Otvaranje novih tržišta - Trendovi u turizmu - Istra postaje sve popularnija turistička destinacija - Unapređenje prometne dostupnosti - Donošenje razvojne strategije nautičkog turizma - Klimatski uvjeti povoljni za značajno proširenje sezone - Porast kvalitete ostale turističke ponude - Strana ulaganja	- Recesija na svjetskom tržištu - Zagađenje mora - Preizgrađenost obale - Nedovoljno razvijena svijest o potrebi zaštite okoliša i očuvanja bioraznolikosti - Neodgovarajuća zakonska i ostala regulativa

Izvor: Izrada autorice.

Luke nautičkog turizma, posebno marine, još uvijek ne pružaju potrebnu razinu strukture i kvalitete ponude koju nautičari očekuju, posebno u usporedbi s prirodnim i ambijentalnim karakteristikama i pogodnostima za rekreativnu plovidbu. Zbog nedostatka dodatnih sadržaja, od smještajnog objekta u samoj marini i sportskih terena do restorana, trgovina s nautičkom opremom, supermarketa, servisa za plovila, dizalica, navoza i sl., prihod marina je značajno manji od mogućeg, a njegova struktura je nepovoljna.

Najveće prednosti su povoljne prirodne odlike, odnosno visok stupanj razvedenosti obale, povezanost i komplementarnost otočkog i obalnog pojasa, postojeća turistička infrastruktura te kapaciteti iz drugih djelatnosti, kao i povoljnosti lokacija za gradnju raznih tipova turističkih luka i drugih nautičko – turističkih kapaciteta. Međutim, uz sve navedene prednosti koje nautički turizam ima, javljaju se i neki nedostaci koje je potrebno minimalizirati da bi mogli uspješno konkurirati na svjetskom nautičkom tržištu. Neki negativni činitelji, odnosno nedostaci nautičkog turizma i ograničavajući faktori njegovog razvoja su[62]: sezonski karakter aktivnosti u nautičkom turizmu, okupacija mora i obale, uzurpacija obala, zagađivanje mora naftom i njezinim derivatima, bakteriološko zagađivanje mora otpadnim vodama i materijama, devastacija bioloških bogatstava mora, zagađivanje mora raznim otpadcima i nečistoćama te uništavanje ribljeg i vodenog bogatstva.

4.2. NAUTIČKI TURIZAM U INOZEMSTVU

Ispitivanje konkurentnosti pojedinog turističkog proizvoda rjeđe se provodi u odnosu na ispitivanje konkurentnosti turističke destinacije. Najčešće je tako jer se čimbenici konkurentnosti nekog turističkog proizvoda u velikoj mjeri poklapaju s drugim turističkim proizvodima, ali za neke od njih, ipak, postoji dovoljan broj čimbenika koji u najvećoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma određene zemlje u odnosu na okruženje.

Posebnosti nautičkog turizma omogućuju prepoznavanje dvije grupe čimbenika koji u najvećoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma određene zemlje u odnosu na okruženje:[63]

- opći čimbenici: klimatski uvjeti (broj sunčanih dana, učestalost i jačina vjetrova, temperatura zraka i mora itd.), ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka, uključujući naselja
- posebni čimbenici: prometna dostupnost polazne luke/marine u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost marina, odnosno mogućnost veza broda u marinama i izvan marina, ljubaznost i educiranost osoblja, ponuda ostalih sadržaja potrebnih za održavanje i opremanje broda,itd.

---

[62] D. Gračan, R. Alkier Radnić, Kv*alitativna i kvantitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma*, Rijeka: Pomorski zbornik 41 (2003) 1, 2004., str. 313.
[63] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.

Opći čimbenici mogu se još nazvati relativno nepromjenjivim, jer se mijenjaju u relativno dugom razdoblju, a posebni se mogu nazvati promjenjivim, jer su promjenjivi u relativno kratkom razdoblju.

