

Utjecaj nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija u Republici Hrvatskoj

Jurković, Mihaela

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:652348>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MIHAELA JURKOVIĆ

**Utjecaj nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija u
Republici Hrvatskoj**

**The influence of nautical tourism on the development of luxury
destinations in the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u turizmu

**Utjecaj nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija u
Republici Hrvatskoj**

**The influence of nautical tourism on the development of luxury
destinations in the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Kolegij:	Turističko planiranje i razvoj	Student:	Mihaela JURKOVIĆ
Mentor:	Prof. dr. sc. Dora SMOLČIĆ JURDANA	Matični broj:	ds3568

Opatija, 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Mihaela Jurković

(ime i prezime studenta)

ds3568

(matični broj studenta)

Utjecaj nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija u Republici Hrvatskoj

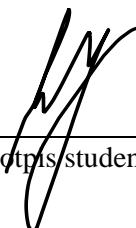
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 11.9.2023.



Potpis studenta

Sažetak

Turizam kao fenomen proizašao je iz putovanja i boravka ljudi izvan njihova stalnog mjesta boravka. U potrazi za zadovoljavanjem svojih potreba i traganjem za personaliziranim pristupom, razvijali su se specifični oblici turizma. Jedan od najznačajnijih specifičnih oblika jest nautički turizam koji obuhvaća aktivnosti plovidbe na moru te noćenja na plovnim objektima u lukama nautičkog turizma. Po svojim karakteristikama, nautički turizam ima veliki utjecaj na rast gospodarstva, razvoj destinacija u kojima se odvija nautički turizam, a posebice razvoj luksuznih usluga i proizvoda. Kao najveći korisnik morskog okoliša, odnosno akvatorija, nautički turizam treba preuzeti glavnu ulogu u promociji zaštite i očuvanja mora i morskih organizama. Upravo u tom pogledu, nautički turizam ima prostora za uvođenje inovacija i time predvoditi pozitivan razvoj i u ostatku svijeta. Svojom ljepotom prirode, kvalitetom usluge i inovacijama hrvatski nautički turizam čini odvažnog konkurenta na Mediteranu i u ostatku Europe te iz godine u godinu povećava broj kapaciteta i podiže ljestvicu kvalitete pruženih proizvoda i usluga. U daljnji fokus treba staviti simultani razvoj nautičkog turizma i destinacija te zajedničkim djelovanjem lokalnih i regionalnih samouprava usmjeriti razvoj kreiranju luksuznog i jedinstvenog proizvoda, odnosno doživljaja.

Ključne riječi: nautički turizam; luksuzne destinacije; razvoj; luke nautičkog turizma; konkurentnost

Sadržaj

Uvod.....	1
1. Pojam nautičkog turizma.....	3
1.1. Definiranje pojma nautičkog turizma.....	3
1.2. Podjela nautičkog turizma.....	6
1.3. Nautička infrastruktura.....	7
2. Obilježja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj.....	10
2.1. Analiza nositelja ponude nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj.....	10
2.2. Analiza korisnika usluga nautičkog turizma u RH.....	13
2.3. Analiza ostvarenog prometa u nautičkom turizmu u RH.....	16
3. Utjecaj nautičkog turizma na razvoj destinacija.....	18
3.1. Utjecaj nautičkog turizma na lokalnu zajednicu.....	18
3.2. Utjecaj nautičkog turizma na lokalni turizam.....	19
3.3. Utjecaj nautičkog turizma na prepoznatljivost Republike Hrvatske kao destinacije.....	21
4. Ocjena učinkovitosti provedbe strategija i planova razvoja nautičkog turizma.....	22
4.1. Glavni ciljevi razvoja i unapređenja nautičkog turizma.....	22
4.2. Glavni ciljevi održivosti nautičkog turizma.....	25
4.3. Investicije u unapređenje nautičkog turizma.....	26
5. Istraživanje stavova nautičara i djelatnika u nautičkom turizmu o utjecaju nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija.....	29
Zaključak.....	39
Bibliografija.....	41
Popis ilustracija.....	44
Prilozi.....	45

Uvod

Nautički turizam složena je aktivnost i selektivni oblik turizma, koji se razvio iz duge i burne povijesti pomorstva. Pomorske plovidbe u prošlosti su se odvijale u osvajačke ili istraživačke svrhe, razmjenu dobara, a nerijetko iz znatiželje. Posljedično tim aktivnostima, razvijale su se i tradicionalne djelatnosti poput izrade brodova, ribarske opreme i slično. Dakle, umijeće plovidbe razvijalo se dugi niz godina, a tehnološkim napretkom, globalizacijom i poboljšanjem životnih uvjeta razvio se i nautički turizam.

Nautički turizam izrazito je atraktivna aktivnost u Europi, posebice na Mediteranu. Upravo to je omogućila dobra geografska pozicija, a time i klimatski uvjeti. Posebice zemlje na Mediteranu se ističu svojom dugom i razvedenom obalom, rasprostranjenim otocima i prekrasnim morem. Ovdje se ističe Hrvatska koja, iako površinski mala u odnosu na druge mediteranske zemlje, ima mnogo za ponuditi. Hrvatska obiluje mnogim prirodnim i kulturnim vrijednostima, zaštićenim područjima duž kopna i na otocima. Vrlo kompleksna povijest Hrvatske razlog su mnogih različitosti među regijama, a time i tradicijama, gastronomiji, običajima i načinu života. Sve to doprinosi stvaranju diversificiranog i potpunog turističkog proizvoda, odnosno doživljaja.

Kompleksnost pojma nautičkog turizma nije ograničena samo na plovidbu morem, već obuhvaća i ostale aktivnosti u/na vodi kao što su rekreativno jedrenje/regate, veslanje, ronjenje, ribolov i slično. Svaka od ove aktivnosti čini nadopunu turističke ponude određene destinacije. Također, svaka od ovih aktivnosti zahtijeva adekvatnu opremu, proizvođača plovila i opreme, specijalizirano održavanje opreme, ali i adekvatno osoblje za izvođenje svih tih aktivnosti. U ovom kontekstu se razvijaju dopunske djelatnosti nautičkom turizmu i specijalizirana poduzeća.

Razvoj nautičkog turizma u nekoj destinaciji obuhvaća i izgradnju potrebne nautičke infrastrukture, odnosno luke nautičkog turizma. Osiguravanje osnovnih prihvatnih kapaciteta za sobom vuče i izgradnju popratnih ugostiteljskih objekata, čime se razvija i ponuda same turističke destinacije. Ubrzani tehnološki napredak i globalizacija stvaraju pozitivno okruženje za razvoj inovacija u nautičkom turizmu čime se podiže razina kvalitete pruženih usluga i ostvarenog zadovoljstva. Modernizacijom i digitalizacijom direktno se utječe na efikasnost poslovanja svih sustava nautičkog turizma, što na kraju rezultira personaliziranom, ekskluzivnom i luksuznom uslugom.

Cilj ovog diplomskog rada je razmotriti i definirati utjecaje nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija, na kreiranje ekskluzivnog proizvoda i usluga koje ne zadovoljavaju samo korisnikove potrebe, već kreiraju jedinstveni i neponovljivi doživljaj. S druge strane, težnja je otkriti mišljenja korisnika o postojanju takve usluge i postojanju potrebe za takvim proizvodima i uslugama. U svrhu postizanja navedenog cilja, u ovom radu korištene su različite metode, poput analitičke i deskriptivne, komparativne metode, induktivne metode te terenskog istraživanja korištenjem alata anketnog upitnika.

U ovom radu polazi se od definiranja samog pojma nautičkog turizma, njegove osnovne podjele, ali i potrebne infrastrukture za realizaciju i razvoj. Nakon toga slijedi obrada trenutačnog stanja ponude nautičkog turizma Republike Hrvatske, analiza potražnje za uslugama nautičkog turizma, te ostvareni promet u lukama nautičkog turizma Hrvatske. Sadržaj trećeg poglavlja fokusiran je na utjecaj nautičkog turizma na lokalnu zajednicu, odnosno na razvoj same destinacije, a time i turizma u odabranoj destinaciji. Cjelokupno, razmatra se utjecaj nautičkog turizma na pozicioniranje Hrvatske kao luksuzne nautičke destinacije na svjetskom tržištu. Četvrto poglavlje ovog rada posvećeno je učincima koje nautički turizam ostvaruje u pogledu održivog razvoja, te postojećim dokumentima kojima se nastoji regulirati i usmjeriti razvoj nautičkog turizma prema željenom stanju. U zadnjem poglavlju rada prikazano je provedeno istraživanje u svrhu prikupljanja stavova nautičara i djelatnika u nautičkom turizmu o utjecaju nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija.

1. Pojam nautičkog turizma

Turizam kao fenomen proizašao je iz putovanja ljudi, turista izvan mjesta stalnog boravka, a u svrhu zadovoljavanja potreba za zabavom, rekreacijom i razonodom. Razvojem prometnih sredstava povećava se pokretljivost ljudi što im omogućava da dosegnu i najudaljenije destinacije. No, i dalje je ova vrsta aktivnosti bila dostupna samo višem sloju društva koji je raspolagao slobodnim vremenom i financijskim sredstvima što se smatralo luksuzom.

Globalizacija, ubrzani napredak te promjene u suvremenoj svakodnevici dovode do promjena u potrebama i načinu provođenja odmora. Ubrzo su turistička putovanja poprimila vrijednost u obrazovanju, kulturnom uzdizanju i poimanju statusa u društvu, čime prestaju biti predmet luksuza već osnovna čovjekova potreba. Time se trend masovnog i pasivnog turizma razvija u različite oblike turizma čiji je cilj zadovoljenje potreba sve zahtijevnijeg turista. Razvoj turizma okreće se vrlo personaliziranom pristupu prema turistu, pružajući mu nova jedinstvena iskustva i potičući ga na aktivan odmor.

Promjene u stavovima i potrošačkim navikama rezultirale su razvojem specifičnih oblika turizma, od kojih nautički turizam čini značajan udio u cjelokupnom turizmu, a ima perspektivu daljnjeg razvoja i produljenja turističke sezone. Nautički turizam, zbog svojih karakteristika, pruža turistima bijeg od napučenih mjesta, uživanje u netaknutoj prirodi te aktivno provođenje vremena. Navedeno predstavlja vrlo privlačan i poželjan proizvod, koji iskazuje prestiž i opetovano pruža jedinstveno iskustvo, što u nautički turizam uključuje i element luksuza.

1.1. Definiranje pojma nautičkog turizma

Nautički turizam se u svijetu počeo razvijati krajem 17., odnosno početkom 18. stoljeća, dok se u Hrvatskoj počeo razvijati tek stoljeće poslije, odnosno u 19. stoljeću. U svijetu se razvoj nautičkog turizma odvijao ubrzano do polovice 19. stoljeća, dok se u Hrvatskoj bilježi spori rast sve do kraja 20. stoljeća, a najintenzivniji razvoj u zadnjih dvadesetak godina.¹

Nautički turizam razvio se iz dva pojma, *turizam* i *nautički*. Hunziker i Krapfa su još 1942. godine definirali turizam kao skup pojava i odnosa koji proizlaze kretanja i boravka ljudi izvan svog domicilnog mjesta, a u svrhu odmora i bavljenja aktivnostima koje ne služe u poslovne

¹ Favro i Kovačević, Nautički turizam i luke nautičkog turizma, 44.

svrhe.² Nadalje, pojam nautički je proizašao iz grčke riječi *naus* što znači brod, lađa, ali i vještina plovidbe.³

Nautički turizam specifični je oblik turizma, te je prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu definiran kao plovidba i boravak turista nautičara na plovnim objektima poput jahte, brodice ili broda, a u svrhu zadovoljenja osobne potrebe ili obavljanja gospodarske djelatnosti te obuhvaća i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.⁴

S razvojem nautičkog turizma kao podvrste turizma, posljedično se razvija i teorija, odnosno definiranje istog. Mnogi autori su u definiranju pojma nautičkog turizma sagledavali različite pristupe, te postepeno nadopunjavali definicije. Statistički pristup definiranju ovog pojma orijentiran je na sagledavanje i utvrđivanje gospodarskih učinaka, izostavljajući motive turista nautičara kao pokretača. Suprotno, humanistička škola u centar definiranja nautičkog turizma stavlja potrebe i motive turista nautičara, odnosno sagledava i socijalni i društveni aspekt te definira nautički turizam kao jedinstveni turistički doživljaj koji obuhvaća aktivnosti na vodi i na kopnu.⁵

U kontekstu pružanja definicije nautičkog turizma nema konsenzusa akademske zajednice oko jedinstvene definicije, a osim toga literatura otežano razgraničava nautički i pomorski turizam.⁶ Prema Oramsu, pomorski turizam uključuje one rekreacijske aktivnosti koje uključuju putovanje izvan mjesta prebivališta a temelje se na morskom okolišu, pri čemu je morski okoliš definiran kao one vode koje su slane i pod utjecajem plime i oseke.⁷ Jovanović sa suradnicima u svojem djelu definiraju nautički turizam kao plovidbu i boravak turista nautičara na plovnim objektima sa ciljem opuštanja i rekreacije. Pri tome su u aktivnosti nautičkog turizma uključeni sportovi na vodi, rekreacijska plovidba, krstarenje i drugo.⁸

² Čavlek i drugi, Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustavi

³ Luković, „Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje“, 690

⁴ Zakon o pružanju usluga u turizmu, čl. 84.

⁵ Jadrešić, Vlatko: “Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni”, Školska knjiga, Zagreb 2001., str. 144 do 148.

⁶ Martínez Vázquez, Milán García, and De Pablo Valenciano. „Analysis and trends of global research on nautical, maritime and marine tourism.“, 80

⁷ Orams, Marine tourism development, impacts and management, 22.

⁸ Jovanović, Dragin, Armenski, Pavic, i Davidovic, “What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism.”, 858-872.

U nastojanju da se obuhvate svi oblici, aktivnosti i funkcije nautičkog turizma, kao cjelovita definicija može se izdvojiti sljedeća: Nautički turizam je ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su posljedica boravka turista nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, korištenjem plovnih objekata kao i drugih objekata vezanih uz nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba.⁹

Raznolikost potražnje za širokim spektrom aktivnosti u nautičkom turizmu rezultat je promjene obrasca radnih navika ljudi i njihove percepcije rekreacije i odmora. Etika dokolice postala je snažnija kako su se promijenile ljudske vrijednosti tijekom vremena u kontekstu kako ljudi sada osjećaju da rade da bi živjeli, a ne žive da bi radili. Pojavila se snažna potreba za zadovoljavanjem specifičnih motiva i potreba, te tako turisti putuju u potrazi za jedinstvenim i rijetkim doživljajima, proizvodima i uslugama koji nisu komercijalizirani, već ekskluzivni i luksuzni.

Luksuz se tradicionalno definira kao materijalni predmet ili usluga koji pogoduju raskošnom životu, iskazuju eleganciju i profinjenost življenja, a ne potrebu. Potrošnja prestižne robe sagledava se kao simbol statusa i bogatstva, a čija cijena povećava vrijednost takvog simbola.¹⁰

No, s razvojem društva i njegove kupovne moći, promijenilo se i gledište na poimanje luksuza. Iako među teoretičarima i istraživačima ne postoji opće prihvaćena definicija luksuza, složili su se da je luksuz multidimenzionalan koncept koji je relativan, subjektivan i kontekstualan.¹¹ Luksuzni proizvodi i usluge mogu se definirati kao proizvodi i usluge koje korisnicima nude priliku da dožive hedonističko iskustvo blagostanja u vrlo visokoj privatnosti. No, i dalje takva ponuda drži visoku cijenu koja iskazuje vrijednost, no kvaliteta usluge i proizvoda ju mora opravdati.¹²

U ovom pogledu, nautički turizam sadrži elemente luksuza i ima potencijala za daljnji razvoj. Zajedničkim naporom, lokalne destinacije i dionici u nautičkom turizmu, moraju uskladiti i usmjeriti napore u konstantno unapređivanje kvalitete, kreiranje rijetkih i

⁹ Luković i Gržetić, Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, 33.

