

**SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI**

BARBARA GLAŽAR

**KOMPARATIVNA ANALIZA LUKA NUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE
I MEDITERANA**

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 2014. godine

**SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI**

**KOMPARATIVNA ANALIZA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE
I MEDITERANA
COMPARATIVE ANALYSIS OF CROATIAN AND MEDITERRANEAN
NAUTICAL TOURISM PORTS**

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma

Mentor: mr. sc. Čedomir Dundović

Student: Barbara Glažar

JMBAG: 0112021500

Studijski smjer: Tehnologija i organizacija prometa

Rijeka, rujan 2014. godine

Student/studentica: Barbara Glažar

Studijski program: Tehnologija i organizacija prometa

JMBAG: 0112021500

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom **KOMPARATIVNA ANALIZA LUKA NUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE I MEDITERANA** izradila samostalno pod mentorstvom prof. dr. sc. Čedomira Dundovića.

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

Barbara Glažar

SAŽETAK

Nautički turizam jedna je od novijih segmenata turizma. Sam razvoj ove vrste turizma donosi veliku korist za zemlju u kojoj se razvija. Mogućnost korištenja nautičkog turizma na Mediteranu ovisi o mnogo čimbenika. Svakako kao najvažnije čimbenike možemo navesti kapacitet prihvata plovila, mogućnosti popravaka ili remonta, opskrbe, ekologiji, pravnim propisima, zemljopisnim položajima luka, političkim odnosima i slično. Prednost Hrvatske u razvoju nautičkog turizma je geografska pozicija te prirodne ljepote, međutim treba voditi računa o očuvanju istih.

Ključne riječi: nautički turizam, Mediteran,.

SUMMARY

Nautical tourism is one of the new segments of tourism. Development of this kind of tourism has a great benefits for the county. Potentiality of exploitation for nautical tourism on Mediterranean depends on great deal of factors. The main factors are following: nautical port capacity, repair possibility, provision, regulations, geographical position etc. Geographical position and beautiful landscapes are the main advantages for development of nautical tourism in Croatia, however environmental protection must be considered.

Keywords: nautical tourism, Mediterranean.

Sadržaj:

1. UVOD	1
1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA	1
1.2. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA	2
1.3. HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA.....	2
1.4. METODE ISTRAŽIVANJA.....	2
1.5. STRUKTURA RADA.....	2
2. ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA.....	4
3. ANALIZA STANJA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE	11
3.1. KVALITATIVNA ANALIZA SADAŠNJEG STANJA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE.....	15
3.1.1. Sociodemografski profil nautičara.....	16
3.1.2. Učestalost dolaska/plovidbe u Hrvatskoj i izvori informacija	16
3.1.3. Prijevozno sredstvo u odlasku i dolasku	18
3.1.4. Obilježja plovidbe.....	19
3.1.5. Zadovoljstvo nautičara ponudom.....	23
3.2. KVANTITATIVNA ANALIZA STANJA NAUTIČKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE	25
4. ZNAČAJKE NAUTIČKOG TURIZMA NA MEDITERANU	28
5. OSOBINE GLAVNIH DESTINACIJA ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA	31
5.1. NAUTIČKI TURIZAM ITALIJE	35
5.2. NAUTIČKI TURIZAM FRANCUSKE.....	41
5.3. NAUTIČKI TURIZAM ŠPANJOLSKE	44
5.4. NAUTIČKI TURIZAM GRČKE	47
6. KONKURENTNOST NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE	52
7. ZAKLJUČAK	61
LITERATURA	63
POPIS SLIKA:	65
POPIS GRAFIKONA:.....	65
POPIS TABELA:	65

1. UVOD

Nautički turizam jedan je od selektivnih oblika turizma koji je u punom usponu posljednjih 30-ak godina, kako na inozemnom tako i na domaćem tržištu. Sve je više pobornika ovakvog oblika turizma ponajviše iz bogatih zemalja jer ovakav oblik turizma najčešće koriste bogati pojedinci. Dovoljan dokaz za to je da korisnik za samo jedno uplovljavanje jahte u luku potroši kao 30 „običnih” turista. Zbog te činjenice mnoge zemlje počinju razvijati svoj nautički turizam.

Mogućnost korištenja nautičkog turizma na Mediteranu i u Hrvatskoj ovisi o mnogo čimbenika, a najvažniji su oni koji ovise o kapacitetu prihvatila plovila, mogućnosti popravaka ili remonta, opskrbi, ekologiji, pravnim propisima, zemljopisnim položajima luka, političkim odnosima i slično. Svaka od zemalja, koje razvijaju ili samo koriste nautički turizam ima svoje strategije razvoja, teškoće ili dobre strane u pristupu tom dijelu turizma.

Za pravilan razvoj nautičkog turizma treba, uz tehničke i tehnološke čimbenike posvetiti posebnu pozornost drugim aspektima, koji su vrlo bitni za uspješan razvoj nautičkog turizma. Ekološki čimbenici su pri tome posebno važni. Izgradnja vezova, privezišta, remontnih baza, logističkih sadržaja i drugih za nautički turizam potrebnih čimbenika mogu bitno narušiti sklad prirode i izazvati velike ekološke probleme. Glede toga treba uvažavati pravila struke i ne dopustiti izgradnju svakog objekta komu i gdje to padne na pamet. Mediteran je, kao i Hrvatska, posebno zanimljiv za istraživanje tendencija i trendova u nautičkom turizmu. Velikih mogućnosti za razvoj tog oblika turizma koji je trenutno dosta zapostavljen.

1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Diplomski rad pod nazivom *Komparativna analiza luka nautičkog turizma Hrvatske i Mediterana* kao predmet istraživanja prikazuje karakteristike Hrvatskih luka nautičkog turizma kao i karakteristike nautičkog turizma nekih od zemalja Mediterana.

1.2. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA

Svrha i cilj istraživanja je ustanoviti koji su sadržaji u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj i na Mediteranu, te slijedom toga analizirati osnovne podatke o prometu i korištenju sadržaja u lukama da bi se ustanovila konkurentnost Hrvatskih luka nautičkog turizma u odnosu na Mediteran.

1.3. HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA

Hipoteza istraživanja je da se sa sadržajima u lukama nautičkog turizma i povećanjem kvalitete usluga dolazi do razvoja luka nautičkog turizma te veće profitabilnosti i veće konkurentnosti među zemljama.

1.4. METODE ISTRAŽIVANJA

Pri istraživanju postavljenog problema i izradi rada koristile su se različite metode istraživanja:

1. metoda promatranja,
2. metoda analize i sinteze
3. metoda kompilacije.

1.5. STRUKTURA RADA

U prvom dijelu, UVODU obrazlaže se općenito nautički turizam, te je pojašnjeno što je predmet istraživanja, a što svrha i cilj istraživanja. Hipoteze koje se koriste, te kratka struktura rada.

U drugom dijelu ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA određuju se i definiraju karakteristike nautičkog turizma kao i utjecaj nautičkog turizma na gospodarski razvitak.

Treći dio ANALIZA STANJA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE nam pokazuje statističke podatke o utjecaj luka nautičkog turizma u Hrvatskoj, te daje kao i kvalitativnu i kvantitativnu analizu.

U četvrtom poglavlju govori se o mogućnosti korištenja nautičkog turizma na mediteranu kao i njegovim značajkama.

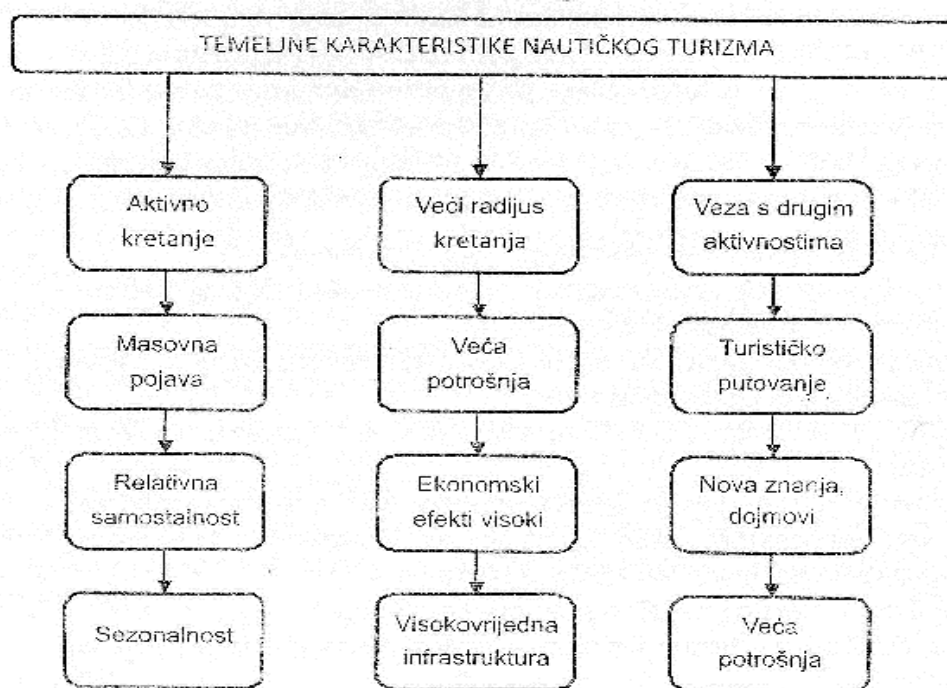
U petom poglavlju spominju se glavne destinacije na mediteranu za nautički turizam.

Šesti dio je pod naslovom KONKURENTSNOST NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE u kojem se uspoređuju neke značajke nautičkih luka Hrvatske i nekih mediteranskih zemalja.

ZAKLJUČAK, kao 7. dio predstavlja sintezu analiziranih poglavlja.

2. ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam, kao jedna nova tipologija turizma, u svom je kratkom životnom tijeku zatekao nepripremljene turističke poznavatelje i prisilio ih na brzu akciju. U početku je elita tražila i našla novi vid tzv. aktivnog odmora te je napustila hotele sa 5 zvjezdica, luksuzne restorane i bazene u potrazi za intimom, istraživanjem i pustolovinama. Danas se procjenjuje da je u cijelome svijetu na programima u vezi s nautičkim turizmom angažirano oko 80 milijuna ljudi, od toga u Europi oko 15 milijuna. Nautički turizam kao svojevrstan i originalan svjetski turistički fenomen označavaju neke osnovne karakteristike.¹



Slika 1. Temeljne karakteristike nautičkog turizma

Izvor: „Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU“, Gračan, Alkier-Radinić, Uran, Opatija 2011

¹ Gračan D., Alkier-Radinić R., Uran M., „Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU“, FMTU, Opatija 2011, str.190

Iz prikazane sheme vidljivo je kako nautički turizam predstavlja aktivno turističko kretanje za razliku od stacionarnih vidova turizma. On je danas prerastao u masovnu pojavu te time prestao biti turizam ograničenog, pretežno imućnog sloja ljudi. U ovom vidu turizma naročito je izražena relativna samostalnost turističkih kretanja i usluga, a posebno usluga ishrane i smještaja. Sezonskog je karaktera (ljetni turizam), a ima mnogobrojne prednosti pred drugim vidovima turizma zbog većeg radijusa kretanja (more, rijeke, jezera) i zbog relativno veće potrošnje nautičkih turista. Iako je nautički turizam relativno najmlađa oblast društveno razvijenog turizma, u usporedbi s kratkim razdobljem njegovog masovnog razvoja bilježi relativno najznačajniji porast i ekonomske efekte u odnosu na druge vidove turizma. U nautičkom turizmu koncentrirane su znatno veće vrijednosti tehničkih sredstava i objekata (flota, luke, uređaji), nego u drugim oblicima turizma.

Nautički se turizam u pravilu produžava u kopnene ili zračne turističke prijevoze i nastavlja u raznim turističkim aktivnostima na kopnu (izleti, razgledavanje gradova i znamenitosti, učešće u kulturnim, športskim, zabavnim i drugim manifestacijama).

U ovom vidu turizma su usporedno, jedan pored drugoga, zastupljeni turističko putovanje (plovidba) zajedno s raznim aktivnostima (rekreacija, razonoda, liječenje, odmor, šport...).

Upravo je u nautičkom turizmu u najvećoj mjeri zastupljeno stjecanje novih znanja i dojmova o nepoznatim ljudima i krajevima.

Tako mnogi autori navode ove karakteristike nautičkog turizma²:

- sve izraženiji masovni karakter, kroz intenzivnu prometnu učestalost subjekata u nautičkom turizmu, te masovnost "četvrte flote",
- zabavna navigacija, odmor, aktivna i pasivna dokolica, rekreacija i šport kao glavni motivi sudionika u nautičkom turizmu,
- intenzivna izgradnja plovnih jedinica, naročito jahti i glisera u čitavom razvijenom svijetu,

² Jadrešić V., Nautički turizam, Pedagoška akademija Zadar, 1978, str.50-51

- dinamična izgradnja raznih tipova turističkih luka, te ostalih materijalnih resursa (u posljednje vrijeme grade se veći nautičko-turistički kompleksi univerzalnog karaktera, umjesto "klasičnih" marina),
- apsolutno i relativno visoka potrošnja subjekata nautičkog turizma,
- izrazit i pozitivan utjecaj nautičkog turizma na razvoj i unaprjeđenje turizma te ostalih djelatnosti,
- još zadržani sezonski tzv. "ljetni" turistički karakter (bar glavnih njegovih funkcija),
- prostorna policentričnost nautičkog turizma, kroz nautizam na moru, rijekama i jezerima, te njihovim priobalnim dijelovima,
- nautički turizam kao činilac razvoja nerazvijenih ali i nedovoljno razvijenih područja te činilac kvalitativnog i kvantitativnog rasta turističke ponude u cjelini,
- nautički turizam, od izrazitog "mobilnog" - pokretnog obilježja postaje sve više kombinacija mobilnog i stacionarnog vida turizma (uživanja u ambijentu turističke luke, plovidbi, pasivnoj i aktivnoj rekreaciji na obalama), nautički turist sve se više pojavljuje u funkcijama "obalnog ili nedjeljnog" kapetana,
- sve učestalija pojava kupališnog nautičkog turizma (kombinacija kupanja, sunčanja, različitih kretanja po moru u obliku vožnje, jedrenja, veslanja) i nautičkog kampinga (kroz stacionarni boravak na moru, kopnu ili unutrašnjim vodama),
- tendencija prijelaza u nautički kamping,
- nautički turizam ističe se po vrlo širokoj ljestvici turističkih i motonautičkih aktivnosti, koje se, stoje naročito značajno, međusobno nadopunjuju,
- subjekti u nautičkom turizmu su po socijalnom kriteriju još veoma heterogeni (različiti motivi, različiti slojevi i klase,
- stupnjevi naobrazbe, nacionalnosti, vrste zanimanja i sl.),
- sa sociološko-društvenog gledišta u njemu su usporedno zastupljeni sljedeći motivi i odnosi: turistička i zabavna navigacija, razonoda, rekreacija, relaksacija, liječenje, odmor, kulturni poticaji i interesi, šport, lađarenje, maritimne i druge sposobnosti i vještine, gastronomija, zajednički obiteljski ili društveni rad i

solidarnost, stjecanje novih spoznaja, dojmova, poznanstava o dotada nepoznatim ljudima, običajima i krajevima.

Na temelju iznesenih karakteristika nautičkog turizma, potrebno je sagledati karakteristike nautičko-turističkog tržišta, opisati i pojasniti subjekte i objekte koji se na njemu susreću te sagledati njihovu interakciju uz prikaz trendova koji vladaju na tom ubrzano rastućem tržišnom segmentu turizma.

Pod utjecajem brojnih činioca, turizam, a naročito nautički turizam, doživljava najbrži uspon u povijesti svog postojanja. Svjetski turistički tijekovi najvećim su dijelom usmjereni prema moru te od toga nautički turizam čini i danas glavninu cjelokupnoga turističkog prometa u svijetu. Uzroci gravitacije prema moru su mnogobrojni, no mogli bi se svrstati u: prirodne osobine mora, psihofizičke potrebe čovjeka za rekreacijom i ekonomske činioce.

Promatrano s ekonomskog stajališta, nautički turizam ima veliki značaj za cjelokupnu nacionalnu ekonomiju i privredu, što proizlazi iz činjenice da je ta vrsta turizma jedna od najrentabilnijih. Ne smije se postaviti granica samo na eksploataciju mora u turističkom pogledu nego treba imati na umu čitavu lepezu turističke ponude koja boravak turista čini ispunjenim i zanimljivim.