Hrvatska je mediteranska zemlja, pa je konkurentski krug nautičkog turizma vezan prvenstveno uz susjedne zemlje i neke druge zemlje na Mediteranu: Španjolsku, Francusku, Italiju, Sloveniju, Crnu Goru, Grčku i Tursku. Status svake od ovih zemalja kao konkurenta hrvatskom nautičkom turizmu je različit. Tako, Slovenija te Crna Gora nisu stvarni konkurenti Hrvatskoj, prije svega zbog skromnih kapaciteta u nautičkom turizmu te relativno kratke obale. S obzirom na stanje nautičkog turizma te sličnosti obale, Hrvatskoj najsličnije zemlje iz navedenog sredozemnog okruženja su Grčka i Turska. To, dakako, ne znači da u pojedinim segmentima nautičke ponude Hrvatska nije konkurentna i drugim sredozemnim zemljama jer veliki broj talijanskih nautičara dolazi u Hrvatsku, a njemački i austrijski nautičari, baš kao i nautičari iz mnogih drugih zemalja Europe ne odlaze samo u francuske, talijanske i španjolske marine. Hrvatska, nedvojbeno ima prirodne mogućnosti za daljnji razvoj nautičkog turizma bez značajnijeg ugrožavanja osnovnog resursa.

Hrvatska ostvaruje suverenitet na oko 12,2% obalne crte i na oko 33% obalne crte otoka u Sredozemlju, što upućuje na prirodni potencijal za razvoj nautičkog turizma[64]. Udio Hrvatske u ukupnoj duljini obale (uključujući otoke) svih promatranih zemalja na Sredozemlju iznosi oko 16%[65]. U ponudi vezova za nautičke plovne objekte u Hrvatskoj u odnosu na sredozemne zemlje udio Hrvatske iznosi oko 6,9%, Francuske 47,3%, Italije 10,4%, Grčke 6,4%, Turske 4,9%[66] itd. S obzirom na duljinu obalne crte, Hrvatska ima oko 2,6 nautička veza po kilometru, Francuska 64, Italija 3,1, Španjolska 20,2, Grčka 1,1, Turska 2,2[67].

Kad se ovi pokazatelji stave u relativan odnos, može se uočiti da Hrvatska ima udio duljine obale dva puta veći od udjela u broju vezova. Ta je razlika još očitija na primjeru Grčke, gdje je odnos 1:5 ! Međutim, Francuska i Španjolska te Slovenija, iako u postotno malim udjelima, imaju obrnuti odnos – znatno veći udio je u broju vezova nego u duljini obale.

[64] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.
[65] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.
[66] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.
[67] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.

Prema navedenom, Hrvatska ima još neiskorištenih komparativnih prednosti i potencijala za povećanje konkurentnosti na tržištu nautičkih usluga[68]. Jedan od pokazatelja konkurentnosti određene turističke ponude je i dojam konkurentnosti u javnosti odnosno među samim nautičarima, što ne mora uvijek odražavati stvarnost, ali u velikoj mjeri utječe na uspješnost prodaje.

Nizom provedenih anketa TOMAS[69] može 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)
- 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 Prema svim bitnim pokazateljima hrvatska nautička ponuda je konkurentna ostalim zemljama Sredozemlja, osim sa cijenama dnevnog veza.

[68] Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008., str. 8.
[69] Najpoznatija tržišna istraživanja pod imenom TOMAS koja se provode još od 1987. godine od strane hrvatskog Instituta za turizam

Najvažnija 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.

U tablici 4. prikazani su raspoloživi kapaciteti u marinama u 2004.godini.

Tablica 4. Raspoloživi kapacitet u marinama u 2004. godini.

Zemlja	GDP per capita (us$)	Dužina obale na Mediteranu (u km)	Broj marina na Mediteranu	Broj vezova u marinama na Mediteranu	Broj vezova po kilometru obale na Mediteranu	Udio vezova u ukupnom broju vezova na Mediteranu (u %)	Udio obale na Mediteranu (u %)
HRVATSKA	10,700	5,835	41	15,303	2.6	6.0	15.8
SLOVENIJA	18,300	32	3	1,820	56.9	0.7	0.1
ITALIJA	26,800	7,600	104	47,800	6.3	18.8	20.6
FRANCUSKA	27,500	1,703	250	109,000	64.0	43.0	4.6
ŠPANJOLSKA	22,000	2,580	187	52,080	20.2	20.5	7.0
SRBIJA I CRNA GORA	2,300	274	3	1,740	6.4	0.7	0.7
TURSKA	6,700	5,191	31	11,360	2.2	4.5	14.1
GRČKA	19,900	13,676	51	14,661	1.1	5.8	37.1
UKUPNO	19,117	36,891	670	253,764	6.9	100.0	100.0

Izvor: Konkurentnost hrvatskog nautičkog turizam, Institut za turizam, 2004.

