

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

DIPLOMSKI RAD

**PLANIRANJE I PROJEKTIRANJE LUKA NAUTIČKOG
TURIZMA SA NAGLASKOM NA MARINE ZA PRIHVAT
MEGA JAHTI**

Aleksandar Sušac

Rijeka, 2014.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

**PLANIRANJE I PROJEKTIRANJE LUKA NAUTIČKOG TURIZMA SA
NAGLASKOM NA MARINE ZA PRIHVAT MEGA JAHTI**

Aleksandar Sušac

Kolegij: Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma

Mentor: dr. sc. Čedomir Dundović

Student : Aleksandar Sušac

Studijski program : Tehnologija i organizacija prometa

Broj indeksa autora: 2587

JMBG: 1203990363031

U Rijeci, rujan 2014.

Zahvala:

Ovim putem zahvaljujem se mentoru prof. dr. sc. Čedomiru Dundoviću na prihvaćanju mentorstva, pomoći, angažiranosti i ukazanom strpljenju pri izradi ovoga rada. Također se zahvaljujem svim kolegama, kolegicama i prijateljima bez čije pomoći ne bih dospio do ove razine studiranja. Zahvalio bih se i prof. dr. sc. Mirjani Kovačić na iskazanoj velikoj pomoći u pisanju ovoga rada.

Ovim putem bih uputio i velike zahvale direktoru Hrvatske turističke zajednice gosp. Ratomiru Ivičiću na velikom zalaganju pri nabavi materijala. Puno hvala!

Najveća hvala mojim roditeljima na razumijevanju i podršci tokom svih ovih godina školovanja.

Student : Aleksandar Sušac

Studijski program : Tehnologija i organizacija prometa

JMBG : 1203990363031

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom PLANIRANJE I PROJEKTIRANJE LUKA NAUTIČKOG TURIZMA SA NAGLASKOM NA MARINE ZA PRIHVAT MEGA JAHTI izradio samostalno pod mentorstvom prof. dr. sc. Čedomira Dundovića. U radu sam primijenio metodologiju znanstveno istraživačkog rada i koristio literaturu koja je navedena na kraju diplomskog rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući naveo u diplomskom radu na uobičajen, standardan način citirao sam i povezao s fusnotama i korištenim bibliografskim jedinicama. Rad je pisan u duhu hrvatskoga jezika.

Suglasan/na sam s objavom diplomskog rada na službenim stranicama.

Aleksandar Sušac

SADRŽAJ

1.UVOD	3
1.1.Problem, predmet i objekt istraživanja	3
1.2.Radna hipoteza.....	4
1.3.Svrha i ciljevi istraživanja.....	4
1.4.Znanstvene metode.....	5
1.5.Struktura rada	5
2. POJAM NAUTIČKOG TURIZMA I LUKA NAUTIČKOG TURIZMA	6
2.1. Pojmovno – sadržajno značenje	6
2.2. Povijest luka nautičkog turizma.....	8
2.3. Zakonska regulativa luka nautičkog turizma	11
3.1. Planiranje prostora za izgradnju marine	14
3.2. Programsko planiranje	16
3.2.1. Marketing programa	16
3.2.2. Financijski uvjeti programa.....	17
3.3. Projektiranje luka nautičkog turizma	18
3.3.1. Operativna obala	19
3.3.2. Gat	20
3.3.3.Vez	22
3.3.4.Lukobran.....	25
3.3.5.Komunalna infrastruktura i suprastruktura marine	25
4. PLANIRANJE I PROJEKTIRANJE LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NAMIJENJENIH ZA PRIHVAT MEGA JAHTI	27
4.1. Planiranje i projektiranje marina za prihvat mega jahti	27
4.2.Planovi i projekti marina za prihvat mega jahti.....	29
4.2.1.Projekt „Brijuni Riviera – Katarina Monumenti“	30
4.2.2.Projekt SCT – Uslužni centar Trogir	33
4.2.3.Projekt Mandalina	35
5.1.Adriatic Croatia International (ACI).....	42
5.2.Marina Frapa Rogoznica.....	44
5.3.Ostale luke nautičkog turizma namijenjene za prihvat mega jahti	46
5.3.1.Marina Hramina	46
5.3.2.Marina Dalmacija Bibinje- Sukošan.....	47