Općenito, kada se govori o ulozi koju određena djelatnost ima u gospodarskom sustavu zemlje, onda se prvenstveno misli na ekonomske efekte koje ona polučuje. Promatranjem uloge nautičkog turizma za razvoj i gospodarstvo jedne zemlje, ističu se prije svega njegovi ekonomsko-financijski efekti, a to su sljedeći:³

- povećani multplikacijski učinak u poslovanju,
- pozitivni saldo platne bilance zemlje kroz trajni porast devizne potrošnje (tzv. nevidljivi izvoz),
- povećanje vanpansionske turističke potrošnje kroz kvalitativno i kvantitativno povećanje ponude,
- produžetak turističke sezone dopunskim sadržajima ponude,

³ Ibidem, str. 39

- apsolutna i relativno veća osobna potrošnja nautičkih turista u odnosu na subjekte drugih vrsta turizma,
- korištenje šireg asortimana usluga i djelatnosti od onih koje obično traže ostali turisti,
- Induciranje proizvodne, prometne i potrošne funkcije

Čitav niz nautičkih centara svojim su indirektnim djelovanjem pridonijeli ostvarivanju višestrukih efekata te se s pravom može zaključiti da imaju izravan utjecaj na uljepšavanje i urbaniziranje razvijenih i nerazvijenih priobalnih te otočnih gradića, mogućnost strukturalne lepeze zapošljavanja te ostvarenja dobiti.

Zbog visokog stupnja tercijarizacije, nautički turizam direktno i indirektno utječe na pozitivan razvoj svih tercijskih djelatnosti, posebno na trgovinu, ugostiteljstvo i hotelijerstvo, uslužno zanatstvo i promet.

Nautički turizam također snažno utječe na razvoj kvartarnih djelatnosti a to su: intelektualne usluge, viša infrastruktura, socijalne, zdravstvene, kulturne, športske i druge usluge. Razvoj ove vrste turizma doprinosi bržem razvoju nedovoljno razvijenih područja, potpunijem usklađivanju razvoja jačih turističkih centara i nerazvijenih dijelova na obalama i otocima, trajnom povezivanju i integriranju poslovanja i turističkih programa te produženju turističke sezone.

Nautički turizam također direktno utječe ne samo na revitalizaciju već i na osnivanje "četvrte flote" (četvrta zato što joj prethode trgovačka, ratna i ribarska flota). Iz osnovnih potreba čovjeka da se ponovno vrati prirodi i moru i da u društvu dokolice i novih socioekonomskih fenomena, pronalazi nove izvore rekreacije, razonode, odmora, u posljednje vrijeme razvila se intenzivna i ekspanzijska izgradnja plovnih jedinica-brodica za odmor i zabavnu navigaciju, koja omogućuje te nabujale čovjekove potrebe i želje.

Nautički turizam ima i širi društveni značaj koji se očituje kroz zdravstvenu, kulturnu, zabavnu, športsku, socijalnu, političku, odgojnu funkciju. Veće ekonomsko-društveno značenje ove vrste turizma na ukupno gospodarstvo zemlje odražava se na porast zapošljavanja: od

zapošljavanja na radnim mjestima u turističkim lukama, zapošljavanja na plovnim objektima, do pružanja niza uslužnih djelatnosti neophodnih nautičarima.⁴

Iako suvremeni nautički turizam sve više postaje stil života potrošačkog društva u razvijenim zemljama i poprima obilježja masovnosti, još uvijek se ova vrsta turizma javlja na višoj razini životnog standarda i svrstava se u "više" slojeve piramide potreba čovjeka. Perspektive razvoja nautičkog turizma kao jednog od najpropulzivnijih i najekspanzivnijih oblika turističke djelatnosti i maritimnog turizma su sigurno neiscrpne i velike.⁵

Postoje indikacije kako će 21. stoljeće postati stoljeće u kojem slobodno vrijeme prestiže radno vrijeme te bi na taj način čovjek imao puno više vremena za vlastite želje i potrebe za odmorom.

Novi životni ciljevi usmjereni ka zadovoljenju postojećih potreba rezultirati će iz sve jače orijentacije prema slobodnom vremenu. Cilj suvremenog čovjeka jest iskoristiti vrijeme. U takvom društvu turizam općenito, a naročito nautički turizam posjeduje dobre pretpostavke i mogućnosti za daljnji razvoj. Čovjek 21. stoljeća bira sadržaje koji doprinose njegovom svestranijem razvoju, odabire destinacije te na taj način zadovoljava svoju potrebu za putovanjima i relaksacijom.

Nautički turizam kvalitativno i kvantitativno upotpunjuje turističku ponudu i tako potencira gospodarsku korisnost cjelokupne ekonomije u jednoj zemlji ili na jednom području. U uvjetima kada se u svakom aspektu poslovanja velika pažnja poklanja održivosti te očuvanju prirode, vrlo je važno imati na umu kako razvoj nautičkog turizma uz što veće ekonomske koristi donosi i negativne posljedice na okoliš. U konačnici, to bi se moglo odraziti na preopterećenost prostora, zagađenost i smanjenje potražnje.

Nautički turizam tako ne bi trebao slijediti gospodarske i tehničke zahtjeve, a pri tome zanemarivati kvalitativne determinante. Naime, na Jadranu već sada postoje područja koja pokazuju "crveno svjetlo" zbog visokog koeficijenta prenapučenosti prostora i obale, a u svrhu brže i veće zarade. Suvremeni trendovi nautičkog turizma vrednuju netaknutu prirodu, očuvan

⁴ Gračan D., Alkier-Radinić R., Uran M., „Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU“, FMTU, Opatija 2011, str.195

⁵ Ibidem, str. 195

okoliš, kvalitetno i čisto more, divlje plaže, nasuprot pretjeranoj urbanizaciji, betonizaciji obale te devastaciji prirode.

Dakle, krajnji je cilj osigurati ravnotežu između koristi i šteta koje razvoj nautičkog turizma donosi na određenom području, s tim da su koristi veće od štetnih posljedica.

3. ANALIZA STANJA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE

Nautički turizam je, kao što je to već više puta spomenuto, jedan od mlađih, ali i najperspektivnijih segmenata turizma, od posebne važnosti za Hrvatsku. Upravo se s ovim oblikom turizma poistovjećuje turistički razvoj Hrvatske. Prvi organizirani oblici prihvata nautičkih turista na hrvatskoj obali Jadrana pojavljuju se 60-ih godina prošlog stoljeća, paralelno s pojavom nautičkog turizma na Mediteranu. U to vrijeme, pod utjecajem općeg porasta standarda stanovništva, europska populacija mijenja svoje svjetonazore, a nove obilježava raskid s tradicijama ekonomske sigurnosti i statusa te poziv za individualnošću uz odbacivanje stereotipa.

Sukladno tim sociološkim trendovima, sve je manji interes za turističke destinacije koje pružaju samo mogućnosti za zadovoljenje elementarnih potreba karakterističnih za masovni turizam (sunčanje i kupanje), a recipročno raste potražnja za kvalitetnijim i produhovljenijim odmorom, s više zabave i s naglašenijom potrebom za fizičkim aktivnostima u cilju neutraliziranja stresova urbane sredine. Navedene potrebe adekvatno može zadovoljiti nautički turizam.

Koncepcija tržišnog poslovanja nameće potrebu da se analizi tržišta posveti posebna pozornost, jer predstavlja važan segment u procesu prodaje. Na temelju stanja na tržištu, neophodno je prikupiti informacije, sa svrhom razrađivanja poslovne i razvojne strategije, te za formiranje cijena. Potrebno je postaviti plan na koji će se način organizirati osobni nastup na sve konkurentnijem nautičkom tržištu te naći mjesto koje pripada Hrvatskoj kao interesantnoj nautičkoj destinaciji.

Uobičajene pokazatelje koji daju prikaz mogućih kvalitativnih i kvantitativnih obilježja potražnje može se podijeliti na:

*Osnovne kvantitativne pokazatelje:*⁶

- intenzitet potražnje - broj posjeta,
- troškovi boravka u marini,

⁶ Ibidem, str. 315

- struktura potražnje - izdaci za brod (vez, servis, gorivo),
- izdaci za hranu i piće,
- izdaci za zabavu i razonodu,
- izdaci za ostale usluge (telekomunikacije, kupovine).

Kvalitativne pokazatelje:

- podaci o ispitaniku (dob, nacionalnost, spol, zanimanje),
- podaci o plovilu (vlasništvo, dužina, vrsta),
- motivi putovanja,
- načini dolaska u zemlju (vrsta prijevoza),
- trajanje boravka u Hrvatskoj,
- trajanje boravka u marini.

Tržišna ispitivanja nautičkog tržišta provode se pretežito s ciljem stjecanja informacija o potražnji kako bi se neki proizvod mogao bolje prilagoditi zahtjevima i željama nautičara-turista i istodobno dobro pozicionirati u odnosu na konkurenciju.

Nautičari kao turistički potrošači specifičan su segment nautičkog tržišta i stoga je bolje poznavanje njih samih od izuzetne važnosti za planiranje razvoja ovog oblika turizma.

Informacije o nautičarima važne su zbog sljedećih osnovnih razloga:⁷

- planiranja razvoja, odnosno, kvalitetne ponude usklađene s potrebama nautičara. Potrebna su saznanja o nekim osnovnim obilježjima ovog segmenta. Istraživanja se provode u svrhu saznanja ukupne potrošnje nautičara, strukture potrošnje, potrošnje u marini i izvan nje. Također, dosad sakupljene informacije daju uvid o stavovima nautičara kada je riječ o pojedinim elementima ukupne ponude i kad se radi o ponudi turističkog mjesta u kojem se marina nalazi (koje usluge su relevantne nautičarima, interesi i aktivnosti - kako provode slobodno vrijeme, tj. vrijeme u posjeti određenom turističkom mjestu, zanimaju li ih kulturni sadržaji, zabava, športovi, ili neki drugi vidovi zabave, najčešći itinereri, te kojim

⁷ Ibidem, str. 316

elementima ponude u marinama u Hrvatskoj su najzadovoljniji, a s kojima nezadovoljni),

- usporedbe s drugim turističkim segmentima. Današnje spoznaje na razini Hrvatske omogućuju komparativnu analizu pojedinih obilježja nautičara kao segmenta s ostalim segmentima - kongresnim turizmom i klasičnim odmarališnim turizmom. Ovim informacijama se pomaže u planiranju i drugih specifičnih turističkih proizvoda, omogućuje saznanje o stvarnim prednostima i nedostacima razvoja ovog oblika turizma, kao i strateško planiranje marketinga turizma Hrvatske,
- usporedbe s drugim turističkim destinacijama koje razvijaju nautički turizam. Konkurencija u turizmu izuzetno je jaka i ne mimoilazi ni nautički turizam, stoga je nužno slijediti kvalitativne trendove u potražnji i odgovarajuće pozicionirati turistički proizvod, konkurirati ne cjenovnim elementima ponude i postići prestiž na međunarodnom tržištu te time umanjiti značaj konkurencije.

Kontinuiranim provođenjem ovakvih istraživanja dobiva se mogućnost stvaranja odgovarajuće baze podataka koja omogućuje.⁸

- detaljniju segmentaciju nautičke potražnje te produbljivanje spoznaja o specifičnim obilježjima, zahtjevima i potrošnji pojedinih segmenata (profil nautičara: dob, spol, zanimanje, nacionalnost...),
- potpunije i pouzdanije sagledavanje trendova razvoja nautičkog turizma, uočavanje prednosti i slabosti našeg nautičkog proizvoda te definiranje efikasnije poslovne i razvojne politike svakog subjekta i cjelokupne ponude koja je u funkciji zadovoljavanja specifičnih potreba i zahtjeva nautičara,
- definiranje osmišljene strategije marketinga u nautičkom turizmu, a u okviru toga i konkretnije i efikasnije promotivne programe te racionalniju i efikasniju alokaciju sredstava namijenjenih realizaciji takvih programa.

S obzirom na razvitak i dinamičnost nautičkog turizma, od velike je važnosti kontinuirano i sustavno praćenje svih pokazatelja nautičke ponude i potražnje.

⁸ Ibidem, str. 316

Državni zavod za statistiku u obliku statističkih ljetopisa sustavno provodi, prati i evidentira fizičke pokazatelje prometa nautičkog turizma Hrvatske.

Nadalje, Institut za turizam svojim istraživanjem Tomas Nautika utvrđuje profil nautičara koji posjećuju Hrvatsku, omogućava i donošenje zaključka o trendovima nautičke turističke potražnje i ukazuje na razliku u obilježjima različitih segmenata nautičke potražnje.⁹

Vrsta plovila	Plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u 2011.		Plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u 2011.		Uzorak TOMAS NAUTIKA Jahting 2012.	
	Broj plovila	%	Broj plovila	%	Broj anketiranih nautičara	%
UKUPNO	188.457	100,0	14.286	100,0	2.153	100,0
Motorne jahte	65.571	34,8	7.437	52,1	851	39,5
Jahte na jedra	117.598	62,4	6.108	42,8	1.302	60,5
Ostalo	5.288	2,8	741	5,2	0	0,0

Slika 2. Struktura uzoraka istraživanja Tomas nautika jahting 2012. i broja plovila u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj u 2011. godini prema vrsti plovila

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Dužina plovila	Plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u 2011.		Plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u 2011.		Uzorak TOMAS NAUTIKA Jahting 2012.	
	Broj plovila	%	Broj plovila	%	Broj anketiranih nautičara	%
UKUPNO	182.437	100,0	12.208	100,0	2.171	100,0
do 6 m	4.831	2,6	563	4,6	45	2,1
od 6 do 8 m	15.404	8,4	1.120	9,2	185	8,5
od 8 do 10 m	30.429	16,7	2.395	19,6	428	19,7
od 10 do 15 m	116.424	63,8	6.751	55,3	1.260	58,0
preko 15 m	15.349	8,4	1.379	11,3	253	11,7

Slika 3. Struktura uzoraka istraživanja Tomas nautika jahting 2012. I broja plovila u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj 2012. godini prema dužini plovila

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

⁹ Tomas nautika jahting: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Da bi došlo do razvoja novog proizvoda ili neke privredne grane, pa tako i nautičkog turizma, osnovno je pravilo da ukupna količina čimbenika razvoja treba biti jednaka ukupnoj količini motiva. To znači da razvojne mogućnosti u materijalnoj i prirodnoj cjelini trebaju ljudski radno-kreativan potencijal da bi uopće mogli realizirati određenu ideju i započeti razvojni put neke privredne djelatnosti. U postupku istraživanja razvojnih činitelja nautičkog turizma, potrebno je ciljeve, metodologiju, pa i klasifikaciju prilagoditi privrednim i društvenim uvjetima, a koji prevladavaju na području Hrvatske.¹⁰

U svrhu provedenih istraživanja nautičkog turizma prikazanih neophodno je analizirati sadašnje stanje nautičkog turizma Hrvatske upravo kroz kvalitativnu i kvantitativnu analizu te iznijeti strategiju i perspektivu razvoja nautičkog turizma Hrvatske.

3.1. KVALITATIVNA ANALIZA SADAŠNJEG STANJA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE

Kako bi se potpunije obuhvatila kvalitativna analiza sadašnjeg stanja nautičkog turizma Hrvatske, potrebno je sagledati karakteristike nautičke turističke potražnje, izvršiti kontinuirano istraživanje različitih obilježja putovanja i boravka nautičara u Hrvatskoj te utvrditi koje su prednosti, a koji nedostaci nautičkog turizma Hrvatske. Spomenuta kvalitativna analiza provodi se usporedbom podataka dobivenih istraživanja Instituta za turizam, usporedno za 2011. i 2012. g. osobnim intervjuom 2.144 nautičara (875 u čarteru) u 28 hrvatskih marina.¹¹

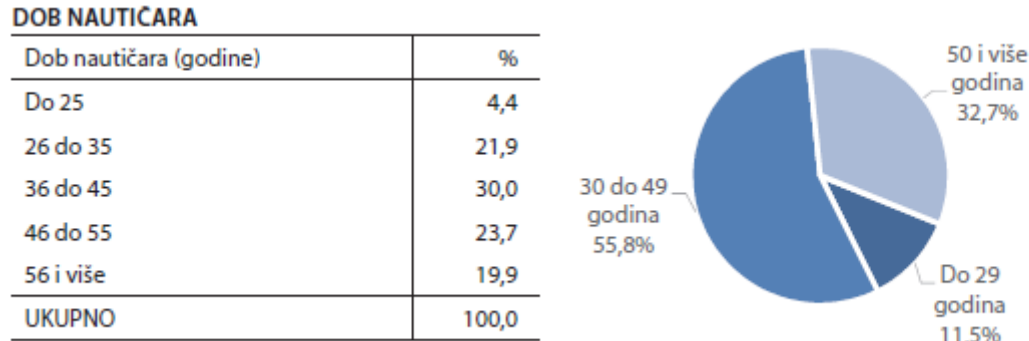
Sukladno rezultatima dobivenim istraživanjem Instituta za turizam Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika 2012, u nastavku se prikazuju sociodemografski podaci nautičara koji posjećuju Hrvatsku.

¹⁰ Ibidem

¹¹ Ibidem

3.1.1. Sociodemografski profil nautičara

Tabela 1. Zastupljenost nautičara u Hrvatskoj 2012. g.



Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Prosječna dob nautičara u ljetu 2012. godine iznosila je 45 godina (medijan 43 godine). Najviše je nautičara u dobi od 30 do 49 godina (56%). U odnosu na turiste koji borave u smještajnim objektima, među nautičarima je veća zastupljenost onih u dobi od 50 i više godina (33% nautičara u odnosu na 25% gostiju u smještajnim objektima), dok su znatno manje zastupljeni oni mlađi, do 29 godina starosti (12% nautičara u odnosu na 19% gostiju u smještajnim objektima). Među ispitanicima je bilo znatno više muškaraca (69%) nego žena (31%), što je najvjerojatnije i odraz populacije nautičara.