4.2.1. Nautički turizam u Italiji

Nautički turizam se u Italiji razvija između dva svjetska rata. Čimbenici poput duge obale, bogate povijesti i nautičke infrastrukture veliki su poticaj za razvoj takvog oblika turizma. Najbolje uvijete za razvoj nautičkog turizma ima obala Campagnie[70], dok je drugi dio obale jednoličan i nerazveden.

Dužina morske obale Italije iznosi oko 8.500 kilometara, te je njeno prisustvo na četiri mora Jadransko, Jonsko, Tirentsko i Ligursko. Posebno se ističu Gaetski, Napuljski i Salernski zaljevi. Gornja polovica Tirenskog mora je niska i pjeskovita, bez većih zalijeva, a obale Kalabrije i Sicilije su visoke i slabo razvedene. Zapadni dio Jadranaskog mora je nizak i slabo razveden ima samo jednu skupinu otoka. Na sjevernom dijelu Jadrana dominiraju izvučene marine zaštićene s drvenim stupovima zabijenim u morsko dno, a u ostalom dijelu s pontomima. U jadranskom moru locirano je nešto manje od polovice svih luka nautičkog turizma Italije. Najveća je koncentracija u sjevernim regijama FVG (Friuli V Giulia) i Veneto, a u Ligurskom moru u regijama Liguria i Toskana[71].

Proizvodnja i prodaja plovila jako je dobro razvijena. Na svako nautičko-turističko plovilo dolazi 72 stanovnika. Nautičko-turistička ponuda Italije broji preko 830.000 plovila. Također, prednjači u proizvodnji i prodaji mega jahti i skutera. Raspolaže impozantnom ponudom plovila koje koristi Služba za nadzor i spašavanje na moru (300 različitih specijalnih plovila, 12 zrakoplova i 4 helikoptera).

U poslovanju cruising kompanija Italija ima veliko učešće. Osim velike "Coste" ima još nekoliko po veličini srednjih crusinig kompanija i veći broj luka specijaliziranih za prijem velikih brodova za kružna putovanja (Venecija, Trst, Genova, Livorno, Napulj, Palrermo, Messina i Katanija).

Italija je uz Grčku zemlja s najviše morske obale u Europi. Italija nije najveća nautička zemlja u Europi, ali je jedna od najrazvijenih.

[70] www.ucina.net/it/turismo-nautico (13.01.2016.)
[71] www.ucina.net/it/turismo-nautico (13.01.2016.)

U sljedećoj tablici prikazan je broj vezova u moru, raspoređenim na vezove koji se nalaze u marinama, lukama nautičkog turizma te sidrištima u Italiji.

Tablica 5. Vezovi, marine i luke nautičkog turizma Italije.

Regija	Marina	Luka	Sidrišta	Ukupno
Liguria	13989	8433	2186	24658
Toscana	10517	6737	2901	20155
Lazio	1148	5226	1291	7665
Campania	8634	5320	1050	15004
Calabria	2026	764	329	3119
Puglia	7289	2042	1526	10857
Molise	288	-	-	288
Abruzzo	391	2207	105	2703
Marche	1228	3917	3098	5145
EmiliaRomagna	2733	2610	11	5354
Veneto	59	3580	-	3639
Fruli V.G.	5432	7188	3349	15969
Sardegna	5368	7643	140	13151
Sicilia	6582	5165	2102	13849
UKUPNO	65684	60882	14990	141556
% udio	46,4%	43,0%	10,6%	100,0%

Izvor: UCINA (2014), Boating figures-key performance indicators, raspoloživo na: http://www.ucina.net/it/turismo-nautico (13.01.2016.)

4.2.2. Nautički turizam u Francuskoj

Francuska obala ima dužini od 3.000 kilometara, od čega otpada na Mediteran 270 km, a prostire se na obalama Sredozemnog mora i Atlantskog oceana. Mediteranska obala se može se podijeliti na dva specifična kopnena područja i otok Korziku:

- region Marsell i Azurnu obalu (na 90 km. ima 25.000 vezova, od čega otpada veći dio na super moderne jahte.),
- obalu zapadno od ušća Rhone do Španjolske granice (sedamdesetih god. izgrađeno je 20 marina međusobno udaljenih 6-10 km i spojenih kanalima)
- otok Korzika.

