

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

INES MAZUL
VREDNOVANJE UČINKA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA
NA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 2014. godine

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

**VREDNOVANJE UČINKA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA
NA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE**
**EFFECT OF NAUTICAL TOURISM ON CROATIAN
ECONOMY**
DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Pomorskoputnički promet

Mentor: izv.prof. dr. sc. Alen Jugović

Student: Ines Mazul

Matični broj: 0112040765

Smjer: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

Rijeka, rujan, 2014. godine

Student/studentica: Ines Mazul

Studijski program: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

JMBAG: 0112040765

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom VREDNOVANJE UČINKA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO REPUBLIKE HRVATSKE izradila samostalno pod mentorstvom izv.prof. dr. sc. Alena Jugovića.

U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkog rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju diplomskog rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući navela u diplomskom radu na uobičajen, standardan način citirala sam i povezala s fusnotama i korištenim bibliografskim jedinicama. Rad je pisan u duhu hrvatskoga jezika.

Suglasna sam s objavom diplomskog rada na službenim stranicama.

Student/studentica

Ime i prezime studenta/studentice

SAŽETAK

Nautički turizam je naziv za poseban oblik turizma u kojem dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuđem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi razonode, a osobito ga razvijaju zemlje s posebnim prirodnim resursima. Zahvaljujući razvijanju nautičkog turizma mnoge zemlje na Mediteranu i svijetu gospodarski su aktivirale svoja priobalna i otočna područja, a među njima je i Hrvatska. Cilj ovog rada je na temelju prikupljenih podataka analizirati izravne i neizravne utjecaje luka nautičkog turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske, definirati i analizirati stanje gospodarskog razvoja uvjetovanog nautičkim turizmom u Republici Hrvatskoj te predočiti i istaknuti važnost i utjecaj nautičkog turizma na poboljšanje razvojne stope kako u svjetskom, tako i u hrvatskom gospodarstvu.

Ključne riječi: nautički turizam, luke nautičkog turizma, gospodarstvo, razvoj, hrvatski nautički turizam, politika i strategija razvoja

SUMMARY

Nautical tourism is a name for a special type of tourism in which dominates voyages and stays of tourist on their own or rented boat and it also stands for various nautical activities for tourism purposes and for entertainment so therefore it's especially developed in countries with special natural resources. Thanks to the development of nautical tourism, many countries in the Mediterranean and the world economically developed their coastal and island areas, also including Croatia. The aim of this study is based on data collected to analyze direct and indirect impacts of nautical tourism on the Croatian economy, define and analyze the state of economic development based on nautical tourism in Croatia, and visualize the importance and impact of nautical tourism on improving development rates in the world and in the Croatian economy.

Keywords: nautical tourism, nautical tourism ports, economy, development, Croatian nautical tourism, politics and strategy of development

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
SUMMARY	I
SADRŽAJ	II
1. UVOD	1
1.1. <i>PROBLEM, PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA</i>	1
1.2. <i>RADNA HIPOTEZA</i>	1
1.3. <i>SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA</i>	2
1.4. <i>ZNANSTVENE METODE</i>	2
1.5. <i>STRUKTURA RADA</i>	3
2. TEMELJNE KARAKTERISTIKE I ČINITELJI NAUTIČKOG TURIZMA	4
2.1. <i>POVIJESNI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA</i>	5
2.2. <i>VRSTE NAUTIČKOG TURIZMA</i>	9
2.3. <i>ČINITELJI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA</i>	12
3. OSNOVNI PRAVCI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	16
3.1. <i>DOSEGNUTI STUPANJ RAZVIJENOSTI NAUTIČKE PONUDE</i>	18
3.2. <i>KOMPARATIVNE PREDNOSTI HRVATSKE ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA</i>	20
3.3. <i>KONKURENTNOST RH U NAUTIČKOM TURIZMU</i>	21
3.4. <i>ČIMBENICI ODRŽIVOG RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U RH</i>	24
3.4.1. <i>Održivi razvoj kapaciteta nautičkog turizma</i>	28
3.4.2. <i>Strateški koncepti razvoja nautičkog turizma u RH</i>	29
3.5. <i>POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA RH</i>	31
3.5.1. <i>Povijesni razvoja sustava nautičkog turizma u RH</i>	33
3.5.2. <i>Prostorno-planske osnove razvoja nautičkih luka</i>	36
3.5.3. <i>Razvojni scenarij i utvrđivanje primjerenog regionalnog razvoja</i>	38
4. GOSPODARSKI UTJECAJ I MISIJA NAUTIČKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE	40
4.1. <i>MEĐUZAVISNOST NAUTIČKOG TURIZMA I GOSPODARSTVA</i>	42
4.2. <i>PROCIJENA RASTA POTRAŽNJE NAUTIČKOG TURIZMA</i>	43
4.3. <i>UČINCI SUSTAVA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO RH</i>	47
4.3.1. <i>Sociološki utjecaji nautičkog turizma</i>	49
4.3.2. <i>Strateški ciljevi daljnjeg razvoja</i>	51
4.4. <i>DOSADAŠNJA POSTIGNUĆA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA PODRUČJU RH</i>	53
5. POSLOVNA POLITIKA I STRATEGIJA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA VODEĆIH ZEMALJA NA MEDITERANU	54

5.1. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA ŠPANJOLSKE	54
5.2. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA FRANCUSKE	55
5.3. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA ITALIJE	56
5.4. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA GRČKE	57
5.5. OSTVARENI REZULTATI NAUTIČKOG TURIZMA U RH	57
5.6. ANALIZA UČINAKA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO.....	59
5.6.1. Funkcija zapošljavanja.....	60
5.6.2. Funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara	60
5.6.3. Utjecaj na BDP	61
5.6.4. Utjecaj na rast javnih prihoda	62
6. ZAKLJUČAK	63
LITERATURA	65
TABLICE	66
GRAFIKONI	66
SLIKE	66

1. UVOD

1.1. PROBLEM, PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je utjecaj nautičkog turizma, koji danas predstavlja posebnu vrstu turizma koji se iznimno brzo širi i raste s godinama, na razvoj i funkcioniranje lokalnog i nacionalnog gospodarstva na području Republike Hrvatske. Nautički turizam kao djelatnost obećava mnogo za cjelokupno gospodarstvo, a postojeći organizacijski modeli i strategije razvoja omogućavaju kvalitativni i kvantitativni razvoj koji će potaknuti gospodarski rast.

1.2. RADNA HIPOTEZA

Radna hipoteza ovog diplomskog rada nalazi se u samom naslovu rada, a oslanja se na definiranje, analiziranje, vrednovanje i ocjenjivanje izravnih i neizravnih utjecaja nautičkog turizma i luka nautičkog turizma na gospodarstvo Republike Hrvatske uzimajući pri tome u obzir sve dosad prikupljene i obrađene podatke informacije.

1.3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Cilj ovog rada je pobliže i preciznije objasniti, definirati i analizirati stanje gospodarskog razvoja uvjetovanog nautičkim turizmom u Republici Hrvatskoj te predočiti i istaknuti važnost i utjecaj nautičkog turizma na poboljšanje razvojne stope kako u svjetskom, tako i u hrvatskom gospodarstvu. Nautički turizam kao djelatnost uistinu obećava mnogo te kroz analiziranje prednosti i nedostataka treba iskoristiti sav potencijal kako bi se Hrvatska dovela u red vodećih turističkih zemalja.

1.4. ZNANSTVENE METODE

Pri istraživanju spomenutog predmeta rada korištene su sljedeće metode istraživanja:

1. Metoda analize i sinteze- svi podaci i informacije iz stručne literature su temeljito proučeni i analizirani te su u skladu s time doneseni precizni i mjerodavni zaključci o navedenom predmetu rada,
2. Metoda promatranja- svi su prikupljeni podaci o nautičkom turizmu promatrani kroz prošle, sadašnje i buduće prilike i poziciju nautičkog turizma na području Republike Hrvatske,
3. Metoda kompilacije- svi navedeni podaci su već postojeći i djela pojedinih autora iz njihovih objavljenih i poznatih istraživanja,
4. Metoda generalizacije- temeljitom analizom i istraživanjem navedenog područja predmeta rada određena je precizna i točna definicija pojma nautičkog turizma.

1.5. STRUKTURA RADA

Ovaj diplomski rad se sastoji od šest međusobno povezanih cjelina.

Prva cjelina je „Uvod“ i u njemu su definirani predmet i cilj istraživanja, metode i izvori prikupljanja podataka te jasno opisana struktura i sadržaj rada.

Druga cjelina nosi naziv „Temeljne karakteristike i čimbenici nautičkog turizma“, u kojem je definiran pojam nautičkog turizma, njegov razvoj kroz povijesti, vrste nautičkog turizma te sve njegove najvažnije sastavnice koje ga danas čine jednom od najdinamičnijih pojava s neprocjenjivom važnošću za razvitak gospodarstva.

Treća cjelina „Osnovni pravci razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj“ pojašnjava koje je kriterije nužno pratiti i poštovati za uspješnu izgradnju i funkcioniranje luka nautičkog turizma te koji čimbenici utječu na održivi razvoj nautičkog turizma i postizanje komparativne prednosti i konkurentnost Hrvatske.

Četvrta cjelina „Gospodarski utjecaj i misija nautičkog turizma Republike Hrvatske“ čini ključan dio ovog diplomskog rada i detaljno obrađuje temu rada. U ovoj cjelini je objašnjeno na temelju kojih pokazatelja se definira gospodarski učinak nautičkog turizma, kakav je njegov utjecaj na ostale uslužne djelatnosti te na koji način pridonosi općem razvoju gospodarstva zemlje.

Peta cjelina „Poslovna politika i strategija razvoja nautičkog turizma vodećih zemalja na Mediteranu“, obrađuje podatke vodećih nautičko-turističkih velesila smještenih na Mediteranu, uključujući i Hrvatsku te analizira rezultate i učinke nautičkog turizma na razvoj gospodarstva, obrađujući pri tome neke bitne pojedinačne stavke poput BDP-a, međunarodne razmjene dobara, javne prihode i dr.

Posljednja, šesta cjelina „Zaključak“, predstavlja konačnu sintezu svih obrađenih i navedenih podataka i informacija i mišljenje o provedenim analizama u ovom predmetu rada.

2. TEMELJNE KARAKTERISTIKE I ČINITELJI NAUTIČKOG TURIZMA

Iako je pojam nautičkog turizma dugo prisutan u stručnoj i znanstvenoj literaturi, ne postoji jedinstvena i široko prihvaćena definicija o tome što se pod tim pojmom podrazumijeva. Nautički turizam je dio ili oblik turizma na vodi ili uz vodu, a njegov naziv dolazi od grčke riječi *naus* koja znači brod ali i vještina plovidbe. U širem smislu ta riječ znači pomorstvo u cjelini, plovidba, brodarenje, i slično. Sam naziv „nautički turizam“ upućuje i podsjeća na temeljni sadržaj i način zadovoljavanja turističkih potreba sudionika ove vrste turizma, pa ima određenu prednost u odnosu na druge nazive. Pod pojmom „nautički“ podrazumijeva se, ne samo plovidba i kretanje, već i stacionirano mirovanje i boravak u nekoj marini, luci, lučici i sl. Sama činjenica da se turistička potreba može zadovoljiti jedino pomoću odgovarajućeg plovila, predstavlja specifičnost koja ovaj vid turizma izdvaja iz „općeg turizma“, kao njegovu posebnu vrstu. Pod nautičkim turizmom podrazumijeva se ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode.

Turističke usluge u nautičkom turizmu su¹:

1. iznajmljivanje veza uz uređenu i djelomičnu ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, crusing i sl.)
3. usluge skipera
4. prihvata, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru, i suhom vezu na kopnu
5. usluge snabdijevanja nautičara sa strujom, plinom, vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.
6. uređenje i pripremanje plovnih objekata

¹ Luković T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58, No. 11, 2007.

7. davanje različitih informacije nautičarima kao što su vremenska prognoza, vozni redovi, podaci o kulturno-povijesnim spomenicima i raznim priredbama i manifestacijama i sl.
8. škole jedrenja, obuka za skipere i voditeljice brodica
9. ostale turističke usluge za potrebe nautičkog turizma (iznajmljivanje sportskih terena, pribora i opreme za kupanje i skijanje na vodi, suncobrana i ležaljki, zdravstvene usluge, organizacija sportskih, kulturnih priredbi i manifestacija i sl.)

1.6. POVIJESNI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA

Ova vrsta turizma se u inozemnoj literaturi često poistovjećuje s *marine* turizmom, iako nautički turizam obuhvaća i aktivnosti na rijekama i jezerima. Turizam brzo i nepovratno mijenja ekonomsku i socijalnu sliku svijeta. Značajan udio u cjelokupnom svjetskom turizmu zauzima nautički turizam te kao takav predstavlja važan čimbenik razvitka svjetskog pomorskog i gospodarskog sustava. Temeljna značajka nastanka i razvoja nautičkog turizma je spontanost i odsustvo uplitanja državnih organa putem planskih inicijativa i odgovarajućih ulaganja. Sadašnje stanje, kao plod spontanog razvoja, sve više dobiva organizacijske i planske okvire, ali su i dalje prisutni elementi neselektivnosti u razvoju. Povijest nautičkog turizma može se povezati s poviješću pomorske plovidbe i navigacije, ali samo s onim brodskim putovanjima koja imaju turistički karakter. To proizlazi iz pretpostavke da su pomorska putovanja u prošlosti poduzimana, ne samo radi ratova, već i iz radoznalosti, avanturizma i zabave. Prvi počeci nautičkog turizma vezani su uz nautičke sportove, odnosno jedrenje i veslanje. Tako, već u 16. stoljeću Nizozemci organiziraju yachting natjecanja, dok se počeci nautičkog turizma u Engleskoj nalaze još u 18. stoljeću kada je osnovan prvi yachting klub, a u Italiji u 19. stoljeću. Razdoblje klasičnog nautičkog turizma, koji je bio ograničen na uski krug bogatih ljudi, trajalo je relativno dugo. Rađanje suvremenog nautičkog turizma u svezi je s prvim kružnim putovanjima koja su organizirana polovicom 19. stoljeća. Sve do kraja Drugog svjetskog rata maritimna turistička kretanja ne mogu se držati posebnim vidom turizma, jer nemaju masovni karakter. Šezdesetih godina prošlog stoljeća dinamika turističkih kretanja na plovnim objektima radi rekreacije naglo se povećava. Grade se sve sve veći plovni objekti i neprestano mijenjaju sadržaji, sudionici i oblici nautičkog turizma. Nautičari sve duže

borave u lukama nautičkog turizma i tamo koriste različite sadržaje i usluge. Nautički turizam u današnjem smislu ponajprije se pojavljuje u SAD-u i Kanadi. Koliko značenje za nacionalno gospodarstvo ima razvoj nautičkog turizma, potvrđuje i činjenica da se Federalnim Zakonom o dokolici regulira način uređenja i korištenja slobodnih morskih površina i morskih obala u svrhu nautičkog turizma. U Europi nautički turizam ima najdužu tradiciju na Mediteranu, ali i vrlo dinamičan razvoj.

Postoje tri zone koje su u njegovoj funkciji:

- Područje Mediterana
- Područje obale Atlantskog oceana
- Područje unutrašnjih europskih voda

Razvoj kao rezultat povoljnih prirodnih, klimatskih, kulturoloških i ambijentalnih prilika posebno je izražen u nekim mediteranskim zemljama poput Italije, Francuske, Španjolske, Grčke i Turske. Zbog svojih komparativnih prednosti za razvoj te djelatnosti i Hrvatska ulazi u krug navedenih zemalja.

Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj moguće je pratiti već od 1870. godine kada su organizirani prvi izleti turista u hrvatskim primorskim mjestima. Broj posjetitelja brodovima raste, a u 20. stoljeću se javljaju i prvi jahtaši. Nakon Drugog svjetskog rata intenzivnije se razvija domaća flota namijenjena međunarodnom krstarenju, međutim, nedovoljno za sudjelovanje u svjetskoj floti. Povijesna prisutnost nautičkog turizma na hrvatskoj obali potvrđuje i velik broj luka i lučica. Mnoge turističke organizacije razvijale su vlastiti plovni park te se postupno obnavlja i domaća mala flota. Ipak, pravi razvoj počinje tek sredinom šezdesetih godina 20. stoljeća kada su na hrvatskoj jadranskoj obali izgrađene 4 marine sa 150 vezova i ostvaren promet s više od 1.500 inozemnih plovila.

Prvi prostorni planovi jadranskog područja, poznati kao Projekt Južni Jadran (1965.) i Projekt Gornji Jadran (1972.) predviđaju lokacije na obali namijenjene izgradnji luka nautičkog turizma. Do 1978. godine na hrvatskoj obali pušteno je u promet 5 novih nautičkih turističkih luka (Punat, Mali Lošinj, Zadar, Split, Dubrovnik). Nautički turizam u Hrvatskoj se pojavio relativno kasno, početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća, kada je glavnina nautičkih marina na Mediteranu već bila izgrađena. Kada su nautičari

masovnije i značajnije počeli otkrivati ljepote istočne obale Jadranskog mora, ispostavilo se da nedostaje primjerena infrastruktura koja bi mogla takve goste primiti i zadovoljiti njihove potrebe. Tada započinje intenzivna izgradnja nove i modernije infrastrukture i suprastrukture koje će moći zadovoljiti potrebe i zahtjeve nautičara i njihovih plovila. Do 1980. godine, Hrvatska je, uključujući i sjevernojadranske luke, imala neznatnu nautičku ponudu, koja nije bila dovoljna ni u kvalitativnom ni u kvantitativnom pogledu, iako je to bilo vrijeme kada je turizam iz godine u godinu bilježio izuzetno uspješne poslovne rezultate. Hrvatska je tada raspolagala s oko 2.100 komercijalnih nautičkih vezova u moru te 1.200 mjesta na kopnu u samo 12 marina. Posebni doprinos razvoju lučke infrastrukture javlja se osnivanjem Adriatic Club-a Jugoslavia 1983. godine sa sjedištem na Brijunima koji je 1993./1994. godine preimovan u ACI-Adriatic Croatia International Club. Zadatak ACI-a bio je da koordinira i financira izgradnju nautičkih objekata. To je uvjetovalo uspostavljanje prve moderne, organizirane i funkcionalno povezane nautičko-turističke tvrtke na hrvatskoj obali. Već u prvoj godini poslovanja izgrađeno je 16 marina kapaciteta 1.730 vezova. Ubrzo, sklapanjem ugovora sa stranim ulagačima, proširuje se ponuda u postojećim marinama i grade dvije nove na Korčuli i u Opatiji. Nakon realizirane prve razvojne faze stavljeno je u funkciju 3.890 komercijalnih nautičkih vezova u moru te 840 na kopnu. Već 2001. Godine ACI raspolaže sa 21 marinom kapaciteta 5610 vezova. Od ukupnog broja marina bile su:

- 4 marine I. kategorije (5 zvjezdica) sa 1530 vezova
- 9 marina II kategorije (4 zvjezdice) sa 2670 vezova
- 8 marina III. Kategorije (3 zvjezdice) sa 1410 vezova

Time je upotpunjen manjak vezova za plovila, te su tako u vrlo kratkom vremenu, preusmjerene nautičke struje prema hrvatskim obalama i otocima. Radilo se o strateškom i smišljenom razvoju zbog pomnog odabira lokacija i gradova poput Umaga, Rovinja, Pule, Ičića, Pomerana te ostalih dijelova obalne Hrvatske. Luke nautičkog turizma se u Hrvatskoj ne razvijaju ravnomjerno i sustavno pa tako podaci iz Istre kao najjače turističke regije u Hrvatskoj ukazuje na tendenciju smanjenja investicija u nautičke luke, dok se u Dalmaciji bilježi tendencija porasta investicija. Osim komercijalnih marina, na Jadranu ima i veći broj luka nautičkog turizma koje su pretežno klupske, komunalne i hotelske, kao sidrišta,

privezišta i suhe marine. Osim vezova koje koriste njihovi članovi, luke raspolažu i određenim brojem komunalnih vezova.