5.3.4. Luka Brijuni	49
6.1. Nautički turizam Francuske	51
6.1.1. Marina Port Vauban Antibes	52
6.1.2. Yacht Club de Monaco	53
6.2. Nautički turizam Italije	54
6.3.1. Marina di Porto Cervo, Costa Smeralda	56
6.3. Nautički turizam Španjolske	57
6.3.1. Marina Port Adriano Mallorca, Španjolska	59
6.3.1. Marina Port Vell, Barcelona	60
6.4. Nautički turizam Grčke	61
6.4.1. Gouvia Marina	62
7. ANALIZA KONKURENTNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE	64
7.1. Analiza trenutnog stanja nautičkog turizma u Hrvatskoj	67
7.1.1. Kvalitativna analiza trenutnog stanja nautičkog turizma u Hrvatskoj	68
7.1.2. Kvantitativna analiza trenutnog stanja nautičkog turizma Hrvatske	70
8. ZAKLJUČAK	76
POPIS GRAFIKONA	82

1.UVOD

Suvremeni, današnji, turizam u svojoj je naravi sigurno napustio temelj koji se u prošlosti rabio, odnosno koji se temeljio na ljepoti mora, sunca te prirode. Turizam, a posebno nautički turizam, danas se temelji na najmodernijoj infrastrukturi koja se gradi u svrhu privlačenja gostiju velike platežne moći i kojoj će se omogućiti svi tipovi visokokvalitetne usluge kako bi se zadovoljile njihove potrebe. Nautički turizam naziva se još i maritimni, primorski ili jahting turizam. To je grana turizma koja se temelji na korištenju plovila i infrastrukturi sportsko-rekreacijskih organizacija, te kojoj je glavna aktivnost krstarenje, i drugi oblici rekreacije kao što su ronjenje, pecanje te ribolov. U nautičkom turizmu koriste se različiti tipovi plovila, međutim prevladavaju motorne jahte te plovila pokretana silom vjetrova, odnosno jedrilice.

1.1.Problem, predmet i objekt istraživanja

Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma za mega jahte zahtijeva veliki posao, koji se prvenstveno odnosi na planiranje same luke. U naravi, luka mora biti građena u skladu sa okolinom, te mora zadovoljiti sve moguće ekološke aspekte u gradnji. Mega jahte su danas izvor najvećeg mogućeg prihoda mjestu u kojem dolaze, te se njihov broj širi iz dana u dan. Trend povećanja dužine brodova počeo se razvijati početkom globalne krize koja je pogodila cijeli svijet, dok su se neki osiromašivali neki su se bogatili, te tako se povećao i taj trend rasta plovila. Danas ih na Mediteranu plovi oko 2000. Međutim, na Mediteranu, kao i u Hrvatskoj, kroničko nedostaju prihvatni kapaciteti za takva plovila. Strategije razvoja država na Mediteranu, koje ćemo kasnije upoznati, u skoroj budućnosti planiraju povećati svoje kapacitete za prihvat brodova i preko 50 metara. Takvi projekti zahtijevaju velike investicijske pothvate te zahtijevaju usuglašavanje svih relevantnih znanstvenih djelatnika u tom segmentu. Hrvatski nautički turizam bilježi pozitivan rast prihoda iz godine u godinu, te donekle prati trend povećanja rasta plovila. U planu su tri ambiciozna projekta, koji se tiču izgradnje luka nautičkog turizma za prihvat mega jahte. To su projekti, „Brodo- Trogir“, projekt „Brijuni Riviera“ te projekt „Mandalina“ u Šibeniku koji u projektnoj dokumentaciji planira izgradnju čak 80- ak mjesta za prihvat mega jahti. To je svakako poticaj razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj koji ćemo, nastavno, upoznati u ovome radu. Osnovni cilj rada je upotrebom različitih metoda znanstvenog istraživanja doći do podataka o planiranju i