¹⁰ Vigneron, and Johnson, „A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior.“

¹¹ Kauppinen-Raisanen, Gummusu, von Koskull, and Cristin, „The new way of luxury: the meaning and value of luxury to the contemporary consumers, 229-249.

¹² Gračan, „Uloga nautičkog turizma u repozicioniranju turizma Istarske županije“, 147-154.

jedinstvenih doživljaja, kako bi se na tržištu pozicionirali kao luksuzne destinacije i privukli posjetitelje veće platežne moći.¹³

1.2. Podjela nautičkog turizma

U ovisnosti o stajalištima razmatranja nautičkog turizma, različitim čimbenicima ponude i potražnje te učincima koje ostvaruje, nautički turizam se može različito sagledati. Najznačajniji pogled na nautički turizam ima znanstveno-praktična škola čija se izučavanja temelje na gospodarskim i ekonomsko-pravnim učincima. U ovom kontekstu, glavna podjela poslovanja u nautičkom turizmu glasi:¹⁴

- luke nautičkog turizma,
- charter i
- cruising.

Poslovanje u lukama nautičkog turizma obuhvaća poslove vezane uz smještaj turista nautičara i njihovih plovnih objekata te pružanje raznih usluga koje su direktno ili indirektno povezane sa nautičarima. Najrazvijeniji oblik poslovanja u ovoj skupini je poslovanje marina.

Slijedi charter, koje se još naziva i chartering, je poslovanje iznajmljivanja plovila i brodova nautičarima. Charter djelatnost složen je proces koji obuhvaća kupnju broda koji postaje vlasništvo kompanije, najma broda ili se odnosi na poslovanje s drugim charter kompanijama. Primjer hrvatskih kompanija koje su započele ovakvo poslovanje su ACI, SAS, Hetzel yachting, Ecker yacht i druge.

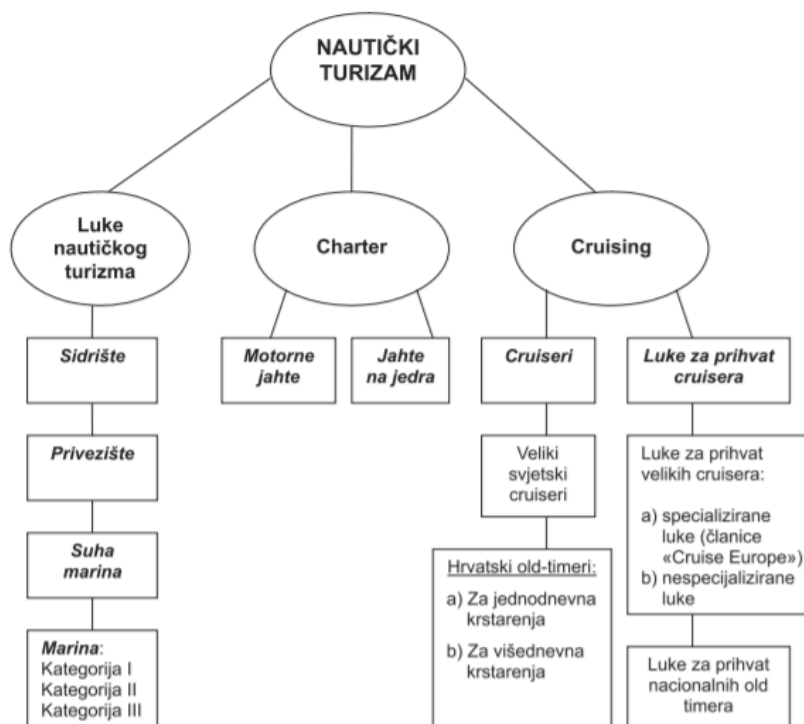
Cruising se odnosi na kružno putovanje ili krstarenje koje podrazumijeva prijevoz ljudi brodom prema unaprijed određenom plovidbenom redu i programu uz niz sportskih, zabavnih, zdravstvenih i drugih aktivnosti i usluga. Na hrvatskim prostorima vodeća je cruising kompanija Katarina line sa flotom od preko 60 brodova.¹⁵ Katarina line nudi ekskluzivno iskustvo krstarenja upotpunjeno različitim aktivnostima duž obale kroz koje turisti uistinu mogu doživjeti Hrvatsku. Domaći jadranski cruising old timerima svoje rute razvija u manjim lukama kao što su Trogir, Hvar, Bol, dok je Dubrovnik međunarodno priznato odredište svih većih cruising ruta.

¹³ Alkier, „Perspectives of Development of Luxury Nautical Tourism in the Republic of Croatia.“ 109-124.

¹⁴ Luković, T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, 689-708

¹⁵ Katarina line, Preuzeto, rujan, 2023: https://www.katarina-line.com/about_us

Slika 1: Model nautičkog turizma u Hrvatskoj



Izvor: Luković, T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, EKONOMSKI PREGLED, str. 704, (2007)

Prethodno definirane glavne skupine poslovanja u nautičkom turizmu figurativno se mogu prikazati modelom istog autora, iz kojeg je također vidljivo da podjela ovog oblika turizma nije tako jednostavna. Ona dalje obuhvaća i dopunske vrste nautičkog turizma kao što su jedrenje na dasci, ribolov, ronilački turizam i mnoge druge vrste. I dalje, razvoj i utjecaji ovog oblika turizma, te njegovih podvrsta, su još nedovoljno istraženi. Većina literature datira početkom 21. stoljeća ili ranije te su djela hrvatskih autora. Potrebno je usmjeriti pažnju i iznijeti nova saznanja o nautičkom turizmu, globalno i na domaćem tržištu, kako bi dionici u nautičkom turizmu adekvatno planirali razvoj.

1.3. Nautička infrastruktura

Nautička infrastruktura uključuje luke nautičkog turizma, marine u turističkim destinacijama i vezivne kapacitete, kao i svu popratnu infrastrukturu u destinacijama te nautičke sadržaje.

Primarni element nautičke infrastrukture su luke nautičkog turizma. Iste se klasificiraju sukladno vrsti usluga koje nude, a svaka destinacija propisuje razinu standarda tih usluga. Svaka luka u određenoj destinaciji mora ispunjavati opće i posebne minimalne tehničke uvjete propisane za pojedinu vrstu luka nautičkog turizma.

Luke nautičkog turizma se razvrstavaju sukladno Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma u sljedeće vrste:¹⁶

- sidrište,
- privezište,
- odlagalište plovnih objekata,
- suha marina i
- marina.

Sidrište obuhvaća dio morskog ili vodenog prostora opremljen plutačama za privez plovila u uvali zaštićenoj od nevremena.

Privezište se odnosi na posebno izgrađeni i uređeni morski ili vodeni prostor koji je opremljen za sigurno vezanje plovila.

Odlagalište plovnih objekata u zakon je uvedeno 2019. godine, a odnosi se na dio ograđenog i uređenog kopna za pružanje usluga odlaganja plovnih objekata na suhom te pružanje usluga, transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnog objekta. U ovoj vrsti luke nautičkog turizma ne mogu boraviti turisti i ne može se obavljati priprema plovnog objekta za plovidbu.

Suha marina je dio kopna posebno ograđen i uređen za pružanje usluga smještaja plovnih objekata na suhom te transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnih objekata. Za razliku od odlagališta plovnih objekata, u suhoj marini mogu boraviti turisti te se pružaju usluge pića, napitaka i prehrane.

Marina je dio morskog ili vodenog prostora i obale posebno izgrađene i uređene za pružanje usluga veza i čuvanja plovnih objekata, te smještaj turista nautičara, u plovnim objektima odnosno u smještajnim objektima marine. Kategorije marina označavaju se sidrima gdje veći broj sidra označava višu kategoriju, time i više standard usluga:

- dva sidra,
- tri sidra,
- četiri sidra,
- pet sidara.

¹⁶ Pravilnik o kategorizaciji luke nautičkog turizma i razvrstavanju drugih objekata za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata

Svaka marina ima prihvatne kapacitete, odnosno vezove na kojima pristaju pomorska plovila tijekom boravka u marini. Za korištenje vezivnog kapaciteta u marini plovila plaćaju propisanu naknadu za korištenje u koju je uključena boravišna pristojba.

Ono što marine čini vrlo atraktivnima su dopunske usluge koje turistima upotpunjuju doživljaj i čine dodatnu vrijednost. Turističke usluge dostupne u marinama za nautičke turiste uključuju:¹⁷

- iznajmljivanje vezova za privez plovnih objekata i nautičke turiste koji žive na plovilu,
- iznajmljivanje plovila za odmor i rekreaciju,
- prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata,
- osiguravanje zaliha (voda, gorivo, zalihe, rezervni dijelovi, oprema i slično),
- pružanje informacija potrebnih za sigurnu plovidbu (vremenske prognoze, nautički vodiči i sl.),
- iznajmljivanje vodenih skutera i ostale vodene opreme.

¹⁷ Alcover, Alemany, Jacob, Payeras, García, and Martínez-Ribes, „The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy. “, 628.

2. Obilježja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska ima status mediteranske turističke destinacije koja je smještena na obali Jadranskog mora te joj pripada 31 067 km² akvatorija. Upravo njezina razvedena obala duljine 5 835,3 km, uključujući i 1 244 otoka, otočića i hridi zaslužna je za prepoznatljivi identitet na svjetskoj razini.¹⁸ Osim razvedene obale i čistog mora, rasprostranjenost prirodnih ljepota nacionalnih parkova, parkova prirode i rezervata, ugodni klimatski uvjeti i postojanost pogodnih vjetrova opći su faktori koji potiču razvoj i konkurentnost nautičkog turizma. Druga skupina faktora koji doprinose stvaranju konkurentne slike na svjetskom tržištu su specifični faktori. Oni se odnose na infrastrukturnu dostupnost luka nautičkog turizma, brojnost, raspoređenost i kvalitetu opremljenosti luka, prihvatni kapacitet luka, usluge održavanja i opremanja plovila, sigurnost plovidbe i osobnu sigurnost, atraktivnost sadržaja u marinama i na kopnu, kvalificirano i ljubazno osoblje te mnoge druge faktore.¹⁹

U nastavku poglavlja prikazat će se na koji način i u kojoj mjeri je Hrvatska eksploatirala dostupne resurse u svrhu stvaranja konkurentnog i potpunog turističkog proizvoda te je li time zadovoljena postojeća potražnja. Na temelju prikupljenih sekundarnih podataka prikazat će se osnovna obilježja nautičkog turizma Hrvatske u brojkama u periodu od 2019.-2022. godine.

2.1. Analiza nositelja ponude nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj

Zbog povoljnog geografskog položaja, Hrvatska je zemlja bogate povijesti i tradicije brodarstva, ribarstva ali i turizma čime su postavljeni temelji za razvoj nautičkog turizma. U posljednja dva desetljeća, bilježi se ekspanzija razvoja nautičkog turizma koji je prepoznat kao jedan od najznačajnijih oblika hrvatskog turizma. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj treba biti vođen načelom održivog razvoja kojim se zalaže uspostavljanje kompromisa između potrebe očuvanja prirodnih područja i potrebe gospodarskog razvoja.²⁰

¹⁸ Hrvatska enciklopedija, Preuzeto, svibanj, 2023: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=26390>

¹⁹ Luković i Gržetić. op. cit. 58.

²⁰ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma. Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske u razdoblju od 2009.-2019., 3.

U nastavku se nalazi tablica koja prikazuje promjene u broju prihvatnog kapaciteta u lukama nautičkog turizma, odnosno broj vezova u moru te broj mjesta za smještaj plovila na kopnu u razdoblju 2019.-2022.godine.

Tablica 1: Broj prihvatnih kapaciteta luka nautičkog turizma 2019.-2022. godine

	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupan broj vezova	18 029	18 625	18 942	19 105
Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu	5 551	6 068	6 137	6 906

Izvor: Izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019.-2022., DZS, Zagreb

U prvoj godini odabranog razdoblja ukupan broj dostupnih vezova je iznosio 18 029. Sljedeće, pandemijske godine broj vezova je porastao za 3,3% te je ukupno iznosio 18 625 vezova. U 2021. godini ukupan broj vezova iznosio je 18 942, što čini povećanje od 1,7% u odnosu na prethodnu godinu. Kapacitet ukupnog broja vezova se u sljedećih godinu dana povećao za 163 veza čime Hrvatska raspolaže sa ukupno 19 105 vezova. Dakle, u razdoblju od četiri godine broj vezova se povećao za 5,6%. Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu također prati uzlazni trend. U promatranom periodu od četiri godine, broj mjesta za smještaj plovila na kopnu u 2019. godini iznosio je 5 551. Sljedeće godine broj se povećao za 517 mjesta, što čini povećanje od 9,3% kada je broj mjesta na kopnu iznosio 6 068. Naredne godine, dogodilo se povećanje od samo 1% odnosno samo 69 novih mjesta za odlaganje plovila na kopnu. No već sljedeće godine, točnije 2022. broj se povećao za čak 769 mjesta na kopnu, što je čini povećanje od 12,5%. Dakle ukupno u periodu od promatrane četiri godine, broj mjesta za smještaj plovila na kopnu se povećao za čak 1 355 mjesta što čini povećanje od 24,4%. Sukladno navedenim brojkama moguće je zaključiti da se uslijed povećanja potražnje za vezovima u moru ta mjestima za smještaj plovila na kopnu adekvatno reagiralo izgradnjom novih kapaciteta.

U sljedećoj tablici prikazane su luke nautičkog turizma razvrstane prema županijama priobalnih područja. Luke nautičkog turizma razvrstane su prema sidrištu, privezištu, kategorijama marina te odlagalištu plovnih objekata. Također, naznačen je ukupan broj vezova i mjesta na kopnu za odlaganje plovila kojima pojedine županije raspolažu. Važno je napomenuti kako se u sljedeće navedenim podacima ne nalaze kapaciteti Ličko-senjske

županije jer ih zbog minornih učinaka na cjelokupni nautički turizam, Državni zavod za statistiku ne ubraja u svoju obradu.

Tablica 2: Kategorizacija luka nautičkog turizma prema županijama u 2020.g.

Županija Klasifikacija	Ukupno RH	Primorsko- goranska	Zadarska	Šibensko- kninska	Splitsko- dalmatinska	Istarska	Dubrovačko- neretvanska
Ukupno	185	35	54	36	31	15	14
Sidrište	79	9	37	15	13	/	5
Privezište	11	3	2	1	1	2	2
Suha marina	18	7	4	2	4	/	1
I. kategorija	5	1	/	2	/	2	/
II. kategorija	12	1	3	2	3	1	2
III. kategorija	17	3	4	5	3	2	/
2 sidra	9	2	/	1	3	2	1
3 sidra	10	/	/	2	1	4	3
4 sidra	8	2	1	2	2	1	/
5 sidra	3	2	/	/	/	1	/
Odlagalište plovila	13	5	3	4	1	/	/
Broj vezova	18 625	3 103	4 233	3 853	2 600	3 528	1 308

Izvor: Izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2020., DZS, Zagreb, 2021.