Razvedenost hrvatske obale (indeks razvedenosti hrvatske obale iznosi 11) je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog turizma. Uz razvedenost obale i atraktivnost otočnoga prostora Hrvatska se ističe obilježjima reljefa. Naša obala je visoka, strma i stjenovita što prostoru daje posebnu čar. Odmah iza obale uzdižu se planinski lanci Učke, Velebita, Svilaje, Kozjaka, Mosora i Biokova. Osim fizionomskih prednosti hrvatske obale zanimljivo je i važno sagledati kako su kapaciteti za prihvata plovila raspoređeni duž hrvatske obale? Od 363 luke, lučice, sidrišta i marina, kvarnerski, zadarski i dubrovački akvatorij ih sadrže 60%. Ipak, ponajviše zbog Nacionalnog Parka Kornati, najatraktivniji je šibenski akvatorij. Po posjećenosti slijedi istarsko i zadarsko područje. Hrvatska ima prednost u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti što su važna obilježja za razvoj i budućnost nautičkog turizma ali to nije dovoljno. Kvaliteta ponude hrvatskih marina ne može se usporediti s ponudom marina u ostalim europskim zemaljama. Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje fitness-centara, saune, škole ronjenja, jedrenja, jahanja i zabavnih sadržaja. Potencijalni gosti to traže, a hrvatske marine imaju eventualno jedno od navedenog. Neke hrvatske marine su još na stepenici zadovoljavanja osnovne infrastrukture poput zadovoljavajućih sanitarija ili restorana².

² www.geografija.hr (20.6.2014.)

1.7. VRSTE NAUČKOG TURIZMA

Postoje brojni kriteriji na osnovu kojih se nautički turizam može podijeliti na podvrste kao što su veličina broda, vlasništvo broda, motiv plovidbe itd. Suvremeni nautički turizam je heterogen, jer ga prate mnoge sastavnice drugih vrsta turizma kao što su ronilački, ribolovni, kupališni, zdravstveni, sportski, izletnički turizam.

Prema navedenom razlikujemo³:

- „*Veliki*“ ili *brodski nautički turizam* (uglavnom se javlja u vidu kružnih putovanja i izleta, te pružanja ugostiteljskih usluga smještaja, prehrane, pića na brodu privezanom uz obalu na određeno vrijeme i u određenim okolnostima)
- „*Mali*“ *nautički turizam* (danas je prevladavajući oblik nautičkog turizma, a karakterističan je po različitim vrstama manjih plovila kao što su: jedrilice, gliseri, jahte, čamci i druga plovila za zabavu, sport i rekreaciju te se realizira se u vidu zabavne navigacije i sportsko-natjecateljskog nautičkog turizma)
- *Nautički turizam u unajmljenim plovilima* (turist-nautičar, kao potencijalni sudionik, turističko nautičkih kretanja, može se pojaviti u nekoliko oblika ili odnosa i to u vlastitom plovilu i vlastitom navigacijom, vlastitom plovilu i navigacijom koju prepušta stručno osposobljenoj posadi, unajmljenom plovilu i vlastitom navigacijom, unajmljenom plovilu i navigacijom koju prepušta stručno osposobljenoj posadi)

Prema vlasništvu plovila razlikujemo:

- Nautički turizam u vlastitom ili klupskom plovilu
- Nautički turizam u unajmljenom plovilu na određeni vremenski period (charter)

Prema motivu plovidbe razlikujemo:

- Rekreacijski nautički turizam

³ www.mppi.hr (zadnji dan posjete 3.7.2014.)

- Sportski nautički turizam
- Ribolovni nautički turizam

Prema organizaciji plovidbe razlikuje se:

- Individualni nautički turizam
- Nautički turizam grupnog tipa (flotila cruise)

Također, kada govorimo o veličini broda nautički turizam razlikuje mali nautički turizam koji obuhvaća manja plovila poput jahti, jedrilica, glisera, čamaca, skutera, kajaka, splavova itd. te veliki ili brodski nautički turizam koji obuhvaća putničke brodove, trajekte, putničko-teretne brodove, lebdjelice, hidrokrlne brodove... Danas većinom prevladava mali nautički turizam koji se realizira kroz zabavnu navigaciju i sportsko-natjecateljski nautički turizam. Ova vrsta turizma novi je tip pomorskog prometa, a obavlja se posebnim oblicima nautičkog turizma. Zabavna navigacija podrazumijeva zabavnu ili sportsko-rekreacijsku plovidbu s raznim jahtama, jedrilicama, gliserima i čamcima. Vlasnici i vođitelji raznih plovila za zabavnu navigaciju se udružuju u yacht klubove, kajak klubove i sl. ili u odgovarajuće saveze. Osim jahti, jedrilica i glisera u zabavnoj navigaciji često se koristi splavi, pneumatski čamci, skuteri, kanui, kajaci, čamci itd. Zabavna navigacija konzumira se u obliku glisiranja, skijanja na vodi, jedrenja, ronjenja, veslanja, vožnji, splavarenja, raftinga, kajakinga na divljim ili mirnim vodama itd.

Za Hrvatsku najveći utjecaj imaju trendovi u razvoju mediteranskog nautičkog turizma. Makroregija Mediterana ima najdužu tradiciju i najbrži razvoj nautičkog turizma. Mediteran je područje vrlo značajno za nautički turizam svijeta. Egejsko more, te istočna obala Jadranskog mora, mnogobrojni zaljevi kao Genovski, Solunski, Tarantski, Sidra, Gobeški itd., brojne uvale i tisuće grčkih i hrvatskih otoka predstavljaju idealan morski prostor za nautičare⁴.

⁴Vidučić, V. , Pašalić Ž., Munitić A., Zelenika R., Šimunić S.: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme, Split, 2007. godina

Tablica 1. Elementi kategorizacije luke nautičkog turizma

OPĆI MINIMALNI UVJETI	UREĐENJE I OPREMA	USLUGE
<p>Lokacija i stupanj izgrađenosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • zaštita okoliša • sigurnost plovila i ljudi • opskrba vodom • odvod • uklanjanje otpadnih tvari • sanitarna opremljenost • izgrađeni vezovi • protupožarna oprema • rasvjeta • lučka rasvjeta i oznake 	<p>Lokacija</p> <ul style="list-style-type: none"> • pristup i prometna povezanost • kopneni prostor • usluge prehrane i pića • trgovine • servisi i oprema • ostali objekti • usluge smještaja • vodoopskrba • elektroopskrba • higijena i čistoća • pogodnosti za goste • prostori za osoblje • prostor na kopnu za odlaganje min. 50% plovila • Yacht club 	<p>Usluge</p> <ul style="list-style-type: none"> • prijem i čuvarska služba • održavanje sanitarnih i ostalih prostora • zaštita gostiju • servisne i ugostiteljske usluge i usluge trgovine • znanje stranih jezika • pogodnosti za goste • izgled osoblja • iznajmljivanje jahti

Izvor: Luković T., Bilić M., Luke nautičkog turizma i strategija lokalnog razvoja, Naše more, Vol. 54, No. 3-4, 2007.

Nautički turizam je turistički fenomen koji se u posljednjih dvadesetak godina vrtoglavo razvija ostvarujući fizičke i financijske rezultate kakve u kontinuitetu ne ostvaruje nijedna druga djelatnost. Ova tablica pokazuje kako se kategoriziraju luke nautičkog turizma na cijelom Mediteranu pa i šire te se navode opći minimalni uvjeti, uređenje i usluge kojima svaka takva luka nautičkog turizma mora biti opremljena i čime mora raspolagati ako im je u interesu postići konkurentan položaj na turističkom nautičkom tržištu jer svakom turistu/nautičaru za dobar odmor i provod presudan je i boravak u luci nautičkog turizma.

1.8. ČINITELJI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

Osim činitelja koji utječu na razvoj turizma, općenito na razvoju nautičkog turizma imaju jak utjecaj i posebni činitelji. Za nastavak i razvitak nautičkog turizma imaju jak utjecaj i posebni činitelji. Za nastanak i razvitak nautičkog turizma u nekoj zemlji, užem ili širem području ili regiji, moraju postojati odgovarajući činitelji, i to, kako na strani potražnje, tako isto na strani ponude.

Na razvoj nautičkog turizma utječu slijedeći činitelji:

1. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potražnje
2. Činitelji razvoja nautičkog turizma na strani ponude (utječu na ostvarivanje potreba nautičkog turizma)
3. Ponuda privatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga (omogućavaju boravak i plovidbu nautičara izvan mjesta boravka)

Nautički turizam, kao oblik turističke potražnje, a i ponude, logična je posljedica sveukupnog gospodarskog razvoja u svijetu. Analizirajući gospodarski razvoj, kao činitelja turističkog razvoja nautičkog turizma, može se zaključiti da je njegov utjecaj višestruk. S jedne strane, gospodarski razvoj uvjetuje stvaranje slobodnih financijskih sredstava za kupnju plovila i slobodnog vremena za plovidbu, što je temeljna pretpostavka za nastanak nautičko-turističke potražnje. S druge strane, povećanjem industrijalizacije, urbanizacije i zagađenja životne sredine, što sve uvjetuje gospodarski razvitak, popraćeno je, ne samo većim intenzitetom rada na radnom mjestu, nego većim ili manjim stupnjem psihološkog stresa i raznih drugih oboljenja. Tehnološki razvoj, kao sastavni dio ukupnog gospodarskog razvitka, posebno, utječe na razvoj nautičkog turizma kroz nove materijale, tehnologije i metode građenja plovila, ekološke pokrete itd. Pojavom plastičnih masa i novih metoda građenja, plovila za sport i razonodu su postala jeftinija i pristupačna za sve šire slojeve društva. Činjenica je, nautički turizam, bez obzira na konstantnu stopu rasta, još uvijek nema masovni karakter u svjetskim razmjerima. On je privilegij srednje i više klase. Međutim, u posljednje vrijeme prisutna je tendencija njegova širenja i na niže slojeve pučanstva. Zato, treba usmjeriti istraživanja u smjeru buduće turističke potražnje, kako bi se mogla formirati adekvatna nautičko-turistička ponuda⁵.

⁵ www.mppi.hr (3.7.2014.)

Tablica 2. Prednosti i nedostaci nautičkog turizma

	PREDNOSTI	NEDOSTACI
Resursna osnova	Atraktivna, razvedena obala, prirodne ljepote, biološka raznolikost i očuvanost, neizgrađenost obale, bogata kulturno povijesna baština, pogodna klima, veliki broj sunčanih dana	Preizgrađenost nekih prostora obalne zone i dijela otoka, bespravna gradnja, smanjenje krajobrazne i bioraznolikosti, neiskorištenost obnovljivih izvora energije
Nautička infrastruktura	Postojeći nautički kapaciteti, mogućnost proširenja kapaciteta, prostorna mogućnost za izgradnju novih luka, relativno razvijen sustav upravljanja pomorskim dobrom	Mali broj kvalitetnih nautičkih vezova i nedovoljno razvijena logistika s obzirom na rastuću potražnju, neodgovarajuća infrastruktura i nedostatak vezova za prihvata većih jahti, nedostatak kapaciteta u smještajnim jedinicama i razina tehničke usluge u marinama, neodgovarajuća kategorizacija luka nautičkog turizma
Postojeća prateća turistička infrastruktura i suprastruktura	Smještajni objekti, turistička tradicija, kvalificirani kadrovi, uslužne djelatnosti, bogata tradicija i gostoljubljivost, multikulturalnost i tolerancija, postojanje i obuhvat prostorno planske dokumentacije, raznolika sektorska struktura, broj obrazovanih institucija	Neodgovarajući sadržaj ponude (nedovoljna ponuda izleta, neodgovarajuća ponuda u trgovinama, neautentičnost suvenira), niska razina kvalitete usluga (neorganiziranost atrakcija za prihvata gostiju s kruzera, neodgovarajuće radno vrijeme), različiti stupanj interesa za razvoj, neodgovarajuća suradnja među nautičkim lukama i subjektima unutar destinacija

<p style="text-align: center;">Konkurentnost</p>	<p>Konkurentnost lučkih pristojbi i naknada, cjenovna konkurentnost općenito</p>	<p>Nepostojanje koncepcije razvoja destinacije i sukobi s drugim vrstama turizma, neodgovarajuća i neorganizirana promidžba i nepostojanje odgovarajućih promidžbenih materijala, nedostatak zajedničke razvojne inicijative, tj. nedostatan implementiranje novih strateških usmjerenja, izražena sezonalnost potražnje, neodgovarajuće zbrinjavanje otpada kao i neadekvatna odvodnja i pročišćavanje otpadnih voda, lokacije industrijskih postrojenja blizu nautičkih odredišta, nedovoljna povezanost između gospodarstva i institucija visokog obrazovanja, neuravnotežene ponude i potražnje</p>
---	--	---

Izvor: Dogan , K., Mršić, T., Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik, Vol 47-48, No. 1, travanj 2014.

2. OSNOVNI PRAVCI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Nautički turizam u smislu korištenja prostora, razvijat će se u dva osnovna pravca. Prioritet je zaštita iznimno važnih i vrijednih područja (nenaseljenih, neurbaniziranih obala, otoka, otočića, zaljeva i uvala...), koja su motiv dolaska domaćih i stranih nautičara, te planiranje izgradnje novih luka nautičkog turizma najviših standarda zaštite okoliša na manje vrijednim područjima. Prilikom planiranja izgradnje luka nautičkog turizma potrebno je primijeniti i valorizirati više kriterija, a jedan od najvažnijih je kriterij odabira lokacije. Područja planiranja izgradnje luka nautičkog turizma trebaju biti devastirana područja i to posebno ona koja imaju program sanacije (kamenolomi, napuštene vojne luke i industrijska postrojenja...)

Nadalje, kriteriji planiranja izgradnje luka nautičkog turizma su⁶:

- geografske i demografske karakteristike lokacije
- povezanost na prometnu mrežu (blizina cestovnih čvorišta i zračnih luka)
- gustoća pomorskog prometa
- dostupnost infrastrukture
- izbjegavanje gradnje u prirodnim zaštićenim uvalama
- dimenzioniranje luka u odnosu na neposredno zaleđe

Primjenom kriterija, kojima se usmjerava izgradnja, može se značajno doprinijeti racionalnom i kontroliranom korištenju prirodnog prostora. Isto tako, potrebno je voditi računa o razvoju postojećih luka nautičkog turizma uvažavajući kapacitet prostora i ograničenja zbog narušavanja ekološke ravnoteže i negativnog utjecaja na biološku raznolikost. Ograničavajući kriterij za planiranje izgradnje ili proširenje luka nautičkog turizma su zaštićena područja i područja ekološke mreže na obali, otocima, moru kojih sveukupno ima 623. Navedena područja ne isključuju mogućnost izgradnje ili dogradnje prihvatih kapaciteta, ali uz posebne i strogo kontrolirane uvjete i mjere zaštite.

⁶ www.mppi.hr (3.7.2014.)

Slika 1. Prikaz ACI marine u Splitu



Izvor: www.yacht-charter-croatia.eu

Slika 2. Marina „FRAPA“ u Rogoznici



Izvor: www.croatiasailingexperience.com

2.1. DOSEGNUTI STUPANJ RAZVIJENOSTI NAUČKE PONUDE

Valorizacija komparativnih prednosti moguća je samo u otvorenom gospodarstvu. Komparativne prednosti Hrvatske na području prirodnih uvjeta samo se deklarativno potenciraju, što ne znači istovremeno i konkurentnu prednost nautičkog turizma. Proizvodnja nautičkih usluga na jadranskom prostoru ima pogodne prirodne uvjete. Ti uvjeti ne mogu dati konkurentnu prednost proizvodnji nautičkih usluga ako se ona događa u relativno zatvorenoj gospodarskoj okolini. U sustavu u kojem strukturu kapitala tvrtke nije oblikovala tržišna raspodjela resursa, poslovne i menadžment funkcije ne mogu maksimizirati dobit. Dobra iskorištenost kapaciteta, s gospodarskog stajališta, je osnovni preduvjet za uspješno poslovanje luka nautičkog turizma. Nedovoljno iskorištenje kapaciteta marina, uvažavajući izrazito sezonsko poslovanje na sjevernojadranskim otocima, ali i ostalim otocima u Hrvatskoj, negativno se odražava na cijenu koštanja nautičko-turističkih usluga, a time i na poslovne rezultate i konkurentnu sposobnost marina na tržištu. Nautičke luke kod kojih poslovođstva zanemaruju tu činjenicu zaostaju u svom razvitku. Prosječna popunjenost kapaciteta je između 53,4 % i 78 %. Razlozi tomu su u siromašnoj i nekvalitetnoj ponudi, slaboj reklami i promociji, slabom servisu plovila, lošoj opskrbi i relativno visokim cijenama usluga. Nautičke usluge su usluge koje se pružaju sudionicima u nautičkom turizmu, te samim plovnim jedinicama. Vez u 21. stoljeću više nije dovoljan zbog čega je važno istraživati stavove nautičara kako bi se utvrdile njihove potrebe i zahtjeve. Pri tome potrebno je uspostaviti organizaciju nautičke luke tako da omogućiti pružanje osnovnih i komplementarnih usluga. Nautičkom turizmu dugo nije pridavano odgovarajuće značenje u oblikovanju turističke ponude, a glavna odrednica turističkog razvoja bila je izgradnja konvencionalnih smještajnih kapaciteta i orijentacija na masovni turizam. Karakteristika turističke potražnje danas jest orijentacija na individualizam, upoznavanje ambijentalnih vrednota i avanturizam. Da bi se udovoljilo tim zahtjevima tržišta, potrebno je razvijati nautički turizam kao najperspektivniji, s obzirom na idealne prirodno-zemljopisne i maritimne uvjete. Ostvareni rezultati u nautičkom turizmu bili bi veći da njihov razvoj nisu pratile i određene slabosti kao što su:

- siromašna ponuda i nekonkurentne cijene nautičko-turističkih usluga u odnosu na druge mediteranske zemlje
- nedostatak suvremene tehnologije pri izradi plovila i opreme namijenjene nautičkom turizmu

- komplicirani administrativni postupak oko prijave i odjave boravka nautičara
- zapostavljenost nautičkog turizma u unutrašnjim vodama

Na današnjem stupnju razvoja nautičkog turizma ponuda usluga veza i najosnovnijih usluga boravka nautičara samo su pretpostavke za pružanje niza drugih usluga poput prodaje suvenira, novina i publikacija, mjenjačke usluge, usluge telefona i telefaksa, prodaja robe u samoposlugama i bescarinskim prodavaonicama, iznajmljivanje plovila, obuka u jedrenju, ronjenju, sportskom ribolovu i drugim aktivnostima na moru i kopnu, servisiranje i popravak plovila, sportske opreme, meteorološke i druge obavijesti koje se odnose na vrijeme i opću sigurnost plovidbe, zdravstvene usluge, organiziranje društveno-kulturnih događanja i sl. Važno je naglasiti da navedene usluge u marinama koriste turisti čije su platežne mogućnosti uglavnom veće od drugih turista, pa ponuda treba biti bogatija i kvalitetnija. Prema istraživanjima u svijetu, udio tzv. dopunskih ili komplementarnih usluga u prihodima marina prelazi 60 %, što je znatno iznad ostvarenih prihoda istih usluga u hrvatskim marinama. Naime, u hrvatskim marinama os ukupne prosječne potrošnje po osobi koja iznosi 35,36 dolara na osnovne usluge otpada čak 32,36 dolara ili 91,5 %. U cilju ostvarenja što većeg prihoda u marinama i deviznog priliva od nautičkog turizma potrebno je osigurati bogatiju i kvalitetniju ponudu. Zbog nerazvijenosti tzv. sekundarne ponude ostvaruje se vrlo niska potrošnja koja se nastoji kompenzirati visokim cijenama usluga. Prema istraživanju, nautičari koji su prethodno boravili u konkurentskim zemljama, ističu kao bolje u Hrvatskoj prirodu, čistoću i ljepote mora, a kao izrazito lošije visoke cijene usluga. Do 1990. godine Hrvatska se prezentirala kao jedna od najjeftinijih zemalja na Mediteranu, zbog čega je potrebno stvoriti pretpostavke za usklađivanje cijena hrvatske ponude s cijenama ponude u konkurentskim zemljama.