projektiranju luka nautičkog turizma općenito, a zatim i o planiranju luka za prihvat mega jahti. Istraživanjem tržišta Mediterana i Hrvatske generirati će se objektivne prednosti i nedostaci izgradnje marina za prihvat mega jahti. Cilj rada je analizirati pojedine marine u Hrvatskoj i na Mediteranu koje imaju mogućnost prihvata mega jahti te utvrditi važnost projekata koji posebno tretiraju prihvat mega jahti.

1.2.Radna hipoteza

Sukladno bitnim odrednicama problema, predmeta i objekta istraživanja postavljena je radna hipoteza. Planiranje i projektiranje luke nautičkog turizma spada pod bitne odrednice razvoja sveukupnog nautičkog turizma. Konzistentnim i relevantnim spoznajama o planiranju i projektiranju marine moguće je planirati i projektirati marine koje raspolažu akvatorijem za prihvat mega jahti.

Tako postavljena temeljna hipoteza implicira pomoćne hipoteze :

1. Nautički turizam ima sve veći značaj u gospodarstvu Republike Hrvatske,
2. Marine su temeljna lučka infrastruktura za prihvat plovila,
3. Trend rasta dužine plovila bilježi se iz godine u godinu,
4. Marine u Hrvatskoj ne raspolažu dovoljnim prihvatnim kapacitetom za mega jahte,
5. Sveukupna ponuda u Hrvatskoj ne zadovoljava potrebe nautičara na mega jahtama,
6. U Hrvatskoj nema remontni servis za mega jahte.

1.3.Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha i ciljevi istraživanja u ovom diplomskom radu jesu istražiti relevantne čimbenike za izgradnju luke nautičkog turizma, planiranje i projektiranje marine za prihvat mega jahti, analizu konkurentnosti nautičkog turizma Hrvatske u tom segmentu te strategiju i program razvoja nautičkog turizma Hrvatske.

1.4.Znanstvene metode

U ovome radu korištene su sljedeće znanstvene metode : metode sinteze i analize, povijesne metode, statističke metode, komparativne metode, metode klasifikacije, metode specijalizacije i generalizacije te metode dokazivanja i opovrgavanja.

1.5.Struktura rada

U prvome dijelu, **Uvodu**, navedeni su problem, predmet i objekt istraživanja, radna hipoteza, svrha i ciljevi istraživanja, znanstvene metode te je obrazložena struktura rada. U drugom dijelu rada Pojam nautičkog turizma i luka nautičkog turizma, navedeno je pojmovno i sadržajno značenje luka nautičkog turizma, povijest luka nautičkog turizma te zakonska regulativa luka nautičkog turizma. U trećem dijelu analiziran je segment Planiranja, projektiranja i izgradnje luke nautičkog turizma. U tom dijelu definirano je Planiranje prostora za izgradnju marine zatim programsko planiranje u koji spada marketing programa te financijski uvjeti programa te Projektiranje luka nautičkog turizma u koji spadaju gat, vez, lukobran, operativna obala te komunalna infrastruktura i suprastruktura marine. U četvrtom dijelu obrađen je segment Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma sa naglaskom za prihvat mega jahti u kojem su predloženi uvjeti za projektiranje luke za mega jahte te elaborirani najznačajniji projekti u Hrvatskoj, a to su : Projekt SCT- Trogir, Projekt Mandalina- Šibenik te Projekt Brijuni-Riviera U petom dijelu sa naslovom Nautički turizam u Hrvatskoj sa naglaskom na marine za prihvat mega jahti elaborirane su marine nautičkog turizma za prihvat mega jahti u Hrvatskoj, počevši od ACI marina, marine Frapa, marine Hramina, Porta Brioni te marine Dalmacija. U šestom dijelu istražen je Nautički turizam na Mediteranu sa naglaskom na marine za prihvat mega jahti, u kojem su istraženi nautički turizmi Francuske, Španjolske, Italije i Grčke te njihove najznačajnije luke za prihvat mega jahti. U sedmom dijelu elaborirana je tema Konkurentnost Hrvatskog nautičkog turizma u kojem se analizira trenutno stanje hrvatskog nautičkog turizma te kvalitativna i kvantitativna metoda analize trenutnog stanja. Strategija i program razvoja hrvatskog nautičkog turizma elaborirana je u osmom dijelu ovoga rada.