Prema podacima iz tablice vidljivo je da je Hrvatska u 2020. godini raspolagala sa ukupno 185 luka nautičkog turizma, od kojih se 79 odnosi na sidrišta, 11 privezišta, 18 suhih marina, 13 odlagališta plovnih objekata te ukupno 64 marine. Zadarska županija se ističe sa ukupno 54 luke, od kojih su 4 suhe marine te 3 odlagališta plovnih objekata, a u preostalim 47 luka je raspoređeno ukupno 4 233 veza, odnosno 22,7% ukupnih vezova. Odmah iza Zadarske županije po broju kapaciteta slijedi Šibensko-kninska sa 36 luka, od kojih su samo dvije suhe marine i 4 odlagališta plovnih objekata, prema čemu je u 30 luka raspoređeno 3 853 veza, odnosno 20,7% ukupnog kapaciteta RH. Nadalje, Primorsko-goranska županija raspolaže sa 35 luka nautičkog turizma, dok Istarska i Dubrovačko-neretvanska županija raspolažu sa jako malim brojem luka u odnosu na druge županije, i to 15, odnosno 14 luka nautičkog turizma. Bitno je istaknuti da

Istarska županija, iako je broj luka mali, ima 13 marina visoke kategorizacije te samo dva privežišta u kojima je smješteno 18,9% ukupnog kapaciteta, odnosno 3 538 vezova.²¹

2.2. Analiza korisnika usluga nautičkog turizma u RH

Korisnicima usluga nautičkog turizma smatraju se svi oni turisti koji dolaze na hrvatsku obalu u svrhu sudjelovanja i uživanja u nautičkom turizmu, a pri tome koriste usluge iznajmljivanja plovila i vezova u lukama, smještaja u lukama, usluge servisiranja plovila i slično. Nautičari svoj boravak u lukama, odnosno u destinacijama provode vrlo aktivno. Prema istraživanju TOMAS NAUTIKA 2022, gotovi svi nautičar istražuju gastronomsku ponudu posjećene destinacije, odlaze u kupovinu, istražuju lokalne slastičarnice i kafiće, posjećuju lokalne manifestacije te se bave sportom, posebice ronjenjem i ribolovom te šetnjom u prirodi.²²

Najnovija saznanja provedenog istraživanja Instituta za turizam ističu da je prosječna dob nautičara 44 godine, odnosno samo 8% ispitanika je mlađe od 29, čak 61% ispitanik je u dobi od 30 do 49 godina, a 31% ispitanika starije od 50 godina. Velika većina nautičara je visoko obrazovana, čak 48% njih je navelo fakultetski stupanj obrazovanja ili više, zatim 44% je završilo višu školu, a samo 8% spada u skupinu do srednjoškolskog obrazovanja. Ovime se bilježi kontinuirana dominacija nautičara sa fakultetskim obrazovanjem uzimajući u obzir podatke iz 2012. godine kada je postotak iznosio 43% te je 2017. godine iznosi čak 51% sa fakultetskim obrazovanjem. Turisti nautičari su osobe veće platežne moći koji su došli sa svrhom zadovoljenja svojih potreba, ne osvrćući se pretjerano na cijene već su u potrazi za jedinstvenim potpunim doživljajem. Sukladno, samo 9% ispitanika je izjavilo da ima mjesečna primanja kućanstva ispod 3 000 eura, 13% je u rangi 3 000 – 3 500 eura, 21% prihoduje 3 500 – 5 000 eura mjesečno, a najviše ih prihoduje 5 000 – 7 500 eura mjesečno, čak 24%, preostalih 33% zarađuje više od navedenog. Ovdje se također može primijetiti veliki porast u platežnoj moći turista. Prema podacima iz 2012. godine, 49% ispitanika je imalo mjesečna primanja kućanstva iznad 3 500 eura, 2017. godine postotak je narastao na 56%, te 2022. godine čak 78% nautičara mjesečna primanja kućanstva prelaze 3 500 eura. Bitno je istaknuti da su turisti

²¹ Državni zavod za statistiku, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2020.

²² Institut za turizam, TOMAS NAUTIKA 2022: Stavovi i potrošnja nautičara u 2022. godini.

nautičari vrlo lojalni hrvatskoj obali te se njih 18% ponovno vratilo i drugi put, 23% je Hrvatsku posjetilo 3 do 6 puta, a čak 36% nautičara je u Hrvatskoj ostvarilo 7 ili više posjeta.²³

Boravak u luci nautičkog turizma dijeli se na stalni i tranzitni, ovisno o tome je li za korištenje veza u moru ili mjesta na kopnu unaprijed zaključen ugovor. U slučaju da jest, riječ je o stalnom boravku, te ako ugovor nije unaprijed zaključen riječ je o tranzitnom (privremenom, dnevnom) boravku.

U nastavku je prikazana tablica sa strukturirani podacima o broju plovila u tranzitu te na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma. Period obuhvata podataka čini od 2019. do 2022. godine.

Tablica 3: Broj plovila u tranzitu i na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma 2019.-2022.

Boravak	2019.	2020.	2021.	2022.
Tranzitni	204 858	121 536	210 071	234 496
Stalni vez	14 249	14 312	14 805	16 176

Izvor: Izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019.-2022..., DZS, Zagreb

Prema prikupljenim podacima Državnog zavoda za statistiku, u lukama nautičkog turizma u 2022. godini zabilježeno je 234 496 plovila u tranzitu, što čini porast od 11,6% u odnosu na prethodnu 2021. godinu, kada ih je bilo nešto više od 210 tisuća. Promjenu u ostvarenom tranzitnom boravku u 2022. te pandemijskoj godini čini porast od 92,9%, a u odnosu na 2019. porast od 14,5%.

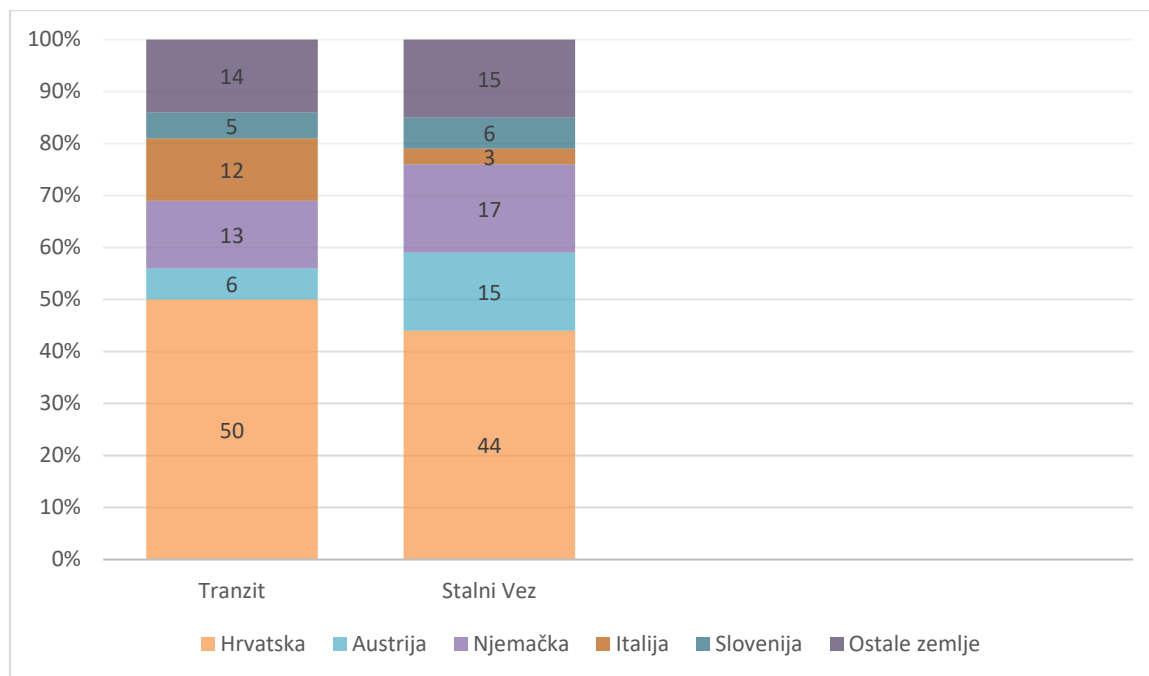
Na unaprijed ugovorenom stalnom vezu 2022. godine bilo je 16 176 plovila, od čega 78,1% plovila na vezu u moru te 21,9% plovila na kopnu. Uspoređujući brojke iz 2022. godine sa brojkama iz 2021. to čini povećanje od 9,3%, a u odnosu na godinu prije bilježi se porast od 13%, te u odnosu na 2019. godinu ostvaren je porast od 13,5% plovila na stalnom vezu.

Dakle, može se zaključiti da su brojke i plovila u tranzitu i na stalnom vezu u konstantnom porastu. Odnosno, jedina nedosljednost ovom trendu jest veliki pad u broju plovila u tranzitu

²³ Ibid.

od 40,67% u pandemijskoj 2020. godini u odnosu na predhodnu što je posljedica mjera ograničavanja kretanja, a u svrhu sprečavanja širenja pandemije COVID-19.²⁴

Grafikon 1: Struktura broja plovila u tranzitu i na stalnom vezu prema zastavama plovila u 2022.



Izvor: Izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2022., DZS, Zagreb, 2023.

Iz priloženog grafikona može se zaključiti da najveći postotak plovila u tranzitu plovi pod Hrvatskom zastavom (50%) što mogu bit i plovila u vlasništvu charter poduzeća čije usluge koriste inozemni turisti. Zatim slijede plovila pod zastavom Njemačke (13%), Italije (12%), Austrije (6%), Slovenije (5%), te preostalih 14% plovila u tranzitu otpada na ostale zemlje. Nadalje, vidljivo je iz predstavljenog da je na stalnom vezu najveći udio plovila sa hrvatskom zastavom i to 44%, zatim sa zastavom Njemačke (17%), Austrije (15%), Slovenije (6%) i Italije (3%), a preostalih 15% plovila odnosi se na ostale zemlje. Korištenje stalnog veza, čini cjelogodišnji priljev prihoda čime se produljuje sezona korištenja nautičkih resursa.

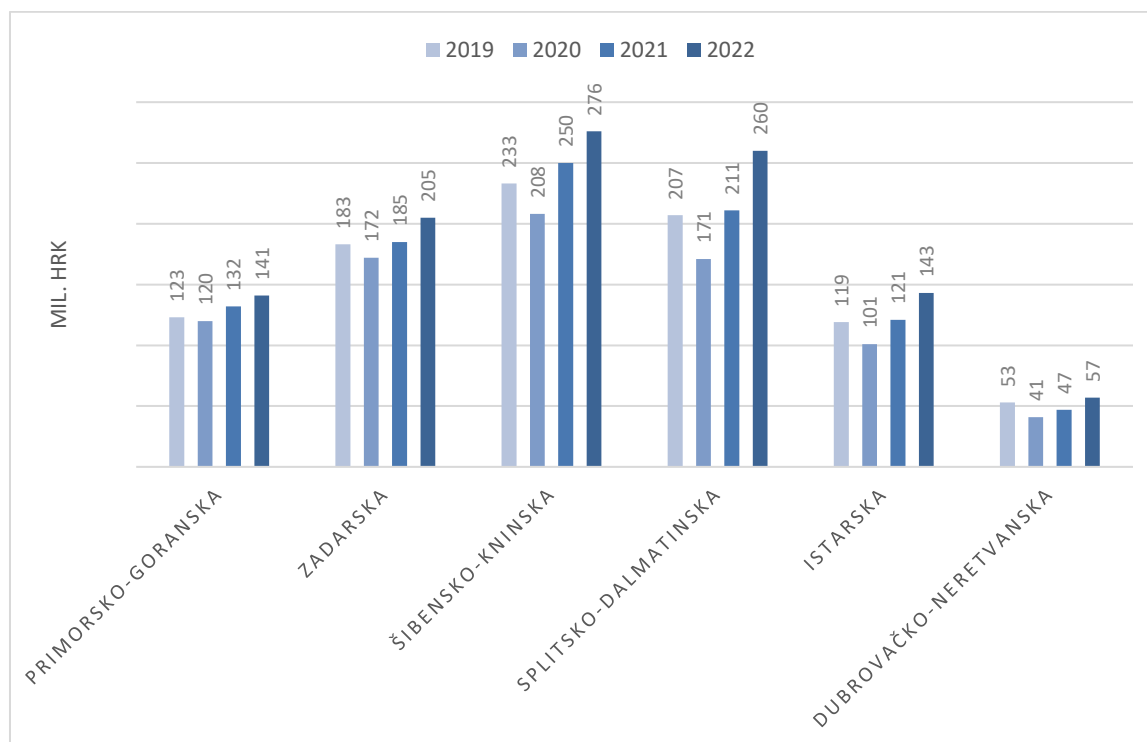
²⁴ Državni zavod za statistiku RH. op. cit. 2019.-2022.godine

2.3. Analiza ostvarenog prometa u nautičkom turizmu u RH

Iz prethodno priloženih i obrađenih statističkih podataka vidljivo je da potražnja korisnika za uslugama nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj iz godine u godinu raste. Kao adekvatan odgovor na to, postupno ali odgovorno planiraju se i povećavaju prihvatni kapaciteti kako bi se zadovoljila potražnja i pružila što kvalitetnija usluga. Uzimajući u obzir do sada promatrano razdoblje 2019.-2022., prosječna ukupna popunjenost kapaciteta vezova u lukama nautičkog turizma u 2021. godini iznosila je 62,9%, dok je sljedeće godine prosječna popunjenost vezova porasla na 65,1%.

Nadalje, kao pokazatelj kretanja i uspjeha sagledat će se ostvareni prihodi luka nautičkog turizma priobalnih županija u odabranom razdoblju. Ponovno promet Ličko-senjske županije nije uzet u obradu podataka od strane Državnog zavoda za statistiku jer je sustavno zanemariv. Kao baznu godinu ispravno je uzeti 2019. s obzirom da je to bila rekordna godina prije pojave pandemije.

Grafikon 2: Ostvareni prihod luka nautičkog turizma bez PDV-a po priobalnim županijama 2019.-2022.



Izvor: Izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH, Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019.-2022., DZS, Zagreb

Razmatrajući podatke iz prikazane tablice, uočljiv je pad u ostvarenim prihodima u 2020. u odnosu na 2019. godinu uzrokovan pojavom pandemije COVID-19. Dakle, Primorsko-goranska županija je ostvarila za 2,5% niže prihode, Zadarska za 6% niže, Šibensko-kninska za 11%, Splitsko-dalmatinska za 17%, Istraska za 15%, a Dubrovačko-neretvanska čak za 23% niže prihode u odnosu na 2019. godinu. Već godinu nakon, turizam se ponovno vraća na svoje učestale brojke, te luke nautičkog turizma bilježe znatan porast ostvarenih prihoda, dok u 2022. godini te brojke postavljaju nove rekorde. Šibensko-kninska županija ističe se sa rekordno ostvarenih 276 milijuna kuna, što je za 10,4% više u odnosu na prethodnu godinu, ali za 18,5% više u odnosu na 2019. godinu. Po prihodima ju prati Splitsko-dalmatinska županija sa ostvarenih 260 milijuna kuna, odnosno porastom od 25,6% u odnosu na 2019. godinu, zatim Zadarska sa 205 milijuna kuna prihoda, što je porast od 12%, Istarska sa prihodom od 143 milijuna kuna i porastom od 20%, slijedi Primorsko-goranska sa iznosom od 141 milijuna kuna porastom od 14,6% te naposljetku Dubrovačko-neretvanska sa samo 57 milijuna kuna prihoda što čini porast od 7,5%. Najveći udio u ukupnim prihodima, gotovo 70% čine prihodi od iznajmljivanja vozova.²⁵

Nadalje, evidencija broja dolazaka i noćenja nautičara nije egzaktna zbog postojanja metodoloških problema u njihovoj registraciji. Naime, u evidenciji broja dolazaka nautičara registrira se svaki dolazak u luku nautičkog turizma. No, zbog velike pokretljivosti turista nautičara, tijekom plovidbe posjete i do nekoliko luka nautičkog turizma gdje ponovno bilježe svoj dolazak. Stoga je stvarni broj ostvarenih dolazaka puno manji nego službeno registrirani broj dolazaka nautičara. S druge strane, registrirani broj ostvarenih noćenja turista nautičara je u znatnoj mjeri podcijenjen. Registracija ostvarenih noćenja turista se ponovno vodi u lukama nautičkog turizma. No, već istaknuta prednost aktivnosti nautičkog turizma jest velika pokretljivost turista nautičara, što ih ne ograničava da noće u jednoj destinaciji i luci nautičkog turizma. Štoviše, česta praksa turista nautičara je noćenje izvan luka, odnosno na sidrštima i privezištima gdje je nemoguće registrirati noćenje.²⁶

²⁵ Ibid.