Velike mogućnosti za razvoj nautičkog turizma postoje na hrvatskim rijekama i jezerima, a koje se do sada nisu ostvarile. Razlog tome je nedostatak objekata za smještaj plovila i drugih usluga neophodnih za razvitak nautičkog turizma na unutrašnjim vodama. Prema podacima za 2002. godinu veoma je mali broj nautičara, njih oko 3 % koji se zadržava u lukama i ostvaruje noćenja, pri čemu ni u narednim godinama nije došlo do bitnijeg povećanja. Gotovo tri četvrtine (74 %) nautičara ima završenu višu ili visoku školu. U usporedbi s gostima u smještajnim objektima, kod kojih oko 60 % ima završenu višu ili visoku školu, nautičari su u prosjeku obrazovaniji. Uočena je promjena socio-demografskog profila gostiju-nautičara, koja slijedi i promjene zamijećene i u gostiju u

smještajnim objektima, pa tako se sve više bilježi porast malđih i obrazovanijih gostiju-nautičara.

Konkurentska analiza u odnosu na pojedine zemlje pokazuje da je hrvatska nautička ponuda izrazito konkurentna u odnosu na Sloveniju i Tursku, a nešto manje u odnosu na Grčku i Italiju. Nautičari su izrazito zadovoljni ljepotama prirode, a nezadovoljni mnogim elementima ponude marine i mjesta. Prosječni troškovi putovanja, koji uključuju dolazak od polazne luke i natrag, troškove plovidbe i ostale troškove boravka nautičara, iznosili su u prosjeku 1.281 euro. Prosječna dnevna potrošnja nautičara iznosila je oko 72 eura, nautičari na individualnom putovanju trošili su prosječno dnevno oko 55 eura, a nautičari u charteru oko 139 eura. U pripremio ponude i prihvata nautičkih turista integrirano trebaju sudjelovati raznoliki činitelji. To predstavlja jedan novi marketinški pristup u smislu ponude, raznolikosti, discipline u radu, kako marina, tako i trgovina. Upravo taj marketinški pristup predstavlja osnovicu za daljnji razvoj nautičkog turizma i gospodarstva Hrvatske. Takvim pristupom moguće je znatno povećati udio nautičkog turizma u ukupnom turističkom prometu pa i u ukupnom gospodarstvu, a posredni učinci takve politike ogledali bi se u rastu poduzetništva u primorskim mjestima smještenim uz luke nautičkog turizma⁷.

2.2.KOMPARATIVNE PREDNOSTI HRVATSKE ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA

Jadransko more zauzima važno mjesto u razvitku nautičkog turizma, pri čemu se ističu dvije osnovne skupine komparativnih prednosti istočne jadranske obale. U prvu skupinu spada pogodna lokacija na Sredozemlju, koje postaju sve snažnije europsko i svjetsko turističko središte, kao i posebne pogodnosti ovog obalnog područja. Druga grupa komparativnih razvojnih činitelja odnosi se na iznimnu pogodnost obalnog područja istočnog dijela Jadrana s obzirom na klimatske, geomorfološke i druge karakteristike. Sve osnovne karakteristike tog segmenta prirodnog faktora potrebno je posebno obraditi, a osobito treba istaknuti sljedeće⁸:

⁷ Favro, S.,Kovačić, M. : Nautičko gospodarstvo temelj sustavnog razvoja nautičkog turizma, Pomorstvo: Scientific Journal of Maritime Research, Vol. 22, No, 1, lipanj 2008.

⁸ Favro, S., Saganić, I.: Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog područja kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol. 12, No. 1, lipanj 2007.

- jedinstvena obilježja akvatorija, posebno važna za aktivnosti u nautičkom turizmu
- razvedenost obale, povoljna klima, povoljni vjetrovi srednje jačine, velik broj zaštićenih uvala
- raznolikost prirodnog, pomorskog i podmorskog pejzaža koje omogućavaju krstarenje i malim plovnim jedinicama
- pogodan geografski položaj prema turistički emitivnim europskim zemljama

Analizom geografskih, oceanografskih i meteoroloških parametara karakterističnih za istočnu obalu Jadrana može se zaključiti da ona ima iznimne preduvjete za razvoj nautičkog turizma. Njezina duga i razvedena obala s veliki brojem otoka omogućuje sidrenje i pristajanje, a ujedno je važan element prirodne atrakcijske osnove turizma. Tome pridonose i povoljni klimatski uvjeti, kao što su povoljne temperature zraka i mora, a i vjetrovi čija jačina omogućava nesmetanu plovidbu u većem dijelu godine. Zahvaljujući takvoj situaciji u toplom dijelu godine, od ožujka do listopada prevladavaju vrlo povoljni uvjeti za plovidbu⁹.

2.3.KONKURENTNOST RH U NAUTIČKOM TURIZMU

Dvije grupe čimbenika u najvećoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma, a to su opći čimbenici u koje ubrajamo klimatske uvjete, ljepote, čistoću mora, ljepote krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja te posebni čimbenici koji uključuju prometnu dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na glavna tržišta, osobnu sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost luke nautičkog turizma, odnosno mogućnost veza plovnih objekata u lukama nautičkog turizma ili javnim lukama, ljubaznost i educiranost osoblja, atraktivnost sadržaja na kopnu, kulturna ponuda...

Razmatranje konkurentnosti Hrvatske u nautičkom turizmu je vezano uz susjedne i druge zemlje u Sredozemlju , prije svega Italiju, Francusku, Španjolsku, Grčku, Tursku, Crnu Goru i Sloveniju. Turistički razvijenije sredozemne zemlje Italija, Francuska i Španjolska imaju i razvijeniju ponudu nautičkog turizma. One, međutim nemaju tako privlačnu obalu s

⁹ Ibid, str. 14

otočnim skupinama kao Hrvatska, Grčka i Turska. Dakle, može se reći da su Hrvatskoj u pogledu razvijenosti ponude najveći konkurenti Italika, Francuska i Španjolska, a u pogledu atraktivnosti obale Grčka i Turska. Slovenija i Crna Gora nisu stvarni konkurenti zbog skromnih kapaciteta i razmjerno kratke obale. Isto tako, Hrvatska teško može ozbiljnije konkurirati Francuskoj, Španjolskoj i Italiji ne samo zbog njihove nautičke infrastrukture, nego i zbog kvalitete te raznovrsnosti ukupne ostale turističke ponude. S obzirom na stanje nautičkog turizma te sličnosti obale, Hrvatskoj najbližije zemlje iz navedenog sredozemnog okruženja su Grčka i Turska. To, dakako, ne znači da u pojedinim segmentima nautičke ponude Hrvatska nije konkurentna i drugim sredozemnim zemljama. Hrvatska ostvaruje suverenitet od 12,2 % obalne crte i na oko 33 % obalne crte otoka u Sredozemlju, što upućuje na prirodni potencijal za razvoj nautičkog turizma. Udio Hrvatske u ukupnoj duljini obale (uključujući otoke) svih promatranih zemalja na Sredozemlju iznosi oko 16 %. U ponudi vezova za nautičke plovne objekte u Hrvatskoj u odnosu na sredozemne zemlje Hrvatske iznosi oko 6,9 %, Francuske 47,3 %, Italije 10,4 %, Grčke 6,4 %, Turske 4,9 % itd. S obzirom na duljinu obalne crte, Hrvatska ima oko 2,6 nautičke veze po kilometru, Francuska 6, 4, Italija 3,1, Španjolska 20,2, Grčka 1,1, Turska 2,2 itd. Kad se ovi pokazatelji stave u relativan odnos, može se uočiti da Hrvatska ima udio duljine obale dva puta veći od udjela u broju vezova. Prema navedenom, Hrvatska ima još neiskorištenih komparativnih prednosti i potencijala za povećanje konkurentnosti na tržištu nautičkih usluga. Jedan od pokazatelja konkurentnosti određene turističke ponude je i dojam konkurentnosti u javnosti odnosno među samim nautičarima, što ne mora uvijek odražavati stvarnost, ali u velikoj mjeri utječe na uspješnost prodaje. Analizom ocjena svih elemenata nautičke ponude Hrvatske dobivenih anketom provedenom u okviru istraživanja TOMAS-Nautika, može se zaključiti sljedeće:

- Najveća prednost Hrvatske je u tzv. općim i socijalnim čimbenicima nautičke ponude (čistoća mora, ljepota krajolika, ekološka očuvanost obale te osjećaj sigurnosti u zemlji)
- Najveći nedostatak ukupne hrvatske nautičke ponude su posebni elementi ponude (ugostiteljska ponuda, kapacitet, opremljenost luka)

- Glavna prednost Italije u odnosu na Hrvatsku je njena ugostiteljska ponuda te kapacitet i opremljenost luka nautičkog turizma
- Glavna prednost Francuske i Španjolske u odnosu na Hrvatsku su gostoljubljivost, ugostiteljska ponuda te ponuda luka nautičkog turizma
- Glavna prednost Grčke u odnosu na Hrvatsku je ugostiteljska ponuda te „vrijednost za novac“ ukupne nautičke ponude
- Turska predstavlja konkurenta hrvatskoj nautičkoj ponudi u ugostiteljskoj ponudi, opremljenosti luka nautičkog turizma, „vrijednosti za novac“ ukupne nautičke ponude i dijelom u kapacitetu luka nautičkog turizma
- Slovenija ne predstavlja ozbiljnog konkurenta hrvatskoj nautičkoj ponudi, što je i razumljivo uzimajući u obzir duljinu obale

Prema svim bitnim pokazateljima hrvatska nautička ponuda je konkurentna ostalim zemljama Sredozemlja, osim sa cijenama dnevnog veza. Najvažnija činjenica je da Hrvatska, prema postojećem broju nautičkih vezova, duljinom obale i otoka, njihovom izuzetnom privlačnošću i još uvijek dobroj očuvanosti, te konačno dosegnutoj kvaliteti ukupne nautičke ponude, nedvojbeno ima sve pretpostavke za daljnji kvalitetan i konkurentan razvoj nautičkog turizma pod uvjetom da u budućnosti ne ugrozi osnovnu prirodnu razvojnu osnovu. Analiza ocjene konkurentnosti hrvatskog nautičkog turizma ukazuju na nužnost repozicioniranja i restrukturiranja hrvatskih marina u skladu s trendovima na tržištu nautičkih usluga¹⁰.

¹⁰ Gračan, D., Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, Vol. 12, No. 11, 2006.

Tablica 3. Učestalost dolazaka nautičara u Hrvatsku u razdoblju od 2001.-2012. Godine

Učestalost dolaska u Hrvatsku	2001.	2004.	2007.	2012.
Prvi posjet	9,6	10,8	9,0	10,9
Drugi posjet	14,0	15,4	11,3	12,9
Tri do pet posjeta				26,2
Tri i više posjeta	76,4	73,8	79,7	
Šest i više posjeta				50,0
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: www.iztg.hr

Kao turisti, nautičari pokazuju visoki stupanj lojalnosti. Svaki drugi je u Hrvatskoj plovio šest ili više puta, a svaki četvrti tri do pet puta. Oko 11% nautičara plovilo je, na Jadranu 2012. Godine, prvi put. Rezultati provedenih istraživanja pokazuju da se strukturni udjeli s obzirom na učestalost dolazaka veoma malo mijenjaju.

2.4. ČIMBENICI ODRŽIVOG RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U RH

Nautički turizam proizlazi iz stupnja razvoja gospodarstva općenito u svijetu. Gospodarski razvoj omogućava stvaranje viška financijskih sredstava i viška slobodnog vremena za plovidbu. Tako nastaje nautičko-turistička potražnja. Postoje faktori održivog razvoja turizma na strani potražnje i na strani ponude. Čimbenici održivog razvoja nautičkog turizma na strani potražnje su oni koji utječu na održivi razvoj turizma općenito, te posebni čimbenici. Posebne čimbenike može se podijeliti na one koji su proizvod¹¹:

¹¹ Vidučić, V., Pašalić Ž., Munitić A., Zelenika R., Šimunić S.: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme, Split, 2007. godina

1. stupnja razvoja gospodarstva
2. društva u širem smislu
3. stupnja razvoja turizma

Čimbenici održivog razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude su čimbenici koji omogućuju realizaciju činitelja na strani potražnje. U činitelje održivog razvoja nautičkog turizma na strani turističke ponude ubrajaju se¹²:

1. prirodni uvjeti
2. ponuda prihvatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga

Prirodni uvjeti su neophodni kako bi se razvio nautički turizam. Hrvatska mediteranska obala sa svojom blagom klimom, razvedenom obalom punom otoka, zaljeva, rtova, te blizina emitivnim tržištima idealna je za njegov razvoj. Taj razvoj je do sada uglavnom poštivao zahtjev održivosti, a to je da budućim generacijama ne smijemo ostaviti ugrožen ili uništen okoliš.

Prirodnim uvjetima koji doprinose razvoju nautičkog turizma pripadaju¹³:

1. dovoljne dubine i prostranost akvatorija pogodne za nautički turizam
2. umjerena snaga vjetrova u turističkoj sezoni
3. toplo i bistro more
4. blage plime i oseke
5. umjerene morske struje i veličina valova u turističkoj sezoni
6. bogatstvo morske flore i faune
7. prirodne karakteristike obalnih rijeka, jezera i nacionalnih parkova
8. bogatstvo kulturno-povijesnih spomenika
9. mogućnost sudjelovanja u regatama

¹² Ibid, str. 15

¹³ Ibid, str. 15

Nautičko-turistička ponuda obuhvaća mnoge gospodarske djelatnosti i razne negospodarske aktivnosti, kao što su¹⁴:

1. modernizacija, proširivanje, izgradnja novih luka nautičkog turizma
2. gradnja nautičke flote
3. organizacija jahting klubova
4. izgradnja brodogradilišta za nautičku flotu
5. izgradnja terena za sport, rekreaciju, parkirališta, izgradnja stanica za opskrbu gorivom, trgovačkih, hotelskih i ugostiteljskih objekata itd.
6. izgradnja hangara za suhi vez. Te radionica za servis motora i održavanje plovila

Kako bi nautičari mogli ploviti izvan luka neophodan je razvoj ponude prihvatnih sadržaja i usluga. Na održivi razvoj nautičkog turizma bitno utječe stupanj kulture lokalnog stanovništva, pomorska tradicija i intenzitet nautičke propagande. Nautički turizam konzumira viši i srednji sloj društva. Nautički turizam s osnovnom svrhom plovidbe, rekreacije i odmorom u istinskom prirodnom okruženju, bitno pomaže u stabiliziranju pojedinca, ali i društva u cjelini općenito.

Održivi razvoj nautičkog turizma na hrvatskom primorju treba unaprijediti poslovne rezultate, konkurentnost na tržištu, pobijediti slabosti poslovanja, iskoristiti prilike i prednosti, te efikasno prezentirati vlastite potencijale. Održivi razvoj nautičkog turizma trebao bi se temeljiti na do sada izloženom i¹⁵:

1. gospodarski napredak treba iskoristiti mogućnost investiranja u velike marine tamo gdje je to studijama isplativosti uz održivi razvoj moguće
2. potrebno je izraditi liste prioriteta ulaganja
3. tržište treba strategijski obrađivati kada je propaganda u pitanju
4. poticati integracije u nautičkim i srodnim djelatnostima

¹³Vidučić, V. , Pašalić Ž., Munitić A., Zelenika R., Šimunić S.: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme, Split, 2007. Godina

¹⁵ Ibid, str. 16

5. poboljšavati carinske, pomorske i druge propise
6. organizacijom nautičkog turizma nacionalno iskorištavati obalni prostor
7. nautički turizam razvijati naročito na depopulacijom ugroženim otocima i područjima obale
8. podizati ekološku svijest svih članova društva

Razvitak obalnoga prostora mora biti dugoročno održiv, jer je očuvani prostor najvažniji resurs. Održivi razvitak uključuje ispunjenje naših potreba, bez smanjivanja mogućnosti da se ispune potrebe budućih naraštaja. Održivost, kada se radi o nautičkom turizmu, podrazumijeva ravnotežu između ograničavanja mogućnosti gospodarskog razvitka i dopuštenog smanjivanja kvalitete obalnog ekosustava¹⁶. Važan instrument u promociji održivog razvoja nautičkog turizma je plava zastava. Plavom zastavom se ocjenjuje nautičke turističke luke i plaže koje zadovoljavaju kriterije ekološke kvalitete. Kriteriji plave zastave obuhvaćaju slijedeće aspekte¹⁷:

1. neprekidna briga za okoliš od strane vlasnika koncesije
2. organizacija obrazovanja osoblja u cilju zaštite okoliša
3. obavještanje javnosti o stanju okoliša, sigurnosti i uslugama na plažama
4. gospodarenje okolišem u skladu s osnovnim ekološkim načelima

U cilju održivog razvoja nautičkog turizma, osim navedenog, treba osuvremeniti i proširiti, gdje to uvjeti dopuštaju, postojeće marine te popuniti prostore na srednjem i južnom dijelu hrvatskog primorja novim marinama. Nove marine su potrebne kako bi mreža marina bila popunjena u cilju što lakšeg smještaja brojnih plovila tijekom turističke sezone. Treba izgraditi veći broj jeftinih sezonskih marina na pontonima koje se mogu zimi i demontirati. Prednosti tih marina, u odnosu na veliki broj do sada izgrađenih marina, je u minimalnim zahvatima u okolišu, te u vrlo brzom i jeftinom povratku na izvorni okoliš. Maritimne i ostale aktivnosti nautički turizam treba približiti dozvoljenom optimumu, u skladu s

¹⁶ Zelenika, R., Vidučić, V.: Model razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj do godine 2015., *Ekonomski pregled*, Vol. 58, No. 9-10, listopad 2007.

¹⁷ *Ibid*, str.17

osnovnim aspektima održivosti, a na korist lokalnog stanovništva (zapošljavanje) cijele Hrvatske što pridonosi pozitivnom gospodarskom efektu.

3.4.1. Održivi razvoj kapaciteta nautičkog turizma

Za nautički turizam potrebno je značajno očuvanje prirodnih resursa poradi oblikovanja izvornih održivih konkurentskih prednosti nekog područja, destinacije. Stoga je prijeko potrebno postizanje harmonizacije stavova na profesionalnoj i etičkoj razini razvoja nautičkog turizma, u koji bi bili uključeni i umreženi svi sudionici oblikovanja nautičke usluge. Do sada se nautički turizam u Hrvatskoj razvijao uglavnom neplanski bez sveobuhvatne analize lokacije za luke nautičkog turizma i bez zajedničke brige o tome kako će ta vrsta turizma utjecati na okoliš. Obalna područja, kao jedini prostori na kojima se može odvijati nautički turizam, nemaju prostornu alternativu. To su vrlo osjetljiva područja, zbog čega podliježu mnogobrojnim ograničenjima u korištenju prirodnih resursa u funkciji razvoj nautičkog turizma. Sredozemne zemlje, pa tako i Hrvatska susreću se s problemom prezasićenosti pojedinih lokacija obale i otoka zbog turizma, pa nastoje uskladiti ekološke i ekonomske interese daljnjeg razvoja turizma. Budući da je nautički turizam najveći korisnik akvatorija i obale, on mora postati i najvećim promotorom zaštite okoliša. Na sreću, dosadašnji razvoj turizma u Hrvatskoj, iako neplanski i stihijski, nije znatnije ugrozio temelj na kojem se razvija, obalu, otoke i more. To je vidljivo iz podataka prikupljenih u okviru istraživanja *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj*, TOMAS, Nautika 2004., gdje su nautičari u Hrvatskoj ocjenjivali između ostalog, i prostorne i ekološke elemente. Elemente kao što su ljepota krajolika, ekološka očuvanost obale, čistoća mora i čistoća mjesta nautičari su ocijenili među najboljima na Sredozemlju. Odrednice razvoja nautičkog turizma usmjeravaju ga prema kvaliteti, individualizmu ili humanom turizmu, što nautičkom turizmu daje novu dimenziju kao korisniku i aktivnom zaštitniku prirodnih i kulturnih vrijednosti na moru i priobalju, a napose na otocima. Pritom politika razvoja ne smije dopustiti da turizam postane multiplikator ekološke degradacije prirodne okoline litoralnog prostora. Ona treba biti usmjerena prema optimalno izabranim vrstama turizma u ekološki dopustivim granicama, uz prihvaćanje načela i strogih mjera zaštite prirodne i kulturne baštine. Planski razvoj nautičkog turizma na otocima, ali i na obali, trebao bi biti u skladu s načelima održivog razvoja. Samo će tako

potaknuti gospodarski razvoj i zadovoljiti potrebe nautičara te u isto vrijeme dati učinkovit doprinos zaštiti okoliša i održivom razvoju obale i otoka¹⁸.