U posljednjem dijelu, **Zaključku**, dana je sinteza rezultata istraživanja u kojima je dokazivana postavljena radna hipoteza.

2. POJAM NAUTIČKOG TURIZMA I LUKA NAUTIČKOG TURIZMA

Luka predstavlja prirodno ili umjetno zaštićen morski, riječni, kanalski ili jezerski bazen, gdje brodovi nalaze zaklon od valova, struja, morskih mijena i leda, gdje mogu izvršiti popravke na brodomskom trupu, strojevima i uređajima ili izvršiti čišćenje svih dijelova i gdje mogu sigurno i brzo iskrcati, ukrati i prekrati teret i putnike i gdje mogu odmoriti posadu.¹

Morska luka je morski i s morem neposredno povezani kopneni prostor s izgrađenim i neizgrađenim obalama, lukobranima, uređajima, postrojenjima i drugim objektima namijenjenim za pristajanje, sidrenje i zaštitu brodova, jahti i brodica, ukrcaj i iskrcaj putnika i robe, uskladištenje i drugo manipuliranje robom te za ostale gospodarske djelatnosti koje su s tim djelatnostima u međusobnoj ekonomskoj, prometnoj ili tehnološkoj svezi.

Luka nautičkog turizma je poslovno funkcionalna cjelina u kojoj pravna ili fizička osoba posluje i pruža turističke usluge u nautičkom turizmu te druge usluge u funkciji turističke potrošnje (trgovačke, ugostiteljske i dr.). Luka nautičkog turizma je luka posebne namjene.

Luke nautičkog turizma razvrstavaju se u određene vrste koje se određuju prema vrsti usluga koje se u luci pružaju. Vrste luka nautičkog turizma su: sidrište, odlagalište plovniha objekata, suha marina i marina.

Luka nautičkog turizma predstavlja turistički objekt koji u poslovnom, prostornom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili koji u okviru šire prostorne cjeline ima izdvojeni dio i potrebite uvjete za potrebe nautičkog turizma i turista – nautičara.²

2.1. Pojmovno – sadržajno značenje

Nautički turizam je dio i oblik turizma koji se odvija na vodi ili uz vodu. Sam naziv dolazi od grčke riječi „naus“ koja znači brod. Zato se značenje nautičkog turizma veže uz pomorstvo, plovidbu, brodarenje i slično.

Nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije. Dakle, nautički turizam obuhvaća plovidbu i boravak turista – nautičara na vlastitim ili unajmljenim plovilima za sport i razonodu u

¹ Luković, T. i Gržetić. Z : op. cit . str. 64

² Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma NN 142/99, čl. 2., stavak 1.

lukama nautičkog turizma i svim drugim lukama te prirodnim uvalama, ali i s time povezane aktivnosti i djelatnosti (iznajmljivanje plovila, uslužne djelatnosti).

Nautički turizam je relativno nova grana turizma na čiju konkurentnost utječe čitav niz čimbenika. Međutim, posebnu i izuzetnu ulogu imaju luke nautičkog turizma sa svim popratnim sadržajima koji idu uz njih. što znači da je bez prostora nemoguće poslovati i razvijati.