Francuska posjeduje vrlo primamljivu klimu, što predstavlja jedan od važnih čimbenika za razvoj turizma, pa tako i nautičkog turizma. Francuska je jedna od najrazvijenijih turističkih zemalja, koja obraća posebnu pozornost prema nautičkom turizmu te je relativno rano uočeno značenje nautičkog turizma za razvoj cijelog gospodarskog sustava. Mediteranska obala je slabije razvijena od Atlantske.

Francuski nautički turizam izgrađuju državne potpore, ali i privatni ulagači, na način da se luke grade državnom potporom i koncesijama. Koncesije se daju na vrijeme od pedeset godina, a u njima sudjeluje i privatni kapital[72].

Jedna od najsnažnijih i najvećih marina u Francuskoj je marina Princa od Monaka, koja je njegovo osobno vlasništvo. U Francuskoj se u nekim marinama više razvija opća turistička ponuda, a nautički turizam se koristi samo kao vid zabave. U velikim gradovima izgrađene su marine za mega jahte, od kojih je najveća u Marselleu s 1.900 vezova[73].

Tablicom 6. prikazan je broj marina, marina s komercijalnim vezovima i broj vezova u Francuskoj.

[72] Luković, T., Šamanović, J. (2007): Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograf, Zagreb, str.295.
[73] Luković, T., Šamanović, J. (2007): Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograf, Zagreb, str.295.

Tablica 6. Broj marina, marina s komercijalnim vezovima i broj vezova u Francuskoj

Francuska	Broj marina	Marine s komercijalnim vezovima	Broj vezova
Mediteran	79	79	57812
Atlantik	212	212	118365
Korzika	34	20	6718
UKUPNO	325	311	182895

Izvor: Luković, T., Šamanović, J. (2007): Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograf, Zagreb, str.295.

4.2.3. Nautički turizam Španjolske

Španjolska obala je duga 4.964 km, a prostire se uz: istočnu obalu Atlantskog oceana i zapadnu obalu Mediterana i ima 2 otočne skupine (Baleari i Kanarski otoci). Španjolske nautičke luke se nalaze na mediteranskoj i atlantskoj obali, dok se te dvije vodene površine spajaju u dijelu koje nazivamo Gibraltarska vrata. Španjolska je obala gospodarski veoma iskorištena, a posebno u cilju izgradnje objekata vezanih za nautički turizam.

Većina marina izgrađena je na Balearima, Kanarskom otočju i Costi de Sol. Kapaciteti marina kreću se od 300 do 700 vezova, uz prevladavanje onih od oko 400 vezova, a opremljene su svom potrebnom opremom, te restoranima, trgovinama i slično. Veliki gradovi uz more posjeduju marine za velike mega jahte, koje imaju kapacitet od 1.000 vezova. Najveća Španjolska, ali i europska marina je Empuriabrava koja posjeduje 5.000 vezova u moru, od toga 700 vezova na obali.[74]

Investicije u marine su državne i privatne. Da bi država osigurala kontrolu nad investicijama i poslovanju propisima ograničava pretjerano prisustvo stranog kapitala, domaći kapital učestvuje iznad polovice u vlasništvom marina. Koncesija za investiranje na pomorskom

[74] Španjolske marine, raspoloživo na: www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/ (14.01.2016.)

dobru iznosi od 30-50 godina, za marine 50 godina. Marine u Španjolskoj su udružene u asocijacije po regijama[75].

Nautičko-turistička ponuda Španjolske raspolaže sa flotom plovila oko 200.000, a na svako plovilo dolazi 200 stanovnika[76]. Sve se više iznajmljuju mega jahte čiji tjedni najam iznosi do 100.000 eura. Cruising se odvija preko manjeg broja cruising kompanija (Pullmatur Cruceros, Spanish Cruise Line, Iberojet Cruceros) koje uglavnom posluju sa 1-4 broda srednje veličine. Za organiziranje kružnih putovanja raspolaže s lukama u Barceloni, Toledu, Malagi, Valenciji, Palma Malorki, Almeriiji i Gibrataru.

U sljedećoj tablici prikazane su marine i vezovi u Španjolskoj.