3.1.2. Učestalost dolaska/plovidbe u Hrvatskoj i izvori informacija

Lojalnost ili vjernost nautičara Hrvatskoj mjerena je putem učestalosti plovidbe u Hrvatskoj. Jedno od važnih obilježja svake 'turističke' populacije, pa tako i populacije nautičara, su izvori informacija o destinaciji koje gosti koriste tijekom pripreme putovanja. U istraživanju TOMAS NAUTIKA Jahting 2012. ispitanici-nautičari su od ponuđenih osam različitih izvora informiranja o hrvatskoj turističkoj i nautičkoj ponudi mogli izabrati najviše tri.¹²

¹² Ibidem

Inozemni nautičari većinom su izrazito lojalni hrvatskoj nautičkoj ponudi. Svaki drugi već je šest ili više puta plovio u Hrvatskoj, a tri četvrtine ih je plovilo hrvatskim dijelom Jadrana više od tri puta. U ljetu 2012. godine tek je svaki deveti inozemni nautičar (11%) plovio u Hrvatskoj po prvi puta. Među gostima hotela, kampova i privatnog smještaja u 2010. godini (prema istraživanju TOMAS Ljeto 2010.) zabilježen je nešto veći udio (14%) inozemnih gostiju u prvom posjetu Hrvatskoj, ali i manji udio onih najvjernijih sa šest i više posjeta (39%).

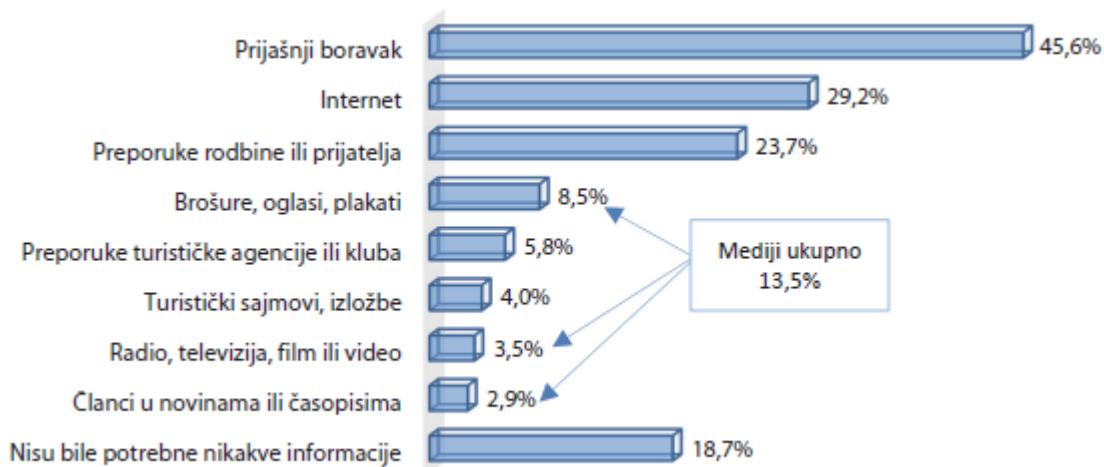
Tabela 2. Učestalost dolazaka Hrvatskoj

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU	
Učestalost dolaska u Hrvatsku	%
Prvi posjet	10,9
Drugi posjet	12,9
3 do 5 posjeta	26,2
6 i više posjeta	50,0
UKUPNO	100,0

Napomena: Odnosi se samo na inozemne nautičare.

Izvor: <http://www.iztsg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Sukladno velikoj zastupljenosti nautičara koji učestalo plove u Hrvatskoj, najvažniji izvor informiranja za goste nautičare je prijašnji boravak (46%), a velik je udio i onih kojima nisu bile potrebne nikakve informacije (19%). Internet je za prikupljanje informacija koristilo 29% nautičara, a 24% ih se oslanjalo na preporuke rodbine ili prijatelja. Putem nekog od medija – brošura, oglasa i plakata, članaka u novinama i časopisima te radija, televizije, filma ili videa – informacije je prikupljalo 14% nautičara. U usporedbi s gostima u smještajnim objektima, nautičari su u nešto manjoj mjeri koristili većinu navedenih izvora informacija, s izuzetkom prijašnjeg boravka i interneta, na koje se oslanjalo 32% odnosno 27% gostiju u smještajnim objektima.



Grafikon 1. Izvori informacija koji nautičari koriste pri odluci

Izvor: <http://www.iztsg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

3.1.3. Prijevozno sredstvo u odlasku i dolasku

Automobilski je prijevoz za nautičare, kao i za goste u smještajnim objektima, dominantan oblik dolaska u polaznu luku (69%). Slijedi dolazak plovilom (15%) te zrakoplovom (14%). Nautičari češće od turista u smještajnim objektima koriste zrakoplov za dolazak u polaznu luku (oko 8% gostiju u smještajnim objektima je tijekom četiri ljetna mjeseca doputovalo zrakoplovom kao glavnim prijevoznim sredstvom). U zrakoplovnom prijevozu zastupljeniji je redoviti let (9%) u odnosu na čarter let (5%). Među gostima koji su doputovali redovitim letom, svaki drugi koristio je usluge niskotarifnih zračnih prijevoznika.

Tabela 3. Prijevozno sredstvo prilikom odlaska i dolaska

PRIJEVOZNO SREDSTVO	
Prijevozno sredstvo do/od polazne luke	%
Automobil	66,5
Automobil s plovilom na prikolici	2,1
Autobus	0,9
Vlak	0,2
Zrakoplov - charter let	4,8
Zrakoplov - redoviti let	9,4
Brod, trajekt	0,4
Plovilo u kojem ispitanik trenutno boravi	15,4
Neko drugo	0,2
UKUPNO	100,0

3.3.2.

**KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA
U DOLASKU U HRVATSKU**

Niskotarifni prijevoznik	%
Korišten	52,4
Nije korišten	47,6
UKUPNO	100,0

Izvor: <http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

3.1.4. Obilježja plovidbe

Obilježja plovidbe u istraživanju tomas nautika Jahting obuhvaćaju: vlasništvo plovila, vrstu najma, polaznu luku i način plaćanja najma za plovila unajmljena u Hrvatskoj, sastav posade i broj osoba na plovilu, duljinu boravka na plovidbi i strukturu ostvarenih noćenja s obzirom na mjesto veza/sidrenja, organizaciju prehrane te aktivnosti kojima se nautičari bave tijekom vremena provedenog u marinama/lukama i destinacijama.¹³

¹³ Ibidem

Tabela 4. Vlasništvo plovila i plaćanje najma

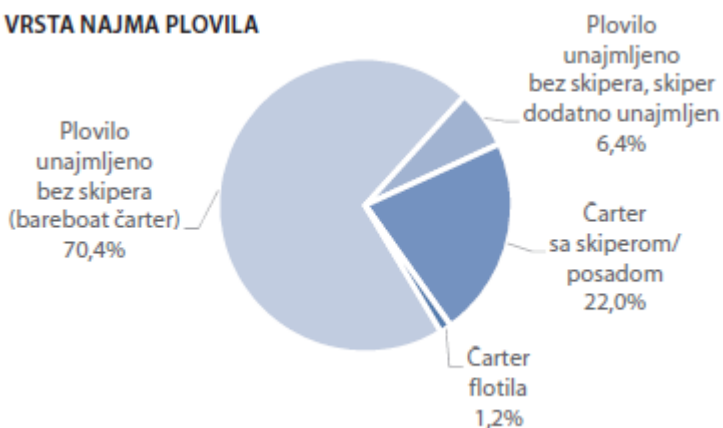
VLASNIŠTVO PLOVILA	
Vlasništvo plovila	%
Hrvatski čarter	49,1
Osobno vlasništvo/suvlasništvo	42,2
Vlasništvo prijatelja/rođaka	5,9
Inozemni čarter	2,8
UKUPNO	100,0

PLAĆANJE NAJMA PREMA VLASNIŠTVU PLOVILA			%
		Plaćanje najma plovila	
		Da	Ne
Vlasništvo plovila	Hrvatski čarter	100,0	0,0
	Osobno vlasništvo/ suvlasništvo, vlasništvo prijatelja/ rođaka, inozemni čarter	5,6	94,4

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

U hrvatskom čarteru bilo je 49% nautičara, 42% nautičara plovilo je na plovilima u osobnom vlasništvu/suvlasništvu, 6% na plovilima u vlasništvu prijatelja/rođaka, a manje od 3% nautičara bilo je na plovilima u inozemnom čarteru. Čarteraši, oni u hrvatskom čarteru, najam plovila platili su najčešće izravno čarter kompaniji (58%), dok je 37% najam platilo posredstvom turističke agencije, a ostali na neki drugi način.

VRSTA NAJMA PLOVILA



Grafikon 2. Vrsta najma plovila

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Najčešći oblik najma plovila je tzv. *bareboat* charter ili najam plovila bez skipera u kojem je bilo 70% svih nautičara u hrvatskom charteru. Nešto više od petine (22%) charteraša unajmilo je plovilo sa skiperom ili posadom, 6% je unajmilo plovilo bez skipera, ali su skipera naknadno unajmili, a samo 1% charteraša bilo je u okviru charter flotile.

Tabela 5. Duljina boravka i prosječan broj ostvarenih noćenja/sidrenja

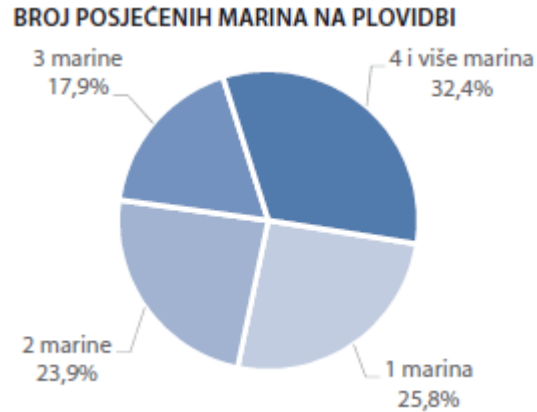
DULJINA BORAVKA

Broj noćenja na putovanju/ plovidbi u Hrvatskoj	%
1 do 3	3,4
4 do 7	42,8
8 do 14	33,7
15 do 21	11,7
22 i više	8,5
UKUPNO	100,0

PROSJEČAN BROJ I STRUKTURA OSTVARENIH NOĆENJA S OZBIROM NA MJESTO NOĆENJA/SIDRENJA

Broj noćenja	Prosječan broj noćenja	%
U marinama	7,4	59,8
U mjesnim lučicama	1,7	13,7
Na bovi izvan mjesnih lučica i marina	1,5	11,7
Na sidru izvan mjesnih lučica i marina	1,7	13,3
U smještajnim objektima na kopnu	0,2	1,4
UKUPNO	12,4	100,0

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)



Grafikon 3. Broj prosječnih noćenja

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Putovanje nautičara najčešće uključuje 4 do 7 noćenja (43%), a na svakom trećem ostvari se 8 do 14 noćenja. Zamjetan je i udio plovidbi s više od 15 noćenja (20%). U prosjeku, nautičari na putovanju ostvaruju 12 noćenja, od čega oko 7 noćenja u marinama te po jedno do dva noćenja u mjesnim lučicama i na bovi odnosno sidru izvan mjesnih lučica i marina. Neznatan udio nautičara tijekom putovanja ostvaruje i noćenja u smještajnim objektima na kopnu.

U prosjeku, nautičari tijekom plovidbe posjete 3 marine. Svaki drugi posjeti jednu do dvije marine, a oko trećine nautičara tijekom svoje plovidbe posjeti četiri ili više marina.

3.1.5. Zadovoljstvo nautičara ponudom

Tabela 6. Stupanj zadovoljstva ponudom u Hrvatskim lukama nautičkog turizma

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA PONUDE

Rang*	Elementi ponude	%	
1.	Ljepota prirode i krajolika	94,5	Vrlo izak
2.	Osobna sigurnost	86,2	
3.	Stanje broda (ispravnost, uredenost, opremljenost i slično)**	78,9	
4.	Uslužnost osoblja u marinama	78,7	Nizak
5.	Prihvat u marini**	78,6	
6.	Bogatstvo gastronomske ponude u destinacijama	77,2	Srednji
7.	Prometna dostupnost polazne luke	75,7	
8.	Prostorni raspored marina	75,6	
9.	Opskrbljenost vodom (hladna i topla) u marinama	75,2	Visok
10.	Dostatnost priključaka za vodu i struju u marinama	74,3	
11.	Raspoloživost informacija u marinama o turističkoj ponudi destinacija	74,1	Vrlo visok
12.	Prihvat u zračnoj luci (transfer)**	73,3	
13.	Ukupna ponuda za nautičare	71,0	
14.	Uredenost i čistoća okoliša u marinama	70,4	Vrlo visok
15.	Vezovi (širina, ispravnost)	68,9	
16.	'Vrijednost za novac' ukupne ponude za nautičare	67,1	Vrlo visok
17.	Raznolikost kulturnih manifestacija	66,2	
18.	Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	65,9	
19.	Opskrba plovila (piće dobrodošlice, hrana, TV, internet priključak i slično)**	65,9	Stupanj zadovoljstva
20.	Mogućnosti za kupnju u destinacijama	65,6	
21.	Kvaliteta tehničkog servisa (brzina popravka) u marinama	64,9	
22.	Raznolikost sadržaja za zabavu	64,2	
23.	Sanitarije u marinama	62,2	
24.	Bogatstvo sportskih sadržaja u destinacijama	60,8	
25.	Mogućnosti kupnje u marinama	49,3	

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 'vrlo dobro' i 'odlično'.

** Samo za nautičare u hrvatskom čarteru.

Stupanj zadovoljstva: Iznad 80% (vrlo visok); 70% do 80% (visok); 60% do 70% (srednji); 50% do 60% (nizak); Ispod 50% (vrlo nizak).

Izvor: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (29.9.2014.)

Nautičari su bili izrazito zadovoljni samo s dva aspekta provođenja odmora odnosno plovidbe u Hrvatskoj: ljepotom prirode i krajolika te osobnom sigurnošću. Više od 80% nautičara ocijenilo je navedena dva elementa ocjenama vrlo dobro i odlično.

Zadovoljstvo su iskazali i za dvanaest elemenata ponude, od kojih se tri odnose isključivo na nautičare u hrvatskom čarteru. To su stanje broda te prihvat u marini i zračnoj luci. Od preostalih devet elemenata koje su ocjenjivali svi nautičari, većina se odnosi na ponudu marina, od uslužnosti osoblja i osnovnih usluga (opskrbljenost vodom te dostatnost priključaka za struju i vodu) do raspoloživosti informacija u marinama i uređenosti okoliša. Nautičari su iskazali zadovoljstvo i gastronomskom ponudom u destinacijama, prometnom dostupnošću polazne luke i prostornim rasporedom marina te, iako u nešto manjoj mjeri, ukupnom ponudom za nautičare.

Srednji stupanj zadovoljstva nautičari su iskazali za deset elemenata ponude među kojima je i vrijednost za novac ukupne nautičke ponude u Hrvatskoj. Srednje zadovoljni nautičari su bili širinom i ispravnošću vezova u marinama, kvalitetom tehničkog servisa i ugostiteljskih usluga u marinama, sanitarijama u marinama, a ‘čarteraši’ i opskrbom plovila. Elementi ponude destinacija kojima su nautičari bili srednje zadovoljni uključuju raznolikost kulturnih manifestacija, zabavnih i sportskih sadržaja te mogućnosti za kupnju.

Nautičari su iskazali nezadovoljstvo mogućnostima kupnje u marinama.

Ne postoje znatnija odstupanja u zadovoljstvu nautičara elementima turističke ponude destinacija u odnosu na stacionarne goste u smještajnim objektima na kopnu. Redoslijed elemenata prema ocjeni zadovoljstva gotovo je identičan – nautičari i gosti u hotelima, kampovima i privatnom smještaju najzadovoljniji su ljepotom prirode i krajolika, osobnom sigurnošću te gastronomskom ponudom u Hrvatskoj, dok su pri dnu ljestvice zadovoljstva elementi ponude kulturnih, sportskih i zabavnih sadržaja te mogućnosti za kupnju.¹⁴

¹⁴ Ibidem

3.2. KVANTITATIVNA ANALIZA STANJA NAUTIČKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Nautički turizam u Hrvatskoj se razvijao nekontrolirano i stihijski. Na mnogim područjima nastojalo se zadovoljiti potrebama ubrzano rastuće nautičke turističke potražnje te su se nerijetko za izgradnju luka nautičkog turizma odabirana područja krhke ekološke ravnoteže.

Tabela 7. Dolasci turista u lukama nautičkog turizma

Godina	Ukupno	Domaći	Strani
2005.	773	49	724
2006.	725	59	666
2007.	811	63	748
2008.	808	57	751
2009.	664	23	641

*Zbog zakonske regulative praćenju turista od 2010. podatci nisu dostupni

Izvor: „Statistički ljetopis RH 2013“, *Turizam-Dolasci i noćenja turista u lukama nautičkog turizma*, DZS RH, Zagreb, 2013. ,str. 418.-149.