Luke nautičkog turizma povezane su s nautičkim turizmom u dva segmenta. Prvi segment je da nautičari koriste luku samo za privez, ukrcaj, iskrcaj putnika i tereta, popravke, odmor posade i za te usluge plate naknadu luci. Međutim, drugi segment je itekako „popularniji“ među nautičarima, a to je sidrenje. Sidrenje se koristi u zaštićenim uvala koje služe za zaštitu od nevremena i u gradskim središtima. U praksi smo svjedoci da je taj oblik izražen u svim zemljama na Mediteranu uključujući i Hrvatsku. Luke koje se nalaze u starim središtima gradova više su atraktivnije nautičarima, međutim cijena im je viša pa veći dio nautičara izbjegava koristiti te luke.

Pojmovi vezani uz luke nautičkog turizma su : ³

- *luka odredbe* - luka u kojoj je po ugovoru o čarteru predviđeno uplovljavanje radi predaje plovila,
- *luka odredišta* – luka u kojoj je predviđeno naredno uplovljavanje, a koje bi nautičar trebao prijaviti luci u luci isplovljenja,
- *luka pribježišta* – luka u koju se brod u slučaju nevremena može skloniti i koja se zbog toga treba posebno tretirati, obilježiti i organizirati,
- *sigurna luka* – luka koja je sigurna od fizičkog, političkog ili bilo kojeg drugog oblika opasnosti ili problema,
- *tranzitna ili provozna luka* – luka koja služi za prihvat i provoz nautičara, a najčešće se organizira u blizini aerodroma i drugih prometnih čvorišta u kojima se nautičari prihvaćaju i provoze do luke ukrcaja na plovilo ili u marinu u kojoj imaju ugovoren bilo koji oblik boravka,
- *usputna luka*- luka koja nautičaru služi za potrebe zadovoljavanja neke od njegovih potreba ili dodatno snabdijevanje i kratko zadržavanje.

³ Luković T. i Gržetić Z. : op. cit. Str. 66-67

Luka je, dakle, složen sustav koji zahtijeva, prije svega, temeljitu, integriranu i usklađenu zakonodavnu regulativu. Osim toga, ona zahtijeva opsežno planiranje u svrhu rentabilnog poslovanja, kontinuirano ulaganje i investiranje u infrastrukturu i suprastrukturu. Luka nautičkog turizma je, kao luka posebne namjene, nositelj razvoja nautičkog turizma i zbog toga je potrebno temeljito i planski pristupiti razvoju tih luka.

2.2. Povijest luka nautičkog turizma

Temeljna značajka nastanka i razvoja nautičkog turizma je spontanost i odsustvo uplitanja državnih organa putem planskih inicijativa i odgovarajućih ulaganja. Sadašnje stanje, kao plod spontanog razvoja, sve više dobiva organizacijske i planske okvire, ali su, i dalje, nazočni elementi stihije i neselektivnosti u razvoju.⁴

Povijest pomorske plovidbe i navigacije datira još iz davnih dana te uporabe vesla zatim jedrilica, parnih strojeva, međutim nautički turizam dolazi malo kasnije. Plovidba u svrhu zabave i razonode pojavila se u 16. st. kada su Nizozemci organizirali jahting natjecanja, u Engleskoj se javlja u 18. st. kada je kralj Karlo II. doveo jahtu kojom je plovio isključivo radi razonode. To su bili počeci nautičkog turizma u svijetu te nakon tih događaja počeli su se otvarati jahting klubovi, prvi u Engleskoj u 18. st., zatim u Italiji krajem 19. st. utemeljeno je prvo regatno društvo.⁵

Takvo razdoblje klasičnog nautičkog turizma u kojem se kretao mali broj bogatih ljudi trajao je relativno dugo, do pojave kružnih putovanja koja su organizirana sredinom 19. st. Šezdesetih godina prošlog stoljeća nautički turizam doživljava ekspanziju, sve više i više ljudi koristi sadržaje marina i sve više vremena provode u njima. Počinju se organizirati putovanja isključivo u svrhu razonode, te se tokom godina grade sve veći i veći brodovi, a pored njih automatski i luka za prihvat istih koja ima u sebi samoj puno sadržaja koje privlače goste iz različitih dijelova svijeta. Međutim, nautički turizam, kakav mi danas poznajemo, prvo se javio u SAD-u zatim u Kanadi. Koliko značenje za nacionalno gospodarstvo ima razvoj nautičkog turizma, potvrđuje i činjenica da se Federalnim zakonom o dokolici regulira način uređenja i korištenja slobodnih morskih površina i morskih obala u svrhu nautičkog turizma.⁶ (slika 1)