²⁶ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, op. cit. 3.

3. Utjecaj nautičkog turizma na razvoj destinacija

Nautički turizam, kao brzorastuća i vrlo profitabilna industrija, zauzima važnu ulogu u turizmu općenito, a time i u gospodarstvu zemlje. Ovaj oblik turizma po svojim značajkama pripada elitnom turizmu, privlači golemu pozornost te bilježi visoku profitabilnost i ostvaruje goleme ekonomske učinke koji su vidljivi kroz brojne multiplikativne efekte.

Razmotrit će se utjecaji nautičkog turizma na lokalnu zajednicu i razvoj lokalnog turizma općenito, istaknuti pozitivni i negativni učinci te prikazati na koji način je Hrvatska predstavljena na svjetskom tržištu u pogledu nautičkog turizma. Bitna karakteristika nautičkog turizma je velika pokretljivost turista nautičara što podrazumijeva čestu promjenu lokacije boravka. Time se utjecaj pojedinca ili skupine nautičkih turista ne može usmjeriti na jednu destinaciju i lokalnu zajednicu, već na razvoj više njih.

3.1. Utjecaj nautičkog turizma na lokalnu zajednicu

Razvoj nautičkog turizma i razvoj destinacije može se sagledati kao uzročno-posljedična veza. Odnosno, sami razvoj nautičkog turizma ima veliki utjecaj na razvoj destinacije, no razvoj destinacije utječe na kvalitetu pružene usluge u nautičkom turizmu.²⁷

Izgradnja luka nautičkog turizma privlači ulaganja privatnog kapitala u izgradnju potrebne infrastrukture i suprastrukture, uključujući i prometno povezivanje sa emitivnim tržištem. Uzimajući u obzir luksuznu karakteristiku nautičkog turizma, time se podiže kvaliteta okruženja i poboljšava sveukupni promet, pa tako i trgovina te promet informacijama. Ovdje se naravno podrazumijevaju i usluge koje se pružaju nautičarima i njihovim plovnim objektima a obuhvaćaju iznajmljivanje veza čime se osigurava smještaj turista nautičara i plovila, održavanje i servisiranje kompletnog plovila, usluge snabdijevanja, pružanja informacija ključnih za sigurnu i nesmetanu plovidbu, ali i usluge iznajmljivanja plovila i skipper te mnoge druge.

Uvođenje novih djelatnosti u lokalitet zahtjeva angažman dodatne radne snage, čime se otvaraju mogućnosti za zapošljavanje lokalnog stanovništva, Specifičnost ovakvih djelatnosti u mnogo slučajeva zahtjeva edukaciju i usavršavanje, a u svrhu pružanja što uspješnije i potpunije usluge. Time se motivira lokalno stanovništvo i podiže stupanj obrazovanja lokalnog

²⁷ Jugović, Zubak, i Kovačić; „Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije“, 61.

stanovništva. Također, upravo ovi uvjeti mogu biti poticaj za naseljavanje prostora u kojima se razvija nautički turizam.

S druge strane, angažman lokalne zajednice u razvoju destinacije i širenju turističke ponude stvara faktore privlačenja i zadržavanja turista nautičara, a time i unapređuje poslovanje nautičke luke.

Zbog velike platežne moći turista nautičara, njihove potrošačke navike su izražene, a želje i potrebe specifične. Upravo to predstavlja priliku za kreiranje jedinstvenog, personaliziranog, luksuznog proizvoda što čini poticaj za stvaranje lokalnih malih poduzeća. Kao što je već ranije u radu spomenuto, kod luksuznog proizvoda nije naglasak na cijeni, već na vrijednosti koju korisnik dobiva. Dakle, ispreplitanjem tradicije i lokalnih vrijednosti, specifičnih znanja toga područja, pružanjem jedinstvenog iskustva uz besprijekornu kvalitetu usluge pružatelja usluga, stvara se luksuzni proizvod koji se je moguće doživjeti samo na tom određenom prostoru.

No, s druge strane razvoj luka nautičkog turizma može uzrokovati i negativne učinke. Neplanska i nekontrolirana gradnja luka nautičkog turizma i popratne infrastrukture i suprastrukture može uzrokovati degradaciju i devastaciju prirodnog područja. Na obalnim i prirodno osjetljivim područjima potrebno je oprezno planirati, te u pojedinim slučajevima i ograničiti širenje i daljnju izgradnju glavnih i popratnih objekata, a u svrhu očuvanja prirodne i estetske vrijednosti krajolika.²⁸ Kao najveći korisnik akvatorija, nautički turizam posebnu pažnju treba usmjeriti na očuvanje okoliša i bioraznolikosti, te na podizanje svijesti i poticanje na etičko ponašanje svih dionika u nautičkom turizmu.

3.2. Utjecaj nautičkog turizma na lokalni turizam

Turizam kao gospodarsku djelatnost karakterizira visoka stopa sezonalnosti. Razvijanjem specifičnih oblika turizma, ta se sezonalnost nastoji smanjiti, odnosno duljina trajanja sezone produljiti. Nautički turizam kao specifični oblik turizma manje je osjetljiv na sezonske oscilacije, te ima potencijala za produljenje turističke sezone. Upravo to mu omogućavaju postojanje prirodnih klimatskih uvjeta koji prevladavaju na hrvatskoj obali, ali i segment poslovanja u cjelogodišnjem iznajmljivanju vozova u lukama te održavanju plovnih objekata. Dodatno, kombinirajući i sljubljujući više specifičnih oblika turizma, ne samo da se ostvaruju

²⁸ Kovačić, „Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma“, 142.

multiplikativni efekti te pruža potpuna usluga, već iskorištava postojeći potencijala za produljenje turističke sezone čime se promiče i gospodarski značaj zemlje.²⁹

U prethodnom poglavlju prilikom analize korisnika usluga nautičkog turizma, navedene su aktivnosti u kojima turisti nautičari sudjeluju za vrijeme odsjedanja u lukama posjećenog odredišta. Glavne navedene aktivnosti su bile istraživanje gastronomske ponude, te ponude lokalnih slastičarnica i kafića, odlazak u kupovinu i sudjelovanje na lokalnim manifestacijama, te sportske aktivnosti poput ronjenja, ribolova i šetnje u prirodi. Prema navedenom, može se zaključiti da se u zadovoljenju želja i potreba turista nautičara isprepliću usluge eno-gastronomskog turizma, sportsko-rekreativnog, a posebice kulturnog turizma.

Eno-gastro turizam neizostavni je dio svakog provedenog putovanja i pridonosi ukupnom turističkom doživljaju. Uključivanjem gastronomske ponude u proizvod luka nautičkog turizma podiže se kvaliteta i privlačnost istih. Eno-gastronomska ponuda neizbježno je prožeta kulturnim elementima u pogledu lokalnih specijaliteta, namirnica i proizvoda poput vina, maslinovog ulja, likera i rakija i slično. Eno-gastronomija nedvojbeno je područje u kojem se može razvijati luksuz jer dopušta spajanje naizgled nespojivog, pružanjem jedinstvenog doživljaja temeljenog na kulturi određenog područja te usmjeravanjem napora na pružanje profesionalne i personalizirane usluge svakom pojedinom korisniku.

Kulturni turizam specifičan je oblik koji je prožet kroz sve grane turizma. Omogućuje turistima obogaćivanje znanja o povijesti i tradiciji lokalnog područja i stanovnika, te kroz organizaciju određenih manifestacija, koncerata i drugih događaja nudi mogućnost uključivanja u iste čime se stvara dodana vrijednost turističkom proizvodu. Na obalnim područjima vrlo su poznate i prisutne lokalne, ribarske fešte koje uglavnom obilježavaju dan svog zaštitnika ili svetca. Upravo ovakve manifestacije su reprezentativan primjer objedinjavanja kulture kroz tradicionalnu glazbu i ples, folklor i narodne nošnje, gastronomsku ponudu tradicionalnih jela, ali i zabavno-sportskog sadržaja kroz razne turnire, natjecanja i tradicionalne aktivnosti.

Sportsko-rekreativne navike nautičkih turista, osim plivanja i kupanja, uglavnom se odnose na ronjenje i ribolov, ali i na hodanje kroz prirodu, posebice ljepotama nacionalnih i prirodnih parkova. Postojanje sportskih objekata poput teniskih terena, odbojkaških terena na pijesku, ali i mogućnost iznajmljivanja jet-skija i wind surf opreme u sklopu luka nautičkog turizma ili u

²⁹ Krce Miočić, „Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma“, 161.

ponudi posjećene destinacije elementi su privlačenja i otvaranja mogućnosti za povećanje turističke potrošnje.

3.3. Utjecaj nautičkog turizma na prepoznatljivost Republike Hrvatske kao destinacije

Hrvatski turizam dugo vremena se razvijao po klasičnim načelima turizma, masovnosti, homogenom pristupu pružanju usluga, ponudi temeljenoj na suncu i moru. No, s obzirom na geografski položaj i smještenost na Jadranskoj obali, Hrvatska raspolaže brojnim komparativnim prednostima za razvoj nautičkog i drugih specifičnih oblika turizma. Prije svega, prometna povezanost sa emitivnim tržištima, bogatstvo prirodnim ljepotama, prostranom i razvedenom obalom, raznolikom kulturom i običajima, povoljni klimatski uvjeti te očuvanost prirode i mora privlači mnoge turiste.

Upravo to potvrđuju i prikupljeni podaci iz istraživanja TOMAS NAUTIKA 2022. gdje su nautičari izrazili iznimno zadovoljstvo ljepotom prirode i krajolika, njegovom očuvanosti te da je to upravo razlog njihova posjeta Hrvatskoj. Također, istaknuli su kako se u potpunosti osjećaju sigurno u zemlji i za vrijeme plovidbe, te da im odgovara prisutna atmosfera.

Konkurentnost Hrvatske može se razmatrati u okviru Sredozemlja, dakle u odnosu na Italiju, Španjolsku, Francusku, Grčku i Tursku. Uspoređujući ju sa Italijom, Španjolskom i Francuskom, Hrvatska ima privlačniju, razvedeniju i ljepšu obalu, no u pogledu raznolikosti i kvalitete ponude ne predstavlja veliku konkurenciju. Prije svega, navedene države raspolažu sa puno većim prihvatnim kapacitetima, ali i boljom i kvalitetnijom opremljenošću luka i plovila. Također, kao veliki nedostatak u odnosu na druge konkurente, ispitanici su naveli manjak ugostiteljske ponude i sadržaja za zabavu i rekreaciju.

Dakle, Hrvatska mora uložiti napore u korištenje dostupnih resursa u svrhu unapređivanja i dizajniranja ponude koja će maksimalno zadovoljiti potrebe i želje korisnika. Uzimajući u obzir platežnu moć i potrošačke navike nautičara, ponuda proizvoda i usluga mora biti jedinstvena, personalizirana i ekskluzivna. Sukladno, cijena takvih proizvoda i usluga izražava njihovu vrijednost, no kvaliteta ju opravdava.

4. Ocjena učinkovitosti provedbe strategija i planova razvoja nautičkog turizma

Nautički turizam u svojem daljnjem razvoju treba staviti naglasak na plansko korištenje prostora. Glavni cilj je sačuvati vrijednosti resursa koji motiviraju dolazak domaćih i stranih nautičara kao što su netaknuta priroda, neurbanizirana, odnosno nekomercijalizirana obala i otoci, te uvale. Potrebno je isticati jedinstveno okruženje koje pruža posebno iskustvo te ne težiti uobičajenom i svugdje dostupnom turističkom proizvodu. Zagovaranje i poticanjem suradnje različitih dionika u turizmu ostvaruje se sinergijski učinak, stvara se dodana, proširena vrijednost te se postavlja temelje za budući razvoj luksuzne nautičke ponude.

Nadalje, u svrhu proširivanja nautičke ponude potrebno je i planirati povećanje prihvatnih kapaciteta najvišeg standarda kvalitete. Primjenom raznolikih kriterija u planiranju izgradnje luka nautičkog turizma sprečava se nekontrolirano i iracionalno iskorištavanje prirodnih prostora. Prije svega, naglasak treba biti na iskorištavanju već postojećih područja i objekata koji zahtijevaju proširivanje, unapređenje ili potpunu sanaciju, čime se izbjegava dodatno iskorištavanje netaknutog prirodnog okoliša.

4.1. Glavni ciljevi razvoja i unapređenja nautičkog turizma

Razvoj turizma i svih njegovih oblika zahtijeva uključivanje svih tijela na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Detaljnim istraživanjem postojećeg stanja i sastavljanjem vizije željenog stanja u budućnosti izrađuju se smjernice za postizanje istih. Dokument koji sadrži detaljnu analizu nautičkog turizma i željeno stanje u budućnosti jest Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019. godine objavljeno u prosincu 2008. godine i sastavljeno do strane Ministarstva mora, prometa i infrastrukture te Ministarstva turizma. Navedeni dokument nije jedini koji se dotiče razvoja nautičkog turizma, ali je jedini koji ga stavlja u fokus razvoja. Uzimajući u obzir važnu ulogu nautičkog turizma u turizmu općenito, ali i u gospodarskom razvoju zemlje, teško je ne primijetiti kako je prošla već četvrta godina bez formalno sastavljene Strategije razvoja nautičkog turizma. Postojeću problematiku navodi i glavni urednik časopisa More, apelirajući na nemar 'vladajućih', a hvaleći kvalitetu pruženih usluga djelatnika u nautičkom turizmu u uvjetima konstantno rastuće potražnje.³⁰ Republika

³⁰ Karlić, „Bravo, naši!“, 21.

Hrvatska kao zemlja koja svoj gospodarski napredak i razvoj temelji na uspješnom i rastućem turizmu, ozbiljne napore treba uložiti u definiranje željenog stanja nautičkog turizma te formiranje budućih smjernica i mjera koje će Hrvatsku na tržištu brendirati kao kvalitetnu, luksuznu i najpoželjniju nautičku destinaciju.