Na temelju navedene tablica vidljivo je kako je najveći broj dolazaka ostvaren 2007. g. (811 dolazaka), stoje za 57% više nego 2000. g. Istovremeno, najmanji broj dolazaka ostvaren je 2000. g. (517 dolazaka). Gledano po strukturi stranih i domaćih gostiju, potražnju nautičkog turizma Hrvatske uglavnom čine strani gosti, čiji je udio iznad 92% u svakoj od navedenih godina. U 2009. g. došlo je do pada broja dolazaka i domaćih i stranih gostiju, što bi se moglo povezati s gospodarskom krizom.

Od ostvarenih noćenja u promatranom razdoblju, najviše ih je ostvareno u 2008. g. (1.435 noćenja), dok je najmanje noćenja ostvareno 2000. g. (777 noćenja). U 2009. g. također je smanjen i broj noćenja, u odnosu na 2008. g. (noćenja domaćih nautičara smanjena su za oko 50%, a noćenja stranih nautičara za 6%).

Tabela 8. Noćenja turista u lukama nautičkog turizma

Godina	Ukupno	Domaći	Strani
2005.	1.139	64	1.075
2006.	1.210	78	1.132
2007.	1.378	84	1.294
2008.	1.435	77	1.358
2009.	1.311	40	1.271

*Zbog zakonske regulativeu praćenju turista od 2010. podatci nisu dostupni

Izvor: „Statistički ljetopis RH 2013“, *Turizam-Dolasci i noćenja turista u lukama nautičkog turizma*, DZS RH, Zagreb, 2013. ,str. 418.-149.

Broj luka nautičkog turizma u 2012. g. povećao se na 98, dok ih je u 2008. g. bilo 97. Istovremeno, broj marina povećao se na 62, dok ih je u 2008. g. bilo 58). Površina akvatorija konstantno se povećavala do 2006. g., da bi u 2007. g. i 2008. g. doživjela pad. Međutim, usporedbom 2000. g. i 2008. g., površina akvatorija povećala se za 65%. Također se povećala i duljina obale za privez, koja je svoj vrhunac dosegla 2005. g. kada je iznosila 121.172 metra, a najmanji iznos bilježi se u 2000. g. (42.570 m).

U 2012. g. došlo je do velikog smanjenja dužine obale za privez, gdje se smanjila na 58.634 m. Prostor za smještaj plovila na kopnu povećao se u odnosu na 2008. Ako se dobiveni podatak stavi u korelaciju s podatkom da se za isti vremenski period bitno smanjio broj vezova za plovila dužine do 6 m, a broj vezova za plovila od 6-8 m je ostao isti te se povećao broj vezova za plovila preko 15 m (od 957 u 2000. g. na 2 028 vezova u 2008. g.), može se zaključiti kako je uzrok tome povećanje površine na kopnu, a pri čemu je broj mjesta znatno smanjen. Dakle, radi se o trendu rasta broja velikih plovila.

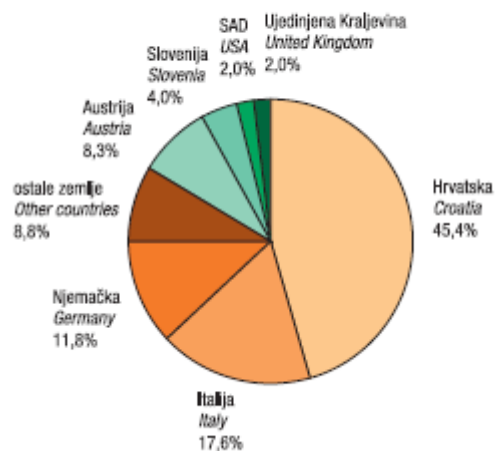
Tabela 9. Kapacitet luka nautičkog turizma u Hrvatskoj 2008.-2012.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	
Broj luka nautičkog turizma	97	98	98	98	98	Number of nautical ports
Od toga broj marina	58	58	60	61	62	Out of that, marinas
Površina akvatorija, m ²	3 387 879	3 293 558	3 313 110	3 293 891	3 266 746	Water surface, m ²
Broj vezova	16 403	16 848	16 913	17 059	17 454	Number of moorings
Od toga za plovila dužine						Out of that for following craft lengths
do 6 m	1 054	1 184	1 239	1 074	913	Under 6 m
6 – 8 m	2 128	2 136	2 097	1 470	1 385	6 – 8 m
8 – 10 m	3 602	3 579	3 542	2 905	2 932	8 – 10 m
10 – 15 m	7 591	7 827	7 842	8 714	9 239	10 – 15 m
više od 15 m	2 028	2 122	2 193	2 896	2 985	Over 15 m
Duljina razvijene obale za privez, m	66 038	63 824	64 715	64 345	58 634	Length of shoreline equipped for mooring, m
Prostor za smještaj plovila na kopnu, broj mjesta	5 189	5 209	5 125	5 231	5 359	Space for land storage, number of berths
Ukupna površina prostora na kopnu, m ²	760 469	753 369	756 538	772 338	783 168	Total surface area on land, m ²
Od toga natkriveni prostor, m ²	5 756	5 246	6 596	8 646	8 026	Of that covered area, m ²

Izvor: „Statistički ljetopis RH 2013“, Turizam-Kapacitet luka nautičkog turizma, DZS RH, Zagreb, 2013. ,str. 418.-

149.

PLOVILA U LUKAMA NAUTIČKOG TURIZMA PREMA ZASTAVI PLOVILA U 2012.
VESSELS IN NAUTICAL PORTS, BY FLAG, 2012



Grafikon 3. Plovila nautičkog turizma prema zastavi plovila

Izvor: „Statistički ljetopis RH 2013“, Turizam-Kapacitet luka nautičkog turizma, DZS RH, Zagreb, 2013. ,str. 418.-

149.

4. ZNAČAJKE NAUTIČKOG TURIZMA NA MEDITERANU

Europa se diči najdužom tradicijom nautičkog turizma u svijetu te mnoge pomorske europske zemlje danas bilježe njegov dinamičan razvoj. Sa stajališta nautičkog turizma područje Europe dijeli na tri područja, a to su:

- područje Mediterana,
- područje obala Atlantskog oceana, te
- područje unutrašnjih europskih voda.

Od sva tri navedena područja, upravo se makroregija Mediterana izdvaja kao najuspješnije područje razvoja nautičkog turizma, zahvaljujući brojnim komparativnim prednostima koje karakteriziraju ovaj prostor. Raritetni prirodni resursi važni za aktivnosti nautičkog turizma, povoljne klimatske prilike, povoljni vjetrovi, zaštićene uvale, raznolikost prirodnog, pomorskog i podmorskog pejzaža, raspored malih i većih naselja te luke i lučice koje omogućavaju krstarenje na različitim vrstama plovila, samo su neke od vrednota, koje Mediteran pozicioniraju na sam vrh destinacija nautičkog turizma.

Europski dio Mediterana čini najatraktivniji i najočuvaniji dio turističkog prostora Europe, koji će svoju punu turističku valorizaciju i tržišnu afirmaciju doživjeti tek u budućnosti.

Koliki značaj nautički turizam ima za ovo područje, najbolje pokazuju sljedeći podaci:¹⁵

- u nautičkom je turizmu direktno zaposleno najmanje 272.000 ljudi, u godinama prije recesije (dakle, prije 2008. i 2009. g.), ostvareni prihodi ovog oblika turizma iznosili su oko 23,4 milijarde eura, prosječna stopa rasta nautičkog turizma u Europi iznosi 6%. Isti izvor također navodi kako se čak 48 milijuna stanovnika diljem Europe bave nekim vidom pomorskih aktivnosti. Čak 6 milijuna plovila nalazi se u Europi, od čega najveći udio otpada na mala plovila. U 4.000 marina, koliko ih ima na europskom dijelu Mediterana, smješteno je oko 1,5 milijun vezova u moru (2.000 marina na području Sjeverne Europe, 800 na obali Atlantskog oceana te 1.200 marina na području Mediterana).

Mogućnosti potpunijeg razvoja nautičkog turizma Mediterana, uz tehničke i tehnološke čimbenike, u današnje vrijeme uvelike ovisi i o ekološkim čimbenicima. U skladu s tim, prilikom

¹⁵ Gračan D., Alkier-Radinić R., Uran M., „Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU“, FMTU, Opatija 2011, str.290-291

korištenja prostora za potrebe nautičkog turizma, pažnja se treba pokloniti određivanju mogućnosti izgradnje nautičkih kapaciteta, određivanju strogih mjera kontrole poštivanja izgrađenog, organiziranju otpadnih tvari iz objekata nautičkog turizma te osiguranju sigurnog uplovljavanja ili isplovljavanja plovila iz pristaništa. Sva obalna područja uz Mediteran već su velikoj mjeri devastirana, tereni su preskupi, a svaki posjednik takvih resursa smatra da svojim novcem može kupiti što želi, a na tom kupljenom resursu može se ponašati kako hoće. Domicilno stanovništvo obalnog područja uz Mediteran, a to se odnosi na sve zemlje, već je dobrano nagrizeno takvom politikom. Veći dio se zbog siromaštva iselio u prekomorske zemlje ili na kontinent, a na njihova mjesta dolaze neki drugi ljudi ili ranija ljudska staništa ostaju prazna.¹⁶

Zbog toga je potrebno mijenjati politiku razvoja nautičkog turizma koja će naglasak staviti na održivi razvoj sa svakog aspekta. Sustav vrijednosti bi se trebao izmijeniti, na način da ekonomska korist ne nadvlada čistoću i očuvanost krhke ekološke ravnoteže prirodnog krajolika.

Mediteran, odnosno Sredozemno more koristi se tisućljećima u plovidbene svrhe. Poslovno korištenje tog mora tijekom posljednjih stoljeća bilo je vezano uz sportske, znanstvene ili turističke svrhe. Nastavno na to, posljednjih sto godina dolazi do korištenja Mediterana u posebne svrhe, a to je zadovoljstvo čovjeka plovidbom kao vrstom aktivnog odmora.

Danas tržište nautičkog turizma doživljava svoj puni procvat, a trendovi za budućnost su itekako pozitivni. Mediteran je tako jedna od vodećih makroregija nautičkog turizma u svijetu, a njegovu članicu čini i Hrvatska. Na ovom području djeluju najveći hrvatski konkurenti, zemlje Mediterana.

Mogućnost korištenja nautičkog turizma na Mediteranu ovisi o mnogo čimbenika, a najvažniji su oni koji ovise o kapacitetu prihvata plovila, mogućnosti popravaka ili remonta, opskrbe, ekologiji, pravnim propisima, zemljopisnim položajima luka, političkim odnosima i slično. Svaka od zemalja, koje razvijaju ili samo koriste nautički turizam ima svoje strategije razvoja, teškoće ili dobre strane u pristupu tom dijelu turizma.

Za pravilan razvoj nautičkog turizma treba, uz tehničke i tehnološke čimbenike posvetiti posebnu pozornost drugim aspektima, koji su vrlo bitni za uspješan razvoj nautičkog turizma. Ekološki čimbenici su pri tome posebno važni. Izgradnja vezova, privezišta, remontnih baza, logističkih sadržaja i drugih za nautički turizam potrebnih čimbenika mogu bitno narušiti sklad

¹⁶ Ibidem, str. 292

prirode i izazvati velike ekološke probleme. Glede toga treba uvažavati pravila struke i ne dopustiti izgradnju svakog objekta komu i gdje to padne na pamet.

Mediteran je posebno zanimljiv za istraživanje tendencija i trendova u nautičkom turizmu. U tom dijelu europskog kontinenta usredotočen je najveći dio plovnih jedinica, a sve to koriste i nautičari iz drugih dijelova svijeta.

Mediteran sadrži oko 46.000 kilometara uporabljive obale, koja je u većem dijelu naseljena i industrijalizirana, te betonizirana. Uz njegove obale živi oko 410 milijuna stanovnika u 22 zemlje, koje dodiruju njegove obale. Tijekom turističke sezone to područje posjeti godišnje oko 200 milijuna posjetitelja. Od navedenih 46 tisuća kilometara obale već je više od polovice popunjeno raznim sadržajima. Od navedene brojke samo jedan posto je na neki način pod zaštitom.

Pri određivanju razine korištenja nekog prostora za potrebe korištenja za nautički turizam treba uzeti u obzir više čimbenika:¹⁷

- a) odrediti mogućnost izgradnje nautičkih kapaciteta,
- b) odrediti stroge mjere kontrole poštivanja izgrađenog,
- c) organizirati zbrinjavanje otpadnih tvari iz objekata nautičkog turizma,
- d) osigurati sigurno uplovljavanje ili isplovljavanje plovila iz pristaništa.

Pri tome treba obratiti pozornost na smanjivanje svih vrsta zagađenja koje se javljaju korištenjem nautičkog turizma.

¹⁷ Ibidem, str. 292

5. OSOBINE GLAVNIH DESTINACIJA ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA

Mediteran je posebice zanimljiv za istraživanje trendova i tendencija u nautičkom turizmu ili nautici uopće. Pri analizi nautičkih trendova na Mediteranu u obzir treba uzeti samo nekoliko zemalja koje su razvile nautički turizam, kao što su Francuska, Italija, Grčka, Turska i Hrvatska.¹⁸

Prema istraživanju Tomas, obavljenom tijekom nekoliko godina, ukazuje se da je 58 posto nautičara koji su tijekom 2005. godine uplovili u Jadransko more posjetilo više zemalja tog okruženja. Svi ispitanici su iskazali zadovoljstvo prirodom i okolišem.

Italija se sastoji od deset regija od kojih su tri oslonjene na jadransku obalu. To su Veneto, Puhlia i Molisse, u kojima je registrirano ukupno 30.114 vezova za nautička plovila.

Talijanska nautička flota djeluje u četiri mora Jadranskom, Ligurskom, Jonskom i Tirenskom. Uz veći broj socijalnih, kulturnih i povijesnih čimbenika, koji su važni za razvoj te vrste turizma, posjeduju i specijaliziranu opremu i stručnu radnu snagu.

Najbolje uvjete za razvoj nautičkog turizma posjeduje regija Campanie, koja je mnogo pogodnija za razvoj nautičkog turizma od drugih dijelova Italije. Država posebno utječe na razvoj te vrste turizma svojim poticajima i zaštitnim mjerama. Zakonska regulativa, koja se primjenjuje u nautičkom turizmu znatno je pojednostavljena i pristupna svakom pismenijem stanovniku. Registracija plovila, kao i plaćanje raznih poreza i davanja za pojedino plovilo krajnje je jednostavno.

Grčka je sljedeća zemlja, koju treba istražiti. Sa sviju strana je okružena s četiri mora, Mediteranom, Jonskim, Egejskim i Jadranskim morem. Grčka između, ostalog živi, od mora i za more. Jedna je od najsnažnijih turističkih destinacija na svjetskoj razini. Prema svjetskoj statistici nalazi se na 15. mjestu najvećih svjetskih turističkih destinacija. To je zemlja toliko puna plovnih jedinica da više nema dovoljno smještajnih kapaciteta za nove vezove. Prema iskazima udruge nautičara Grčke Ellas maritime, uzduž razvedenih obala Grčke u raznim marinama ima oko sedam tisuća vezova, a samo u području obalnog dijela Atike traži se više od deset tisuća novih vezova.

¹⁸ Gračan D., Alkier Radnić R., Vizjak A.: "Razvoj nautičkog turizma na mediteranu" Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji Pomorski zbornik 44 (2006)1, 124

Francuska je jedna od nautički najrazvijenijih zemalja u Europi. Svoju nautičku flotu razvija na dvije obale – Mediteranskoj i Atlantskoj. Za korištenje nautičkih putovanja koriste se razni tereni i vrste obala, počevši od plitkih obala uz englesko otočje i rijetkih nautičkih centara, do suvremenih nautičkih postrojenja na Azurnoj obali i obalama Korzike sa svim suvremenim sadržajima i visokom razinom standarda.

Nautički centri su izgrađeni duž cijele francuske mediteranske obale. Uz normalna nautička postrojenja posjeduju dosta suhih vezova na obali, gdje se plovila, u vrijeme zime, izvlače na obalu radi popravaka ili drugih namjera. U vrijeme čitave godine svi su kapaciteti u nautičkim centrima popunjeni, a posebno je teško naći slobodno mjesto u vrijeme ljeta.

Francuski nautički turizam je izuzetno razvijen, čemu svjedoči podatak da je na samo dvije stotine kilometara francuske obale izgrađeno dvadeset i devet marina, koje posjeduju dvadeset i dvije tisuće vezova.

Primjerice, na Korzici koja ima dvije stotine i pedeset tisuća stanovnika djeluje trideset i pet marina sa sedam tisuća vezova. Turska nije pomorska zemlja iako se oko nje nalaze tri mora – Egejsko, Mediteran i Crno more. U povijesti nije nikada predstavljala značajniju pomorsku silu.