⁴ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split 2002., str. 156

⁵ Ivošević D. : Nautički turizam Hrvatske, vlastita naklada Novigrad (istarski), Novigrad 1995, str. 11

⁶ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split 2002, str. 172



Slika 1- Luka Genova Aeroporto u kojoj je luka povezana sa gradskim središtem

Izvor : http://www.cruiserswiki.org/wiki/Marina_Genova_Aeroporto

U Europi nautički turizam ima najveću tradiciju na Mediteranu. Povoljan rezultat prirodnih, klimatskih, kulturoloških i ambijentalnih prilika izražen je isključivo u zemljama na Mediteranu, aludirajući na Italiju, Grčku, Francusku, Španjolsku, Hrvatsku itd.

U Hrvatskoj je razvoj nautičkog turizma došao, relativno, kasnije, od 1870. godine organizirani su prvi izleti sa brodovima na obali Jadranskog mora. Ipak, pojam nautičkog turizma kakav mi danas poznajemo, javlja se tek početkom sedamdesetih godina kad su se sve veće luke na Mediteranu izgradile i koje su već u to vrijeme imale veliki protok brodova. Nautičari su čari „Lijepa naše“ počeli otkrivati, doduše, krajem tih 70-ih godina te početkom 80-ih godina, kad su se i općine Primorsko- goranske županije odlučile na izgradnju marina⁷ te tako započele novi oblik turizma na ovim prostorima. Nakon, Primorsko- goranske županije, Istra je nešto kasnije započela sa gradnjom prvih marina i to: Veruda, Novigrad i Červar- Porat, međutim birokracija te nedostatak politike i strategije usporile su izgradnju marina. Svake godine broj dolazaka brodova i izleta raste, te Hrvatska ima uistinu velike ambiciozne planove što se tiče razvoja nautičkog turizma, aludirajući na povećanje broja mjesta za privezivanje brodova, za proširenje gatova za prihvat većih brodova (mega jahti), ali i gradnju novih marina. Hrvatska je do 1980. godine raspolagala sa oko 2.100 komercijalnih vezova u moru te oko 1.200 mjesta na kopnu u 12 marina.⁸

Prvi prostorni planovi na ovim područjima su Projekt Južni Jadran, izveden 1965. godine i Projekt Gornji Jadran, 1972. godine na kojima su bile predviđene izgradnje marina, prema unaprijed određenoj strategiji koja je u nekim segmentima ipak zakazala te je u promet do 1978. godine pušteno tek pet marina. Istra je tada imala tri marine koju su činile 27%

⁷ Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za pružanje usluga veza, smještaja turista u plovnicama te ostalih usluga sukladno Pravilniku.

⁸ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka 2012, str. 31

ukupnog kapaciteta Hrvatske za prihvat mega jahti.⁹ Veliki problem tada, kao i danas, u Hrvatskoj pogotovo, za prihvat mega jahti je taj da svaka marina mora iza sebe imati jak servisno- tehnički centar koji u svakom trenutku može biti na usluzi jahtašima, zatim su tu i svi popratni sadržaji kao što su ; prostor namijenjen smještaju plovila na kopnu, tržišno- uslužne djelatnosti, ugostiteljske te sportsko- rekreacijske djelatnosti. To je veliki projekt te Hrvatska tada nije imala jak strateški menadžment koji je mogao odrediti smjernice što se tiče takvog vida turizma.