Prema dosadašnjoj Strategiji razvoja nautičkog turizma, definirano je 12 glavnih strateških ciljeva i mjera za njihovo postizanje koji obuhvaćaju sljedeće:³¹

1. Održivo korištenje i upravljanje resursima koje se odnosi na:

a) Prostor i okoliš – uvođenjem standarda zaštite okoliša, prirodnih i kulturnih vrijednosti, bioraznolikosti, mjere usmjerene na produljenje sezone korištenja resursa u nautičkom turizmu, sastavljanje prostornih planova za odabir lokacija luka nautičkog turizma u prirodno osjetljivim područjima, te povećanje razine komunalne i infrastrukturne opremljenosti;

b) Nautičku infrastrukturu - povećanjem kapaciteta u postojećim lukama nautičkog turizma, izgradnjom novih luka nautičkog turizma, a sve u skladu sa propisima gradnje i u svrhu prosperiteta stanovništva i prostora na kojem se odvija;

c) Usluge u nautičkom turizmu - unapređenjem kvalitete sadržaja i usluga u lukama nautičkog turizma, te usklađivanjem svih elemenata tržišnog poslovanja gospodarskih subjekata i organizacijom kreativnih programa prema potrebama nautičara i manifestacija u svrhu promocije nautičkog turizma;

2. Revidiranje prostorno-planskih dokumenata za realizaciju scenarija umjerene izgradnje novih prihvatnih kapaciteta, odnosno sastavljanje dokumenata za plansku izgradnju prihvatnih kapaciteta uvažavajući nosivost kapaciteta prostora i njihov utjecaj na okoliš;

3. Povećanje prihvatnih kapaciteta sanacijom, rekonstrukcijom i revitalizacijom postojećih luka gdje je fokus na usmjeravanje investicija na prenamjenu povijesnih i vojnih luka u luke za javni promet, a u svrhu povećanja broja vezova za prihvat plovila, posebice velikih jahti;

4. Uspostava sustava nadzora i upravljanja pomorskom plovidbom što obuhvaća uspostavu informatičke baze i mreže sustava te konstantno unapređivanje istog u svrhu stvaranja što sigurnijih uvjeta za čovjeka i morski okoliš, ali i pružanje svih potrebnih informacija za zaštitu i spašavanje nautičara;

³¹ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture i Ministarstvo turizma, op. cit. 28.

5. Opremanje i nadzor plovnih objekata i luka nautičkog turizma uređajima i opremom za zaštitu mora od onečišćenja donošenjem propisa za ugradnju, korištenje i pražnjenje spremika za otpadne vode na plovilima i u lukama, te uspostava adekvatnog nadzora nad tim aktivnostima, te primjena ISO 14000 sustava upravljanja okolišem i ISO 9000 nadzora nad kvalitetom u nautičkom turizmu;
6. Uspostava integralnog upravljanja sustavom nautičkog turizma koja obuhvaća formiranje baze podataka i sustavno prikupljanje, obradu i pružanje potrebnih informacija svim razinama sustava nautičkog turizma;
7. Pojednostavljenje administrativnih procedura i usklađivanje zakonodavstva uvođenjem sustava kontrole i koordinacijskog tijela koji će usmjeravati upravljanje sustavom luka nautičkog turizma, te izradom programa koji će pojednostaviti uvođenje modernih sustava organizacije poslovanja;
8. Povećanje proizvodnje plovnih objekata za nautički turizam u Hrvatskim brodogradilištima uvođenjem nove tehnologije i proizvodnjom inovativnih proizvoda, ali i oživljavanjem tradicionalnog zanata i vještina izrade tradicionalnih brodica;
9. Poticanje razvitka postojećih i izgradnja novih remontnih i servisnih centara za održavanje svih vrsta plovnih objekata čime se želi otvoriti mogućnost zapošljavanja lokalnog stanovništva;
10. Jačanje konkurentnosti svih subjekata nautičkog turizma kroz educiranje domicilnog stanovništva i organizaciju programa za poticanje razvoja gospodarstva čime se promiče hrvatsko pomorstvo, kultura i tradicija;
11. Primjena novih tehnologija i ekoloških standarda što također uključuje i podizanje svijesti o ekološkoj kulturi svih sudionika u nautičkom turizmu;
12. Uspostava sustava kontinuiranog obrazovanja sudionika u nautičkom turizmu promoviranjem djelatnosti u nautičkom turizmu te komplementarnih djelatnosti i organizacijom radionica usavršavanja i edukacije sudionika u sustavu nautičkog turizma.

Kao nadopunu Strategiji razvoja turizma čini Strategija pomorskog razvitka i integralne pomorske politike Republike Hrvatske za razdoblje 2014. do 2020. godine. Ovaj dokument u fokusu ima razvoj pomorstva, no time obuhvaća i ciljeve usmjerene na edukaciju pomoraca, povećanje sigurnosti plovidbe, očuvanje okoliša i slično, što zasigurno ima utjecaja i na razvoj nautičkog turizma. Konkretno, u dokument su uvrštene mjere za postizanje cilja pozicioniranja Hrvatske kao najznačajnijeg nautičkog odredišta u Europi i na Mediteranu.

4.2. Glavni ciljevi održivosti nautičkog turizma

Pojam održivog razvoja definiran je još 1987. godine od strane Svjetske komisije za okoliš i razvoj kao razvoj koji zadovoljava potrebe današnjih generacija, ne ugrožavajući sposobnost budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe.³² Kada se održivi razvoj sagleda kroz prizmu turističke industrije, može se definirati kao turizam koji u obzir uzima svoje sadašnje i buduće gospodarske, društvene i ekološke učinke, osvrćući se na potrebe turista, industrije, okoliša i lokalnih zajednica.³³

Glavni dionicu u razvoju održivog turizma su ljudi u različitim ulogama poput turista, lokalnog stanovnika, zaposlenika, poduzetnika i slično. Njihova etika i odnos prema razvoju određuje održivost. Stoga je izrazito bitno poduzimati adekvatne mjere, podizati svijest i educirati ljude o načelima održivog razvoja, a koja se odnose na ekonomsku, ekološku i sociokulturnu održivost.

Načela održivosti međusobno su povezana i kompatibilna. Ekonomska održivost u turizmu zasniva se na korištenju prirodnih resursa u svrhu stvaranja dodatne vrijednosti u razvoju poduzeća, ali i gospodarstva. No, iracionalno iskorištavanje dostupnih prirodnih resursa dovodi do degradacije prirodnog okoliša i lokaliteta, čime se narušava i ekološka i sociokulturna održivost. Takvo postupanje će naposljetku rezultirati i narušavanjem ekonomske održivosti.³⁴

Polazna osnova razvoja nautičkog turizma jest prirodna ljepota okoliša, razvedena obala i čisto more. Dakle, očuvanje i zaštita prirodnih resursa od velike su važnosti kako bi se osigurao daljnji razvoj nautičkog turizma. U ovom kontekstu ekološka održivost predstavlja razvoj prilagođen kapacitetu nosivosti okruženja, biološkoj raznolikosti i prirodnim resursima okruženja. Po karakteristikama aktivnosti i usluga koje uključuje, nautički turizam može prouzrokovati dugoročne negativne posljedice na okoliš. Prvenstveno neplanskom izgradnjom nautičke infrastrukture može se vizualno degradirati prostor čime se smanjuje njegova privlačnost. Nadalje, neispravnim izbacivanjem otpadnih voda iz plovila i njihovo zbrinjavanje u lukama dovodi do onečišćavanja mora i ugrožavanja morskih organizama. Onečišćenja mogu nastati i izlivanjem nafte i motornog ulja iz brodica ili prilikom servisiranja brodica. Iz

³² Report of the World Commission on Environment and Development, Our Common Future, 24.

³³ UNWTO, EU Guidebook on sustainable tourism for development, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>

³⁴ Jugović, Zubak, i Kovačić, op. cit. 69.

prethodno navedenih ciljeva Strategije razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, vidljivo je da su propisane posebne mjere u svrhu sprječavanja takvog negativnog utjecaja na okoliš ali i uspostave nadzora kvalitete okoliša.

Pridajući pažnju ekološkoj održivosti i stvaranju inovacija u tom području, Hrvatska se može pohvaliti potpuno električnom jedrilicom u proizvodnji hrvatske kompanije Salona Yacht u suradnji sa Oceanvolt. Inače, Salona Yacht uspješno konstruira i izrađuje plovila još od 2002. godine. S razvojem tehnologije ali i zahtjeva potražnje, razvili su stil gradnje u kojem ciljaju na vrhunsku kvalitetu, minimalistički luksuzni dizajn i pobjedničku izvedbu plovila. Svaki Salona brod izgrađen je sa individualnim pristupom uvažavajući želje kupaca, čime se odmiče od masovne proizvodnje te pribjegava detaljnoj, personaliziranoj proizvodnji i zadovoljavanju potreba. Uzimajući u obzir potrebe okoliša, implementacijom dva elektromotora, kao alternativni pogon, Salona 46 ima kapacitet plovidbe do 10 sati uz specifične uvjete. Suprotno, plovidbom na jedra propeleri motora pune bateriju motora. Također, baterije se mogu puniti i na električnim punionicama, baš poput električnih automobila.³⁵ Ovime se nautički turizam Hrvatske predstavio u svijetu kao ambiciozan, luksuzan, inovativan i održiv.

4.3. Investicije u unapređenje nautičkog turizma

Prema do sada iznesenim podacima, očigledno je da je nautički turizam prepoznat kao vrlo unosna grana turizma sa velikim utjecajima na gospodarstvo u cjelini. Pozitivni ekonomski učinci koje ostvaruje nautički turizam faktor su privlačenja mnogih investicija kojima se potiče daljnji razvoj. Ulaganja nisu usmjerena samo na povećanje prihvatnih kapaciteta, već na stvaranje dodatne vrijednosti, ekskluzivne i kvalitetne usluge koje mogu zadovoljiti potrebe i najzahtjevnijih nautičara. U nastavku slijedi pregled najznačajnijih investicija u razvoj hrvatskog nautičkog turizma.

U jednoj od luksuznih destinacija Republike Hrvatske izrazito se pridaje pažnja da se osiguraju usluge i proizvodi upravo najviše razine kvalitete. Iako je marina izgrađena još 1984. godine, 2017. godine započela je kompletna rekonstrukcija kopnenog i morskog dijela ACI marine Rovinj. U ondašnje vrijeme to je bila najveća investicija ACI d.d. u iznosu od 150 milijuna kuna, odnosno 20 milijuna eura. ACI marina Rovinj smještena je podno luksuznog

³⁵ Salona Yachts, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.salonayachts.com/salon-yachts/salona-46/xlvi>

smještajnog objekta Grand hotel Park, te su u zajedničkoj suradnji ACI i Maistra stvorili daleko veću ukupnu vrijednost i pokrenuli razvoj nautike luksuza. Rekonstrukcija marine završena je 2019. godine te na 1 400 kvadratnih metara raspolaže sa 196 vezova u moru gdje može primiti i plovila do čak 100 metara duljine.³⁶

Sljedeća dugo očekivana, prošle godine svečano je otvorena marina Polesana u Puli, točnije na otoku Sveta Katarina u zaljevu Monumenti. Marina Polesana, zajedno sa marinom Nautica Novigrad, marinom Trogir i Korkyra u Vela Luci, u vlasništvu su investicijske grupe EMMA Capitals koja je grupaciju marina na Jadranu nazvala MARINA 21. U izgradnju infrastrukture marine Polesana uloženo je preko 30 milijuna eura, a prostire se na preko 112 tisuća metara kvadratnih te sadrži 400 vezova u moru i 42 suha veza čime je, pored rovinjske ACI marine, postala najveća marina u Istri.³⁷

Na samom početku godine, ACI d.d. javno je predstavio svoj najveći projekt do sada, odnosno najznačajniju investiciju u hrvatski nautički turizam u povijesti zemlje. Projekt u vrijednosti najmanje 363 milijuna kuna, odnosno 50 milijuna eura transformirat će grad Rijeku u luksuzno nautičko središte svjetskih razmjera. ACI – GITONE d.o.o. novoosnovana je tvrtka za potrebe izgradnje i upravljanja lukom nautičkog turizma ACI marina Rijeka. ACI, kao vodeći lanac marina na Mediteranu, zadužen je za dio poslovanja nautičkog turizma i povezanih usluga. GITONE Kvarner, tvrtka iz njemačke Lurssen grupacije, kao najveći svjetski proizvođač luksuznih jahti biti će zadužena za dovođenje megajahti na vez, ali i za razvoj novih tehnologija u navigaciji i zaštiti okoliša te ostale vezane poslove. Izgradnja nove marine planirana je na području sadašnje luke Porto Baroš zauzimajući površinu od čak 105 tisuća metara kvadratnih. Sadržavat će čak 230 vezova za prosječne dužine plovila od 16 metara što će zahtijevati zapošljavanje čak 132 radnika.³⁸ Osim stvaranja mnogi popratnih ugostiteljskih objekata, objekata za razonodu i rekreaciju, veliku pažnju će se posvetiti digitalizaciji i uvođenju inovacija u poslovanje marine. Uvođenjem novih tehnologija pogona brodova, navigacije i kontrole te zbrinjavanja otpada i smanjenja štetnih utjecaja na okoliš nastojat će se potaknuti primjena istih i u drugim marinama na Jadranu i šire. Krajnje, cilj je osim

³⁶Adriatic Croatian International Club, ACI marina Rovinj, Preuzeto, rujan, 2023: <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-rovinj/>

³⁷ MARINA 21, Marina Polesana Pula, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.marina21.com/hr/marina-polesana/>

³⁸ ACI – GITONE, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.aci-gitone.hr/hr>

najluksuznije i najsuvremenije marine, stvoriti i tehnološki najnapredniju marinu na Mediteranu i u svijetu.³⁹

Izuzev investicija direktno usmjerenih na izgradnju i unapređenje nautičke infrastrukture, neizostavno je za spomenuti ulaganje u prometnu povezanost različitih dijelova Hrvatske. Pelješki most projekt je koji je spominjan još davne 1997. godine kao poveznica između ostatka Hrvatske sa južnom Dalmacijom, koja je odvojena neumskim koridorom širine tek 10 kilometara. Projekt izgradnje Pelješkog mosta dobiva kineska tvrtka China Road and Bridge Corporation tek 2018. godine. Most duljine 2,5 kilometara otvoren je za promet sredinom 2022. godine te time otvara vrata iskorištavanju mnogih potencijala.⁴⁰ Stvaranjem ove poveznice olakšava se pristup nautički vrlo perspektivnom području na Jadranu koje obuhvaća otoke Korčulu, Lastovo i Mljet. Veliko bogatstvo Dubrovačko-neretvanske županije čine i Elafiti, odnosno skupina otoka koju čine Koločep, Lopud, Šipan i Jakljan. Često polazište ili usputno počivalište na ovom kružnom putovanju nalazi se u uvali Slano, a to je najnovija ACI marina „Veljko Barbieri“ Slano koja je ime dobila prema tvorcu lanca ACI marina.⁴¹

³⁹ Adriatic Croatian International Club, Preuzeto, rujan, 2023: <https://aci-marinas.com/hr/najveca-investicija-u-povijesti-hrvatskog-nautickog-turizma/>

⁴⁰ Povezana Hrvatska, Projekti: Pelješki most, Preuzeto, rujan, 2023: <https://povezanhrvatska.eu/projekti/peljeski-most/>

⁴¹ Adriatic Croatian International Club, ACI marina „Veljko Barbieri“ Slano, Preuzeto, rujan, 2023: <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-veljko-barbieri-slano/>

5. Istraživanje stavova nautičara i djelatnika u nautičkom turizmu o utjecaju nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija

Sa svrhom potkrepljivanja predmeta ovog diplomskog rada, provedeno je terensko istraživanje korištenjem alata anketnog upitnika. Istraživanjem su se ispitivali stavovi korisnika usluga nautičkog turizma s jedne strane, te djelatnika u nautičkom turizmu s druge strane, o utjecaju nautičkog turizma na razvoj luksuznih destinacija. Sagledavanjem obje strane nastoji se doći do zaključka podudara li se percepcija djelatnika u turizmu sa percepcijom korisnika nautičkih usluga u pogledu kvalitete luka nautičkog turizma. Istraživanje se provodilo u periodu od 05.09.-09.09.2023. godine u pet marina Istarske županije. Odabrane marine su ACI marina Rovinj, ACI marina Pula, Marina Veruda u Puli, marina Parentium u Poreču te marina Vrsar.