3.4.2. Strateški koncepti razvoja nautičkog turizma u RH

Nautički turizam je u proteklih trideset godina zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa u svjetskom pa tako i u hrvatskom gospodarstvu. U Hrvatskoj predstavlja izvozni proizvod i jednu od najdinamičnijih pojava s neprocjenjivom važnošću za razvitak gospodarstva koja još uvijek ne ostvaruje odgovarajuću materijalnu dobit koliko bi mogla s obzirom na potencijale pa se njegov pravi razvoj tek očekuje. Nautički turizam kao djelatnost obećava mnogo za cjelokupno gospodarstvo, a postojeći organizacijski modeli kao i Strategija razvoja nautičkog turizma omogućava kvalitativni i kvantitativni razvoj koji će potaknuti gospodarski rast. To je složeni sustav koji uvjetuje stvaranje regulatornog okvira budućeg turističkog razvoja. Hrvatska od turizma dobiva mnogo, a još više očekuje u budućnosti pa obalni prostor treba maksimalno očuvati, jer prostor nije obnovljivi resurs. Nije potrebna brza zarada, industrija i masovnost jer je Hrvatska dovoljno atraktivna, izvorna i prepoznatljiva. Današnji turizam traži, toplo, ljudsko, osobno, tj. Sve ono što se u velikim svjetskim destinacijama izgubilo, gdje su nautičari samo broj. Održivi razvoj treba sagledati ne samo kroz izgradnju novih marina, povećanju kapaciteta, već i kroz povećanje kvalitete u simbiozi s postojećim resursima i infrastrukturom. Kroz analiziranje prednosti i nedostataka treba iskoristiti sav potencijal kako bi se Hrvatska dovela u red vodećih turističkih zemalja.

Kvalitetan, učinkovit, dugoročan i održiv razvoj nekog područja nije moguć bez osmišljenog pristupa i strateškog planiranja kojim se utvrđuju ukupni razvojni potencijali, postojeći problemi, nedostaci i smetnje, vizija budućeg razvoja te prioriteta i ciljevi. S tom namjerom izrađena je Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske koja je, dakle, strateški dokument koji predstavlja polazište svih aktivnosti dugoročnog upravljanja održivim razvojem nautičkog turizma u svim elementima održivosti i na svim razinama donošenja razvojnih odluka.

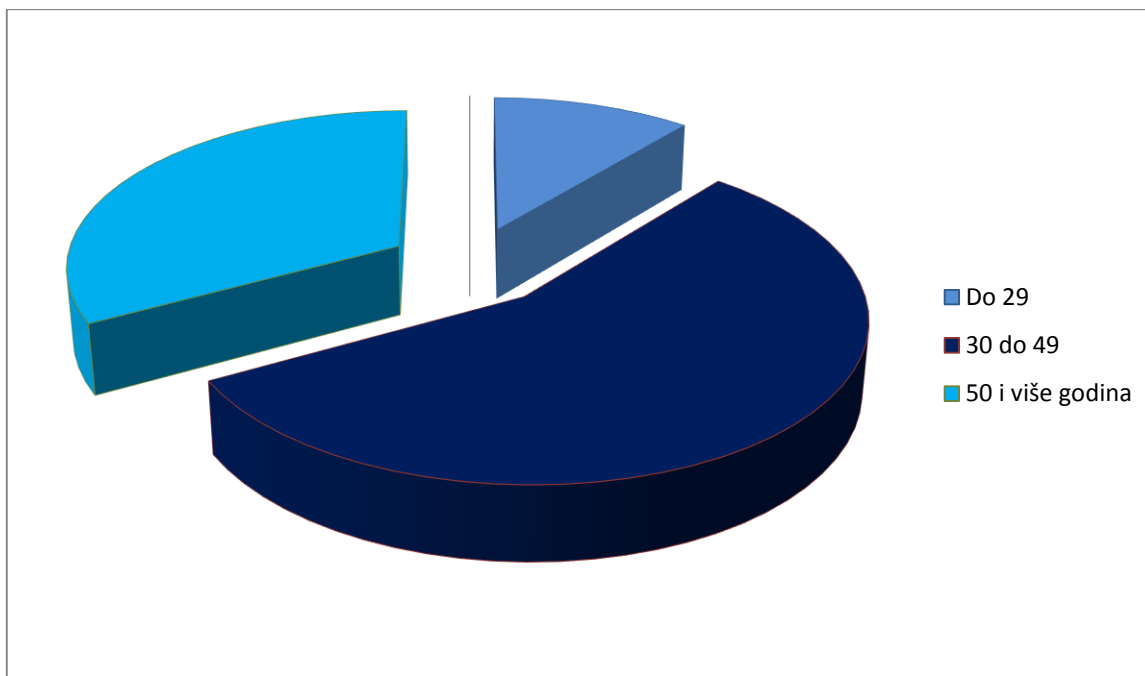
Kako bi se omogućila učinkovita i jednoobrazna provedba Strategije neophodna je zajednička koordinacija aktivnosti svih subjekata i sudionika razvoja nautičkog turizma.

¹⁸ Favro, S., Saganić, I.: Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol. 12 No.1, lipanj 2007.

Usvajanjem ovog Akcijskog plana provedbe Strategije, odnosno razradom mjera, aktivnosti, nositelja i rokova utvrdit će se provedba predloženih strateških ciljeva.

Budući razvitak nautičkog turizma u Hrvatskoj treba promatrati kroz stvaranje okvira za ravnotežu ekonomskog napretka i održivosti razvoja, ali i valorizaciju dugoročno planiranih sustavnih mjera čime bi se stvorili uvjeti za poboljšanje gospodarske slike hrvatskog jadranskog prostora. Kako bi nautički turizam u Hrvatskoj ostao autentičan i prepoznatljiv, neophodno je zaštititi i očuvati izvornost obalnog prostora i mora da ne dođe do negativnih posljedica i zasićenosti turističkog prostora. Politika nautičkog turizma i zaštita trebaju usporedne, a ne oprečne ciljeve. Da je jadranski prostor prepoznatljiv i autentičan ili jednostavno drugačiji, tradicionalno orijentiran, govori i analiza učestalosti dolazaka inozemnih nautičara koje je proveo Institut za turizam. Jadranom je 50 % nautičara plovilo šest ili više puta, a 26 % više od tri puta. Hrvatska je zemlja čiji su prirodni resursi glavni motivirajući faktor za dolazak i boravak turista te održivo iskorištavanje i razvoj prirodnih dobara postaju uvjet razvoja gdje ekološka komponenta treba biti uravnotežena s ekonomskom¹⁹.

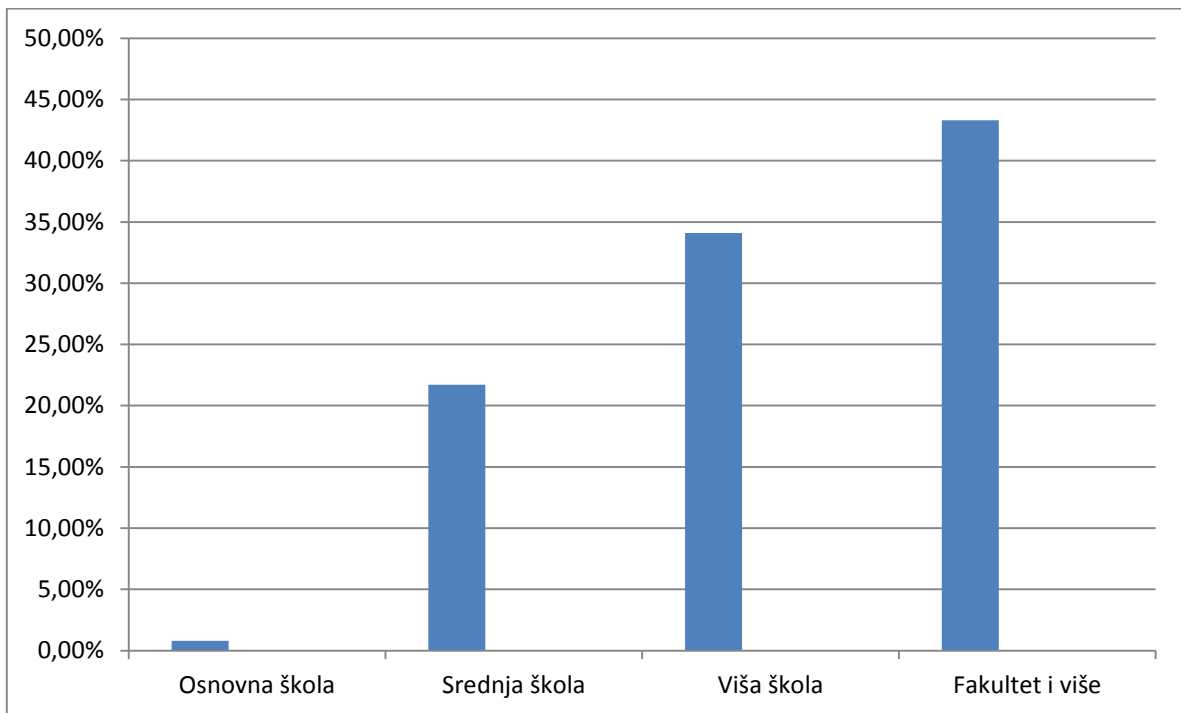
Grafikon 1. Prikaz dobi nautičara na području RH 2012. Godine



Izvor: Institut za turizam, Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika, Jahting 2012. Zagreb, 2012

¹⁹ Dogan, K., Mršić, T., Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik, Vol 47-48, No. 1, travanj 2014.

Grafikon 2. Prikaz nautičara prema stupnju obrazovanja u RH 2012. godine



Izvor: Institut za turizam, Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika, Jahting 2012. Zagreb, 2012.

Prema grafovima vidljiv je stupanj obrazovanja i dobna starost nautičara/turista koji su posjećivali Republiku Hrvatsku tijekom 2012. godine. Možemo zaključiti kako je prosječna dob nautičara iznosila 45 godina, čak 56%, dok za njima slijede nautičari u dobnoj starosti od 50 i više godine (33%), dok je mlađe populacije, onih do 29 godina i dalje vrlo malo (samo 11%).

Također, kako je vidljivo iz grafikona pod brojem 2, većina nautičara koja je Hrvatsku posjetila tijekom ljeta 2012. godine ima završenu višu ili visoku školu (čak 43%). Posjetitelja sa završenom srednjom školom bilo je oko 22%, dok je vrlo neznatan postotak onih posjetitelja sa završenom samo osnovnom školom (0,8%).

3.5. POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA RH

Hrvatska je najmlađa država Mediterana, država koja je po svemu izrazito mediteranska. S 1.777 kilometara obale i još 4.058 kilometara obale na oko 800 otoka, Hrvatska ostvaruje tek oko 10.700 američkih dolara po glavi stanovnika. Kao mlada država, još uvijek je u

procesu sređivanja svog gospodarstva i profiliranja gospodarske razvojne politike, te su mnogi pokazatelji razvoja tek indikativni, a ne egzaktni. Politika razvoja nautičkog turizma Hrvatske odvijala se u dva dijela, odnosno dva osnovna razdoblja. Bolje rečeno, radi se o dvije politike dvaju političkih i gospodarskih sustava.

Hrvatska posjeduje idealne preduvjete za razvitak nautičkog turizma i ima niz komparativnih prednosti u odnosu na većinu drugih sredozemnih zemalja. One se ogledaju u velikoj razvedenosti obale i otoke, većem broju dobro raspoređenih i zaštićenih luka, pogodnijem geografskom položaju u odnosu na emitivno turističko-nautičko tržište, zatim u bolje očuvanoj prirodi i posebno čistom moru. Danas je, međutim, Hrvatska morem još uvijek na određeni način odvojena od svijeta, odnosno pomorska orijentacija Hrvatske još je uvijek „mrtvo slovo na papiru“. Imajući u vidu sve prednosti pomorskog prometa i njegovo značenje u svijetu danas, sve moguće nedostatke treba ukloniti. Turizam, posebno nautički, lako izlazi iz lokalnih okvira i uz prirodne resurse, ali i ljudski radni doprinos daje gotovo neslućene mogućnosti. Zato je primjena koncepcije suvremenog marketinga i politike razvoja potrebna pretpostavka razvoja i uključivanja hrvatskog nautičkog turizma u globalne nautičko-turističke tijekove²⁰

Tablica 4. Osnovni pokazatelji razvijenosti zemalja nautičkog turizma

Zemlje	Ukupno stan. u milijunima	BND po stanovnik u (u eurima)	Duljina obale s otocima (u km)	Broj kategoriziranih marina za nautički turizam	Broj komercijalnih vezova	Broj vezova na 1 km obale	Kilometar a obale na jednu marinu
Španjolska	40	22.000	5.200	245	80.061	15,4	21,2
Francuska	60	27.500	550	99	64.710	117,7	5,6
Italija	60	26.800	8.500	478	167.875	19,8	17,8
Grčka	11	19.900	13.676	63	12.797	0,9	217,1
Hrvatska	4,5	10.700	5.835	83	15.407	2,6	70,3

Izvor: Luković, T., Šamanović, J. : Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007., str. 209.

²⁰ S. Favro, I. Saganić, Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol.12, No. 1, lipanj 2007.

Zasićenost obale na Mediteranu nije ravnomjerno raspoređena. Grčka je sa 13.676 km obale ostala najnerazvijenija u nautičkom turizmu, a Španjolska i Italija dosegle su stupanj zasićenosti svojih obala marinama na granici održivog razvoja. Hrvatska s prosjekom od 70,3 km između dvije marine ima velike mogućnosti daljnjeg razvoja pa je potrebno poboljšati poslovne rezultate, konkurentnost, nadvladati slabosti i efikasno prezentirati sve vlastite potencijale uz stalno praćenje svjetske potražnje i prilagođavanja. Posljednjih desetak godina razvoj nautičkog turizma je stihijski, sagrađeno je novih marina s oko 1.000 vezova, a 2012. godine luke nautičkog turizma su ostvarile ukupan prihod od 660 milijuna kuna.

Ova tablica raspolaže podacima iz 2006.-2007. godine i svake godine brojke vezova i marina raste i često je neophodna nadogradnja tj. sustav marina koji će s modernom infrastrukturom i bogatom ponudom moći zadovoljiti sve raznovrsnije i veće potrebe nautičara (turista) poštujući načela održivog razvoja.

3.5.1. Povijesni razvoja sustava nautičkog turizma u RH

Prvi sustav razvoja nautičkog turizma, razvijan je u bivšoj Jugoslaviji i to kao respektirani podsustav nacionalne politike razvoja gospodarstva. Politika razvoja nautičkog turizma imala je svoj oblik, ali i realizaciju kroz jedno državno poduzeće ACY (Adriatic Club Yugoslavia). U tom razdoblju izgrađen je sustav marina od Pule do Dubrovnika. Izvor financiranja bili su državni, te je kontrola razvoja bila u rukama države. Bez obzira na sve političke kritike, nautički je turizam u tom razdoblju zabilježio ubrzani razvojni trend. Tada se javljaju i prvi počeci privatnog nautičkog turizma, uglavnom kroz športske lučice, odnosno kroz privatne tvrtke, koje su iznajmljivale svoje i tuđe brodove, odnosno crni charter. Poslovanje i rad privatnih marina bilo je imanentno političkom sustavu, te osim ACY-a, komercijalnih privatnih luka nautičkog turizma nije bilo. U tom razdoblju skromno se javlja cruising, kao poseban oblik nautičkog turizma na Jadranskoj obali. Istodobno, i ACY razvija svoju djelatnost, te uz dobru suradnju s inostranim investitorima i tvrtkama za iznajmljivanje plovila (Grčka, Italija, Austrija i sl.), profilira svoju osnovnu djelatnost. Nakon neuspjelog pokušaja formiranja svoje flote brodova, ACY se određuje kao čisto nautičko poduzeće koje posluje u svojim marinama duž čitave istočne obale Jadrana. Dakle, prvo razdoblje (od 1980. do 1990. godine) možemo označiti kao razdoblje uspješnog početnog razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Drugo razvojno razdoblje, jer o sustavu se ne može govoriti, možemo promatrati nakon Domovinskog rata, odnosno krajem drugog tisućljeća. U tom drugom razdoblju, Hrvatska ima dva podrazdoblja koja se tiču razvoja nautičkog turizma.

Prvo poratno razdoblje trajalo je do početka drugog tisućljeća, odnosno do kraja 1999. godine kada je donesen „Pravilnik o kategorizaciji luka nautičkog turizma“, čime ujedno započinje druga razvojna faza. U toj prvoj poratnoj fazi razvoja nautičkog turizma, promatrano s državno-administrativnog razvojnog aspekta, briga za nautički turizam potpuno je izostala. Država se bavila drugim problemima te je izostala briga, ne samo za nautički turizam, već i za cjelokupno nacionalno gospodarstvo koje nije imalo jasno definiranu strategiju razvoja. Sve što je s ACY-em napravljeno u tom razdoblju je promjena imena u ACI „Adriatic Club International“, koji je ostao kao sustav marina. Sve državne vlade koje su se mijenjale u Hrvatskoj bile su gotovo preplašene njegovom veličinom i bivšim proklamiranim statusom. U tom razdoblju država nije bila u stanju participirati u razvoju nautičkog turizma. I dok se država bavila drugim, uglavnom političkim i stranačkim problemima, domaći i poneki inozemni investitori, započeli su s razvojem nautičkog turizma u Hrvatskoj²¹. U potpunoj neizvjesnosti i razvojnoj nesigurnosti razvijale su se gotovo spontano marine na hrvatskoj obali. Njihovo uspješno poslovanje, uz postupno saniranje poratne štete u marinama, odvijalo se uz velike godišnje oscilacije. Nakon tog razdoblja velikih godišnjih oscilacija, razvoj nautičkog turizma odvijao se uspješno, a rezultat 2005. godine dotakli su predratni nivo. To je potaklo veći angažman države, čime se razvoj nautičkog turizma počeo kontrolirano odvijati.