U suvremeno doba Turska razvija prihvatne kapacitete za nautički turizam. Pri tome nastoji skrenuti prema svojim obalama znatan dio od oko sedamsto i pedeset tisuća plovila koja plove Mediteranom. U nautičare koji plovo uz Turske obale ulaze mahom najbogatiji ljudi Europe i svijeta. Primjerice, samo jedno pristajanje plovila u nautičko pristanište plaća se koliko stoji prihvati oko trideset normalnih turista. Turska država se odlučila za prodaju nautičkih instalacija inozemnim ulagačima, a prema izvješću Turske turističke banke (Turkive tourist Bank) već su prodane tri marine, dok se ostale instalacije pripremaju za prodaju.



Slika 4. Marina Albatros, Turska

Izvor: <http://www.sailingeurope.com/hr/pocetna> (29.9.2014.)



Slika 5. Marina Cannes, Francuska

Izvor: <http://www.sailingeurope.com/hr/pocetna> (29.9.2014.)



Slika 6. Marina Alimos, Grčka

Izvor: <http://www.sailingeurope.com/hr/pocetna>(29.9.2014.)



Slika 7. Marina Porto di Lavagna, Italija

Izvor: <http://www.sailingeurope.com/hr/pocetna> (29.9.2014.)

5.1.NAUTIČKI TURIZAM ITALIJE

Prvi počeci suvremenog nautičkog turizma u Italiji javljaju se između dva svjetska rata, a vezani su za osnivanje jedriličarskih klubova i brojnih regatnih natjecanja. Kao i u ostalim mediteranskim zemljama, šezdesetih godina prošlog stoljeća i u Italiji nautički turizam doživljava svoj procvat.

Prvi jači poticaj razvoju nautičkog turizma Italije dala je Okružnica Ministarstva trgovačke mornarice 1970. g., kada je omogućena izgradnja marina putem koncesija na općem dobru što se sve više razvija, zahvaljujući i državnim poticajima. Tako je povećanje broja plovila i sve veći interes države i poslovnih krugova za razvoj nautičkog turizma pogodovalo izgradnji velikog broja luka namijenjenih nautičkom turizmu.¹⁹

Duga obala, brojni povijesni i kulturni spomenici te dobra nautička infrastruktura snažan su poticaj za razvoj nautičkog turizma. U Italiji najbolje uvjete za razvoj nautičkog turizma posjeduje obala Campagnie, jer je razvedenija od drugih obalnih dijelova. Na tom dijelu obale posebno se ističu dijelovi Gaetskog, Napuljskog i Salemskog zaljeva. Drugi dio talijanske obale nema značajnije pogodnosti za razvoj nautičkog turizma, jer je obala jednolična. Koeficijent razvedenosti talijanske obale iznosi 1,4, dok koeficijent istočne jadranske obale iznosi 9,9.

Na cijeloj talijanskoj obali nalazi se samo jedna otočna skupina Tremiti i otok Pianosa, koji se nalaze na poluotoku Monte Gargano. Nautičari su upoznati, da u slučaju nevremena mogu za svoja plovila pronaći zaštitu u zavjetrini otoka Tremiti. Druga sidrišta su uglavnom slabo zaštićena od nevremena. Glede velikih količina slatke, a zagađene vode i industrijskog otpada iz najsnažnije industrijske talijanske regije najveći dio sjeverne talijanske obale je zamućen i izuzetno ekološki zagađen.

Italija unutar europskog nautičkog turizma zauzima važno mjesto. Ona je uz Grčku, zemlja s najviše morske obale u Europi. Dužina morske obale Italije iznosi oko 8.500 kilometara s otocima, a sve to je čini zemljom s najvećim obalnim kapacitetima, lako ima najviše obale, u

¹⁹ Luković, T., Šamanović, J. Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Repograf, Zagreb, 2007, str. 301

njoj nije razmjerno tome razvijen nautički turizam. Italija nije najveća nautička zemlja u Europi, ali se nalazi u društvu razvijenih.²⁰

Pošto su gospodarske razlike između sjevera i juga Italije velike, što često dovodi do teških političkih sukoba, teško je govoriti o nekoj zajedničkoj razvojnoj politici unutar nautičkog turizma Italije. Prema nekim naznakama pokušava se politiku razvoja nautičkog turizma odvojiti od općeg turističkog razvoja zemlje jer se razvoj nautičkog turizma u Italiji nastoji povezati s povijesnim i kulturnim razvojem određenih gradova i u njima se razvija.

Italija je razvila i veliku cestovnu mrežu u dužini od 320.000 kilometara, od te dužine su 6.400 kilometara suvremene autoceste. S druge strane, svaki od gradova na obalama svih mora koja se nalaze oko Italije dobro je povezano mrežom putova i putovanje vozilom od jednog do drugog mora ne može trajati više od jedan sat vožnje. Razvijena mreža putova znatno potpomaže razvoj nautičkog turizma, posebice u južnim dijelovima zemlje, do kojih se može stići relativno brzo.

Razvoj nautičkog turizma u južnim dijelovima Italije znatno pomaže razvoj tih inače nerazvijenih dijelova zemlje, posebno Sicilije i Sardinije, gdje se uz pomoć nautičkog turizma dobiva mnogo radnih mjesta za domaće stanovništvo i na taj način potiče razvoj njihovih regija. Primjerice, na Siciliji, Sardiniji i drugim otocima u suvremeno doba se grade izuzetne marine sa svim potrebnim uređajima i nautičkom opremom, kao i visokom razinom turističke ponude.

Putem države dolazi se do koncesija za izgradnju i korištenje morskih objekata i marina, a koje se daju na vremenski rok od trideset do pedeset godina, dok se koncesije za marine daju na vrijeme od pedeset godina. Budući da primjerice, jadranska obala nije primjerena za gradnju marina klasičnih oblika, na tom obalnom dijelu grade se marine tipa - izvučene marine, tj. marine se grade u moru te se nakon izgradnje spajaju s obalom putem nasipavanja mora.

²⁰ Ibidem, str. 165

Tabela 10. Broj vezova u Italiji, raspoređen prema regijama

REGIJA	MARINA	LUKA	PRIVEZIŠTE	UKUPNO
Liguria	13.989	8.483	2.186	24.658
Toscana	10.517	6.737	2.901	20.155
Lazio	1.148	5.226	1.291	7.665
Campania	8.634	5.320	1.050	15.004
Calabria	2.026	764	329	3.119
Puglia	7.289	2.042	1.526	10.857
Molise	288	-	-	288
Abruzzo	391	2.207	105	2.703
Marche	1.228	3.917	3.098	5.145
Emilia Romagna	2.733	2.610	11	5.354
Veneto	59	3.580	-	3.639
Friuli V.G.	5.432	7.188	3.349	15.969
Sardegna	5.368	7.643	140	13.151
Sicilia	6.582	5.165	2.102	13.849
UKUPNO	65.684	60.882	14.990	141.556
UDIO	46,4%	43,0%	10,6%	100,0%

Izvor: <http://www.ucina.net/en/> (29.9.2014.)

Iz navedene tablice vidljivo je kako je najveći broj vezova smješten u marinama (46,4%), dok se gotovo podjednak broj vezova nalazi u lukama nautičkog turizma (43%), odnosno 60.882 veza. Znatno manji broj vezova nalazi se u privezištima, gdje je od ukupnog broja smješteno samo 10,6% svih vezova, što daje brojku od 14.990 vezova.

Najvažnije osobine marina u Italiji mogu se sabrati u nekoliko važnih odlika:

- talijanske marine imaju prosječno oko 450 vezova, dok se stalnim ulaganjima u infrastrukturu nastoji taj broj povećati,
- razlika u razvijenosti nautičkog turizma Italije polazeći od sjevera prema jugu je razvidno velika.

U sjevernom dijelu Italije i to u dijelu Jadranskog mora prema Mediteranu nalazi se mnoštvo različito opremljenih marinskih kapaciteta, koji su izgrađeni u ranijem vremenu nautičkog razvoja, u koje se vrše stalna ulaganja u cilju njihovog osuvremenjivanja, a provodi se i njihova privatizacija. S druge strane novo izgrađene marine odlikuju se opremljenošću visoke razine.²¹

Gradnja marina u sjevernom dijelu Italije, posebice u njegovom jadranskom dijelu suočava se sa nekoliko negativnih čimbenika, od kojih je najvažniji muljevito dno, koje stvara rijeka Po i otvorena obala podložna snažnim vjetrovima s Alpa. U tom dijelu obale gradnja marina vrši se na način, da se u muljevito dno zabijaju veliki drveni trupci, a na njima se grade marinski uređaji. U srednjem dijelu Italije više se javlja muljevita obala te se marine grade na jednoj vrsti pontona vezanih uz obalu. Takav način gradnje je pod posebnom kontrolom jednog odbora za razvoj nautičkog turizma, koji djeluje uz odobrenje EU, a njegove ingerencije se odnose na cijelo područje Mediterana. Taj postupak se primjenjuje u cilju jednakomjernog razvoja nautičkog turizma na cijelom području Mediterana.

Tijekom gradnje marina koriste se razni sustavi od zabijanja cijelih stabala u dno mora, do betoniranja dna posebnim vrstama betonskih masa. Pri gradnji pojedinih marina posebna se pozornost pridaje budućem razvoju, te se glede toga glavni lukobrani grade što dalje od obale u moru, kako bi se ostavilo mjesta za daljnje širenje marina. Posebice se to koristi u Jadranskom moru jer je talijanska jadranska obala plitka. Posebice u okolini Genove marine su zaštićene toplom i prilično snažnom morskom strujom te glede toga nisu potrebna velika ulaganja u zaštitne lukobrane.²²

Marine u Italiji posjeduju snažne tranzitne osobine te podmiruju oko 50% tranzita plovila, a izvan sezone talijanske marine su popunjene s oko 50-80% kapaciteta, zavisno o lokaciji gdje se nalaze, s tim da su gradske marine bolje popunjene.

²¹ Ibidem, str. 165

²² Ibidem, str. 165

Marine koje se nalaze na sjevernom dijelu Mediterana ostvaruju znatno manji dio tranzitnog prometa nego one smještene na jugu, ali veću popunjenost, jer je na tom području klima mnogo povoljnija nego u sjevernom dijelu Mediterana.

Te marine sačinjavaju zajedničko tržište i ponudu s nautičkom ponudom iz francuskog dijela Mediterana. Cijene raznih usluga u marinama Mediterana su za 100% veće od onih na jadranskoj obali. Budući da konstantno nedostaju nautički kapaciteti, nastoje se u tu svrhu koristiti kapaciteti ratne mornarice, koji nisu adekvatno iskorišteni, a pod njezinom su upravom. Vojne luke su smještene na posebno atraktivnim mjestima, a njihov se položaj može dobro iskoristiti za djelovanje nautičkog turizma, posebice jer u Italiju dolazi sve više mega-jahti i drugih nautičkih plovila iz drugih dijelova svijeta. Neke starije marine lošije su opremljene, a takve se manjkavosti nastoje kompenzirati veoma bogatom turističkom ponudom u gradu u kojem se nalaze.

Nautičari u Italiju dolaze iz raznoraznih razloga, a pretežito iz interesa za povijesnu i kulturnu ostavštinu. U nautičkom turizmu ostvaruje se visoka razina tranzita, s tim da se većina plovila sklanja u marine glede vremenskih nepogoda.²³

Nautička flota u Italiji bilježi snažniji rast prodaje plovila od drugih nautičkih zemalja na Mediteranu. Na talijanskom tržištu plovila veoma su zapaženi kupci iz Njemačke, koji kupuju razne vrste talijanskih plovila. Glede toga se u marketing aktivnostima vrše dodatna istraživanja, koje vrste plovila se traži na tržištu i kakve osobine treba imati pojedino plovilo, s ciljem održavanja plasmana na tržištu plovila.

Pri procjenama budućeg razvoja nautičkog turizma, tržište na kojem se odigrava ponuda marinskih usluga u Italiji, posjeduje više nego je to slučaj u Francuskoj i Španjolskoj osobine potencijalnog tržišta, posebice promatrano s kuta ulaganja nautičkog turizma. Taj zaključak se može primijeniti na cijelu obalu, ali posebno na jug Italije. Italija posjeduje drugu po dužini obalu na Mediteranu, ali po izgrađenosti obalnih resursa još nije dostigla Francusku.

U Italiji se potražnja za nautičkim vezovima kreće u veličini od oko 100.000 vezova, a toliku količinu je potrebno postupno i izgraditi. Stručni krugovi u Italiji ocjenjuju da bi se ta količina vezova mogla izgraditi u narednom vremenu od pet godina, što će potaknuti snažan interes ulagača. Na osnovi realnog sagledavanja nautičkih mogućnosti u Italiji bi se u narednom

²³ Ibidem, str. 166

vremenu od deset godina trebalo izgraditi više marina, koje bi trebale ponuditi tržištu preko 250.000 vezova. Ova zamisao trebala bi se ostvariti proširenjem sadašnjih kapaciteta marina na sjeveru Italije, gdje Italija posjeduje znatne prirodne resurse, daleko veće nego njezini glavni konkurenti, Francuska, Grčka, Francuska i Španjolska. Razlog takve strateške politike sastoji se u tome, jer se je prilikom gradnje ranijih marina mislilo o njihovom proširenju, te se je ostavio određeni prostor, koji se sada nastoji popuniti. Uz navede aktivnosti u Italiji se planira izgradnja potpuno novih marina na jugu Italije kao i na otocima.



Slika 8. Porto di Marsala, Italija

Izvor: http://www.sailingeurope.com/hr/odredista/italija/marsala/porto_di_marsala_najam/marina-475-97

(29.9.2014.)

5.2. NAUTIČKI TURIZAM FRANCUSKE

Francuska obala u dužini od oko 3.000 kilometara posjeduje primamljivu klimu, što je jedan od važnih čimbenika za razvoj turizma općenito pa tako i nautičkog turizma. Francuska posjeduje mnoštvo povijesnih i kulturnih spomenika, koje godišnje obiđe mnoštvo domaćih i inozemnih turista. Na svaki način Francuska je jedna od najrazvijenijih turističkih zemalja, koja obraća posebnu pozornost prema nautičkom turizmu. Atlantska obala Francuske mnogo je razvedenija od Mediteranske, a i inače predstavlja jedno od izvorišta svjetskih pomorskih putova uz koje se veže i njezina snažna svjetska pomorska povezanost. U Francuskoj je relativno rano uočeno značenje nautičkog turizma za razvoj cijelog gospodarskog sustava. Tako se već 60-ih godina prošlog stoljeća raznim državnim mjerama nastojalo potaknuti snažniji razvoj nautičkog turizma u Francuskoj, uz snažnu potporu ribarstvu, izgradnji ribarskih i trgovačkih luka te novih nautičkih luka. Posebno je zapaženo, da je francuska vlada putem svojih resora 1972. g. izdala Preporuku za ulaganja u nautički turizam, u kojoj se izravno potiče izgradnja nautičkog turizma, uz savjete za prilagodbom manjih ribarskih i drugih luka, koje se ne koriste na adekvatan način.²⁴

U francuskim marinama pretežito se prihvaćaju plovila do trinaest metara dužine, a cijena priveza ovisi o njegovoj prihvaćenoj kategoriji, dužini plovila, sezoni i dužini zakupa. Cjenovno određenje plovila iznad 25 m odvija se na način, da se cijena povećava prema dužini plovila. Francuske su marine solidno opremljene, uz pružanje visoke razine nautičkih usluga, a na korištenje se mogu dobiti usluge dizanja i spuštanja plovila u vodu, potrebna snaga dizalica, priključci za vodu, struju i plin, crpke za gorivo, spremišta za čuvanje plovila u zimskom periodu, sanitarni uređaji, te korištenje raznih sportskih terena i opreme, dvorane za razne sportske aktivnosti, telekomunikacijski uređaji, restorani, barovi i slično. Nautičarima stoje na usluzi cjelodnevni meteorološki izvještaji, vođenja plovila, medicinske usluge, te razni tečajevi: ronjenja, skijanja na vodi, jedrenja i slično.²⁵

Razvoju nautičkog turizma u Francuskoj, posebice na Azurnoj obali, pridaje se velika pozornost. Posebno se ističe visokom razinom i kvalitetom usluge, te se nalazi na vrhu europske turističke, a posebice nautičke ponude. Francuska je za nautičke usluge u 2004. g. imala 325 marina, od toga 311 kategoriziranih marina specijaliziranih za nautički turizam s oko 182.895

²⁴ Ibidem, str. 303

²⁵ Ibidem, str. 303

vezova. Na taj je način postala najsnažnija nautičko turistička zemlja u Europi. Na mediteranskoj obali Francuska posjeduje 113 marina, od toga 99 sa kategorijom za nautički turizam, a unutar njih je stajalo za korištenje nautičarima 64.530 vezova. Unutar francuskog turizma nautički turizam ostvaruje poseban status, koji se usklađuje s općom turističkom ponudom regije ili zemlje.