ACI marina Rovinj, već ranije spomenuta u radu, prestižna je marina koja na površini od 1400 kvadratnih metara raspolaže sa 196 vezova, bez suhih vezova, a može prihvatiti plovila do čak 100 metara dužine.

ACI marina Pula nalazi se u samom centru Pule te raspolaže sa 192 veza u moru, nema suhih vezova, a može prihvatiti plovila najveće dužine do 55 metara.⁴²

Marina Veruda u sastavu je društva Tehnomont d.d. i nalazi se u istoimenom zaljevu, južno od grada Pule. Svom smještajem u uvali čini sigurnu i mirnu luku nautičarima te raspolaže sa 630 vezova u moru za plovila do 40 metara, te sa 250 mjesta na suhom vezu.⁴³

Marina Parentium nalazi se u poznatom turističkom naselju Zelena Laguna, nedaleko grada Poreča. Marina raspolaže sa 184 veza u moru za prihvat plovila do 20 metara dužine.⁴⁴

Marina Vrsar u vlasništvu je društva MONTRAKER d.o.o. te raspolaže kapacitetom od 200 vezova u moru sa maksimalnim prihvatom plovila do 50 metara dužine i sadrži 40 suhih vezova.

Nadalje, spomenuti anketni upitnik sastavljen je za jednu skupinu korisnika usluga u nautičkom turizmu, te za drugu skupinu djelatnika u nautičkom turizmu, a razlikuju se samo po

⁴² Adriatic Croatian International Club, ACI marina Pula, Preuzeto, rujan, 2023: <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-pula/>

⁴³ Marina Veruda, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.marina-veruda.hr/hr/o-nama>

⁴⁴ Plava Laguna, Marina Parentium, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.plavalaguna.com/hr/istra/porec/marine/marina-parentium>

jednoj skupini pitanja koja će biti navedena u nastavku. Anketni upitnici u potpunosti su anonimni te su sastavljeni na hrvatskom i na engleskom jeziku. Prvim preliminarnim pitanjem se utvrđivala lokacija, odnosno marina koje je ispitanik korisnik/djelatnik. Nadalje, skupina pitanja kojima su se prikupljale osnovne karakteristike putovanja ispitanika sadržana je samo u anketnom upitniku za korisnike usluga nautičkog turizma. Dakle, ovim pitanjima se nastojala utvrditi svrha i motiv putovanja, duljina boravka turista te vrsta korištenog plovila i usluge skippera. Ova skupina uključuje 5 pitanja sa jednostrukim odgovorom, te jedno pitanje sa višestrukim odgovorima. Sljedećom skupinom pitanja tražilo se od ispitanika da po Likertovoj skali (1-5) izraze zadovoljstvo ili nezadovoljstvo opremljenošću i pruženim uslugama u lukama nautičkog turizma te je sadržavala jedno pitanje kratkog otvorenog odgovora kako bi po svom mišljenju istaknuli najveći nedostatak korištene marine. Nadolazeća skupina pitanja ispituje povezanost nautičkog turizma i luksuza, odnosno razvoja luksuznih destinacija. Prvim pitanjem, kratkog otvorenog tipa, tražilo se od ispitanika da navedu što za njih označava luksuz s obzirom da je percepcija takvog pojma vrlo subjektivna. Nakon toga, ponovno se po Likertovoj skali (1-5) tražilo ispitanike da navedu u kojoj mjeri se slažu sa navodima koji povezuju nautički turizam i razvoj luksuznih destinacija. Posljednjom skupinom pitanja prikupljali su se podaci o socio-demografskom profilu ispitanika uključujući jednostruka pitanja o dobi, spolu, stupnju obrazovanja, mjesečnim prihodima kućanstva i slično. U nastavku će se analizirati prikupljeni podaci prema skupinama pitanja.

Anketnom upitniku pristupilo je 70 ispitanika, od kojih su 52 ispitanika korisnici nautičkih usluga u lukama nautičkog turizma, a preostalih 18 odnosi se na djelatnike u nautičkom turizmu.

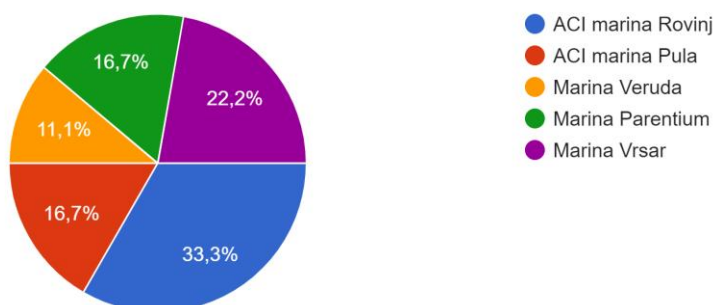
Djelatnici u nautičkom turizmu koji su pristupili anketi u većem broju su muškarci, odnosno 10 ispitanika je muškog spola što čini 55,5%, odnosno preostalih 45,5% što iznosi 8 osoba su žene. Nadalje, struktura godina ispitanika ukazuje na to da je najveći broj djelatnika u dobi od 25 – 35 godina, čak 50%, slijedi da je 16,7%, odnosno 3 ispitanika u dobi do 25 godina, 22,2% odnosno 4 djelatnika u dobi od 36 – 46 godina te samo dva djelatnika spada u skupinu 46 - 65 godina. Za završeni stupanj obrazovanja jednak broj ljudi, odnosno 6 osoba označilo je srednjoškolsko obrazovanje te preddiplomski studij, što čini 33,3% svakog stupnja obrazovanja. Nadalje, 5 osoba ili 27,8% ispitanika završilo je diplomski studij, a samo je jedna osoba koja je završila poslijediplomski doktorski studij. Prema nacionalnosti ispitanika, 88,8% djelatnika u nautičkom turizmu naveli su hrvatsku nacionalnost, dok je samo jedna osoba srpske nacionalnosti, a jedna bosanskohercegovačke nacionalnosti. Na sljedećem grafikonu može se

iščitati mjesto rada djelatnika u nautičkom turizmu koji su pristupili ispunjavanju ankete. Dakle, najveći broj ispitanika pristupio je anketi u ACI marini Rovinj, čak 33,3% što čini 6 ispitanika. Zatim, jednak broj, točnije 3 djelatnika ispitana su u ACI marini Pula i u marini Parentium u Poreču, dok su 4 ispitanika djelatnici marine Vrsar te dva djelatnika marine Veruda.

Grafikon 3: Struktura anketiranih djelatnika prema marinama

Odaberite marinu koje ste djelatnik. / Select the marina of which you are an employee.

18 odgovora



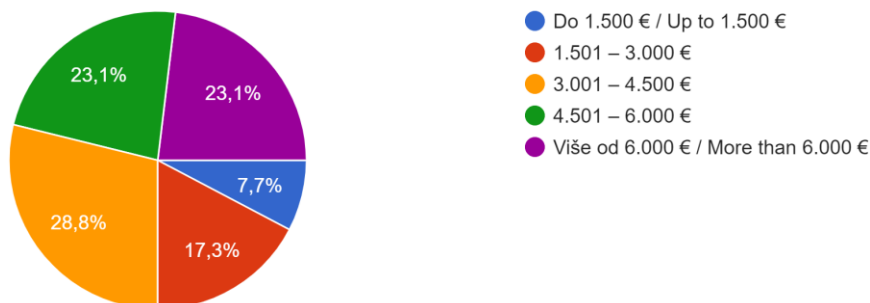
Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Analizirajući podatke iz drugog anketnog upitnika, odnosno odgovore korisnika usluga nautičkog turizma, ponovno se javlja ista situacije gdje je više korisnika muškog spola, čak 33 osobe što čini 63,5%, te je preostalo 19 osoba ženskog spola, odnosno 36,5%. Dobna struktura ove skupine ispitanika je nešto drugačija od skupine djelatnika u nautičkom turizmu. Veći broj ispitanika pripada starijim dobnim skupinama, pa je tako 9,6% ispitanika, odnosno 5 osoba starije od 65 godina, a čak 16 osoba je u dobi od 46 – 65 godina što čini 30,8% ispitanika. Zatim 26,9% ispitanika je u dobi od 36 – 45 godina, 28,8% ispitanika je u dobi 26 – 35 godina, a samo dvije osobe su mlađe od 25 godina. Prikupljeni podaci o završenom stupnju obrazovanja ukazuju na to da su korisnici usluga u nautičkom turizmu pretežito visokog stupnja obrazovanja, te ih se 50% izjasnilo da je završilo diplomski studij obrazovanja. Preddiplomsku razinu studija završilo je 32,7% ispitanika, dok je doktorski studij navelo 9,6% ispitanika. Samo 5,8 % odnosno 3 osobe su navele završeno srednjoškolsko obrazovanje, a jedna osnovno obrazovanje. U nastavku slijedi grafikon koji grafički prikazuje mjesečna primanja kućanstva ispitanika.

Grafikon 4: Mjesečna primanja kućanstva korisnika usluga u nautičkom turizmu

Mjesečna primanja kućanstva: / Monthly household income:

52 odgovora



Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

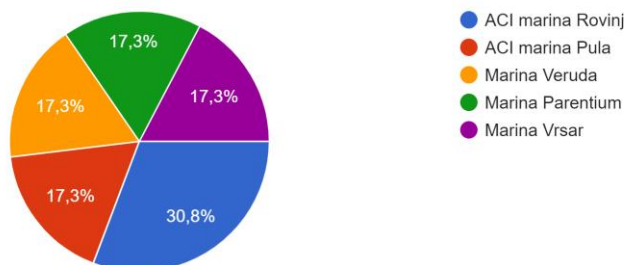
Iz prikazanog se zaključuje da najveći broj ispitanika ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3 000 eura. Sukladno, samo 7,7% ispitanika mjesečna primanja kućanstva dosežu 1 500 eura, zatim 17,3% ispitanika mjesečna primanja kućanstva iznose između 1 500 – 3 000 eura, a najveći broj ispitanika ima mjesečna primanja kućanstva u iznosu od 3 000 – 4 500 eura čak 28,8%. Slijede ispitanici čija mjesečna primanja kućanstva iznose između 4 501 – 6 000 eura, a njih je 23,1%, te posljednja skupina u koju također spada 23,1% ispitanika čija mjesečna primanja prelaze iznos od 6 000 eura. Prema nacionalnosti ispitanika koji su pristupili anketi, 40,3% ispitanika su Hrvati, 21,4% Talijani, 9,6% Austrijanci, 7,7% Nijemci i Mađari, 5,7% Česi i Slovenci te samo 1,9% bosanskohercegovačke nacionalnosti. Prikupljenim podacima ovim istraživanjem, te analizom podataka iz skupine socio-demografskog profila ispitanika, konkretno korisnika usluga u nautičkom turizmu, došlo se do zaključka da se rezultati podudaraju sa onima objavljenima od strane Instituta za Turizam u izvještaju TOMAS NAUTIKA.

U nastavku je prikazan grafikon iz kojeg se zaključuje da je jednak broj ispitanika, konkretno 9 što čini 17,3% ispitanika, anketiran u svakoj odabranoj marini, osim u ACI marini Rovinj u kojoj je anketirano 30,8% ispitanika, odnosno 16 osoba.

Grafikon 5: Struktura anketinarih korisnika u nautičkom turizmu prema marinama

Odaberite marinu koje ste korisnik. / Select the marina of which you are a user.

52 odgovora



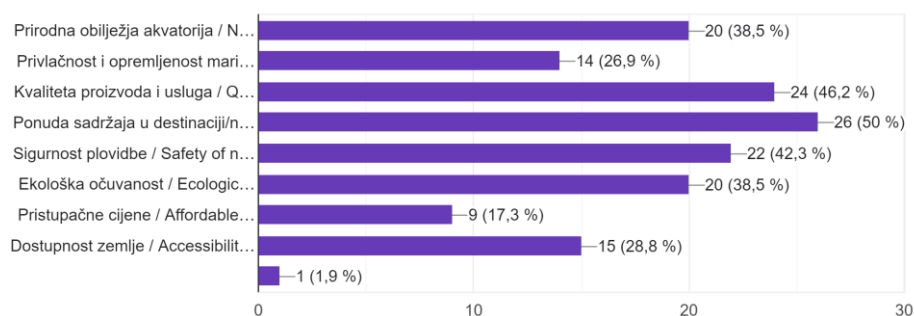
Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Sljedećom skupinom pitanja nastojalo se saznati glavne karakteristike putovanja nautičara i razlog odabira Istarske županije kao destinacije. Dakle, ova skupina pitanja sadržana je samo u anketnom upitniku za korisnike usluga u nautičkom turizmu. Kao glavnu svrhu putovanja, 57,7% ispitanika navelo je odmor, zatim 28,8% ispitanika doputovalo je sa svrhom rekreacije, 11,5% došlo je u posjet prijateljima i obitelji, te je 1,9% ispitanika navelo kao svrhu putovanja zabavu. Na pitanje jesu li prethodno sudjelovali u aktivnostima hrvatskog nautičkog turizma, 36,5% ispitanika odgovorilo je potvrdo, odnosno 2 – 5 puta, zatim 36,5% ispitanika posjetilo je Hrvatsku zbog nautičkog turizma više od 6 puta, a 26,9% ispitanika prvi put se upušta u nautički turizam na području Hrvatske. U nastavku su prikazani odgovori ispitanika o njihovim glavnim motivima odabira Istarske županije kao nautičke destinacije.

Grafikon 6: Glavni motivi odabira Istarske županije kao nautičke destinacije

Koji su glavni motivi Vašeg odabira Istarske županije kao destinacije? / What are the main reasons for choosing the County of Istria as your destination?

52 odgovora

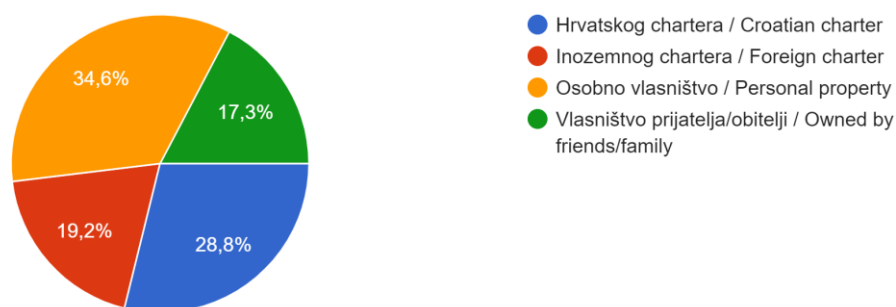


Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Najčešći motiv odabira Istarske županije za nautičku destinaciju jest ponuda sadržaja u destinaciji za koji se složilo čak 50% ispitanika. Sljedeći najčešći motiv jest kvaliteta proizvoda i usluga prema odabiru 46,2% ispitanika, zatim je 42,3% ispitanika navelo sigurnost plovidbe, prirodna obilježja akvatorija i ekološka očuvanost prema 38,5% ispitanika, te ostali motivi u manjem postotku. Nadalje, u odabranoj destinaciji najveći broj ispitanika naveo je da će boraviti između 4 – 7 dana, točnije 34,6% ispitanika, zatim 30,8% ispitanika planira boraviti u Istarskoj županiji od 8 – 10 dana, 17,3% ispitanika ostaje između 11 – 14 dana, a samo 5,8% ispitanika i dulje od toga. Boravak u trajanju od 1 – 3 dana navelo je 11,5% ispitanika. U nautičkoj destinaciji 28,8% ispitanika koristi usluge hrvatskog chartera, dok 17,3% ispitanika koristi plovila inozemnih chartera, čak 34,6% navelo je da posjeduje vlastito plovilo ili njih 19,2% koristi plovilo u vlasništvu obitelji ili prijatelja. Podaci o vlasništvu korištenog plovila grafički su prikazani u nastavku.