Druga faza razvoja nautičkog turizma započinje krajem 1999. godine, odnosno početkom 2000. godine. Od tada hrvatska država nalazi sve više interesa za participiranje u razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj. Formiraju se udruženja marina, cruisera, chartera i skippera na državnoj razini, pri Gospodarskoj komori Hrvatske, a državna administracija ubrzano donosi niz zakona, pravilnika, uredbi i drugih dokumenata sa zakonskom snagom. U pet godina Hrvatska je donijela sustav relevantnih zakona na temelju kojih se može odvijati razvoj nautičkog turizma. U svemu tome ostao je za doradu Zakon o koncesijama, kao jedan od ključnih nedorađenih zakona u nautičkom turizmu. Regionalni koncept razvoja, postupno poprima prihvatljivi oblik razvoja u nautičkom turizmu, a temelji se na županijskim prostornim planovima. Kao ključni dio tog razdoblja, u kojem je razvoj

²¹ Luković, T., Šamanović J.: Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Split, 2007.

nautičkog turizma iz inicijative spretnih poduzetnika i ulagača prerastao u kontrolirani razvoj, ušlo se u završnu fazu izrade vrlo važnog državnog dokumenta, Strategije razvoja nautičkog turizma Hrvatske. Dakle, cjelokupan proces razvoja nautičkog turizma uspio je i pored činjenica da Hrvatska još uvijek nema definiranu politiku i strategiju razvoja gospodarstva. Sve je to dokaz visokog stupnja razvojnog i gospodarskog značaja nautičkog turizma u Hrvatskoj koji postupno postaje dio realnog života. Značajan broj marina se privatizirao, a izgrađene su i nove marine od kojih se kao primjer može navesti razvojni put marine „Frapa“ u Rogoznici, koja je u nešto više od deset godina svoje izgradnje, dosegla nivo kvalitete vodećih marina na Mediteranu. U geostrateškom smislu razvoja nautičkog turizma, vrijedno je istaknuti da su investitori odabrali nekoliko strategija i to:

- izgradnju nautičkih centara u većim gradskim središtima uzduž hrvatske obale
- izgradnju nautičkih centara jednostavnijeg tipa na pažljivo odabranim lokacijama na otocima
- izgradnja elitnih nautičkih centara u geografski prikladnim sredinama uz visokovrijedno kompletiranje ponude

U osnovnom izvedbenom konceptu izgradnje primjećuju se dva strateška modela:

- korištenje prirodnih prednosti obale (ljepota obale, razvedenost, čistoća mora, veliki broj otoka i prirodnih odmorišta,...)
- korištenje većih gradskih središta, koja upotpunjuju kvalitetu ponude, posebno u kulturnom, uslužnom i zabavnom smislu

Svaki od ova dva modela ima logične i opravdane razloge. I dok je, s jedne strane politika države, u smislu potpore i definiranja razvoja, u početku sasvim izostala, s druge strane je interes privatnih investitora bio pokretač postojećeg razvoja nautičkog turizma. Potreba boljeg organiziranja luka nautičkog turizma uz pomoć državne administracije, realizirana je u zadnjih pet godina. Jakim angažmanom države stvoreni su temelji za brži razvoj nautičkog turizma Hrvatske i važno je istaknuti da je nautički turizam u Hrvatskoj, u smislu stupnja iskorištenosti prirodnih potencijala, na vrlo visokom stupnju, dok su postojeće marine relativno dobro organizirane. Obala hrvatskog Jadrana izuzetno je interesantna za buduće investitore u nautičkom turizmu. Zaključno treba istaknuti da se razvoj nautičkog turizma polako vraća u sustav kontroliranog i usmjeravanog razvoja, a na principima održivog razvoja. Državna administracija u domeni svoje nadležnosti, postupno osigurava potrebne uvjete razvoja, od kvalitetnih cesta do adekvatnih zakona. Potražnja za

kapacitetima luka nautičkog turizma u sezoni, procjenjuje se na dvostruku veličinu od postojećih kapaciteta, kako u drugim državama Mediterana, tako i u Hrvatskoj. Očigledno je da se gospodarski razvoj u priobalnom području Hrvatske može bazirati na razvoju nautičkog turizma i to na dva već spomenuta modela²²:

- na području na koje investitor dolazi i gdje, osim prirodnih, nema gotovo nikakvih drugih uvjeta za razvoj (primjer marine „Frapa“)
- na području gdje postoji izgrađena infrastruktura i blizina većih privlačnih gradskih centara (primjer marine „Kaštela“)

3.5.2. Prostorno-planske osnove razvoja nautičkih luka

Prostornim planovima županija predviđeno je proširenje postojećih i izgradnja novih prihvatnih kapaciteta na oko 300 potencijalnih lokacija, što je više nego jedan i pol puta od postojećih. Za potrebe proširenja i izgradnje navedenih lokacija nužno je provesti analizu istih i temeljem nje utvrditi u postupku izmjene i kroz ili dopune ili izrade novih prostornih planova županija najprihvatljivije potencijalne lokacije za desetogodišnje razdoblje. Novim prostornim planovima (u planskom razdoblju do 2015. godine) planirana je izgradnja novog ukupnog kapaciteta od 33.655 mjesta i to u moru 25.755 vezova i na kopnu 7.900 mjesta. U budućnosti, prema prostornim planovima županija, izgradnjom novoplaniranih kapaciteta uz pribrojene postojeće, ukupan kapacitet za nautički turizam bio bi 54.675 mjesta i to u moru 41.589 i na kopnu 13.086. Najveći planirani rast ukupnih kapaciteta imaju županije ovim redoslijedom: Istarska, Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Šibensko-kninska i Zadarska. Istarska županija ima scenarij najintenzivnijeg razvoja. S obzirom na postojeći trend potražnje za vezovima, prostorni planovi županija imaju scenarij intenzivne izgradnje. Ne želeći zaustaviti razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, prilikom planiranja izgradnje novih kapaciteta svakako je neophodno kao polaznu osnovu uvažavati utvrđivanje nosivog kapaciteta prostora.

Tablica 5. Kapacitet vezova luka nautičkog turizma i mjesta na kopnu prema prostornim planovima županija

ŽUPANIJE	POSTOJEĆI KAPACITETI	NOVOPLANIRANI KAPACITETI	SVEUKUPNO
----------	----------------------	--------------------------	-----------

²² Ibid, str. 22

	U moru	Na kopnu	Ukupno	U moru	Na kopnu	Ukupno	
Istarska	3.890	772	4.662	7.330	7.100	14.430	19.092
Primorsko-goranska	3.228	1.938	5.166	3.100	0	3.100	8.266
Ličko-senjska	0	0	0	850	800	1.650	1.650
Zadarska	3.676	1.030	4.706	1.800	0	1.800	6.506
Šibensko-kninska	2.795	900	3.695	2.140	0	2.140	5.835
Splitsko-dalmatinska	1.581	390	1.971	3.185	0	3.185	5.156
Dubrovačko-neretvanska	664	156	820	7.350	0	7.350	8.170
UKUPNO	15.834	5.186	21.020	25.755	7.900	33.655	54.675

Izvor: www.mppi.hr

Tablica 6. Udio županija u ukupnom kapacitetu vezova luka nautičkog turizma prema prostornim planovima

ŽUPANIJE	Udio postojeć i	Postotak	Ukupno novoplanirani	Postotak	Sveukupno	Postotak
Istarska	4.662	22,18%	14.430	42,88%	19.092	34,92%
Primorsko-goranska	5.166	24,57%	3.100	9,21%	8.266	15,12%
Ličko-senjska	0	0,00%	1.650	4,90%	1.650	3,02%
Zadarska	4.706	22,39%	1.800	5,35%	6.506	11,90%
Šibensko-kninska	3.695	17,58%	2.140	6,36%	5.835	10,67%
Splitsko-dalmatinska	1.971	9,38%	3.185	9,46%	5.156	9,43%
Dubrovačko-neretvanska	820	3,90%	7.350	21,84%	8.170	14,94%
UKUPNO	21.020	100,00%	33.655	100,00%	54.675	100,00%

Izvor: www.mppi.hr

Tablica 7. Budući kapaciteti vezova i mjesta na kopnu po županijama prema prostornim planovima.

ŽUPANIJE	SVEUKUPNO			INDEKS RASTA 2015./2007.		
	U moru	Na kopnu	Ukupno	U moru	Na kopnu	Ukupno
Istarska	11.220	7.872	19.092	188,43%	919,69%	309,52%
Primorsko-goranska	6.328	1.938	8.266	96,03%	0,00%	60,01%

Ličko-senjska	850	800	1.650	850,00%	800,00%	1.550,00%
Zadarska	5.476	1.030	6.506	48,97%	0,00%	38,25%
Šibensko-kninska	4.935	900	5.835	76,57%	0,00%	57,92%
Splitsko-dalmatinska	4.766	390	5.156	201,45%	0,00%	161,59%
Dubrovačko-neretvanska	8.014	156	8.170	1.106,93%	0,00%	896,34%
UKUPNO	41.589	13.086	54.675	162,66%	152,33%	160,11%

Izvor: www.mppi.hr

3.5.3. Razvojni scenarij i utvrđivanje primjerenog regionalnog razvoja

Na osnovi svih poznatih i prikupljenih spoznaja, postojećeg stanja i principa održivog razvoja, na području Republike Hrvatske sagledavaju se dva razvojna scenarija razvoja nautičkog turizma.

Prvi, intenzivni razvojni scenarij (scenarij A) temelji se na prostornim planovima županija koje predviđaju izgradnju novih prihvatnih kapaciteta s ukupno 33. 655 vezova, od čega je njih 25.755 planirano u moru i 7.900 na kopnu) što je povećanje više od jedan i pol puta (158%) u odnosu na postojeća mjesta. S obzirom da u Sredozemlju postoji veća potražnja od ponude za novim stalnim vezovima i da postoji veliko zanimanje investitora za izgradnjom luke nautičkog turizma može se lako zaključiti da bi se svi planirani novi kapaciteti mogli izgraditi u roku od deset godina. U tom slučaju prosječna godišnja stopa rasta kapaciteta bila bi visokih 10%.

Drugi, umjereni razvojni scenarij (scenarij B) temelji se na istraživanjima provedenim za potrebe Studije razvoja prijedlogu da se u slijedećem razdoblju od 10 godina poveća prihvatni kapacitet vezova za smještaj dodatnih 15.000 plovnih objekata na način da 1/3 vezova bude u lukama nautičkog turizma, 1/3 u postojećim lukama otvorenim za javni promet, te 1/3 na površinama na kopnu. Dakle, 2/3 vezova u moru i 1/3 na kopnu. Studija je do navedenog broja od 15.000 vezova došla temeljem hidrografskih istraživanja planiranih lokacija za luke, uvažavanjem preporuke iz oceanografskih istraživanja bioraznolikosti Jadranskog mora i analize ugroženosti pojedinih lokacija s naslova sigurne plovidbe. Predlaže se također, poželjan raspored novih kapaciteta po županijama, s

namjerom da se izgradnjom, novih kapaciteta ublaže postojeće razlike u prihvatnim mogućnostima pojedinih županija, uvažavajući njihova obilježja, te uzimajući u obzir i maksimalne kapacitete predviđene prostornim planovima pojedinih županija.

Sukladno navedenim istraživanjima i analizama, te zaključcima Studije za razvoj nautičkog turizma Republike Hrvatske, za Hrvatsku je prikladan umjereni razvojni scenarij ili scenarij B utemeljen na utvrđenom nosivom kapacitetu prostora, umjerenoj godišnjoj stopi rasta i načelu uravnoteženog regionalnog razvoja (s mogućnostima odstupanja zbog uvažavanja obilježja pojedinih županija), koje je usklađeno s razvojem prateće komunalne i druge infrastrukture i potrebama osiguranja pune zaposlenosti stanovništva. U svrhu realizacije potrebno je smanjiti planirane kapacitete prihvata plovnih objekata predviđenim županijskim prostornim planovima, te izraditi strateške procjene utjecaja na okoliš.

4. GOSPODARSKI UTJECAJ I MISIJA NAUTIČKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Nautički turizam ubraja se među najpropulzivnije vrste turizma, koje imaju obilježje rekreacije. On predstavlja jednu novu socioekonomsku pojavu u društvu, čija budućnost tek dolazi. Svojim višestrukim učincima pridonosi bogatijoj i svestranijoj kvaliteti življenja, urbanizaciji i uređenju površina, te ostvaruje niz drugih učinaka, koji su posredno ili neposredno vezani za cjelovitu turističku humanizaciju prostora²³. Gospodarski učinci nautičkog turizma definiraju se na osnovu procijenjenog prihoda od ukupnog turizma. Nautički turizam u ukupnom prihodu od turizma, prema procjenama, sudjeluje sa 10%. Procjenu prihoda nautičkog turizma čine:

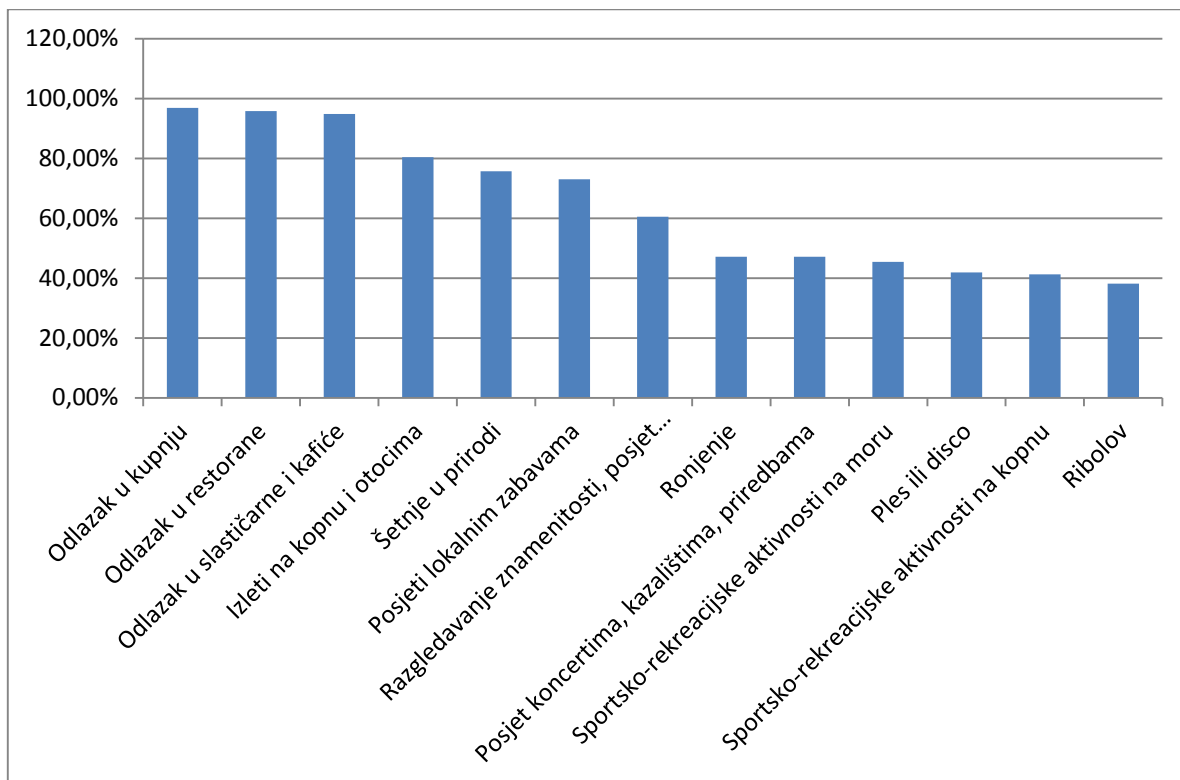
- Prihodi od plovnih objekata na stalnom godišnjem vezu u lukama nautičkog turizma
- Prihodi od tranzitnih vezova
- Prihodi od sezonskih vezova
- Prihodi od nautičkih vezova u dijelu luka otvorenih za javni promet
- Prihodi održavanja i popravaka brodica i motora u lukama nautičkog turizma i drugim servisima
- Prihodi ostvareni iznajmljivanjem plovnih objekata
- Prihodi brodova za kružna putovanja
- Prihodi od raznih naknada (registracija plovnih objekata/naknada za upis, izdavanje vinjeta za strane jahte i brodice, boravišne naknade...)
- Prihodi od koncesija na pomorskom dobru
- Prihodi od prodaje pogonskog goriva

Svakako treba uzeti u obzir i gospodarske učinke koje nautički turizam ima na ugostiteljstvo i ostale uslužne djelatnosti. Ukupno procijenjeni prihodi od oko 700 milijuna eura koji se u okviru nautičkog turizma ostvaruju nedvosmisleno pokazuju, s jedne strane da je nautički turizam u okviru cjelovitog sagledavanja hrvatskog turizma i njegovih

²³ Favro S., Kovačić, M.: Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Split, 2010.

učinaka u velikoj mjeri podcijenjen, a s druge strane ukazuju na složenost njegova obuhvata u svim njegovim pojavnim oblicima i učincima.

Grafikon 3. Prikaz aktivnosti nautičara u Hrvatskoj tijekom 2012. Godine



Izvor: Institut za turizam, Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika, Jahting 2012. Zagreb, 2012.

Prema podacima iz grafikona možemo zaključiti kako najveći broj nautičara/turista tijekom svog boravka u lukama nautičkog turizma i odmora odlazi u kupnju (97%), restorane (96%), slastičarnice i kafiće (95%). Također, vrlo često se organiziraju izleti na obali i otocima (80%), razgledavanja znamenitosti, sati ronjenja, šetnje u prirodi itd. U manjoj mjeri se bave sportsko-rekreacijskim aktivnostima na kopnu i moru (42%), kao i ribolovom.

4.1. MEĐUZAVISNOST NAUTIČKOG TURIZMA I GOSPODARSTVA

Unatoč nezadovoljstvu pojedinim elementima ponude, nautičari konkurentnost Hrvatske u usporedbi s drugim mediteranskim zemljama u kojima su plovili ocjenjuju izrazito visokom, što se očituje u njihovim sve češćim dolascima i u rastu potrošnje. Tako je dnevna potrošnja nautičara u 2004. godini za oko 62 % veća od one ostvarene u 2001. Godini, uzimajući u obzir različite tečajne odnose USD i kune iz 2001. i 2004., ali ne uzimajući pri tome u obzir visinu inflacije prema pojedinim tržištima. Kroz potrošnju nautičara, posebice inozemnih, ostvaruju se brojni neposredni i posredni učinci za pojedine gospodarske subjekte i za gospodarstvo zemlje u cjelini. Tako, primjerice, marine, kao kompleksni objekti u kojima se nudi čitav niz usluga, često ostvaruju veću stopu profitabilnosti kapitala uloženog u njihovu izgradnju od onog uloženog u druge vrste turizma. Nadalje, tu su građevinari, brodograditelji i svi ostali koji imaju posredne učinke od prodaje svojih proizvoda putem ugostiteljskih i trgovačkih usluga nautičarima.

Nautički turizam pridonosi općem razvoju gospodarstva zemlje i to na dva načina²⁴:

1. Razvojem nautičkog turizma iznad stope općeg gospodarskog rasta relativno se utječe na korekciju stope općeg gospodarskog rasta zemlje. U tom slučaju nautički turizam povlači gospodarski razvoj, odnosno potiče njegov brži rast.
2. Razvoj nautičkog turizma utječe na brži razvoj postojećih djelatnosti zemlje ili nekog kraja i potiče razvoj novih djelatnosti koje su s njim horizontalno (izletnički turizam, podvodni foto-safari, servisne službe i sl.) ili vertikalno (mala privreda, brodogradnja i sl.) povezane. Tako se zapošljava velik broj stanovnika što rade u različitim djelatnostima kojima je posredna ili neposredna svrha zadovoljenje nautičara. Vrlo često broj tako zaposlenih višestruko je veći od broja zaposlenih u neposrednoj turističko-nautičkoj privredi. Posebno je za otočnu privredu takav oblik razvoja osnova opstanka života na otocima.

Nautički turizam, promatran s društvenog stajališta, daje svoj doprinos miješanjem naroda, prijenosa informacija, znanja, kulture i načina života. Utjecaj nautičkog turizma na opći razvoj nekog kraja ili zemlje u društvenom smislu odražava se posebno u interesu, a zatim

²⁴ Favro S., Kovačić, M.: Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Split, 2010.