Razvojna politika nautičkog turizma ovisi o ukupnom razvoju turizma u Francuskoj i dijeli njegove uspone ili padove. I u Francuskoj su kapaciteti marina nedostatni prema potražnji, koju iskazuju zainteresirani nautičari. Na taj se način računa, da nedostaje barem dvostruko kapaciteta koji se traže na tržištu, iako se stalno grade novi kapaciteti, koje razvijaju velike turističke ili financijske korporacije. Francuski nautički turizam posjeduje neke posebnosti, koje nemaju druge nautičke zemlje. Nautički turizam je snažno ovisan o investicijskom kapitalu i razvija se u skladu s interesima kapitala, više nego druge nautičke zemlje u Europi. Jedna od najsnažnijih i najvećih marina u Francuskoj je marina Princa od Monaka, koja je njegovo osobno vlasništvo.²⁶

U Francuskoj se u nekim marinama više razvija opća turistička ponuda, a nautički turizam se koristi samo kao vid zabave. Takav organizacijski sustav koristi se u marini Baie des Anges, gdje se ova marina koristi kao ukras koji obogaćuje privatni elitni skup apartmana, gdje stoji na usluzi korisnicima oko 2.000 soba i apartmana svih veličina prema željama i potrebama korisnika.

Francuski turizam tretira se i usklađuje prema turističkom razvoju Mediterana te prema jedinstvenom europskom tržištu, a nastoji se vlastiti razvoj uskladiti s potrebama Europskog turističkog tržišta. Takav turistički razvoj Francuska potiče putem raznih znanstvenih i stručnih organizacija u zemlji i inozemstvu. Jedan od važnijih projekata koji razvija francuski turizam je program "Plan Blue" na kojem djeluje oko 300 stručnih suradnika koji dolaze iz 22 mediteranske zemlje. Djelovanje ove stručne grupe nastoji razvijati europski, ali i francuski turizam prema principima gospodarske održivosti.

Francuske marine prosječno posjeduju oko 500 vezova u moru, te oko 5-10% mjesta na obali. Sve su marine suvremeno opremljene, a sve potrebe oko plovila nautičar može zadovoljiti u svakoj od marina. U gradskim marinama te onima unutar hotelskih pogona, poslovanje je organizirano na način, da se u marini daju usluge vezova i popravaka plovila, dok se za posadu i

²⁶ Ibidem, str. 295

nautičke turiste cjelokupna ponuda odvija u hotelima. U najvećim gradovima izgrađene su mega marine za najveća nautička plovila. Od takvih nautičkih luka, najveća je ona u Marseilleu, koja posjeduje kapacitet od oko 1.900 vezova, a djeluje kao jedinstvena cjelina, iako je organizacijski podijeljena u nekoliko privatnih klubova koji raspolažu s 300 do 400 vezova. Na Atlantskom oceanu djeluje najveća marina u Francuskoj, pod nazivom "Le Rochelle", koja raspolaže s 3.500 vezova u moru.

U svakoj Francuskoj marini se u pričuvi nalazi barem 10% vezova za inozemna plovila, 10% za tranzit, dok 85 do 90% plovila stalno boravi u marini. Sezona korištenja nautičkog turizma traje tijekom cijele godine, dok je nešto slabije poslovanje marina u vremenu od studenog do veljače, iako i u to vrijeme sve marine posluju.

Prema statističkim pokazateljima, slobodnih zemljišnih prostora za gradnju marina više i nema, a koriste se već ranije izgrađeni prostori. U poslovnom smislu, promišlja se na način, da mjesta za novu izgradnju marina treba pronaći struka, putem otkrivanja novih mjesta za gradnju, te ulaganjima u povećanje kapaciteta. Razvoj nautičkog turizma u Francuskoj u narednih deset godina može se planirati na kapacitet od oko 150 do 200 tisuća vezova, s tim da bi se veći dio tih kapaciteta trebao preusmjeriti na Atlantsku obalu. Francuska nautička flota bitan je dio nautičke ponude, a prema veličini je najsnažnija na Mediteranskoj obali. Na jedno nautičko plovilo dolazi statistički 48 stanovnika, dok će se u narednom vremenu nastojati posebna pozornost skrenuti prema njemačkom turističkom tržištu u smislu povećanja njemačkih kupaca za francuska nautička plovila. Poznato je, da je njemačko tržište najsnažnije prodajno tržište za nautička plovila, a proizvođači nautičkih plovila ubrzano se prilagođavaju zahtjevima tog tržišta.

Djelovanje čarter tržišta u svemu prati razvoj i poslovanje marina u Francuskoj, uz napomenu, da je nacionalna čarter flota na Ažurnoj obali mnogo snažnija nego na drugim obalama. Najam velikih mega plovila u posljednjih pet godina ne bilježi snažniji rast, te su glede toga postojeći kapaciteti za prihvat te vrste plovila zadovoljavajući. Kruzing poslovanje u Francuskoj veoma nalikuje onom u Španjolskoj, gdje se ta djelatnost obavlja putem malog broja srednje velikih kruzing poduzeća svjetskog glasa.

5.3. NAUTIČKI TURIZAM ŠPANJOLSKE

Španjolska je jedna od tri najsnažnije sile što se tiče nautičkog turizma u Europi, a posebice na Mediteranu. Njezine nautičke luke nalaze se na mediteranskoj i atlantskoj obali, dok se te dvije vodene površine spajaju u dijelu zvanom Gibraltarska vrata. Na tom dijelu europsko kopno dolazi u najmanju udaljenosti od afričke obale. Španjolska mediteranska obala se proteže na dužini od oko 2/3 ukupne dužine španjolske obale, koja polazi od Punta Trafalgar do francuske granice u dužini od oko 955 nautičkih milja. Ona posjeduje oko 7.880 kilometara veoma razvedene obale, a velika većina je namijenjena razvoju turizma.²⁷



Slika 9. Deportiva de Alicante, Španjolska

Izvor: http://www.sailingeurope.com/en/yacht-charter-in/spain/alicante/marina_deportiva_de_alicante_charter/marina-566-198

Turizam je bio poticaj, koji je od nekada zaostale zemlje stvorio za europske pojmove suvremenu i razvijenu zemlju s relativno visokim standardom. Koristi od turizma posebno su se uočile oko 1986. godine, kad je Španjolsko gospodarstvo ostvarilo gospodarski rast bolji od mnogih drugih članica, tada EEZ danas EU integracije. Španjolska je obala gospodarski veoma

²⁷ Gračan D., Alkier Radnić R., Vizjak A.: "Razvoj nautičkog turizma na mediteranu" Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji Pomorski zbornik 44 (2006)1, str. 301

iskorištena, posebice u cilju izgradnje objekata vezanih uz nautički turizam, a primjerice, od francuske granice gdje se nalazi marina Port Bou, pa do Gibraltarskog dijela, u svakoj imalo iskoristivoj uvali izgrađena je poneka marina. Tijekom gradnje novih marina nastojalo se je, da se marine skladno uklope u okolni krajolik, te postanu dio opće turističke ponude zemlje.

Uzevši u obzir različitost mediteranske od obala Atlantskog oceana Španjolska je uskladila razvoj nautičkog turizma, posebice marina, na svojim obalama.

Kroz svoje nautičke razvojne planove Španjolska je postavila veoma ambiciozne ciljeve daljnjeg razvoja, lako njezine mediteranske obale ne obiluju prirodnim ljepotama, jer su strme i teško pristupačne te samim tim nepogodne za gradnju većih marina, no sva ta obala je dobro iskorištena za druge vrste turizma.²⁸

U Španjolskoj se posebna pozornost pridaje održivom gospodarskom razvoju, prema zahtjevima ekoloških standarda, pravnoj regulativi, potrebi razvoja industrije i ekoloških organizacija. Španjolska je veoma uspješno pravno regulirala ekološki suživot raznih djelatnih čimbenika, a posebno se treba napomenuti uspješno poslovanje marina, te njihovo korištenje za razvoj sportskih aktivnosti koje provode domicilni stanovnici.

U Španjolskoj se turizam, a posebice nautički turizam, tretira kao opće društvena djelatnost od posebnog interesa, te se glede toga tom gospodarskom segmentu posvećuje posebna državna pozornost. Takav oblik gospodarskog razvoja potiče se u deset primorskih regija i sve one se razvijaju uspješno. S druge strane u marinama potpuno privatnih interesa, također se primjerena pozornost pridaje interesima domicilnog stanovništva te se nastoji uskladiti interese privatnog kapitala i interese domaćih stanovnika te njihov međusobni suživot.²⁹

Stupanj gospodarske iskorištenosti lučkih kapaciteta u Španjolskoj je veoma dobar i ne postoje veće oscilacije. S druge strane svaka nautička luka posjeduje određeni dio vezova za komercijalno poslovanje, sportske aktivnosti, te za domaće stanovništvo. Kapaciteti marina kao najvažniji dio nautičkog turizma nisu dovoljni za podmirenje potreba nautičara, posebno je to istaknuto u vrijeme sezone. Sve to daje priliku razvoju poduzetništva, koje se može veoma uspješno razvijati na poslovima razvoja nautičkog turizma, jer kronično nedostaju nautičko turistički kapaciteti, a što dugoročno otvara mogućnost poduzetničke izgradnje marina i marinskih usluga.

²⁸ Ibidem, str. 302

²⁹ Ibidem, str. 303

Suvremene nautičke potrebe posebno su potrebne i mnogo se gradi u području Baleara, gdje se na tom planu ističu Ibiza i Mallorca, jer su novootkrivena područja za druge europske nautičare.

Kapaciteti marina kreću se od 300 do 700 vezova, uz prevladavanje onih od oko 400 vezova, a opremljene su svom potrebnom opremom, te restoranima, trgovinama i slično. U pojedinima od njih gostima se nude na korištenje manji hoteli i apartmani, dok su urednost i sanitarni objekti na visokoj razini.

Veliki gradovi uz more posjeduju marine za velike mega jahte, koje imaju kapacitet od 1.000 vezova. Primjerice mega marina u Barceloni posjeduje jednu veliku privatnu marinu sa 1.600 vezova podijeljenu u dvije manje marine, a koriste je nautičari iz cijele Europe. Uz Barcelonu djeluje još jedna marina nazivom Port Ginesta koja raspolaže s 1.000 vezova u moru, te vrsnom opremom na obali. Najveća španjolska, ali i europska marina je Empuriabrava koja posjeduje 5.000 vezova u moru, od toga 700 vezova na obali.³⁰

Španjolske marine po starosti spadaju među najstarije u Europi, a posluju na osnovi dodijeljenih im koncesije na 50 godina, iako su mnoge koncesije već ostvarile preko polovice vremena korištenja, glede veoma dobrog modela zajedničkih ulaganja u marine, te dobrih poslovnih rezultata, investitori i dalje vrše ulaganja u njihovo daljnje širenje i poslovanje. U Španjolskoj država je većinski ulagač u izgradnju marina u omjeru od oko 50 posto ulaganja, a na taj se način osiguravaju i privatni financijski ulagači, jer se na taj način opasnost od financijskog rizika za ulagače bitno smanjuje.

Iskorištenost obale je dovedena do maksimuma, a brojni su primjeri suživota industrije i turizma, uz strogo poštivanje zaštite prirode u okruženju. Duž cijele obale izgrađena je suvremena cestovna i željeznička mreža, koja je spojena s europskim putnim pravicima..

Čarter turizam u svom razvoju bitno ovisi o razvoju luka i lučkih uređaja. Analizom gradnje novih luka i marina očekuje se povećanje iznajmljivanja nešto većih plovila posebice velikih plovila, mega jahti. Budući da se Španjolska nalazi na obalama dvije velike vodene površine, normalno je očekivati snažnije poslovno čarter angažiranje, dok se za takav trend već pripremaju vodeće španjolske turističke institucije.³¹

³⁰ Ibidem, str. 303

³¹ Ibidem, str. 304

Kruzing se u Španjolskoj razvija u okviru poslovanja kruzing poduzeća ili velikih korporacija, a posrednici u tom poslovanju su manja poduzeća. Daljnji nautički razvoj kruzinga u Španjolskoj bitno ovisi o poslovanju kruzing luka, te njihovom daljnjem razvoju, a koje se nalazi u Barceloni, Toledu, Malagi, Valenciji, Palma Malorci, Almeriji i Gibraltaru. U Španjolskoj se planski ne razvijaju veliki kruzer sustavi i velika kruzer plovila, već se više razvijaju kapaciteti za prihvatanje kruzer plovila i pružanje turističkih usluga korisnicima-turistima.

Kruzing se u Španjolskoj razvija u okviru poslovanja kruzing poduzeća ili velikih korporacija, a posrednici u tom poslovanju su manja poduzeća. Najpoznatija kruzing poduzeća jesu: Pullmatur Cruceros, koji posjeduje četiri kruzer plovila srednje veličine, Spanish Cruise Une sa sjedištem u Madridu, a poslovanje vrši jednim srednje velikim plovilom, te Viajes Iberojet, S.A.- Iberojet Cruceros koji posjeduje za korištenje četiri srednje velika plovila.

Daljnji nautički razvoj kruzinga u Španjolskoj bitno ovisi o poslovanju kruzing luka, te njihovom daljnjem razvoju, a koje se nalaze u Barceloni, Toledu, Malagi, Valenciji, Palma Malorci, Almeriji i Gibraltaru.³²

U Španjolskoj se planski ne razvijaju veliki kruzer sustavi i velika kruzer plovila, već više razvijaju kapacitete za prihvatanje kruzer plovila i pružanje turističkih usluga korisnicima-turistima.

5.4.NAUTIČKI TURIZAM GRČKE

Grčka može razvijati nautički turizam na tri mora: Sredozemnom, Jonskom i Egejskom. Grčka je zemlja s mnogo otoka, otočića, zaljeva i uvala. Sjeverni dio Jonskog mora je sa okomitim obalama i slabo razveden. S druge strane, obale Egejskog i Sredozemnog mora, kao i dio oko Peloponeza posebno su dobro razvedeni, te veoma povoljni za nautički turizam. Na Peioponezu postoje četiri velika poluotoka, koji se pružaju duboko u Sredozemno more, te poluotok Atika uz Eubeju unutar kojih se nalazi više velikih zaljeva veoma pogodnih za nautičku plovidbu. Najveći grčki zaljevi jesu:³³Mesinijski, Lakonijski, Argolidski, Eginski i Petalijski. Ovi poluotoci se nastavljaju na brojne manje ili veće otoke, koji su svi uređeni za prihvatanje nautičkog turizma. Veći grčki otoci pogodni za razvoj nautičkog turizma jesu: Krf, Kreta i Rodos, a posebno su zanimljivi mali otočići brojnih grčkih arhipelaga koji su na visokoj cijeni

³² Ibidem, str. 304

³³ Ibidem, str. 305

kod bogatijih europskih turista. Mnogi bogati turisti svih nacija kupili su pojedine grčke otoke za vlastito zadovoljstvo. Na tim otocima podižu raskošne gradnje za odmor, te uređene luke za svoja nautička plovila.

Snažnim razvojem nautičkog turizma na prostoru Grčke izgrađeni su mnogi nautički kapaciteti. Sve marine u Grčkoj su u vlasništvu države i ona se brine o njima uz pomoć grčkih turističkih vlasti. U marinama se nalazi veći dio grčkih plovila koja se koriste za izdavanje nautičarima. Inozemna plovila koriste grčke luke nautičkog turizma samo kao usputne postaje. Za čuvanje i stacioniranje inozemnih plovila koristi se predio Atlke koji je bliže središnjoj Europi. Nautičke luke u Grčkoj dijele se na četiri kategorije. Da bi se potaknulo snažniji razvoj nautičkog turizma u Grčkoj bitno je pojednostavljenje administracije oko prijave ili odjave plovila. Iznajmljivanje plovila odobrava se gotovo isključivo domaćim skiperima, a kazne za inozemne skipere, koji se nastoje baviti tim poslom bez dopuštenja, su veoma rigorozne.³⁴

Grčka se zemljopisno nalazi na jugu Europe, gdje se spaja s Azijskim kontinentom, te na dva mora, Jonskom i Egejskom. Ona se kroz povijest razvijala uz ostale kulturne atribute, i kao europska pomorska velesila. Grčka posjeduje posebno razvedenu obalu s mnoštvom malih i većih otoka. Razvedena obala proteže se na dužini od oko 13.676 kilometara, a na toj dužini nalazi se 3.100 otoka, od čega na njih 210 obitavaju stanovnici.