Grafikon 7: Struktura vlasništva korištenih plovila

Korišteno plovilo u vlasništvu je? / The used vessel is owned by?
52 odgovora



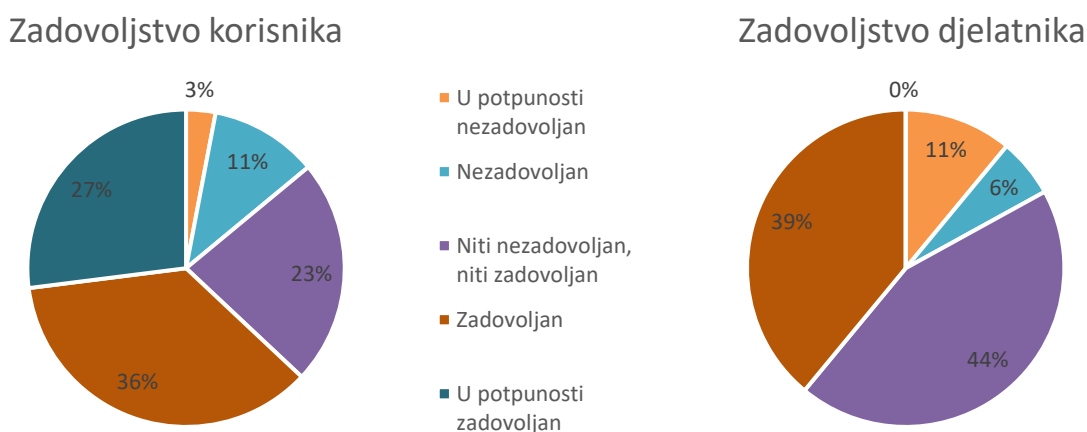
Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Uzimajući u obzir prethodno naveden postotak posjedovanja plovila u privatnom vlasništvu ili vlasništvu obitelji i prijatelja, sukladno se ne očekuje velika potreba za uslugama skippera u destinaciji. Prema prikupljenim podacima, čak 65,4% ispitanika navelo je da ne koristi usluge skippera odnosno plovilom upravljaju samostalno, dok preostalih 34,6% ispitanika ipak koristi usluge skippera.

Sljedećom skupinom pitanja ispitalo se zadovoljstvo korisnika i djelatnika opremljenošću i kvalitetom luka nautičkog turizma. Prometnu povezanost marina sa ostatkom Istarske županije i turističkim destinacijama 73% od ukupnog broja ispitanika je ocijenilo zadovoljavajućom, te

je neslaganje s ovom tvrdnjom izrazilo 27% ispitanika. Pojedini ispitanici su odgovaranjem na neobavezno pitanje o glavnim nedostacima marina navodili lošu povezanost sa Zračnom lukom Pula. Nadalje, u pogledu korištenja usluga luka nautičkog turizma, zadovoljstvo jednostavnošću pronalaska slobodnih prihvatnih kapaciteta su različito ocijenili korisnici i djelatnici u nautičkom turizmu. U nastavku grafički prikazani rezultati istraživanja pokazuju da su korisnici usluga iskazuju puno veće zadovoljstvo pronalaskom slobodnih vozova što isto tako može biti posljedica korištenja charter plovila u čijoj usluzi je uključen i najam veza. S druge strane, zadovoljstvo djelatnika u turizmu navedenom tezom ukazuje na to da je u praksi pronalazak slobodnih i odgovarajućih vozova u toku turističke sezone puno kompleksniji i izazovan posao.

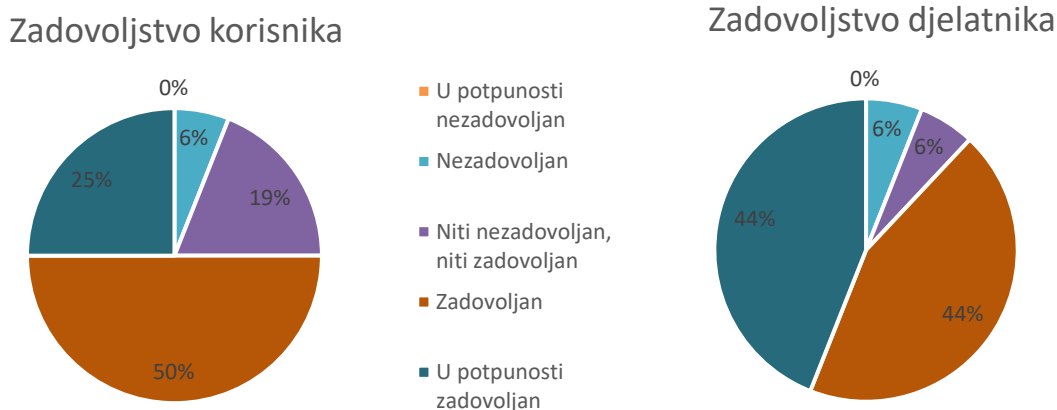
Grafikon 8: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika lakoćom pronalaska slobodnih privežišta



Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Očekivana situaciju u turizmu, no ne i poželjna, odnosi se na razlike u percipiranoj vrijednosti i kvaliteti dobivenih usluga, odnosno pruženih usluga od strane djelatnika u turizmu. Upravo takva situacija pokazala se postojanom prilikom obrade podataka prikupljenih istraživanjem. Naime, samo 25% korisnika usluga u lukama nautičkog turizma ocijenilo je dobivenu uslugu u potpunosti zadovoljavajućom, te njih 50% zadovoljavajućom uslugom, 19% korisnika izrazilo se nepristranim, dok je 6% korisnika izrazilo nezadovoljstvo. Percepcija djelatnika u nautičkom turizmu na pružene usluge je puno pozitivnija. Čak 44% djelatnika je u potpunosti zadovoljno, te još 44% samo zadovoljno pruženom uslugom turistima nautičarima, dok 6% djelatnika ne dijeli posebno mišljenje, a 6% djelatnika smatra da je pružena usluga nezadovoljavajućeg standarda. Navedeni podaci vizualno su prikazani u sljedećem grafikonu.

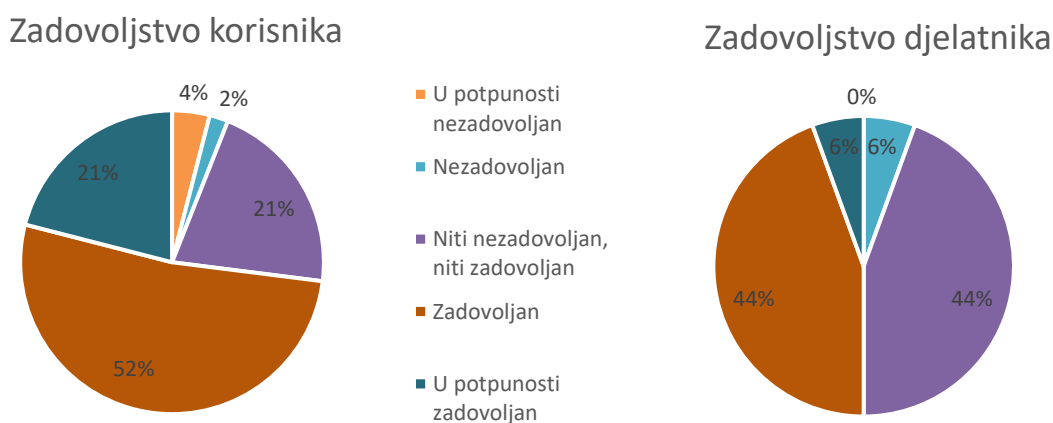
Grafikon 9: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika pruženim uslugama u marinama



Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Zadovoljstvo ispitanika sadržajem, odnosno kvalitetom sadržaja nije naročito visoko ocijenjeno. Veći stupanj iskazanog zadovoljstva primjetan je kod korisnika usluga gdje 21% korisnika navelo da su u potpunosti zadovoljni, dok se samo 6% djelatnika s time slaže. No, s druge strane, kod 4% korisnika je izraženo i potpuno nezadovoljstvo kvalitetom sadržaja marina dok takvih navoda nema kod djelatnika. Naime, djelatnici u većem postotku ostaju suzdržani, odnosno nisu niti zadovoljni niti nezadovoljni. U nastavku istraživanja, zaključno je prema mišljenjima ispitanika da među sadržajem marina nedostaje pretežito sportsko-rekreativnih objekata, objekata za razonodu i veća gastronomska ponuda. Prikupljeni podaci ovim istraživanjem ne udaljavaju se od onih prikupljenih istraživanjem stavova i potrošnje nautičara u Hrvatskoj TOMAS NAUTIKE.

Grafikon 10: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika kvalitetom sadržaja marina

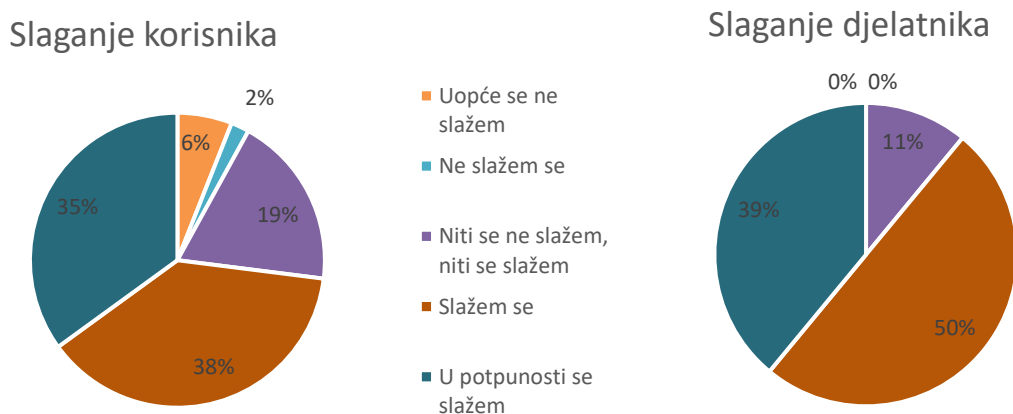


Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Preostala skupina pitanja odnosi se na ispitivanje stavova o povezanosti nautičkog turizma i razvoja luksuznih destinacija. Prije svega, ispitanike se tražilo da kratkim otvorenim odgovorom navedu kako oni percipiraju luksuz. Neki od odgovora ispitanika su sljedeći: novac, užitak, komor, privatnost, ekskluziva, financijska sloboda, rasonoda, iskazivanje cijene i statusa, niche, all inclusive, iznadprosječna potrošnja, nekomercijalizirano, visoka kvaliteta proizvoda i usluga, najmodernija uprema i usluga, životni stil, privilegirani pristup, olakšani pristup većoj ponudi proizvoda i usluga. Prema svemu navedenom vidljivo je da svaka osoba subjektivno doživljava pojam luksuza, te da on na drugačije načine zadovoljava želje i potrebe različitih ljudi. Pojedincima luksuz označava nešto nedostižno, dok drugi smatraju da je luksuzom više toga pristupačno. Neki ispitanici smatraju da luksuz pruža komfor i privatnost, dok drugi ističu da se luksuzom dokazuje status u društvu. Obuhvaćajući sve navedene poveznice, moglo bi se zaključiti da luksuz predstavlja vrijednost i kvalitetu koju obilježava visoka tržišna cijena. No, plaćavši iznad prosječnu cijenu nekog proizvoda ili usluge dobiva se ekskluzivno, jedinstveno iskustvo, osjećaj vrijednosti i komfora.

Nastavno, gotovo 75% korisnika usluga i 88% djelatnika slaže se sa tvrdnjom da nautički turizam pripada segmentu luksuznog turizma te da je posjećena destinacija, Istarska županija percipirana kao luksuzna destinacija. No, razilaze se mišljenja o utjecaju na pozicioniranje Istarske županije kao luskuzne destinacije, gdje se 89% djelatnika slaže sa navodom da nautički turizam ostvaruje taj utjecaj, dok se se 73% korisnika usluga slaže s tim navodom ali 8% se nimalo ne slaže.

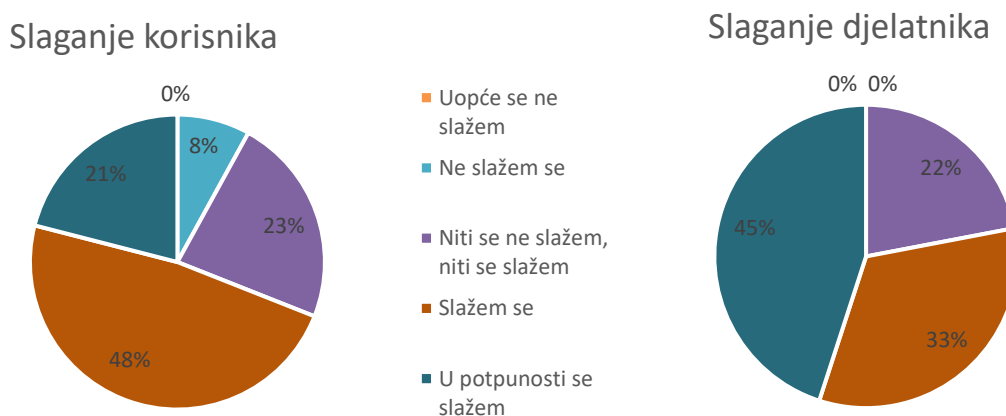
Grafikon 11: Nautički turizam utječe na pozicioniranja Istarske županije kao luksuzne destinacije



Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Korisnici usluga i djelatnici u nautičkom turizmu složili su se oko mišljenja da nautički turizam olakšava i omogućava pristup luksuznim destinacijama. Ipak, jedna od navedenih percepcija luksuza prema navodima ispitanika jest nekomercijalizirano, nedostupno svima. Upravo tu prednjači nautički turizam sa karakteristikom plovidbe i pristupa zabačenim, netaknutim i drugim putevima nedostupnim destinacijama. Također, navod u kojem nije bilo suprotstavljenih mišljenja jest da je nautički turizam aktivnost za osobe veće platežne moći. Uzimajući u obzir cjenovnu vrijednost samog plovila u vlasništvu ili najmu chartera, popratne potrebne opreme, cijene najma veza a po potrebi i skipera, nautički turizam aktivnost je koja opravdano drži visoke cijene. No, da su korisnici usluga u nautičkom turizmu osobe veće platežne moći su pokazali i ranije obrađeni podaci o mjesečnim prihodima kućanstva.

Grafikon 12: Utjecaj financijskih mogućnosti nautičara na pruženu/dobivenu uslugu



Izvor: Izrada autora prema prikupljenim podacima istraživanjem

Sa navodom o utjecaju financijskih mogućnosti nautičara na pruženu/dobivenu uslugu od strane djelatnika, u većem postotku se u potpunosti slažu djelatnici i to 45% dok se za isti stupanj slaganja izjasnilo samo 21% korisnika usluga. Naime, među mišljenjima 8% korisnika je čak da se oni ne slažu sa ovim navodom. Iako, već spomenuta visoka cijena ima ulogu u odražavanju vrijednosti i kvalitete turističkih proizvoda i usluga što je dostupnije osobama veće platežne moći, odnosno većih financijskih mogućnosti.