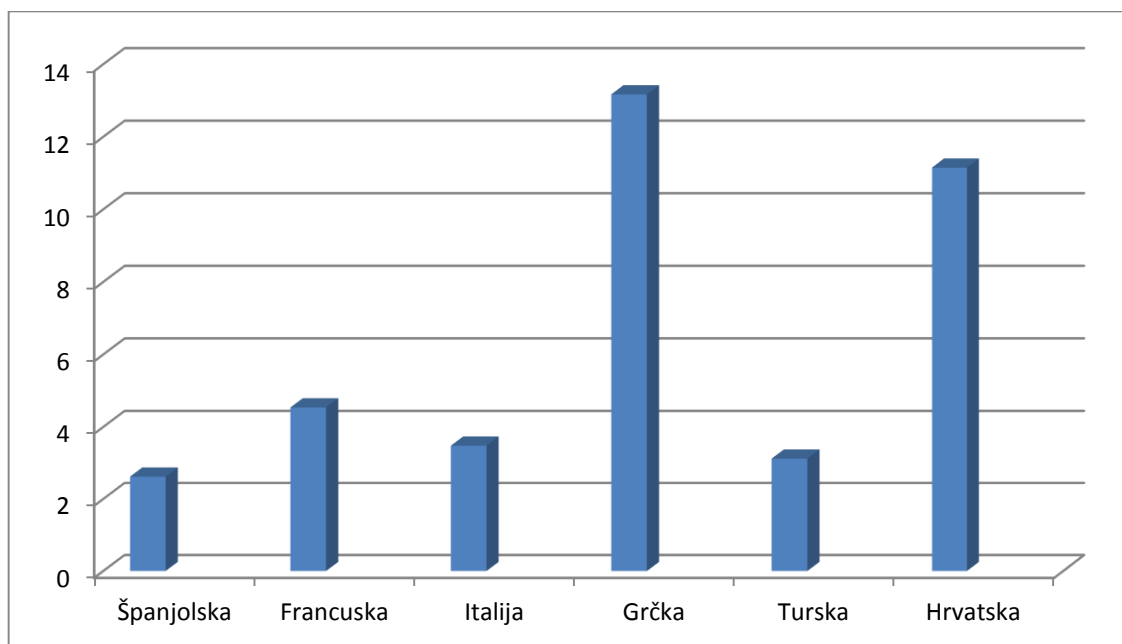
i naobrazbi mladih ljudi. Taj činitelj društvenog, a time i gospodarskog razvoja nemjerljiv je i velik. Promatran sa stajališta receptivne zemlje nautički turizam predstavlja važan izvor deviznog priliva, koji se smatra specifičnim oblikom izvoza (tzv. nevidljivi izvoz). Devizni priliv od turizma vrlo je važan za zemlje u razvoju, gdje spada i Hrvatska s obzirom da je nautički turizam oblik turističke djelatnosti u kojoj Hrvatska može ravnopravno konkurirati na međunarodnom tržištu. Utjecaj nautičkog turizma na zaposlenost posebno dolazi do izražaja danas, kada se uvođenjem moderne tehnologije sve više smanjuje potreba za radnom snagom u industriji i poljoprivredi. Također, ne smije se zanemariti multiplikativni učinak turizma koji proizlazi iz činjenice da se sredstva nautičke potrošnje ne zadržavaju u mjestima potrošnje, već nastavljaju svoje kretanje i dalje utječu na gospodarska zbivanja. Financijska sredstva kruže kroz gospodarstvo prelijevajući se iz jednog poduzeća u drugo, iz grane u granu pri čemu su ekonomski učinci veći. Prema istraživanjima u SAD-u jedan dolar uloženi u turizam okrene se u funkciji multiplikatora 4,2 puta. U Hrvatskoj to iznosi 3,2, što znači da su prihodi od stranih turista oko 3,2 puta dodatno utjecali na gospodarstvo. Ovaj koeficijent je različit po pojedinim zemljama i mijenja se s promjenama uvjeta (ekonomskih i političkih) u pojedinoj zemlji.

4.2. PROCJENA RASTA POTRAŽNJE NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam dio je ukupne turističke ponude i nije ga moguće potpuno odvojeno promatrati od ostalog turizma. Zato je za procjenu rasta potražnje u toj vrsti turizma važno sagledati što se očekuje na globalnom turističkom tržištu u idućim godinama. Prosječna godišnja stopa rasta međunarodnih turističkih dolazaka u Europi do 2020. godine procjenjuje se na oko 3 %. Europa će i tada biti najznačajnija turistička destinacija na svijetu, ali će se njezin udio na ukupnom svjetskom tržištu smanjiti (s oko 70 % u 1990-im, na oko 50 % u 2020.). Početak 21. stoljeća donio je nove ugroženosti međunarodnom turizmu, kao što su terorizam, nove zarazne bolesti, pad ekonomskog rasta u mnogim zemljama itd. Kao posljedica tih pojava događaju se promjene u dosadašnjim organiziranim putovanjima uz pomoć Interneta i jeftinog avioprijevoza, smanjuje se korištenje zrakoplova, a povećava udio cestovnih vozila u međunarodnim putovanjima, raste potražnja za smještajem izvan hotela i povećava atraktivnost destinacija.

Turizam ima poseban značaj za gospodarstvo Hrvatske i pored problema njegove vremenske koncentracije, odnosno pojava velikog pritiska u vrlo kratkom razdoblju. U novije vrijeme, u ukupnoj turističkoj ponudi nautički turizam postaje sve atraktivniji i prisutniji oblik aktivnosti. Hrvatska je mediteranska zemlja, pa je konkurentski krug nautičkog turizma vezan prvenstveno uz susjedne zemlje i neke druge zemlje na Mediteranu. To su Španjolska, Francuska, Italija, Slovenija, Crna Gora, Turska i Grčka. Status svake od tih zemalja kao konkurenata hrvatskom nautičkom turizmu je različit. Treba istaknuti da je hrvatska obala po razvedenosti treća u svijetu. Također, u pojedinim segmentima nautičke ponude, Hrvatska je konkurentna i drugim mediteranskim zemljama, jer primjerice velik broj talijanskih nautičara dolazi u Hrvatsku, a njemački i austrijski nautičari, baš kao i nautičari iz mnogih drugih zemalja Europe ne odlaze samo u francuske, talijanske i španjolske marine²⁵.

Grafikon 1. Razvedenost obale u konkurentskim zemljama Mediterana



Izvor: S. Favro, M. Kovačić, Nautički turizam i luke nautičkog turizma

Sve navedene mediteranske zemlje iz grafikona, osim Grčke čija razvedenost obale iznosi 13,17, imaju mnogo manji broj otoka, pa tako razvedenost obale u Hrvatskoj iznosi 11,5 i

²⁵ Favro S., Kovačić, M.: Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Split, 2010.

zauzima treće mjesto u svijetu po razvedenosti, a za spomenutim zemljama slijede Francuska čija razvedenost iznosi 4,54, Italija 3,48, Turska 3,12, te Španjolska 2, 62. Zemlje poput Slovenije i Crne Gore posjeduju zanemariv dio obale u odnosu na navedene zemlje te pogotovo Hrvatskoj ne predstavljaju ozbiljnu konkurenciju brojem luka nautičkog turizma. Hrvatska ima prirodne mogućnosti za daljnji razvoj nautičkog turizma bez značajnijeg ugrožavanja osnovnog resursa.

Tablica 8. Prikaz broja ukupnih noćenja u 2013. Godini

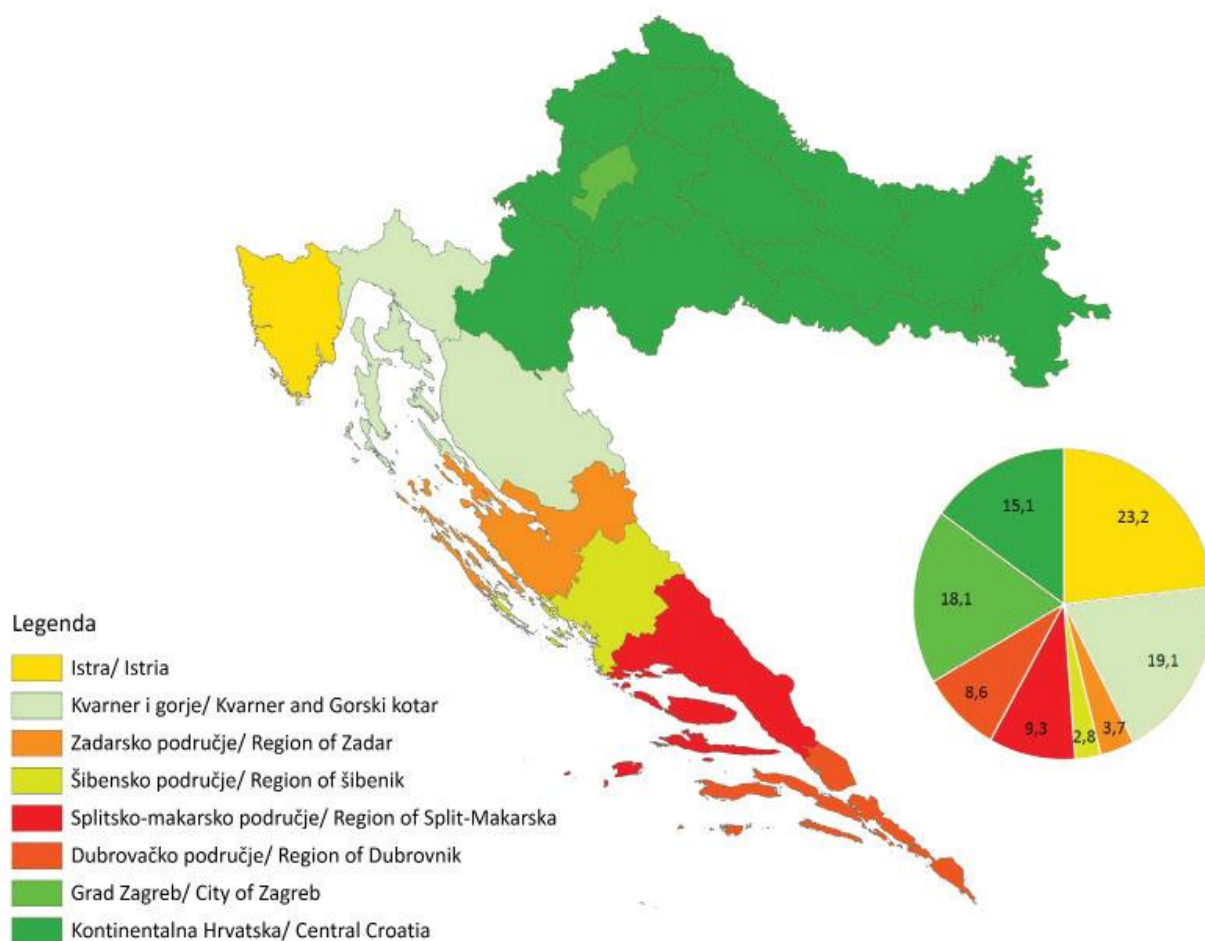
	Noćenja (u 000)	Udio u ukupnim noćenjima (u %)	Stopa promjene (2013./2012.)	Prosječna duljina boravka
Njemačka	143	11,3	48,7	3,9
Austrija	109	8,6	32,5	3,0
Italija	80	6,3	4,3	2,0
Slovenija	66	5,2	3,1	2,3
BiH	50	3,9	10,4	2,8
Velika Britanija	26	2,0	-4,6	3,0
SAD	22	1,7	28,1	2,2
Srbija	20	1,6	9,6	2,2
Francuska	17	1,3	-2,6	2,5
Mađarska	15	1,2	15,4	2,8
Ostali	217	17,1	20,9	2,3

Izvor: iztg.hr

U prvom tromjesečju 2013. Godine zabilježeno je oko 1,3 milijuna noćenja, više nego u istom razdoblju 2012. Godine. Noćenja inozemnih gostiju porasla su za 20% ili za 129 tisuća. U ukupnim noćenjima njihov udio u prvom tromjesečju 2013. Godine iznosio je 60%. U noćenjima hrvatskih državljana registriran je pad od 2,5 %. Prosječna duljina boravka iznosi 2,5 dana kao i u prvom tromjesečju 2012. Godine. Deset zemalja s najvećim ostvarenim brojem noćenja ima udio od 43% u ukupnim noćenjima. Među njima su najviše noćenja imali Nijemci (11%), a najmanje državljani Mađarske (1,2%). Najveća stopa rasta zabilježena je u gostovanju i noćenju gostiju iz Njemačke (49%), Austrije

(33%), SAD-a (28%). Gosti iz Velike Britanije i Francuske jedini su gosti koji su imali manje noćenja nego u prvom tromjesečju 2012. godine.

Slika 3. Struktura noćenja prema turističkim regijama u prvom tromjesečju 2013. godine



Izvor: www.iztg.hr

U prvom tromjesečju 2013. godine, od ukupno 1,3 milijuna noćenja, 72 % je ostvareno u hotelima. Udio noćenja u privatnom smještaju iznosi oko 10 %, a ostalih turističkih kapaciteta (turistička naselja, apartmani, kampovi) tek oko 2 %. Preostalih 16 % noćenja disperzirano je na najrazličitije vrste smještaja. Hoteli su imali bolju popunjenost ostvarivši oko 10 % više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine. Tako visoka stopa rasta za prvo tromjesečje rezultat je poslovnih rezultata u ožujku, u kojem je, zbog početka uskršnjih blagdana, broj noćenja bio veći za jednu petinu (20 %= u odnosu na ožujak 2012.

godine. Analiza podataka turističkog prometa u turističkim područjima pokazuje da je u svakom zabilježen porast u odnosu na prvo tromjesečje 2012. godine. Najveća stopa rasta zabilježena je u Dubrovačkom području (23 %), a osim ovog područja veliku stopu rasta imali su još Istra (14 %), Šibensko područje (12 %), te Splitsko-dalmatinsko područje (11 %). Stope rasta na Kvarneru te na Zadarskom području su niže od prosječne stope izračunate za cijelu Hrvatsku. Istra te Kvarner su područja koja imaju najveće pojedinačne udjele u ukupnim noćenjima prvog tromjesečja. Zajedno, udjeli tih dviju regija čine 42 % ukupno registriranih noćenja što je vidljivo na Slici 3.

4.3. UČINCI SUSTAVA NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO RH

Misija sustava nautičkog turizma RH je osigurati kvalitetnu uslugu svakom nautičaru radi zadovoljenja svih njegovih potreba razvojem elemenata nautičkog gospodarstva. Budući razvoj mora se temeljiti na politici očuvanja prostorno-krajobrazne vrijednosti obale, a u funkciji socijalno-ekonomskog prosperiteta lokacija i prostora u kojima se djelatnost obavlja. Posebno važan segment održivog razvoja je stvaranje gospodarsko-socijalnih preduvjeta života lokalnog stanovništva zaposlenog u uslužnim djelatnostima nautičkog turizma. Radi postizanja visoke efikasnosti te kontinuiranog i ravnomjernog razvoja, sustav nautičkog turizma ima karakteristiku snage velike organizacije, centralno donošenje strategije, te brzinu i fleksibilnost male jedinice. Parcijalno upravljanje subjektima i objektima nautičkog turizma treba biti usklađeno sa specifičnostima i zahtjevima lokalne zajednice u funkciji globalno donesene strategije. Značajna karakteristika sustava je definiranje i razvoj novih proizvoda u obliku proširenja ukupne ponude i komplementarnih usluga temeljenih na željama i zahtjevima kupaca (nautičara), a radi stvaranja konkurentnog položaja u odnosu na okruženje i konkurenciju, te ostvarenja povećanja ukupnih socijalno-ekonomskih pokazatelja na područjima djelovanja i organiziranja, uključujući posredne i neposredne činitelje. Perspektive razvoja nautičkog gospodarstva s izravno i neizravno komplementarnim djelatnostima i njihovim učincima mogu se promatrati u sljedećemu²⁶:

1. Ugostiteljski kapaciteti

²⁶ S. Favro, I. Saganić, Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol.12, No. 1, lipanj 2007.

Ugostiteljstvo je kao djelatnost razvojem nautičkog turizma dobilo šansu značajnog proširenja i specijalizacije. Da nije bilo razvoja nautičkog turizma, vjerojatno se nikada na otocima ne bi razvili „mali restorani“ s poznatim „delicijama“ u najatraktivnijim nautičkim destinacijama. Mnogi su pojedinci proširili postojeće ugostiteljske kapacitete, ali i investirali u otvaranje sasvim novih. Mala, gotovo zapuštena otočna naselja oživjela su, renovirana i rekonstruirana upravo zbog posjeta nautičara kao i drugih turista. Broj stanovnika koji obnavljaju zapušteno nasljeđe svakim se danom povećava upravo kao posljedica povećanih posjeta nautičara i drugih turista, osobito na otocima

2. Smještajni kapaciteti

Nautički je turizam neizravno utjecao i na povećanje smještajnih kapaciteta u obalnom pojasu i na otocima. Dio nautičara, pretežito onih bolje platežne moći, ne noći uvijek u svojim plovilima, već želi smještajem u luksuznim ambijentalnim hotelima na živopisnim lokacijama dublje doživjeti svu ljepotu hrvatskog i jadranskog arhipelaga. Stoga bi se moglo reći da je nautički turizam utjecao i na povećanje smještajnih kapaciteta u mjestima uz obalu i na otocima

3. Servisne djelatnosti

Već je i ranije navedeno, da je nautički turizam svojim utjecajem potaknuo razvoj mnogobrojnih servisnih djelatnosti koje su izravno ili neizravno vezane uz potrebu da se nautičarima pružaju povremene i raznolike usluge. Pri tome se posebno misli na marikulturu i športsko ribarstvo (big game fishing) čiji je razvoj neizravno potaknut povećanom potražnjom nautičara za osobnim ulovom (ali i kupnjom ribe) i za ugostiteljskom konzumacijom plodova mora u restoranima, servisnim nautičkim uslugama i sl.

4. Zapošljavanje

Lokalna radna snaga svakako je razvojem nautičkog turizma dobila mnogo veće šanse za zapošljavanje (povremenim, honorarnim, sezonskim ili pak stalnim), što je pak utjecalo na opći porast standarda u obalnim i otočnim mjestima, na opće povećanje blagostanja u obiteljima, te na stvaranje mogućnosti razvitka i revitalizacije različitih djelatnosti koje su specifične za pojedini kraj.

Utjecaj nautičkog turizma na gospodarske djelatnosti mogu biti izravni i neizravni. Izravni utjecaju nautičkog turizma ponajprije su vezani uz zapošljavanje lokalne radne snage, poticanje razvoja različitih servisnih djelatnosti vezanih uz potrebu pružanja usluga nautičarima (servisi plovila i motora, oprema, ugostiteljstvo, nabava i druge usluge). Neizravni su mnogobrojni, a posebno treba istaknuti interes nautičara za posjećivanjem kulturnih priredbi u obalnim i otočnim mjestima, kao i za razgledavanje lokalnih kulturnih i povijesnih spomenika.

4.3.1. Sociološki utjecaji nautičkog turizma

Moglo bi se također utvrditi da je razvoj nautičkog turizma kratkoročno ostavio posljedice na specifičnim gospodarskim i socijalnim prilikama lokalne i šire sredine. Na prvom mjestu, potaknuo je razvoj brojnih pratećih djelatnosti ubrzo nakon početka razvitka nautičkog turizma (prvi servisi, početno zapošljavanje lokalne radne snage, proširivanje i otvaranje novih ugostiteljskih objekata i sl.). Uz te kratkoročne utjecaje, najznačajniji dugoročni utjecaji i posljedice razvoja nautičkog turizma su sljedeći:

- reorganizacija i novo promišljanje razvojnih opcija u pojedinoj županiji, općini, naselju, pa i na razini zemlje – od nekih tradicionalnih aspekata (industrija, prerađivačka industrija, brodogradnja) ka razvoju temeljenom na nautičkom turizmu
- razvoj gospodarskih aktivnosti, izravno i neizravno vezanih uz nautički turizam, kao osnovni razvojni potencijal

U navedenom se smislu ukupna turistička industrija počela u Hrvatskoj doživljavati kao osnovni gospodarski potencijal, u čemu veliku ulogu ima upravo nautički turizam. Dakle i nautički se turizam sve više počinje doživljavati kao jedan od najpropulzivnijih razvojnih potencijala i strateški najznačajnijih pravaca razvoja u zemlji. Širenjem kapaciteta nautičkog turizma moguće je očekivati nastavak pozitivnog procesa daljnjeg zapošljavanja lokalnog stanovništva s predvidivim i socijalnim posljedicama²⁷:

²⁷ S. Favro, I. Saganić, Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol.12, No. 1, lipanj 2007.