Tablica 7. Broj marina, marina s komercijalnim vezovima i broj vezova u Španjolskoj

Španjolska	Broj marina	Marine s komercijalnim vezovima	Broj vezova
Atlantik	46	49	8741
Kanarski otoci	20	12	2582
Mediteran	127	117	47578
Balearsko otočje	68	67	21160
Ukupno na Mediteranu	195	239	68738
Ukupno na Atlantiku	66	61	11323

Izvor: Luković, T., Šamanović, J. (2007): Menadţment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograf, Zagreb, str.295.

[75] Španjolske marine, raspoloživo na: www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/ (14.01.2016.)
[76] Luković, T., Šamanović, J. (2007): Menadţment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograf, Zagreb, str.295.

5. BUDUĆNOST NAUTIČKOG TURIZMA

Hrvatska je sredozemna država s razvedenom obalom i otocima po čemu je danas i poznata u svijetu. Razvedenost obale, tisuće otoka i otočića je ujedno i zaštitni tržišni znak hrvatskog turizma i komparativna prednost za daljnji razvoj. Unatoč prirodnom bogatstvu treba se još mnogo poraditi kako bi hrvatski turizam, a i nautički turizam pogotovo dosegao još veću kvalitetu nego što je ona trenutno sada. Nautički turizam u Hrvatskoj ima veliki potencijal, ali prirodno i povijesno nasljeđe, ni prostorna mogućnost nisu još dovoljno iskorištene za ovakav vid turizma. Gledajući dugoročno tj. u budućnost, najveća prijetnja održivom razvoju nautičkog turizma je nekontroliranost, neograničenost i neusmjerenost zbog pritiska prevelike potražnje od ponude novih vezova diljem Sredozemlja. Da se ide zadovoljiti sva potražnja, došlo bi do smanjenja vrijednosti prirodnih činitelja, i time i nautičkog turizma.

U dokumentu „Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske“ za razdoblje od 2009. – 2019. godine, navodi se postojeće stanje, problemi i nove razvojne mogućnosti nautičkog turizma u Hrvatskoj. Najveća prijetnja za sve vidove turizma je priroda pa tako i u nautičkom turizmu, počevši od prirodno oblikovanog prostora pa do prirodno oblikovanih dobara[77]. Jedne od negativnosti nautičkog turizma sada i u budućnosti su iskorištenje prirodnih prostora za izgradnju postojećih i budućih kapaciteta, i kratka sezonska koncentracija prevelikog broja turista na samo jednom prostoru. Turizam na prostor i okoliš djeluje negativno, ali se može svesti na nekakav minimum na način uvođenja određenih mjera, dakle racionalnog i kontroliranog i usmjerenog korištenja prostora na kojemu će određeni kapacitet biti izgrađen.

Budućnost nautičkog turizma u Hrvatskoj razvijati će se kroz dva osnovna pravca počevši od zaštite vrlo vrijednih područja (nenaseljenih, neurbaniziranih otoka, otočića, zaljeva, uvala) koji su upravo i motiv dolazaka nautičara u Hrvatsku, a drugi budući pravac nautičkog turizma je izgradnja nosivih luka nautičkog turizma s najvećim standardima zaštite okoliša, pa i na manje vrijednim područjima. Prilikom izgradnje novih nautičkih kapaciteta u obzir će se uzimati mnogi kriteriji kao i samo područje planiranja izgradnje nove luke, devastacija tog područja i to pogotovo ona koja imaju program sanacije (ukoliko je to kamenolom, napuštena vojna luka, industrijsko područje i slično)[78].

[77] www.mppi.hr (17.01.2016.)
[78] www.mppi.hr (17.01.2016.)

Čitava izgradnja novih nautičkih kapaciteta temelji se i na prostornim planovima županija u kojima će se ova strategija nautičkog turizma primjenjivati. Prema ovome pisanom dokumentu novi kapaciteti mogli bi se izgraditi u roku od deset godina. Doći će do povećanja kapaciteta vezova za smještaj od 15.000 plovnih objekata, dakle u planu je 33.655 vezova od toga 25.755 u moru, a 7.900 na kopnu[79].