Prema turističkim ostvarenjima Grčka se nalazi na šesnaestom mjestu u svijetu. Slaba cestovna povezanost s Europom veliki je nedostatak u gospodarskom i posebice turističkom razvoju Grčke. Da cestovna povezanost s Europom bolja turistički bi i gospodarski učinci bili znatno bolji, iako je cestovnom mrežom odijeljena od ostatka Europe, jer su zemlje Balkana oduvijek smetale gospodarskom razvoju Grčke, ona se je nastojala povezivati s Europom pomorskim putem. Ulaskom balkanskih zemalja u Europskoj uniji, te snažnom izgradnjom cestovnih i željezničkih prometnih pravaca prema Europi, Grčka će u budućnosti ostvariti snažno povezivanje s Europom, a posebno će se to razviti djelovanjem Mediteranske unije, koju snažno podržava Francuska, a koje je članica i Hrvatska. Ostvarenjem tih zamisli Grčka će razviti

³⁴ Ibidem, str. 306

snažan turizam, a posebno ima uvjete za razvoj nautičkog turizma, glede svoje sadašnje nautičke neizgrađenosti.³⁵

U sadašnjem vremenu nerazvijene prometne strukture na Balkanu, nautički turisti koji nastoje posjetiti Grčku prisiljeni su svoje plovilo prenositi vozilom kroz dugu i nerazvijenu balkansku prometnu infrastrukturu do svojih odredišta u Grčkoj. Dužina važnijih cestovnih prometnica je oko 900 kilometara, uz najvažniju prometnicu Solun-Atena. Dužinom svoje cestovne mreže Grčka ne može uspješno prihvatiti sva vozila koja se ka njoj mogu slijevati iz balkanske regije, iz Europe, ali i omogućiti brzi tijek prometa kroz svoju zemlju. S druge strane zabrinjava činjenica, da europski nautičari u Grčku dolaze svojim vozilima pretežito putem cestovne mreže, što govori o neizgrađenosti nautičke plovne mreže, koja je daleko ispod grčkih ponudbenih mogućnosti.³⁶

Prema gospodarskim pokazateljima nautički turizam koji se razvija u Grčkoj dio je njezine ukupne turističke ponude, dok svoju razvojnu politiku Grčka zasniva na velikoj povijesnoj i kulturnoj baštini, te raznim znamenitostima kojih ima u izobilju, iako za provedbu zamišljenog razvoja Grčka posjeduje veoma snažne prirodne resurse, ona tek treba razviti druge za to potrebne čimbenike.

Grčkoj u razvoju nautičkog turizma nedostaje još mnogo ulaganja i inovacija, jer se primjerice, njihove marine sastoje od vezova koji su građeni na jednostavnim pontonima, posebno gradske marine, koje bi trebale biti snažno građene, sa određenim sigurnosnim sustavima od nevremena, koje se u tom području javlja naglo i u snažnom obliku. Primjer takve vrste marina predstavlja marina "Zeas" u grčkoj luci Pireju. S druge strane, marine koje se nalaze izvan gradskih urbanih sredina više slične na drugorazredna privezišta plovila nego na kvalitetne marine. Oprema za prihvat plovila je veoma slaba, kao i mogućnosti popravaka pojedinih težih oštećenja na plovilima, dok je opskrbljivanje pitkom ili tehničkom vodom poseban problem, posebno tijekom sezone.

³⁵ Ibidem, str. 306

³⁶ Ibidem, str. 307



Slika 10. Marina Zeas, Grčka

Izvor: <http://dionysosphotography.blogspot.com/2011/12/zea-marina-piraeus-athens-greece.html>

Pod snažnim pritiskom EU jedna grupa znanstvenika nastoji za svoje razvojne studije organizirati barem donekle istinito dobivanje statističkih podataka u cilju stvaranja nacionalnih razvojnih gospodarskih strategija. Klasifikacija realnih podataka o marinama još nije završena, kao niti pravna regulativa za provođenje sustava klasifikacija marina. Organizacijski procesi pravne regulative i klasifikacija marina su u tijeku, kao i sav posao oko sređivanja stanja u nautičkom turizmu, jer potražnja za nautičkim uslugama u Europi je izrazito snažna, a Grčka kao članica EU mora se prilagoditi nautičkoj potražnji.³⁷

Marine u Grčkoj izgrađene u novije vrijeme posjeduju 300 do 400 vezova, dok marina u, primjerice, Ateni posjeduje oko 700 vezova, što je čini najvećom u zemlji. Ta je marina smještena na nešto većem prostoru, sastoji se organizacijski od pet manjih marina koje posjeduju kapacitet 30 do 300 vezova za korištenje. Marine su u vlasništvu državnih organa posebice Ministarstva turizma, a posjeduju slabu razinu infrastrukture, sa nužnim oblicima opreme, za vršenje raznih vrsta servisne službe za plovila i motornu tehniku. Voda je veliki problem u

³⁷ Ibidem, str. 307

opskrbi plovila posebice u ljetnim mjesecima, kada se može kupovati u ograničenim količinama, dok je u marinama skuplja za oko 80 posto, nego je to slučaj u javnoj prodaji.

Čarter poslovanje u Grčkoj je dobro pravno regulirano, uz snažnu zaštitu domaćih poduzeća, a veoma se oštro kažnjava nelegalno poslovanje. Svako plovilo pri dolasku u luku treba lučkoj upravi prezentirati popis posade i putnika, te sve druge podatke potrebne za kontrolu nautičkog poslovanja, dok se korištenje čarter plovila nalazi pod strogom kontrolom državnih plovidbenih licenci, kako bi se osigurala sigurnost plovidbe i putnika.³⁸

Evidentna je sadašnja prenapučenost nautičkih luka u Grčkoj, jer primjerice, u nautičkoj luci u Pireju, koja ima izgrađenih 500 vezova usidreno je čak 1.000 plovila. Na osnovi usporednih nautičkih pokazatelja zapaža se veliki nedostatak nautičkih kapaciteta, što s druge strane može biti temelj za uspješna ulaganja u tu vrstu investicija.

³⁸ Ibidem, str. 308

6. KONKURENTNOST NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE

U svom relativno kratkom životnom vijeku, nautički se turizam dokazao kao jedan od najprofitabilnijih i najperspektivnijih segmenata turizma koji se razvijaju na području Hrvatske. Sadašnje stanje nautičkog turizma Hrvatske može se prikazati sučeljavanjem njegovih prednosti i nedostataka.

Pozitivne karakteristike nautičkog turizma Hrvatske čine pretpostavke za daljnji kvalitativno i kvantitativno jači razvoj. Osnovne pozitivne karakteristike nautičkog turizma Hrvatske su:³⁹

- dobar i povoljan zemljopisni položaj i reljef mora
- dobri nautički uvjeti
- pogodnost plovidbe
- povoljne prirodne odlike: visok stupanj razvedenosti obale, povezanost i komplementarnost otočnog i obalnog pojasa
- pravilan demografski razmještaj duž cijele obale
- postojeći kapaciteti „male“ brodogradnje i industrije (iako nedovoljno razvijene),
- postojeće turističke supra i infrastrukture te kapaciteti iz tercijarnih i drugih djelatnosti
- povoljnosti lokacija za gradnju raznih tipova turističkih luka i drugih nautičko-turističkih kapaciteta
- pomorske i druge ambijentalne vrijednosti
- rekreacijske i športske mogućnosti
- prometne veze
- povijesni, kulturni i tradicionalni elementi
- društvene organizacije i aktivnosti
- mentalitet ljudi, njihova gostoljubivost itd.

Uz sve navedene prednosti koje nautički turizam ima, javljaju se i neki nedostaci. Da bi uspješno konkurirali na svjetskom nautičkom tržištu te nedostatke treba anulirati, a ako to nije moguće onda ih treba svesti na minimum.⁴⁰

³⁹ Jadrešić, V.: "Nautički turizam", Pedagoška akademija Zadar, 1978., str. 63

⁴⁰ Ibidem, str. 63

- negativne funkcije koje su karakteristične za turizam, a pojavljuju se i isprepliću u nautičkom turizmu
- sezonski karakter aktivnosti u nautičkom turizmu
- okupacija mora i obale i razne presije, te uzurpacija obala
- zagađivanje mora naftom i njenim derivatima
- bakteriološka kontaminacija, tj. bakteriološko zagađivanje mora otpadnim vodama i materijama
- devastacija bioloških bogatstava mora
- zagađivanje mora raznim otpacima i nečistoćama
- uništavanje ribljeg i vodenog bogatstva (posebno školjki)
- bavljenje športskim i privrednim ribolovom nedopuštenim sredstvima, u zabranjenim zonama, i u nedopušteno vrijeme
- smanjena sigurnost ljudskih života na moru
- podmorska „istraživanja“ i neovlašteno prisvajanje biološkog i arheološkog blaga iz mora, rijeka i jezera
- nestajanje turističkih oaza mira i tišine
- devastacija i degradacija krajolika i ambijenta radi izgradnje i korištenja objekata u nautičkom turizmu i „pomicanja“ obala
- privatizacija obale
- okupacija plaža i drugih pomorskih dobara i opasnost koja se tom prilikom javlja od plovnih jedinica (brzih čamaca)
- „divlje“ pristajanje i posljedice koje od toga proizlaze
- razne druge negativne posljedice koje se pojavljuju pri korištenju mora, sunca i plovidbe (utapanje, brodolomi i sudari na moru, morske bolesti, sunčanice, opekotine, razne traume, razne bolesti i sl.)
- slabljenje obrambene moći zemlje (lakše „otkrivanje“ vojnih tajni i objekata).

Prema Studiji razvoja nautičkog turizma, temeljne prednosti razvoja nautičkog turizma najizraženije su na lokalnoj razini, a posebno pozitivne efekte ima na hrvatske otoke. Kao i svaki drugi oblik turizma pa tako i nautički za formiranje svoje ponude treba pomoć mnogih djelatnosti koje su direktno i indirektno vezane za njegov razvoj. Na taj način dolazi do njihova razvoja, ali i rasta zaposlenosti u tim djelatnostima (trgovina, promet, ugostiteljstvo i dr.).

Kao što je navedeno, nautički turizam uz sve dobro donosi i neke negativne implikacije, prvenstveno na okoliš i narušavanje krhke ekološke ravnoteže određenih područja na Jadranu. Već sada postoje područja koja su narušila prirodnu ravnotežu i osnovicu, a što bi moglo imati negativne dugoročne posljedice, kada jednog dana opadne potražnja za nautičkom ponudom Hrvatske zbog onečišćenosti i prevelikih gužvi.

U današnje vrijeme, turisti žele nešto posebno, nešto drugačije. Oni se žele maknuti od stresne svakodnevice te doživjeti avanturu u ponovnom povratku čovjeka prirodi. Tako će danas ekološki očuvane destinacije, bez velikih djelovanja na okoliš, postati najtraženije. Budući da Hrvatska, a naročito hrvatska obala obiluje draguljima prirode, nužno je primijeniti održivi razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Za potpunu analizu sadašnjeg stanja potrebno je prikazati SWOT matricu, odnosno u njoj sadržane prilike i prijetnje te snage i slabosti nautičkog turističkog sustava Hrvatske, a koja slijedi u nastavku (slika 12).

Prikazana SWOT matrica jasno upućuje na jake i slabe točke hrvatskog nautičkog turizma, a zanimljivo je vidjeti kakav je konkurentski položaj Hrvatske u odnosu na mediteranske zemlje u kojima je također razvijen nautički turizam, a do kojih se došlo ispitivanjem prednosti i nedostatka hrvatskog nautičkog turizma te istraživanjima Instituta za turizam "Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj", TOMAS Nautika 2007.

Hrvatska je ocijenjena boljom od konkurencije kada je riječ o svim aspektima ljepote i očuvanosti prirode i čistoće mora, kao i u socijalnim elementima sigurnosti i gostoljubivosti. Boljim je ocijenjen i prostorni raspored marina. Dobivene su lošije ocjene kada je riječ o kapacitetu, uređenosti marina te imidžu zemlje. Podjednako je u odnosu na konkurenciju ocijenjena ugostiteljska ponuda i „vrijednost za novac“ ukupne nautičke ponude.

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<p>Geografski položaj</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dio Sredozemlja kao druge na svijetu najatraktivnije destinacije plovidbe - Blizina emitivnih tržišta <p>Resursna/atrakcijska osnova</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atraktivna obala i gradovi - Mogućnost izleta u okolice - Visok stupanj ekološke očuvanosti - Pogodna klima <p>Lučka infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> - Postojeći lučki kapaciteti - Mogućnost proširenja kapaciteta <p>Dobra prometa povezanost</p> <p>Sigurnost</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sigurnost plovidbe - Sigurnost boravka broda u luci - Osobna sigurnost boravka <p>Postojeća prateća turistička infrastruktura i suprastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> - Smještajni objekti - Turistička tradicija - Kadrovi - Uslužne djelatnosti <p>Percepcija konkurentnosti hrvatskih destinacija sa strane putnika na kruzera</p> <p>Postojeća legislativa</p> <p>Pomorska tradicija</p> <p>Lokalno stanovništvo i nositelji razvoja na lokalnoj razini podržavaju razvoj kruzina turizma</p>	<p>Lučka infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nedostatak parkirališta za autobuse i osobna vozila <p>Lučke pristojbe i naknade</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niže cijene od konkurentskih destinacija <p>Neodgovarajuća ponuda destinacija</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) <p>Različiti stupanj interesa za razvoj kruzina turizma</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neodgovarajuća suradnja među lukama i subjektima unutar destinacija <p>Sukobi s drugim vrstama turizma</p> <p>Neodgovarajuća i neorganizirana promidžba</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nepostojanje odgovarajuće suradnje među kruzina destinacijama - Nepostojanje odgovarajućih promidžbenih materijala - Nedostatak zajedničke razvojne inicijative <p>Utjecaj kruzera i putnika s kruzera na okoliš</p>
PRILIKE	PRIJETNJE
<p>Ulazak u EU</p> <ul style="list-style-type: none"> - Otvaranje jedinstvenog tržišta <p>Očekivana stabilnost u regiji</p> <p>Trendovi u turizmu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rast potražnje u turizmu u svijetu, pa tako i u kruzina turizmu - Povoljan položaj Hrvatske na svjetskom turističkom tržištu - Svjetski prepoznat brend pojedinih gradova (Dubrovnik, Korčula itd.) - Očekivani rast kruzina turizma na Sredozemlju - Očekivana diversifikacija ponude u kruzina turizmu – potražnja za novim lukama <p>Daljnje unapređenje prometne dostupnosti, posebno nove linije jeftinih zračnih prijevoznika</p> <p>Donošenje razvojne strategije kruzina turizma Hrvatske</p> <p>Porast kvalitete ostale turističke ponude</p>	<p>Politička nestabilnost regije</p> <p>Terorizam</p> <p>Pojava novih zaraznih bolesti</p> <p>Poremećaji na emitivnim tržištima</p> <p>Brzi razvoj drugih destinacija (Kina, Indija) koje mogu „odvući“ dio brodskih kapaciteta sa Sredozemlja</p> <p>Razvoj ponude drugih destinacija na Sredozemlju – međunarodna konkurencija u prihvatu kruzera (nove destinacije se bore za tržište kruzera – sekundarne luke se lako zamjenjuju)</p> <p>Razvoj nezdrave konkurencije među hrvatskim lukama</p> <p>Sukobi s drugim korisnicima resursa (ostali oblici turizma, marikultura, plovni put itd.)</p> <p>Zagađenje okoliša</p> <p>Neodgovarajuća zakonska, planska i ostala regulativa</p> <p>Neodgovarajuća daljnja privatizacija</p>

Slika 11. SWOT analiza nautičkog turizma RH

Izvor: <http://blog.dnevnik.hr/hrvatskiturizam/2009/10/>

Usporedba Hrvatske sa Španjolskom: Hrvatska je bolja u obilježjima klime, ljepoti i očuvanosti prirode, čistoći mora i obalnih mjesta, gostoljubivosti te prostornom rasporedu marina. Najlošije su ocijenjeni imidž, opremljenost marina, ugostiteljska ponuda, kapacitet marina te osjećaj sigurnosti u zemlji. „Vrijednost za novac“ ocijenjena je podjednako.

Usporedba Hrvatske sa Francuskom: Hrvatska je sigurnija od Francuske, ima ugodniju klimu, ljepšu i očuvaniju prirodu te čišće more i obalna mjesta. Francuska ponuda je bolja od hrvatske, u kapacitetu i opremljenosti marina, prostornom rasporedu marina, ugostiteljskoj ponudi, imidžu zemlje te vrijednosti za novac ukupne ponude.

Usporedba s Italijom: Hrvatska ima bolje ocijenjene prirodne i socijalne elemente, vrijednost za novac. Ugostiteljska ponuda i prostorni raspored marina je podjednako ocijenjen. Italija je bolja u opremljenosti marina i kapacitetima te imidžu zemlje.

Usporedba s Grčkom: Hrvatska ima bolje prirodne elemente, kapacitet i opremljenost marina te njihov prostorni raspored. Ugostiteljska ponuda i vrijednost za novac podjednake su u obje zemlje, a lošiji je samo imidž.

Nautički turizam u Hrvatskoj ima, zbog gospodarskih učinaka koje proizvodi te zbog razvojnih, još neiskorištenih potencijala, za hrvatski turizam posebnu važnost. Kreiranje njegovog razvoja predstavlja za nositelje njegova planiranja, kako na razini sustava tako i na razini pojedinih gospodarskih subjekata, veliki izazov, ali i odgovornost ne samo prema investitoru nego i prema cijeloj društvenoj zajednici. Pretpostavka je kako će poželjne destinacije za nautički turizam biti one destinacije koje su sigurne, lako dostupne s dobrim znanstvenim standardima te razvijenom infrastrukturom i čistim okolišem.

Hrvatska nedvojbeno ima prirodne mogućnosti za daljnji razvoj nautičkog turizma bez značajnijeg ugrožavanja osnovnog resursa. Ukazuju na to i podaci o marinama s plavom zastavom, po čemu je Hrvatska gotovo izjednačena s Italijom, a značajno prednjači ispred većine ostalih promatranih zemalja, osim Slovenije koja ima zanemarivo mali broj marina pa stoga i veliki udio marina s plavom zastavom. To Hrvatskoj omogućuje da, uz ostvarenje odgovarajuće razvojne politike, poveća tržišni udio, i to kako ukupno na Mediteranu tako i s pojedinih emitivnih tržišta.