- porast broja osoba koje će se direktno zapošljavati u ovoj djelatnosti (marine, privezišta, lučice)
- porast broja osoba koje će neizravno, potaknute razvitkom nautičkog turizma, također biti u mogućnosti naći zaposlenja u nekim aktivnostima i djelatnostima koje su izravno ili neizravno vezano uz nautički turizam
- poticanje motivacijskih aspekata za zapošljavanje, stalnog ili privremenog, i na druge članove obitelji koje će naći više motivacije i razloga da se i sami zaposle u različitim djelatnostima koje su neizravno ili izravno vezane uz nautički turizam
- porast zapošljavanja lokalnog stanovništva mogao bi pozitivno utjecati na smanjivanje intenzivnog odseljavanja s otoka pa bi mnogi otočani imali više razloga za ostanak
- porast opće razine komfora života u priobalju i posebno na otocima
- povećanje stupnja opće obrazovanosti stanovništva u priobalju i na otocima
- povećanje opće razine opremljenosti komunalnih i drugih instalacija u priobalju i na otocima

Održivi razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj sigurno će potaknuti i razvoj nekih drugih djelatnosti koje su tipične za obalni i otočni pojas. S obzirom na to sasvim je jasno da se utjecaj daljnjeg razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj može promatrati kao kontinuirani proces gospodarskog i socijalnog jačanja u do sada često izoliranim i periferiziranim destinacijama. Među najvažnije gospodarske djelatnosti koje će vjerojatno doživjeti specifičnu revitalizaciju i jačanje ubrajaju se²⁸:

- brodogradnja
- remontna brodogradilišta
- servisi plovila i motora, jedara, opreme i pribora
- oživljavanje zamrlih zanata i vještina (tkanje, izrada odjeće, maslinarstvo, medarstvo, sušenje ribe, voća,...), što može biti ne samo izvor dodatne zarade prodajom turistima nautičarima nego može biti kao „povratna sprega“ i korisno za oživljavanje gospodarskih djelatnosti koje bi se za sobom mogle „povući“ i mnoge druge djelatnosti i aktivnosti

²⁸ Ibid, str. 34

- djelatnosti koje nisu tipične za postojeći razvoj turizma kod nas, a koje bi mogle biti potaknute daljnjim razvojem nautičkog turizma (avanturistički turizam, specifični oblici gospodarstva, izrada i prodaja specifičnih suvenira tipičnih za pojedini kraj...)

Očito, razvoj nautičkog turizma se ne može sagledati samo kao proces socijalne promjene uvjeta života u nautičkim destinacijama nego i kao poticajni proces koji može utjecati na izmjenu socijalne i gospodarske strukture djelatnosti i aktivnosti na otocima i priobalju.

4.3.2. Strateški ciljevi daljnjeg razvoja

Jedan od najvažnijih strateških ciljeva sustavnog razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj na načelima održivog razvoja treba biti očuvanje i unapređenje stanja svih prirodno atraktivnih lokaliteta kao bi ta njihova vrijednost ostala i nadalje privlačna.

Odabrani strateški cilj ima ove sastavnice²⁹:

- pojačana zaštita i održavanje prirodno vrijednih lokaliteta
- rast kvalitete života lokalne zajednice
- svrhovito korištenje svih datosti u prostoru, i u prirodnih i onih koje je stvorio čovjek
- organizirani sustav hrvatskih luka nautičkog turizma
- produženje vremena korištenja kapaciteta i njihov veći gospodarski učinak

Pod strateške ciljeve također se ubraja³⁰:

- održivo korištenje resursima
- prostor i okoliš (kapacitet, zaštićena područja-prirodna, kulturna)
- nautička infrastruktura (luke nautičkog turizma, brodogradilišta, luke otvorene za javni promet)

²⁹ S. Favro, I. Saganić, Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, *Geoadria*, Vol.12, No. 1, lipanj 2007.

³⁰ www.mppi.hr (3.7.2014.)

- Usluge u nautičkom turizmu
- Revidiranje prostorno-planskih dokumenata za realizaciju scenarija umjerene izgradnje novih prihvatnih kapaciteta
- Povećanje prihvatnih kapaciteta sanacijom, rekonstrukcijom i revitalizacijom postojećih luka (povijesne luke u urbanim sredinama, napuštene vojne luke, proširenje luka nautičkog turizma radi prihvata velikih jahti)
- Uspostava sustava nadzora i upravljanja pomorskom plovidbom
- Opremanje i nadzor plovnih objekata i luka nautičkog turizma (informatizacija s bazom podataka i registrom pomorskog dobra)
- pojednostavljivanje administrativnih procedura i usklađivanja zakonodavstva
- povećanje proizvodnje plovnih objekata za nautički turizam u hrvatskim brodogradilištima- razvoj klastera nautičkog turizma
- poticanje razvitka postojećih i izgradnja novih remontnih i servisnih centara
- primjena novih tehnologija i ekoloških standarda
- uspostava kontinuiranog obrazovanja sudionika u nautičkom turizmu

Ostvarivanje odabranog osnovnog strateškog cilja usmjerava ova polazišta³¹:

- osposobljavanje vrijednih prirodnih ambijenata za posjećivanje plovilima, a ne za trajni privez plovila
- korištenje prirodno manje vrijednih prostora za gradnju luka nautičkog turizma
- utvrđivanje optimalnog kapaciteta postojećih luka
- obogaćivanje opreme i ponude postojećih luka nautičkog turizma te ostalih luka i lučica višom kvalitetom ponude i proširenjem ponude
- značajnije uključivanje kopnene površine za smještaj manjih plovila, a prepuštanje morske površine za vez većih plovila
- usklađivanje s europskim normama i s posebnostima naše obale

³¹ Ibid, str. 41

4.4. DOSADAŠNJA POSTIGNUĆA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA PODRUČJU RH

2008. godine Hrvatskih je 98 nautičkih luka ostvarilo 543,3 milijuna kuna prihoda (bez PDV-a), što je 11% više nego prethodne godine. 2009. godine najveća dobit od 74% ili 405,6 milijuna kuna ostvarena je od iznajmljivanja vezova, što je u odnosu na 2008. godinu porast od 11,5%. Pritom je od stalnog veza ostvareno 322 milijuna kuna ili 14,2 % više, dok je iznajmljivanje vezova doprinijelo prihodu od 83,6 milijuna kuna ili 2,3 % više. Na stalnom vezu krajem 2009. godine u lukama nautičkog turizma bilo je 0,9% više plovila nego krajem 2008. ili ukupno 14.801 plovila. Od toga se vezom u moru koristi 87% plovila ili 12.878, a mjestom na kopnu preostalih 13% ili 1.923 plovila. Prema vrsti plovila na stalnom vezu u moru, 46,3 posto su bile motorne jahte, 47,9 posto jahte na jedra, a 5,8 posto ostala plovila. S obzirom na zastavu plovila najviše ih je na stalnom vezu, 36,6 posto, bilo iz Hrvatske, a slijedi 18,1 posto plovila pod zastavom Austrije, Njemačke 14,6 posto, SAD-a 6,3 posto, Slovenije 5,8 posto i Italije 5 posto. To ukupno čini 86,4 posto od ukupnog broja plovila na stalnom vezu. U tranzitu je pak 2009. godine hrvatske luke nautičkog turizma prošlo 5,9 posto manje plovila nego 2008., odnosno njih 204.137.³²

Hrvatskih je 106 luka nautičkog turizma prošle godine ostvarilo 687,7 milijuna kuna ukupnog prihoda ili 4 posto više nego godinu prije. Većinu tog prihoda, 73,5 % ili 504,7 milijuna kuna ostvareno je iznajmljivanjem vezova, što je također porast od 3,5 posto kako je objavio Državni zavod za statistiku. Od spomenutih 106 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske 67 marina (od toga 14 suhih marina) i 39 ostalih luka nautičkog turizma, a u svim je lukama prošle godine bilo ukupno 16.940 vezova. Među šest jadranskih županija, s najvećim prihodom prošle godine u lukama nautičkog turizma od 191,8 milijuna kuna može se pohvaliti Šibensko-kninska županija koja je zabilježila i najveći porast tog prihoda u odnosu na 2012. godinu od 17,2 %³³.

³² www.mint.hr

³³ www.poslovni.hr

5. POLSOVNA POLITIKA I STRATEGIJA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA VODEĆIH ZEMALJA NA MEDITERANU

Svaka zemlja ima ili bi trebala imati, viziju odnosno politiku svog razvoja, znati put kojim ide i odredište na koje bi trebala doći. Nautički turizam važan je dio te politike. Sve mediteranske zemlje dio svoje gospodarske aktivnosti koncentriraju i razvijaju u obalnom pojasu. Turizam, kao dio gospodarstva, posebno je važan, ne samo kao grana koja značajno sudjeluje u strukturi BDP-a zemlje, već prije svega kao pokretač mnogih komplementarnih djelatnosti (trgovina, ugostiteljstvo, proizvodnja i sl.), a koje znače život u priobalnom pojasu. Nautički turizam vrlo je često pokretač lokalnog gospodarstva na širem regionalnom pojasu, posebno u priobalnom i otočnom dijelu. Takva uloga nautičkog turizma na Mediteranu posredno doprinosi razvoju nacionalnog gospodarstva. Stoga politiku razvoja nautičkog turizma, kao i doprinos tog razvoja nacionalnom gospodarstvu, treba promatrati u tom specifičnom kontekstu.

5.1. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA ŠPANJOLSKE

Nautički turizam Španjolske razvija se u uvjetima razvijenog gospodarstva s bruto nacionalnim dohotkom od oko 22.000 američkih dolara po stanovniku i stalno je u porastu. Španjolska se proteže na 7.880 metara obale koja zbog svoje razvedenosti uvelike utječe na razvoj nautičkog turizma. Kao i kod drugih mediteranskih zemalja, kapaciteti su daleko ispod potražnje, te se gotovo svakodnevno grade nove marine, nadograđuju postojeće ili podiže nivo usluga u marinama. Veće marine su uglavnom bliže velikim gradovima, a u posljednjih nekoliko godina popularno je i povezivanje većeg broja marina u jednu, čime se smanjuje ukupan broj marina na tom prostoru. Razlog takvom pothvatu su mega jahte koje dolaze s područja Atlantika u znatno većem broju nego u ostale zemlje. To je razlog zašto Španjolska bilježi marine s najvećim rasponom u broju vezova na Mediteranu. Upravo se u Španjolskoj nalazi i najveća marina na Mediteranu i Europi, a to je marina „Empuriabrava“ koja raspolaže s oko 5.000 vezova od čega je 700 vezova za mega jahte iznad 26 metara dužine. Španjolska ima najkvalitetniji regionalni sustav praćenja stanja i razvoja nautičkog turizma Europe. Potražnja za kapacitetima marina, posebno u sezoni,

procjenjuje se na veličine koje znatno prelaze postojeće kapacitete, a što je temelj ubrzanom razvoju i rastu³⁴.

Prema podacima iz 2013. godine, Španjolska je godinu okončala s rekordno visokom razinom potrošnje stranih turista. Prema izvješćima iz Madrida, ova mediteranska zemlje je ostvarila rekordnih 59 milijardi eura prihoda od posjeta turista, te je ukupna potrošnja gostiju povećana za 9,6 posto, što predstavlja značajan poticaj za španjolsko gospodarstvo, s obzirom da na turizam otpada desetina ukupnih gospodarskih aktivnosti. Britanski turisti, čiji je udio među stranim turistima najveći, potrošili su ukupno 12 milijardi eura ili petinu ukupnih španjolskih prihoda od turizma. Slijede Nijemci s potrošenih 9,7 milijardi, te Francuzi s 5,9 milijardi eura. Najviše su povećali potrošnju gosti iz Rusije, za 29 posto, na 2,35 milijardi eura. Njihov je udio u ukupnoj potrošnji oko 4 posto. Španjolska se tako također prema objavama i recenzijama iz 2013. godine našla na trećem mjestu ljestvice najprivlačnijih odredišta za turiste, istisnuvši Kinu temeljem rekordnih 60,6 milijuna posjetitelja što iznosi oko 5,6 posto više nego u 2012. godini. Španjolska se sada nalazi iza Francuske koja ima 83 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka i SAD-a sa 67 milijuna stranih dolazaka. Također, Španjolskoj su na ruku išla i politička previranja u Egiptu koja su se zbilila 2013. godine te su tako otjerala strane turiste³⁵.

Usporedbe radi, Španjolska je 2013. godine ostvarila 8,5 puta veće prihode od turizma nego Hrvatska, koja je zaradila oko 7,2 milijardi eura.

5.2. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA FRANCUSKE

Francuska danas predstavlja drugu svjetsku turističku velesilu. S otprilike 60 milijuna stanovnika i oko 27.500 američkih dolara po stanovniku, ova zemlja predstavlja europski i svjetski gospodarski vrh. Svoju nautičku flotu razvija na dvije obale, Mediteranskoj i Atlantskoj, a nautički centri su izgrađeni duž cijele francuske mediteranske obale. U vrijeme čitave godine svi su kapaciteti u nautičkim centrima popunjeni, a posebno je teško naći slobodno mjesto tijekom ljeta. Francuski nautički turizam je izuzetno razvijen, čemu svjedoči podatak da je na samo dvije stotine kilometara francuske obale izgrađeno 29

³⁴ Luković, T., Šamanović J., Menadžment i ekonomika nautičkog turizma

³⁵ www.novolist.hr (2.9.2014.)

marina koje posjeduju 22.000 vezova³⁶. Snaga turizma Francuske određuje nautičkom turizmu poseban status, koji je uglavnom uklopljen u ukupnu turističku ponudu. Razvoj turizma Francuska sagledava kroz razvoj sadržaja turističke ponude na Mediteranu, kao jedinstvenom europskom receptivnom turističkom tržištu. Francuska se nameće kao centar koji pokreće razvoj turizma na Mediteranu kroz njegovo objedinjavanje, istraživanje i zaštitu, a zadnjih godina transformira se u emitivnu nautičku turističku zemlju³⁷.

Prema podacima Svjetske turističke organizacije iz 2013. godine, Francuska je zauzela treće mjesto na ljestvici prema ukupnim prihodima koji su iznosili 53,7 milijardi dolara³⁸. Turizam u bruto nacionalnom dohotku ove zemlje sudjeluje s oko 7% čemu je pridonijela brojka od oko 83 milijuna stranih posjetitelja tijekom prošle godine. Nijemci čine najveći broj stranih turista u Francuskoj, a za njima slijede posjetitelji iz Velike Britanije i Kine te oni turisti koji su zbog krizom pogođenih zemalja poput Grčke i Portugala izabrali Francusku kao destinaciju za odmor³⁹.

5.3. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUČKOG TURIZMA ITALIJE

Italija se sa svojih 8.500 km obale, uključujući i otoke svrstava u mediteransku zemlju najvećeg obalnog potencijala iako po kapacitetima marina nije najveća europska nautička turistička sila. S oko 60 milijuna stanovnika i BDP-u od otprilike 26.800 američkih dolara po stanovniku predstavlja jaki potrošački potencijal. Italija je šesta gospodarska sila svijeta, s razvijenom poljoprivredom, a kao treća svjetska turistička velesila razvija nautički turizam po visokim godišnjim stopama rasta. Procjena sadašnje potražnje u njenim marinama je dvostruka, u odnosu na postojeće instalirane kapacitete⁴⁰.

Uspoređujući najnovije podatke iz 2013. godine u odnosu na one iz 2008. godine i 2011. godine kada je zbog globalne gospodarske krize nautički turizam bio u opadanju, zabilježen je pozitivan rast te tako utječe na razvoj gospodarstva, ponajprije zapošljavanje većeg broja ljudi na područjima novoizgrađenih marina. Otprilike 48 milijuna stranih državljana posjetilo je Italiju 2012. godine pri čemu je turizam zabilježio porast od 2,5%, a

³⁶ Gračan D., Radnić R., Vizjak A. : Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu

³⁷ Luković T., Šamanović J.

³⁸ www.glasistre.hr (3.9.2014.)

³⁹ www.diplomatie.gouv.fr (3.9.2014.)

⁴⁰ Luković T., Šamanović J. : Menadžment i ekonomika nautičkog turizma

u 2013. godini u razdoblju od veljače do rujna porast od 3,3 %, dok je ukupna potrošnja turista iznosila oko 44 milijarde dolara. Udio nautičkog turizma u BDP-u ove zemlje iznosi 10,3 % i predviđa se daljnji rast tokom slijedećih godina⁴¹.

5.4. POSLOVNA POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA GRČKE

Grčka, kao zemlja s 11 milijuna stanovnika, svoju turističku ponudu i politiku razvoja bazira na bogatim kulturnim znamenitostima. Gradske marine izgrađene su na jednostavnim potonima, marine izvan gradova više slične na privezišta, a njihova opremljenost je na relativno niskoj razini u usporedbi s onima u drugim mediteranskim zemljama te opskrba vodom u sezoni predstavlja veliki problem.

Nakon 2008. godine kada je sezona bila na vrhuncu te je oko 17 milijuna turista posjetilo grčku obalu, Grčka zbog gospodarske krize i građanskih nemira doživljava brzi pad posjetitelja. Ni, od početka 2013. godine, broj međunarodnih dolazaka je porastao za 10,9 %, te je u razdoblju od siječnja do listopada zabilježen dolazak 12,3 milijuna turista, dok je 2012. godine broj ukupnih dolazaka bio nešto veći od 11 milijuna. Za 2014. godinu se prema ostvarenim rezervacijama prognozira porast posjetitelja za oko 10%, što znači da je Grčka dobro pozicionirana u usporedbi s konkurentima⁴²

5.5. OSTVARENI REZULTATI NAUTIČKOG TURIZMA U RH

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske te se uspješno razvijao sve do današnjih dana, pa je tako Hrvatska postala jedno od najvažnijih turističkih odredišta na Mediteranu. Iako se po broju turističkih dolazaka ne može mjeriti s turističkim velesilama poput Francuske, Španjolske, Italije, Turske ili Grčke, Hrvatska je 2012. godine zabilježila dolazak 11,8 milijuna turista, a sa svojih 106 luka nautičkog turizma prošle godine ostvarila 686,7 milijuna kuna ukupnog prihoda. S najvećim prihodom prošle godine može se pohvaliti Šibensko-kninska županija koja je zabilježila i najveći porast prihoda u odnosu na 2012. ,od 17,2 %. U prilog ovakvim brojkama govore činjenice poput otkrivanja

⁴¹ www.globaltimes.cn (3.9.2014.)

⁴² www.dailymail.co.uk (5.9.2014.)