Zaključak

Turizam kao najbrže rastuća industrija koja ostvaruje enormne ekonomske učinke ima važnu ulogu u razvoju gospodarstva zemlje. S konstantnim i velikim promjenama u zahtjevima turista, turizam i dionici u turizmu prilagođavaju ponudu proizvoda i usluga kojima zadovoljavaju i one najzahtjevnije. U takvoj prilagodbi na pružanje personaliziranog i potpunog pristupa, otvoreni prostor iskorišten je za ubrzani razvoj nautičkog turizma. Glavna karakteristika nautičkog turizma je plovidba morem koja rješava sva pitanja ograničenja pokretljivosti. Time se stvara jedinstven način i pristup kreiranju itinerara prema korisnikovim potrebama. Nautički turizam ne predstavlja isključujuću aktivnost. Štoviše, u sinergiji sa bliskim i komparativnim oblicima turizma ima sposobnost kreiranja jedinstvenog, neponovljivog iskustva.

Hrvatska sa svim svojim blagodatima ima preddispozicije za razvoj modernog i inovativnog nautičkog turizma koji će Hrvatsku brendirati kao luksuznu nautičku destinaciju. Prateći dosadašnju putanju investicija u razvoj luka nautičkog turizma, modernizaciju i digitalizaciju poslovanja te zaštitu morskog okoliša, Hrvatska predstavlja ogledni primjer u svijetu. No, u cilju zadržavanja razvoja na održivom pravcu potrebno je uključivanje državnih organa, te lokalne i regionalne samouprave. Kako ubrzani pozitivan razvoj ne bi prešao u degradaciju i uništavanje okoliša i lokalnih vrijednosti, pomptno je potrebno definiranje vizije željenog stanja hrvatskog nautičkog turizma, strateških ciljeva i odgovarajućih mjera za njihovo postizanje.

Prema mnogim istraživanjima provedenim od strane domaćih i inozemnih institucija, ali i primarnim istraživanjem provedenim u sklopu ovog diplomskog rada, došlo se do zaključka da Hrvatska posjeduje sve ono osnovno za privlačenje turista nautičara. Input za daljnji razvoj ne treba biti prekomjerno iskorištavanje postojećih i ograničenih resursa, već usmjeravanje na popunjavanje i otklanjanje nedostataka. Ulaganje u prometnu infrastrukturu, poboljšanje kvalitete prijevoznih sredstava i povećanje frekventnosti polazaka i dolazala omogućava jednostavniji i u startu zadovoljavajuć dolazak u izabranu destinaciju. Nadalje, rješenje problema nedostatka prihvatnih kapaciteta u nautičkom turizmu treba sagledavati kroz iskorištavanje postojeće infrastrukture za sanaciju i proširivanje postojećih luka nautičkog turizma, bez dodatnog i nepotrebnog uništavanja prirodnog okoliša. Kao nadopunu osnovnim nautičkim uslugama iznajmljivanja plovila i vezova, ponuditi adekvatnu i profesionalnu dopunsku uslugu servisiranja, održavanja i smještaja plovila na suhom. Također, u svrhu stvaranja u potpunosti autohtonog proizvoda, poticati razvoj malih brodogradilišta te ulagati u

razvoj i implementaciju inovacija koje će pridonijeti ekonomskoj, ekološkoj i društvenoj održivosti, ali i tržišnoj pozicioniranosti. Komplementarne djelatnosti nautičkom turizmu su one koje stvaraju dodanu vrijednost i turistima nautičarima predstavljaju aktivnosti za razonodu. Diversificirana i kvalitetna gastronomska ponuda, sportsko-rekreativni objekti, wellness objekti, široka ponuda brendiranih trgovina nedostaci su koje turisti opetovano navode u Istraživanju stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj. Otklanjanjem ovih nedostatak povećava se zadovoljstvo svih turista, ne samo nautičara te se otvara mogućnost za ostvarivanje dodatne turističke potrošnje. No prije svega, za kvalitetnu uslugu najvišeg standarda i proizvodnju proizvoda velike vrijednosti potrebno je adekvatno i educirano osoblje, te im osigurati uvjete za stabilan i kontinuirani razvoj. Time se povećava vrijednost lokalnog stanovništva i podiže životni standard i zadovoljstvo ljudi. Naposljetku, zajedničkim naporima treba kreirati diversificiran i moderan pristup pružanju usluga i stvaranju specifičnog doživljaja.

Tek polazeći od zadovoljavanja osnova i podizanja kvalitete na dostojnu razinu, stvaraju se uvjeti za kreiranje uistinu besprijekornog, luksuznog turizma koji Hrvatska zaslužuje.

Bibliografija

- ACI – GITONE, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.aci-gitone.hr/hr>
- Adriatic Croatian International Club, Preuzeto, rujan, 2023: <https://aci-marinas.com/hr/najveca-investicija-u-povijesti-hrvatskog-nautickog-turizma/>
- Alcover, A., M. Alemany, M. Jacob, M. Payeras, A. García, and L. Martínez-Ribes. „The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy.“ *Tourism Economics*, br. 17, (2011): 628
- Alkier, Romina. „Perspectives of Development of Luxury Nautical Tourism in the Republic of Croatia.“ *Pomorski zbornik*, 56, (2019):109-124
- Čavlek, Nevenka, Mato Bartoluci, Darko Prebežac, Oliver Kesar i suradnici. *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga, 2011.
- Državni zavod za statistiku. *Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2020. Preuzeto, svibanj, 2023: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/4-3-4_Nauticki%20turizam%20Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nautickog%20turizma%20u%202019.pdf
- Državni zavod za statistiku. *Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2020*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2021. Preuzeto, svibanj, 2023: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-04_01_2020.htm
- Državni zavod za statistiku. *Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2021*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2022. Preuzeto, svibanj, 2023: <https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>
- Državni zavod za statistiku. *Kapacitet i poslovanje luka nautičkog turizma u 2022*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2023. Preuzeto, svibanj, 2023: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29510>
- Favro, Srećko i Mirjana Kovačević, *Nautički turizam i luke nautičkog turizma*, Split: Hidrografski institut Split., 2010.
- Gračan, Daniela. „Uloga nautičkog turizma u repositioniranju turizma Istarske županije“ *Tourism and Hospitality Management*, vol 11., no. 2., (2005):147-154.
- Hrvatska enciklopedija, Preuzeto, svibanj, 2023: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=26390>
- Institut za turizam. *TOMAS NAUTIKA 2022: Stavovi i potrošnja nautičara u 2022. godini*. Zagreb: Institut za turizam, 2023. Preuzeto, svibanj, 2023: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_prezentacije//230621_Tomas_Nautika_2022.pdf
- Jadrešić, Vlatko. *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*. Zagreb: Školska knjiga, 2001.

Jovanović, Tamara, Aleksandra Dragin, Tanja Armenski, Dragoslav Pavic, i Nemanja Davidovic. "What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism.", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 30, No. 8, (2013):858-872.

Jugović, Alen, Anamarija Zubak, i Mirjana Kovačić. „Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije“. *Pomorski zbornik* 47-28, (2013): 61-72.

Karlič, Braslav. "Bravo, naši!", *More*, svibanj/lipanj 2023.

Katarina line, Preuzeto, rujan, 2023: https://www.katarina-line.com/about_us

Kauppinen-Raisanen, Hannele, Johanna Gumpersu, Catharina von Koskull, and Helene Cristini. „The new way of luxury: the meaning and value of luxury to the contemporary consumers. *Qualitative Market Research*, (2019):229-249.

Kovačić, Mirjana. „Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma“, *Pomorski zbornik* 41, (2003): 135-154.

Krce Miočić, Božena. „Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma“. *Acta Turistica*, Vol 26, (2014): 155-184.

Luković, Tihomir i Zvonko Gržetić. *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*. Split: Hidrografski institut Split, 2007.

Luković, Tihomir. „Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje“ *Ekonomski pregled*, 58, (2007):689-708.

Marina Veruda, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.marina-veruda.hr/hr/o-nama>

MARINA 21, Marina Polesana Pula, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.marina21.com/hr/marina-polesana/>

Martínez Vázquez, R., J. Milán García, and J. De Pablo Valenciano. „Analysis and trends of global research on nautical, maritime and marine tourism.“ *Journal of Marine Science and Engineering*, br. 9 (2021)

Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma. *Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske u razdoblju 2009.-2019.*, Zagreb, 2008. Preuzeto, rujan, 2023 <https://mmpi.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>

Orams, Mark. *Marine tourism development, impacts and management*. London: Routledge, 1999.

Pravilnik o kategorizaciji luke nautičkog turizma i razvrstavanju drugih objekata za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata. *Narodne novine*, 2019, Preuzeto, travanj, 2023: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_12_120_2374.html

Plava Laguna, Marina Parentium, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.plavalaguna.com/hr/istra/porec/marine/marina-parentium>

Povezana Hrvatska, Projekti: Pelješki most, Preuzeto, rujan, 2023:

<https://povezananahrvatska.eu/projekti/peljeski-most/>

Salona Yachts, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.salonayachts.com/salon-yachts/salona-46/xlvi>

United Nations, Report of the World Commission on Environment and Development, Our Common Future, United Nations, 1987.

Vigneron, Franck and Johnson, Lester, W. „A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior.“ Academy of marketing science review, vol. 3, no. 1. (1999)

World Tourism Organization, UNWTO, EU Guidebook on sustainable tourism for development, Preuzeto, rujan, 2023: <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>

Zakon o pružanju usluga u turizmu. Narodne novine, 2021, čl. 84., Preuzeto, travanj, 2023: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu>

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1: Broj prihvatnih kapaciteta luka nautičkog turizma 2019.-2022. godine	11
Tablica 2: Kategorizacija luka nautičkog turizma prema županijama u 2020.g.....	12
Tablica 3: Broj plovila u tranzitu i na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma 2019.-2022.....	14

Grafikoni

Grafikon 1: Struktura broja plovila u tranzitu i na stalnom vezu prema zastavama plovila u 2022.....	15
Grafikon 2: Ostvareni prihod luka nautičkog turizma bez PDV-a po priobalnim županijama 2019.-2022.	16
Grafikon 3: Struktura anketiranih djelatnika prema marinama	31
Grafikon 4: Mjesečna primanja kućanstva korisnika usluga u nautičkom turizmu.....	32
Grafikon 5: Struktura anketiranih korisnika u nautičkom turizmu prema marinama.....	33
Grafikon 6: Glavni motivi odabira Istarske županije kao nautičke destinacije	33
Grafikon 7: Struktura vlasništva korištenih plovila.....	34
Grafikon 8: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika lakoćom pronalaska slobodnih privezišta	35
Grafikon 9: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika pruženim uslugama u marinama	36
Grafikon 10: Ocjena zadovoljstva korisnika i djelatnika kvalitetom sadržaja marina	36
Grafikon 11: Nautički turizam utječe na pozicioniranje Istarske županije kao luksuzne destinacije....	37
Grafikon 12: Utjecaj financijskih mogućnosti nautičara na pruženu/dobivenu uslugu.....	38

Slike

Slika 1: Model nautičkog turizma u Hrvatskoj.....	7
---	---

Prilozi

Sastavljeni anketni upitnik

Poštovana/i,

Hvala Vam na sudjelovanju u istraživanju koje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada u okviru kolegija „Turističko planiranje i razvoj“ na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci. Anketni upitnik je u potpunosti anoniman, te Vas molim da odgovarate na sva pitanja u cilju dobivanja što potpunijeg rezultata istraživanja.

Odaberite marinu koje ste korisnik/djelatnik:

- ACI marina Rovinj
- ACI marina Pula
- Marina Veruda
- Marina Parentium
- Marina Vrsar

OSNOVNE KARAKTERISTIKE PUTOVANJA ISPITANIKA (skupina pitanja koja je bila sadržana samo u anketnom upitniku za korisnike usluga u nautičkom turizmu)

Koja je svrha vašeg putovanja?

- Odmor
- Rekreacija
- Posjet obitelji i prijateljima
- Drugo: _____

Koji su glavni motivi Vašeg odabira Istarske županije kao destinacije? (više mogućih odgovora)

- Prirodna obilježja akvatorija
- Privlačnost i opremljenost marine
- Kvalitete proizvoda i usluga
- Ponuda sadržaja u destinaciji/na kopnu
- Sigurnost plovidbe
- Ekološka očuvanost
- Pristupačne cijene
- Dostupnost zemlje
- Drugo: _____

Jeste li već prije bili korisnik usluga nautičkog turizma Hrvatske?

- Ne, prvi put
- 2 – 5 puta

- 6 i više puta

Koliko dugo namjeravate boraviti u Istarskoj županiji?

- 1 – 3 dana
- 4 – 7 dan
- 8 -10 dana
- 11 – 14 dana
- Više od 14 dana

Korišteno plovilo je u vlasništvu:

- Hrvatskog chartera
- Inozemnog chartera
- Osobno vlasništvo
- Vlasništvo prijatelja/obitelji

Koristite li uslugu skippera?

- Da
- Ne

OCJENA KVALITETE OPREMLJENOSTI I PRUŽENIH USLUGA U LUKAMA NAUTIČKOG TURIZMA

Ocijenite od 1-5 sljedeće navode (1 – u potpunosti sam nezadovoljan/na, 2 – nezadovoljan/na sam, 3 – niti sam zadovoljan/na, niti nezadovoljan/na, 4 – zadovoljan/na sam, 5 – u potpunosti sam zadovoljan/na)

- Lakoća pronalaska slobodnih prihvatnih kapaciteta u marinama
- Prometna povezanost marine sa ostatkom turističkih destinacija
- Kvaliteta marine u kojoj boravite/radite
- Kvaliteta usluga pruženih od strane zaposlenika marine
- Kvaliteta sadržaja marine
- Kvaliteta organizacije poslovanja marine
- Kvaliteta održavanja objekata marine
- Osjećaj sigurnosti u marini
- Opskrba osnovnim potrepštinama: voda, struja, gorivo
- Dostupnost objekata za kupovinu
- Dostupnost sportskih objekata
- Gastronomska ponuda
- Ponuda sadržaja za zabavu i razonodu.

Navedi najveći nedostatak marine:

POVEZANOST NAUTIČKOG TURIZMA I LUKSUZNIH DESTINACIJA

Što Vam prvo padne na pamet kada čujete riječ LUKSUZ?

Navedite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim navodima 1 -5 (1 – uopće se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem)

- Nautički turizam segment je luksuznog turizma.
- Istarska županija je luksuzna destinacija.
- Nautički turizam utječe na pozicioniranje Istarske županije kao luksuzne destinacije.
- Nautički turizam omogućava pristup luksuznim destinacijama.
- Sudjelovanje u nautičkom turizmu omogućava pristup povlaštenim informacijama.
- Djelatnici u turizmu i ugostiteljstvu pružaju kvalitetniju uslugu turistima nautičarima.
- Pristup djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu profesionalniji je prema turistima nautičarima zbog njihovih financijskih mogućnosti.
- Nautički turizam aktivnost je za osobe veće platežne moći.
- U nautičkom turizmu zahtijevaju se najviši standardi usluge.
- Nautički turizam aktivnost je kojom se iskazuje status u društvu.
- Turiste nautičare zanima samo turistička ponuda koja odgovara njihovoj platežnoj moći.
- Djelatnici u turizmu i ugostiteljstvu turistima nautičarima preporučuju samo turističku ponudu koja odgovara njihovoj platežnoj moći.

SOCIO-DEMOGRAFSKI PROFIL ISPITANIKA

Navedite svoju nacionalnost:

Spol:

- Muški
- Ženski
- Drugo

Dob:

- Do 25 godina
- 26 – 35 godina
- 36 – 45 godina
- 46 – 65 godina

- Stariji od 65 godina

Stupanj obrazovanja:

- Osnovno obrazovanje
- Srednjoškolsko obrazovanje
- Preddiplomski studij
- Diplomski studij
- Poslijediplomski doktorski studij
- Drugo _____

Mjesečna primanja kućanstva:

- Do 1.500
- 1.501 – 3.000 €
- 3.001 – 4.500 €
- 4.501 – 6.000 €
- Više od 6.000 €