Polazna vizija budućnosti nautičkog turizma u Hrvatskoj je da se nautički turizam razvija i da bude prepoznatljiv i cijenjen kao vodeći i prvi među najboljima u Sredozemlju. Na to se nadovezuje i misija koja naglašava da čovjek nautičar treba poštovati prirodu i okoliš svojih predaka, ali i zbog budućih naraštaja. Misija govori i o doprinosu razvitka nacionalnog gospodarstva, dobrobiti građana, porastu zaposlenosti, povećanju standarda, zaštiti kulturne i prirodne baštine, kvalitativnom i kvantitativnom povećanju razine usluga. Kako bi se omogućila učinkovita i jednoobrazna provedba Strategije neophodna je zajednička koordinacija aktivnosti svih subjekata i sudionika razvoja nautičkog turizma. Usvajanjem ovog Akcijskog plana provedbe Strategije, odnosno razradom mjera, aktivnosti, nositelja i rokova utvrditi će se provedba predloženih strateških ciljeva.[80]

Hrvatska zbog svih svojih prirodnih ljepota, povijesti i tradicije za razvoj nautičkog turizma treba razvijati sve ostale segmente nautičkog turizma uz postojeće komparativne prednosti, ali na principu održivog razvoja. Sve se može postići ukoliko se stvarno svi subjekti budu pridržavali ove navedene Strategije i Akcijskog plana, ali i zaštite prirode, okoliša, racionalnog gospodarenja prirodnim prostorom, nosivošću kapaciteta hrvatskog djela Jadrana, prepoznavanje važnosti nautičkog turizma, uvažavanje već postojećeg kulturnog nasljeđa, te unaprjeđenje odnosa između svih sudionika prema jednome nautičaru bilo domaćemu bilo inozemnom.

[79] www.mppi.hr (17.01.2016.)
[80] www.mppi.hr (17.01.2016.)

6. ZAKLJUČAK

Nautika je riječ koja se povezuje s pojmovima brod i vođenje ili upravljanje brodom.
U suvremenom značenju pojam nautike označava skup svih praktičnih i teorijskih znanja koja su potrebna mornaru, voditelju broda ili navigatoru.
Hrvatski zakon o turističkoj djelatnosti definira nautički turizam na slijedeći način: nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije. Nautički turizam predstavlja novu socioekonomsku pojavu u društvu čija budućnost tek dolazi. Svojim učincima pridonosi bogatijoj kvaliteti življenja, urbanizaciji i uređenju površina. Iznimno su važni ekonomski učinci, visoka profitabilnost nautičkog turizma i brojni multiplikativni efeketi. Velike razvojne mogućnosti su zanimljive za investitore, a najvažnija je visoka nautičko – turistička potrošnja, koja je dva puta veća od potrošnje tzv.klasičnih turista. Nautički turizam u Hrvatskoj ima veliku perspektivu razvoja zbog mogućnosti zadovoljavanja turističkih potreba gostiju iz visoko razvijenih zemalja Europe. Pokretač je priobalnog regionalnog razvoja, kroz poticanje razvoja svih drugih djelatnosti s kojima je direktno ili indirektno povezan, te je to njegova najvrjednija razvojna uloga. Predstavlja jedan od najperspektivnijih oblika turizma u zadnjih 10 godina. Rast broja nautičkih turista u stalnom je porastu. Takva potražnja temelji se na prirodnim resursima, razvedenoj obali i čistom moru. Zbog svih svojih komparativnih prednosti koje posjeduje Hrvatska bi trebala razvijati i ostale segmente nautičkog turizma, ali na principu održivog razvoja. Svi subjekti iz turizma trebali bi se pridržavati Strategije razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske i Akcijskog plana unutar Strategije. Posredni i neposredni sudionici nautičkog turizma trebali bi štititi prirodu, okoliš, racionalno gospodariti prirodnim prostorom, prepoznavati važnost nautičkog turizma, uvažavati postojeće kulturno nasljeđe jer će na taj način doći do unaprjeđenja odnosa između svih subjekata turizma i subjekata nautičkog turizma kako u Istri tako i na razini čitave Republike Hrvatske.