Tabela 11. Raspoloživi kapacitet u marinama

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

Izvor: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (29.09.2014.)

Cjenovna konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma analizirana je za 2004. godinu. Informacije o cijenama vezova prikazane su za ukupno 37 marina na Mediteranu. Informacije su prikupljene s Internet stranica marina, odnosno telefonom ili telefaksom neposredno od pojedinih marina. Izabrane su po najmanje četiri marine u svakoj od promatranih konkurentskih zemalja, osim Slovenije u kojoj su obuhvaćene sve tri postojeće marine, te Crne Gore u kojoj su obuhvaćene dvije od ukupno tri komercijalne marine. Kriteriji za odabir marina su bili njihov prostorni razmještaj u pojedinoj zemlji (izbjegavanje geografskog/regionalnog grupiranja marina) te lokacija marina u većim turističkim odredištima ili u njihovoj blizini.

Za plovila duljine 10 i 12 metara razlike u cijeni najma godišnjeg veza među zemljama su manje izražene, a skupinu zemalja s najvišim cijenama čine Španjolska, Francuska, Italija i Slovenija. Prosječne cijene najma godišnjeg veza u ovoj skupini kreću se, za plovila duljine 10 m, od 2.873 u Sloveniji do 3.099 eura u Španjolskoj. Hrvatska je za ovu duljinu plovila, s prosječnom cijenom godišnjeg veza od 2.294 eura, u rangu s Grčkom te nešto skuplja od Turske. Slična je pozicija Hrvatske i s obzirom na cijene godišnjeg veza plovila duljine 12 metara. U skupini plovila duljine 16 i više metara Hrvatska je, prema cijenama najma godišnjeg veza, najbližnja Grčkoj, a Turska je znatno skuplja (prema cijenama godišnjeg najma veza za plovila

duljine 16 metara Turska je u skupini sa Španjolskom i Slovenijom, a za plovila duljine 18 metara u najvišoj je cjenovnoj skupini).

Tabela 12. Broj marina s Plavom zastavom

Zemlja	Broj marina	Broj marina s plavim zastavama	Broj marina s plavim zastavama (u %)
HRVATSKA	41	18	43,9
SLOVENIJA	3	2	66,7
ITALIJA	104	49	47,1
FRANCUSKA	374	77	20,6
ŠPANJOLSKA	274	68	24,8
SRBIJA I CRNA GORA	3	0	0,0
TURSKA	35	12	34,3
GRČKA	51	7	13,7
UKUPNO	885	233	251,1

Izvor: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (29.09.2014.)

Tabela 13. Prosječne cijene veza u lukama nautičkog turizma u eurima

Konkurentna zemlja	Prosječne cijene godišnjeg veza prema dužini plovila u eurima				
	10m	12m	14m	16m	18m
Hrvatska	2,294	2,840	3,341	4,009	4,666
Slovenija	2,873	3,705	4,416	5,098	5,953
Italija	2,997	3,793	4,852	5,654	6,808
Francuska	3,038	4,003	5,389	5,978	7,012
Španjolska	3,099	3,768	4,840	5,173	6,127
Turska	2,185	2,958	3,829	5,421	6,738
Grčka	2,302	2,917	3,477	4,033	4,592
Srbija i Crna Gora	1,745	2,211	2,552	3,053	3,417
Prosječna cijena	2,567	3,274	4,087	4,802	5,664

	Ispod prosjeka
	Iznad prosjeka

Izvor: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (29.09.2014.)

Uz prikazane rezultate istraživanja TOMAS 2012., u nastavku se daju osnovni podaci i rezultati istraživanja-ankete provedene isključivo za potrebe SRNTH. Radi se o, koliko je poznato, prvom anketnom istraživanju nautičara u zimskom razdoblju (prosinac 2005. – veljača 2006.), i to u mjestima stanovanja u Austriji, Italiji, Njemačkoj, Švicarskoj i Velikoj Britaniji. Iako se anketni uzorak ne može ocijeniti dovoljno velikim, dobiveni rezultati su ne samo zanimljivi i indikativni nego i prilično vrijedni.

Gotovo polovica pristiglih odgovora je iz Austrije (46 %), a među onima koji su Jadranom plovili više od 50 puta također je najviše Austrijanaca (59 %). Naime, čak 29 posto ispitanika je hrvatskim Jadranom plovilo 50 i više puta, ili kumulativno, polovica ispitanika (49 %) više od 30 puta, 65 % više od 10 puta, a čak 95 % inozemnih nautičara plovilo je u Hrvatskoj više od jedanput.

Navedeni podaci potvrđuju, s jedne strane „vjernost“ nautičara hrvatskom Jadranu, a s druge strane njegovu izuzetnu nautičko-turističku vrijednost i u velikoj mjeri njegovu doživljajnu nezamjenjivost ili upitnu jednakovrijednu zamjenjivost. To na svojevrsan način potvrđuju odgovori, s jedne strane o nezadovoljstvu visokim cijenama (40 %), uslugama u marinama (30 %), visinom pomorskih taksi (27 %), nesigurnim sidrištima (23 % - nesigurne i gusto postavljene plutače), arogantnošću osoblja u marinama i policijskim postajama, te važećim ali neprimjerenim propisima (234 %), a s druge strane o razlozima dolaska: ljepota obale (68 %), blizina (34 %), sloboda sidrenja (21 %), ugodna klima (14 %) itd., te stupnju zadovoljstva: 83 % je izrazito zadovoljno, a 39,9 % je bilo zadovoljnije od očekivanog, i konačno, 75 % ispitanika koji potvrđuju namjeru ponovnog dolaska u Hrvatsku i u 2006. godini.

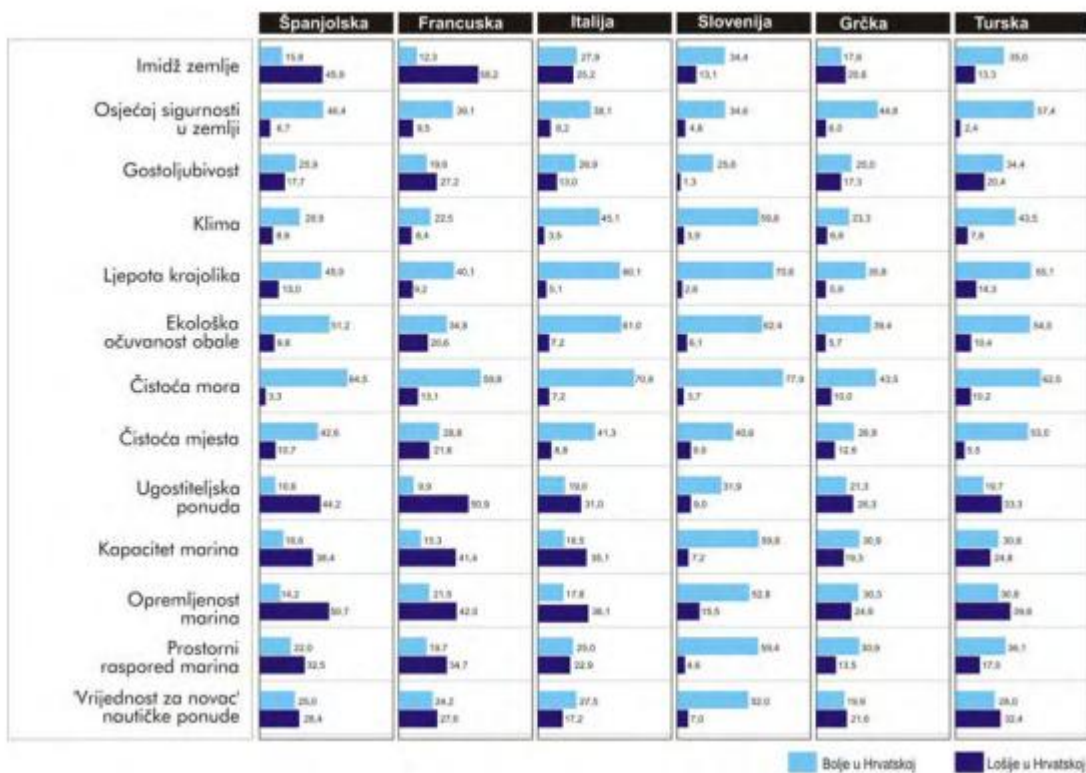
S obzirom na učestalost dolazaka na hrvatski Jadran, što znači i dobro poznavanje svih aspekata nautičke ponude, korisnima i vrijednima se ocjenjuju odgovori o potrebnim aktivnostima njenoga poboljšanja. Iako su na ovo pitanje ispitanici u pravilu davali više odgovora, može se izvesti zaključak:

- 33 % nautičara smatra da usluga davanja vremenske prognoze nije dovoljno dobra pa predlažu da se uvedu češće vremenske obavijesti, zatim prognoze za barem dva dana, te da to čine spikeri čiji je izričaj i naglasak razumljiv izvornim govornicima.
- 27 % ispitanika želi bolju uslugu u marinama.
- 18 % ispitanika nema primjedbi na postojeću ponudu.

- 13 % predlaže promjene u birokratskom sustavu.

Među pojedinačnim sugestijama i preporukama posebno se ističe:

- Razvoj sustava za rezervaciju dnevnog veza u marinama
- Postavljanje kontejnera za odvajanje korisnog otpada
- Redovitije odvoženje otpada
- Instaliranje pumpi za preuzimanje otpadnih voda s brodica i jahti
- Izgradnja (marine) spremišta za motore i opremu
- Paket usluge za stalne goste u obliku karneta/bonova
- Internet priključci



Slika 12. Ocjena elemenata nautičke ponude u RH u odnosu na neke Mediteranske luke

Izvor: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (29.09.2014.)

7. ZAKLJUČAK

Nautički turizam u Hrvatskoj ima, zbog gospodarskih učinaka te zbog razvojnih, još neiskorištenih potencijala, za Hrvatsku posebnu važnost. Kreiranje njegovog razvoja predstavlja za planere, i na razini sustava i na razini pojedinih gospodarskih subjekata veliki izazov, ali i odgovornost ne samo prema investitoru nego i prema cijeloj društvenoj zajednici. Zato je za kreiranje uspješnog razvoja nautičkog (jahting) turizma na svim razinama nužno potrebno što bolje poznavanje obilježja te pojave.

Luke su važan čimbenik u razvitku i unaprijeđenju nautičkog turizma. Pri tome jedan od osnovnih zadataka infrastrukturne izgradnje je izgradnja odgovarajućih turističkih luka. Nekontroliranom i neosmišljenom izgradnjom luka nautičkog turizma i njihovih pratećih objekata infrastrukturne i suprastrukture u osjetljivom prirodnom području, često dolazi do potpunog gubitka i obezvrijeđenja vrijednog krajolika.

U posljednje vrijeme sve je više nastojanja da se ujednači podjela i kategorizacija luka nautičkog turizma. To bi znatno olakšalo izbor turističkog boravka nautičarima, a statističarima omogućilo precizno praćenje nautičko-turistička kretanja, koj su iz godine u godinu sve dinamičnija i raznovrsnija.

Nautički turizam rezultat je tendencija i dostignute razine gospodarskog rasta. U središtu pozornosti je čovjek, smanjenje radnog vremena i tehnološki napredak, što sve zajedno, uz psihološku komponentu turizma, omogućuje mnoge promjene, ne samo u prostoru na kojem se turističke aktivnosti provode nego i kod nositelja tih aktivnosti. Luke nautičkog turizma u razvojnom procesu imaju priliku da, poštujući načela održivog razvoja, uspostave organizacijsku strukturu koja će biti u funkciji održivog razvoja i zaštite okoliša i u funkciji učinkovitog razvoja kroz svoj poslovni proces. Nautički turizam ubraja se među najpropulzivnije grane turizma, koje imaju obilježja rekreacije. Nautički turizam predstavlja jednu novu socioekonomsku pojavu u hrvatskom društvu. 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 prostora. Prema pojedinim procjenama,

nautički turizam u Hrvatskoj ima najveće perspektive za razvoj i zbog mogućnosti zadovoljavanja turističkih potreba gostiju iz visoko razvijenih zemalja Europe.

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 Republike Hrvatske.

Razmatranje konkurentnosti Hrvatske u nautičkom turizmu je vezano uz susjedne zemlje i zemlje Sredozemlja, a to su Italija, Francuska, Španjolska, Grčka, Turska, Crna Gora i Slovenija. Turistički razvijenije Italija, Francuska i Španjolska imaju i razvijeniju ponudu nautičkog turizma. One, međutim, nemaju tako privlačnu obalu s otočnim skupinama kao Hrvatska, Grčka i Turska. Dakle, može se reći da su Hrvatskoj u pogledu razvijenosti ponude najveći konkurenti Italija, 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.

LITERATURA

- 1) Dulčić, A.: Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokon, Split, 2002
- 2) Dundović, Č.: Pomorski sustavi i pomorska politika, Sveučilište u Rijeci, 2003
- 3) Favro S.: Prijedlozi i mjere unaprjeđenja nautičkog turizma u RH, dostupno na:
http://www.hgk.hr/wp-content/files_mf/Sre%C4%87ko%20Favro%20Odbor%20za%20turizam.pdf
- 4) Francuske marine, dostupne na: <http://www.wish.hr/2011/12/francuske-marine/>
- 5) Gračan D., Alkier Radnić R.: Ekološki aspekti razvoja nautičkog turizma europskog dijela Mediterana. Pomorski zbornik 43, 2006
- 6) Gračan D., Alkier Radnić R., Vizjak A.: "Razvoj nautičkog turizma na mediteranu" Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji Pomorski zbornik 44 (2006)
- 7) Gračan D., Alkier-Radnić R., Uran M., „Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU“, FMTU, Opatija 2011
- 8) Jadrešić V., Nautički turizam, Pedagoška akademija Zadar, 1978
- 9) Luković, T., Šamanović, J. Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Repograf, Zagreb, 2007
- 10) Luković T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Economic Review, 689-708, 2007
- 11) Luković T. & Strasburger J. (2005.): Yachting on the European part of the Mediterranean pro literatur Verlag, Nürnberg Germany
- 12) Luković T. & Gržetić Z. (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut Split, Split/Dubrovnik
- 13) Luković T. & Šamanović J. (2007.): Management i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut Split, Split
- 14) Luković, T.: “Nautički turizam – definicije i dileme”, Naše more, br. 1-2, časopis Sveučilišta u Dubrovniku, Dubrovnik, lipanj 2007.
- 15) Randić, A.: Ekološki aspekti u razvoju nautike na Jadranu, referat, Nautica 85.
- 16) Statistički ljetopis RH 2013, DZS RH, Zagreb, 2013.
- 17) Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002.

18) Tomas nautika jahting: <http://www.itzg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf>

-

POPIS SLIKA:

Slika 1. Temeljne karakteristike nautičkog turizma	4
Slika 2. Struktura uzoraka istraživanja Tomas nautika jahtinga 2012. i broja plovila u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj u 2011. godini prema vrsti plovila	14
Slika 3. Struktura uzoraka istraživanja Tomas nautika jahtinga 2012. I broja plovila u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj 2012. godini prema dužini plovila	14
Slika 4. Marina Albatros, Turska	33
Slika 5. Marina Cannes, Francuska	33
Slika 6. Marina Alimos, Grčka	34
Slika 7. Marina Porto di Lavagna, Italija	34
Slika 8. Porto di Marsala, Italija	40
Slika 9. Deportiva de Alicante, Španjolska	44
Slika 10. Marina Zeas, Grčka	50
Slika 11. SWOT analiza nautičkog turizma RH	55
Slika 12. Ocjena elemenata nautičke ponude u RH u odnosu na neke Mediteranske luke	60

POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1. Izvori informacija koji nautičari koriste pri odluci	18
Grafikon 2. Vrsta najma plovila	21
Grafikon 3. Plovila nautičkog turizma prema zastavi plovila	27

POPIS TABELA:

Tabela 1. Zastupljenost nautičara u Hrvatskoj 2012. g.	16
Tabela 2. Učestalost dolazaka Hrvatskoj	17
Tabela 3. Prijevozno sredstvo prilikom odlaska i dolaska	19
Tabela 4. Vlasništvo plovila i plaćanje najma	20
Tabela 5. Duljina boravka i prosječan broj ostvarenih noćenja/sidrenja	21
Tabela 6. Stupanj zadovoljstva ponudom u Hrvatskim lukama nautičkog turizma	23
Tabela 7. Dolasci turista u lukama nautičkog turizma	25
Tabela 8. Noćenja turista u lukama nautičkog turizma	26
Tabela 9. Kapacitet luka nautičkog turizma u Hrvatskoj 2008.-2012.	27

Tabela 10. Broj vezova u Italiji, raspoređen prema regijama	37
Tabela 11. Raspoloživi kapacitet u marinama	57
Tabela 12. Broj marina s Plavom zastavom.....	58
Tabela 13. Prosječne cijene veza u lukama nautičkog turizma u eurima	58