Hrvatske u mnogobrojnim člancima vodećih svjetskih časopisa i u drugim medijima, koji naveliko hvale njezine prirodne i kulturne atrakcije te očit porast broja turističkih dolazaka iz rastućeg broja emitivnih zemalja, porast broja zaštićenih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara, povećanje ulaganja u turističku i prateću infrastrukturu, sve raznovrsnija turistička ponuda i dr. Turizam u ukupnom BDP-u zemlje sudjeluje s 14%.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, 31. prosinca 2013. godine na stalnom vezu bilo je 13 735 plovila, što je za 4,6 % manje nego u isto vrijeme 2012. godine. Istraživanjem je obuhvaćeno 106 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske i to 67 marina (od toga 14 suhih marina) i 36 ostalih luka nautičkog turizma. U odnosu na 2012. godinu, ukupni ostvareni prihod veći je 4,0 %, dok je prihod od iznajmljivanja vezova veći za 3,5 %. Prema zastavi plovila, najviše plovila na stalnom vezu bilo je iz Hrvatske (38,4 %), Austrije (17,6 %), Njemačke (16,0 %), Italije (6,0 %), Slovenije (5,5 %) i SAD-a (3,0 %), što čini 86,5 % od ukupnog broja plovila na stalnom vezu. Broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u 2013. godini iznosio je 182 971 što je za 0,7 % više nego u prethodnoj godini

Tablica 9. Luke nautičkog turizma na području RH

Županija	Ukupno	Sidrište	Privezište	Suha marina	Marina I. kategorije	Marina II. kategorije	Marina III. kategorije	Nera-zvrstane LNT
Republika Hrvatska	106	22	13	14	6	24	17	4
Primorsko-goranska	32	10	5	7	1	3	3	-
Zadarska	23	9	3	3	-	4	4	-
Šibensko-kninska	14	1	-	1	2	4	5	1
Splitsko-dalmatinska	17	2	2	2	-	5	3	1
Istarska	14	-	2	-	3	6	2	-
Dubrovačko-neretvanska	6	-	1	1	-	2	-	2

Izvor:dzs.hr

5.6. ANALIZA UČINAKA NAUČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO

Najsnažniji utjecaj turizam ima na turistički receptivna gospodarstva u koja spada i Hrvatska. Razvoj turizma na takvim tržištima ima snažan utjecaj, donosi stabilnosti i pozitivne ekonomske učinke. Bez obzira da li se govori o emitivnom, tranzitnom ili receptivnom području, svojom potrošnjom turisti utječu na razvoj gospodarstva, bilo na izravan ili neizravan način. Turisti koriste razne proizvode i usluge već kod priprema za putovanje sve do njegove realizacije. Za vrijeme putovanja turist koristi vrlo široku „lepezu“ proizvoda i usluga iz čega se može zaključiti koliko je jako integracijsko djelovanje turizma u gospodarstvu. Turistička potrošnja je jedan od najneovisnijih oblika potrošnje jer ne ovisi o vremenskom, životnom, poslovnom, organizacijskom ili prostorno geografskom smislu. Prosječna dnevna potrošnja turista odnosi se na troškove u mjestu turističkog boravka. Dijeli se na izdatke za osnovne usluge i izdatke za ostale usluge (dodatna potrošnja). U sklopu osnovnih usluga su izdaci za smještaj, hranu i piće u ugostiteljskim objektima, kupnju namirnica i pića u trgovini i na tržnicama. Zbog niza ekonomskih koristi koje proizlaze iz njegova razvoja, turizam s pravom ima status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Tu se razlikuju razvijene i nerazvijene zemlje. Razvijene zemlje ulažu u razvoj turizma radi dodatnog poticanja općeg gospodarskog rasta i razvoja zemlje. S druge strane nerazvijene zemlje u turizmu vide rješenje svojih gospodarskih i socijalnih problema. Neke od gospodarskih koristi koje turizam donosi svakom nacionalnom gospodarstvu su rast dohotka, zapošljavanje, investicije, poticanje regionalnog rasta i razvoja itd. Turizam koliko god ima pozitivne učinke, ima i svoje negativne posljedice. Negativne posljedice poput štetnih ekoloških posljedica turizma najviše osjeti lokalna zajednica. Lokalna zajednica koja samo djelomično osjeti ekonomske koristi od turizma, snosi većinu troškova oko sanacije negativnih učinaka. Većina ekonomskih koristi odlazi izvan lokalne zajednice npr. vlasnicima nekretnina, stranim ulagačima, nerezidentalnoj radnoj snazi i druge. Da bi se uopće kvantificirale ekonomske koristi od turizma potrebno je definirati mjesto ili obuhvat turizma u strukturi nacionalnog gospodarstva. Bitno je utvrditi koje sve gospodarske djelatnosti i u kojoj mjeri čine gospodarsku strukturu turizma. Svaka destinacija nastoji ponuditi što veću i cjelovitiju turističku ponudu. Postoje resursi koji nikad ne bi ostvarivali ekonomski učinak da nisu izravno ili neizravno povezani s turizmom. Hrvatska ima mnogo takvih resursa i zasigurno kada se postigne određeni stupanj turističkog razvoja, u jednom

trenutku će se ekonomski aktivirati i postati dio ekonomske ponude. Atraktivna svojstva pojedinih prirodnih resursa mogu se vrlo lako ekonomski valorizirati upravo u turizmu, dok za pojedine gospodarske grane i djelatnosti ti isti resursi i njihova svojstva ne predstavljaju dovoljno dobru materijalnu osnovu za pokretanje poslovanja i za ostvarivanje ekonomskih učinaka. U Hrvatskoj ima dosta primorskih područja koja su neizgrađena i nenaseljena, ali uz izgradnju infrastrukture, turističkih kapaciteta i promociju mogu postati dio turističke ponude.

5.6.1. Funkcija zapošljavanja

Funkcija zapošljavanja možda je i najvažnija funkcija turizma posebno u zemljama gdje je nezaposlenost vodeći problem. U ovoj poziciji nalazi se i Hrvatska. U turizmu se treba razlikovati izravno i neizravno zapošljavanje. Izravno zapošljavanje se odnosi na zapošljavanje u temeljnim turističkim djelatnostima koje čine turistički sustav (ugostiteljstvo, turističke agencije, promet i trgovina na malo). Neizravno zapošljavanje se odnosi na zapošljavanje u svim ostalim povezanim gospodarskim djelatnostima čije su aktivnosti usmjerene u manjoj ili većoj mjeri na razvoj turizma i dohodak koji se po toj osnovi ostvaruje. To su radna mjesta vezana uz prerađivačku industriju, građevinarstvo, obrazovanje, javnu upravu. Na funkciju zapošljavanja može se primijeniti koncept multiplikatora. Multiplikator zapošljavanja se odnosi na povećanje broja novih radnih mjesta zbog povećanja zapošljavanja u turizmu. Ako u nekoj turističkoj destinaciji postoji povećani priljev turista i turističke potrošnje povećavat će se i broj izravno ili neizravno zaposlenih u turizmu.

5.6.2. Funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara

Funkcija međunarodne razmjene dobara je iznimno važna ekonomska funkcija turizma. Kada je u pitanju međunarodna razmjena svaka transakcija koja se pritom realizira registrira se u platnoj bilanci zemlje i to prije svega u računu tekućih, kapitalnih i financijskih transakcija. U ovom procesu postoji pozitivan i negativan utjecaj turizma na platnu bilancu. Kada stvarni posjetitelji troše u Hrvatskoj, sva njihova roba i usluge koje

plaćaju dobivaju izvozni karakter. Pri tome je bitno da se plasira što više dobara hrvatskog podrijetla. Ako stranci kupuju u Hrvatskoj robu stranog podrijetla radi se o reeksportu sredstava i tada govorimo o posredničkom karakteru takve prodaje, a ne proizvodnom karakteru. Kada kupuju domaća dobra, njihovim izvozom se čuvaju ili povećavaju radna mjesta i pozitivan utjecaj na kretanje javnih prihoda. S druge strane dobro je da se dio dobara uvozi jer turist želi i na putovanju imati proizvode koje inače koristi. Treba spomenuti i negativan utjecaj turizma na platnu bilancu. Kada hrvatsko stanovništvo troši na turističkim putovanjima u inozemstvu, roba i usluge koje kupuju dobivaju uvozni karakter. Međunarodna turistička kretanja potiču razmjenu dobara i usluga na međunarodnom planu i na neizravan način. Kako se niti u jednoj zemlji ne proizvode svi proizvodi i ne pružaju iste usluge, potreban je uvoz dobara radi zadovoljenja potražnje. Turizam je za Hrvatsku iznimno važan izvor deviza, a i jedan od najvećih izvoznika koji svoje inozemne prihode ostvaruju tzv. „nevidljivim izvozom“. Turizam je integralni sustav čija je ekonomska aktivnost uvjetovana sudjelovanjem velikog broja proizvodnih i uslužnih djelatnosti. Sva dobra i usluge iz tih djelatnosti se koriste za formiranje turističke ponude pojedine regije. Dobra i usluge se mogu nabavljati iz drugih regija receptivne zemlje ili se uvesti iz inozemstva. Na taj način turizam gospodarski povezuje regije.

5.6.3. Utjecaj na BDP

Kako turizam djeluje na gospodarstvo poput „nevidljive ruke“ tj. utječe na ravnomjernu distribuciju blagostanja, te se ne može izbjeći činjenica da je turizam jaka karika u svjetskom gospodarstvu. Kod turistički emitivnih zemalja tj. razvijenijih zemalja, ekonomski učinci turizma su važni jer predstavljaju važan čimbenik ekonomskog razvoja. To se odnosi na uspostavu ravnoteže vanjskotrgovinskih odnosa, dugoročnu stabilnost realnog tečaja i cijena, te doprinosi visini BDP-a. Jedan od temeljnih pristupa procjeni ukupnih ekonomskih učinaka turističke potrošnje je utvrđivanje udjela kojeg turizam čini u BDP-u. Što je turizam u nekoj zemlji više prisutan, to će biti i veći udio u BDP-u. U razvijenim zemljama taj je udio manji, a u slabije razvijenim zemljama taj se udio znatno povećava. To znači da slabije razvijene zemlje i zemlje u tranziciji više ovise o prihodima koji se ostvaruju u turizmu, posebno od inozemnih turista. Smatra se da turizam u BDP-u zauzima od 5 do 20 %, a ove prilike ovise o prilikama u kojima se procjene iznose i o

onome tko procjenu iznosi. Svaki od ovih postotaka je na neki način točan, ali je možda dobiven različitim konceptima. Turistički prihodi se često krivo tumače kao konačan ekonomski učinak turističkih kretanja što nije točno, jer je upitno koliko turističkih prihoda ostaje u okviru nacionalnog gospodarstva. Ne smije se zanemariti uvoz roba i usluga zbog turizma, uvoz radne snage i uvoz kapitala. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske na svojim službenim stranicama objavljuje podatke gdje se udio turizma u BDP-u računa kao udio prihoda od inozemnog turizma u ostvarenom BDP-u. Tako npr. prihod od turizma u prvih 9 mjeseci 2012. godine je iznosio 6,27 milijardi eura što je 3,9 % više nego u 2011. godini. Udio prihoda od turizma u ukupnom BDP-u u istom je razdoblju iznosio 18,9 %, odnosno 1& više nego u prethodnoj godini. Prema podacima državnog zavoda za statistiku može se zaključiti da je osobna potrošnja u prosjeku 69 %, dok su bruto investicije 27,8 %, a državna potrošnja 19,2 %.

5.6.4. Utjecaj na rast javnih prihoda

Turistička potrošnja uvelike utječe i na javne prihode preko poreza i raznih naknada, a isto tako porezi u nekoj državi utječu i na turističku potrošnju. Plaćanje poreza prati sve financijske aktivnosti, a kada je riječ o turističkom tržištu većina poreznih oblika neke države je prisutno u turizmu bilo u većoj ili manjoj mjeri. Većina država ima porez na dodanu vrijednost, porez na dobit, porez na dohodak, trošarine, porez na imovinu i carinu. Kod plaćanja poreza se ne podrazumijeva dobivanje izravne i trenutne protuusluge za izdvojena sredstva, što je prilično izravno kod turističke potrošnje koja je u većini slučajeva kratkotrajna. Turisti često nisu u prilici u cijelosti koristiti usluge koje se kriju iza iznosa poreza. Kod turističke potrošnje uvođenje određenih turističkih opterećenja može dovesti do velikih oscilacija u ostvarivanju turističke potrošnje, ali ima i značajan utjecaj na ravnotežu javnih financija. U turizmu je slučaj da država može na tri načina organizirati porez, a oporezivanje u turizmu bi svakako trebalo obuhvatiti one subjekte na turističkom tržištu koji intenzivno koriste javna dobra, a sve u svrhu maksimiziranja blagostanja na turistički receptivnom području. Treba naglasiti kako inozemni turisti, iako plaćaju određene poreze kada posjećuju neku destinaciju, nemaju nikakav utjecaj na formiranje poreznih opterećenja.

6. ZAKLJUČAK

Nautički turizam vrlo je mlada gospodarska djelatnost s obilježjima klasičnog turizma i pomorstva, što je uz mnoge druge karakteristike čini posebnom. Vrlo je bitna karakteristika pripadnost elitnom turizmu, što je s kapitalnog aspekta i aspekta zaštite okoliša vrlo bitno. Ovoj pomorskoj djelatnosti u prilog govore i izuzetni ekonomski učinci i visoka profitabilnost te brojni drugi multiplikativni efekti. Prirodna i kulturno-povijesna obilježja hrvatskog litoralnog prostora, veliki kontrasti i raznolikost u krajobrazu, bistro i ugodno toplo more, pogodna mediteranska klima te izvorno očuvana razvedena obala s brojnim zaljevima golem su potencijal za razvoj nautičkog turizma koji do sada nije bio pravilo niti dovoljno valoriziran. Za daljnje uspješno funkcioniranje i izgradnju nautičkih kapaciteta potrebno je planirati daljnji razvitak u skladu sa zahtjevima zaštite okoliša u prostoru sukladno politici održivog razvoja i zahtjevima za ukupnu sigurnost sustava i svakog pojedinca unutar sustava. Također, od iznimne je važnosti da Hrvatska očuva sve prirodne ljepote koje su motivi dolaska nautičara uz uspostavu kvalitete usluga prihvata plovniha objekata, prije svega u lukama nautičkog turizma. Misija sustava nautičkog turizma RH je osigurati kvalitetnu uslugu svakom nautičaru radi zadovoljenja svih njegovih potreba razvojem elemenata nautičkog gospodarstva. Jedan od najvažnijih strateških ciljeva sustavnog razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj na načelima održivog razvoja treba biti očuvanje i unapređenje stanja svih prirodno atraktivnih lokaliteta kao bi ta njihova vrijednost ostala i nadalje privlačna. Razvoj koncipiran na strateškom planiranju omogućio bi da hrvatsko područje Jadrana postane vrhunski prostor nautičkog turizma budućnosti i jedan od najjačih aduta za turistički plasman cijele hrvatske jadranske obale. Gospodarski učinci nautičkog turizma definiraju se na osnovu procijenjenog prihoda od ukupnog turizma. Utjecaj nautičkog turizma na gospodarske djelatnosti mogu biti izravni i neizravni. Izravni utjecaju nautičkog turizma ponajprije su vezani uz zapošljavanje lokalne radne snage, poticanje razvoja različitih servisnih djelatnosti vezanih uz potrebu pružanja usluga nautičarima (servisi plovila i motora, oprema, ugostiteljstvo, nabava i druge usluge). Neizravni su mnogobrojni, a posebno treba istaknuti interes nautičara za posjećivanjem kulturnih priredbi u obalnim i otočnim mjestima, kao i za razgledavanje lokalnih kulturnih i povijesnih spomenika. Nautički turizam je u proteklih trideset godina zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa u svjetskom pa tako i u hrvatskom gospodarstvu te u ukupnom prihodu sudjeluje prema procjenama sa oko 10%. U hrvatskoj predstavlja izvozni proizvod i jednu od najdinamičnijih pojava s neprocjenjivom važnošću

za razvitak gospodarstva koja još uvijek ne ostvaruje odgovarajuću materijalnu dobit koliku bi mogla s obzirom na potencijale pa se njegov pravi razvoj tek očekuje. Što se tiče utjecaja nautičkog turizma na hrvatsko gospodarstvo, može se reći kako ova vrsta turizma uvelike utječe na ugostiteljske i trgovačke usluge i pridonosi općem razvoju gospodarstva zemlje potičući ubrzani razvoj postojećih ili novih djelatnosti nekog kraja. Nautički turizam, promatran s društvenog stajališta, daje svoj doprinos miješanjem naroda, prijenosa informacija, znanja, kulture i načina života. Utjecaj nautičkog turizma na opći razvoj nekog kraja ili zemlje u društvenom smislu odražava se posebno u interesu, a zatim i naobrazbi mladih ljudi. Taj činitelj društvenog, a time i gospodarskog razvoja nemjerljiv je i velik. Promatran sa stajališta receptivne zemlje nautički turizam predstavlja važan izvor deviznog priliva, koji se smatra specifičnim oblikom izvoza. Prema određenim pretpostavkama planira se da će ukupan BDP do 2018. godine biti oko 500 milijardi kuna, a ukupan prihod od nautičkog turizma oko 15 milijardi kuna. Hrvatskih je 106 luka nautičkog turizma prošle godine ostvarilo 687,7 milijuna kuna ukupnog prihoda ili 4 posto više nego godinu prije. Većinu tog prihoda, 73,5 % ili 504,7 milijuna kuna ostvareno je iznajmljivanjem vezova, što je također porast od 3,5 posto kako je objavio Državni zavod za statistiku. Od spomenutih 106 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske 67 marina (od toga 14 suhih marina) i 39 ostalih luka nautičkog turizma, a u svim je lukama prošle godine bilo ukupno 16.940 vezova. Među šest jadranskih županija, s najvećim prihodom prošle godine u lukama nautičkog turizma od 191,8 milijuna kuna može se pohvaliti Šibensko-kninska županija koja je zabilježila i najveći porast tog prihoda u odnosu na 2012. godinu od 17,2 %. Najnovija zbivanja na svjetskom turističkom tržištu upućuju na zaključak da se Hrvatska turistički brzo stabilizira i postaje sve poželjnija turistička destinacija. Njen daljnji turistički razvitak doći će do punog izražaja ako se nametne na turističkom tržištu kao nova i nadasve prepoznatljiva turistička marka.

LITERATURA

Knjige:

1. Favro, S., Kovačić M.: Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Split, 2010
2. Luković, T. , Šamanović, J.: Menadžment i ekonomika nautičkog turizma
3. Vidučić, V., Pašalić, Ž., Munitić, A., Zelenika R., Šimunić, S.: Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme, Split, 2007.

Članci:

1. Dogan, K., Mršić, T.: Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma Republike Hrvatske, Pomorski zbornik, Vol. 47-48, No. 1, 2014.
2. Gračan, D. : Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, Vol. 12, No. 11, 2006.
3. Favro, S., Kovačić, M.: Nautičko gospodarstvo temelj sustavnog razvoja nautičkog turizma, Pomorstvo- Scientific Journal of Maritime Research, Vol, 22, No.1, 2008.
4. S. Favro, I. Saganić, Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma, Geoadria, Vol.12, No. 1, lipanj 2007.
5. Luković T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58, No. 11, 2007.
6. Luković, T., Bilić, M.: Luke nautičkog turizma i strategija lokalnog razvoja, Naše more, Vol. 54, No. 11, 2007.

Internet stranice:

1. www.geografija.hr
2. www.mppi.hr
3. www.poslovni.hr
4. www.mint.hr
5. www.iztg.hr
6. www.dailymail.co.uk
7. www.novolist.hr
8. www.glasistre.hr
9. www.efst.hr
10. www.globaltimes.cn
11. www.dzs.hr
12. www.diplomatie.gouv.fr
13. www.croatiasailingexperience.com
14. www.yacht-charter-club.com

TABLICE

Tablica 1. Elementi kategorizacije luke nautičkog turizma	11
Tablica 2. Prednosti i nedostaci nautičkog turizma	13
Tablica 3. Učestalost dolazaka nautičara u Hrvatsku u razdoblju od 2001.-2012. Godine.....	24
Tablica 4. Osnovni pokazatelji razvijenosti zemalja nautičkog turizma	32
Tablica 5. Kapacitet vezova luka nautičkog turizma i mjesta na kopnu prema prostornim planovima županija.....	36
Tablica 6. Udio županija u ukupnom kapacitetu vezova luka nautičkog turizma prema prostornim planovima.....	37
Tablica 7. Budući kapaciteti vezova i mjesta na kopnu po županijama prema prostornim planovima.	37
Tablica 8. Prikaz broja ukupnih noćenja u 2013. Godini	45
Tablica 9. Luke nautičkog turizma na području RH	58

GRAFIKONI

Grafikon 1. Prikaz dobi nautičara na području RH 2012. Godine	30
Grafikon 2. Prikaz nautičara prema stupnju obrazovanja u RH 2012. godine	31
Grafikon 3. Prikaz aktivnosti nautičara u Hrvatskoj tijekom 2012. Godine	41

SLIKE

Slika 1. Prikaz ACI marine u Splitu	17
Slika 2. Marina „FRAPA“ u Rogoznici.....	17
Slika 3. Struktura noćenja prema turističkim regijama u prvom tromjesečju 2013. godine	46