LITERATURA :

KNJIGE

1. Dulčić, A.(2002): *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, EKOKON, Split.
2. Favro, S., Kovačić, M.(2010.): *Nautički turizam i luke nautičkog turizma, prostorna obilježja hrvatskog jadrana i izbor lokacije luke nautičkog turizma*.
3. Geić S. (2007): *Organizacija i politika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
4. Gračan, D., Alkier Radnić, R., Uran, M.: *Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji*, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2011.
5. Ivošević, D.: *Nautički turizam Hrvatske*, Vlastito izdanje, Novigrad, 1995.
6. Jadrešić, V.: *Nautički turizam*, Pedagoška akademija Zadar, Zadar, 1978.
7. Jenkins C. L., Lickorish L. J. (2006): *Uvod u turizam*, Ekokon d.o.o., Split
8. Kotler, P.: *Upravljanje marketingom*, Mate d.o.o., Zagreb, 2001.
9. Luković, T.: *Marketing – koncepcija razvoja nautičkog turizma Hrvatske*, Ekonomsko istraživački biro, Split, 1995.
10. Luković, T., Gržetić, Z.: *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut (HHI) Split, Split, 2007.
11. Luković, T., Šamanović, J.: *Menadžment i ekonomika nautičkog turizma*, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007.
12. Mrnjavac, E.: *Pomorski sustav*, Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet, Rijeka, 1998.
13. Nautika Tomas 2001.; Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb, Zagreb 2002.
14. Senečić, J., Vukonić, B.: *Marketing u turizmu*, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 1997.
15. Stipanović, C.: *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu – Sustav i poslovna politika*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2006.
16. Šamanović, J.: *Nautički turizam i management marina*, Visoka pomorska škola, Split, 2002.

STRUČNI I ZNANSTVENI ČLANCI, STRUČNI I ZNANSTVENI RADOVI

1. Gračan, D., Alkier Radnić, R.: *Kvalitativna i kvantitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma*, Rijeka: Pomorski zbornik 41/2003. ; 1/2004.
2. Gračan, D., *Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj*, Rijeka, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No.1, 2005.
3. Kovačić, M.: *Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma*, Pomorski zbornik, br. 1/2003.
4. Luković, T.: *Nautički turizam – definicije i dileme*, Naše more, 2007., 54 (1-2)
5. Luković, T., Bilić, M., *Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja*, Naše more 54(3-4), 2007.
6. V. Kos; Ceste i mostovi u Hrvatskoj, Zagreb 1975; A. Ladavac, Istarski ipsilon, Pula 2001

OSTALI IZVORI

1. Državni zavod za statistiku (http://dzs.hr/)
2. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (http://www.mint.hr/UserDocsImages/1999-2158.htm)
3. Rječnik turizma, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2001.
4. Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture & Ministarstvo turizma, Zagreb, 2008.
5. Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka, Zagreb, 2006.
6. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN, br 68/07., čl. 44.)
7. Akcijski plan za provedbu Županijske razvojne strategije Istarske županije 2011. - 2013. godine, Pula, 2011.
8. http://www.pomorskodobro.com/hr/nauticki-turizam.html (13.01.2016.)
9. www.dzs.hr (15.01.2016.)
10. http://hr.wikipedia.org/wiki/Nauti%C4%8Dki_turizam (13.01.2016.)
11. http://www.turizaminfo.hr (15.01.2016.)
12. www.istra.com (15.01.2016.)

13. www.100megsfree.com (15.01.2016.)
14. http://www.iztzg.hr/hr/publikacije/turizam/najnoviji_broj/?clanakId=89&brojId=5 (17.01.2016.)
15. www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/ (14.01.2016.)
16. www.ucina.net/it/turismo-nautico (13.01.2016.)
17. www.mppi.hr (17.01.2016.)
18. http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf (14.01.2016.)

PRILOG

Popis tablica:

Tablica 1. Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj u 2014.godini.
Tablica 2. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma 2013. – 2014., bez PDV-a (u 000 kn).
Tablica 3. SWOT analiza nautičkog turizma Istre.
Tablica 4. Raspoloživi kapaciteti u marinama u 2004. godini.
Tablica 5. Vezovi, marine i luke nautičkog turizma Italije.
Tablica 6. Broj marina, marina s komercijalnim vezovima i broj vezova u Francuskoj.
Tablica 7. Broj marina, marina s komercijalnim vezovima i broj vezova u Španjolskoj.

Popis slika:

Slika 1. Osnovne djelatnosti nautičkog turizma.
Slika 2. Položaj Hrvatske u Europi, položaj Istre u Hrvatskoj te izgled poluotoka Istre.
Slika 3. Ceste Istre.
Slika 4. Luke i marine Istre.

Popis shema:

Shema 1. Elementi kategorizacije luka nautičkog turizma.