Svakako, jedan od važnijih trenutaka hrvatskog nautičkog turizma je otvaranje ACY (Adriatic Club Yugoslavia) koji je osnovan 1983. godine na Brijunima, gdje je pokojni gospodin Barbieri osnovao grupaciju koja je imala jasnu viziju i strategiju te kojoj je bilo u planu izgradnja 16 marina kapaciteta 1.730 vezova. Kasnije 1993/1994. godine nakon ratnih zbivanja na ovim prostorima tvrtka je promijenila ime u ACI(Adriatic Club Croatia). Nakon izgradnje 16 marina u prvoj godini postojanja, u pregovorima sa stranim ulagačima, izgrađene su još dvije marine te je te godine tvrtka imala 16 marina na jadranskoj obali. Nakon prvog dijela realiziranog projekta u ACI-u je bilo 3.890 vezova na moru te 840 na kopnu. (slika 2)



Slika 2- ACI marina u Puli

Izvor: <http://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atraktivnosti/Nautika/Marina/Mjesto/Pula/ACI-marina-Pula>

Broj je rastao iz godine u godinu, te valja istaknuti najbolju godinu za hrvatski nautički turizam kad je zabilježeno 66.451 izdanih odobrenja, od čega 18.636 za jahte, što predstavlja 23,9% od ukupnih izdanih odobrenja, dok je za ostala plovila izdano 47.815 dozvola ili 66,1%.¹⁰

⁹ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka 2012, str. 32

¹⁰ Ured za statistiku Primorsko- goranske županije

2.3. Zakonska regulativa luka nautičkog turizma

S obzirom da nautički turizam zadire u različite gospodarske djelatnosti (pomorstvo, iznajmljivanje i smještaj plovila, ugostiteljstvo, prodaja i servis plovila i dr.) i da je izgradnja luka nautičkog turizma, kao osnova nautičke infrastrukture, uvjetovana propisima iz više područja, posebno iz područja prostornog uređenja, zaštite okoliša i sigurnosti, tako je njegova zakonska uređenost regulirana cijelim nizom zakona.

Zakon o turističkoj djelatnosti Republike Hrvatske („ Narodne novine „ broj 8/96., 19/96. i 76/98. definira nautički turizam kao: nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije)

Propisi koji uređuju morske luke, pomorsko dobro i dobro od interesa Republike Hrvatske jesu:

- Ustav Republike Hrvatske („ Narodne novine „ broj 56/90., 135/97., 113/00., 28/01., 76/10. i 5/14.),
- Pomorski zakonik („ Narodne novine „ broj 181/2004.),
- Zakon o vlasništvu i drugim stvarnim pravima („ Narodne novine „ broj 91/96, 137/99., 22/00., 73/00.,114/01., 79/06., 141/06., 146/08. i 38/09.),
- Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama („ Narodne novine“ broj 158/03., 100/04., 141/06., 38/09. i 123/11.),
- Zakon o turističkoj djelatnosti Republike Hrvatske („ Narodne novine „ broj 8/96., 19/96. i 76/98.)
- Uredba o razvrstavanju luka otvorenih za javni promet i luka posebne namjene („ Narodne novine „ 110/04. i 82/07.),
- Uredba o uvjetima kojima moraju udovoljavati luke („ Narodne novine „ broj 110/04),
- Uredba o određivanju luka otvorenih za međunarodni promet („ Narodne novine „ broj 8/06.),
- Pravilnik o uvjetima i načinu održavanju reda u lukama i na ostalim dijelovima unutarnjih morskih voda i teritorijalnog mora Republike Hrvatske („ Narodne novine „ broj 90/05., 10/08., 155/08., 127/10. i 80/12.),
- Pravilnik o kriterijima za određivanje namjene pojedinog dijela luke otvorene za javni promet županijskog i lokalnog značenja („ Narodne novine „ broj 94/ 07),

- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma („ Narodne novine „ broj 72/08.)

Ustav Republike Hrvatske i Pomorski zakonik propisuju osnovne zakonske pretpostavke nautičkog turizma. Međutim, za njegovo cjelokupno uređenje važni su svi gore navedeni zakoni. S obzirom da je poslovanje luka nautičkog turizma vezano uz pomorsko dobro, važno je zakonsko određenje pomorskog dobra. Pomorsko dobro je opće dobro od interesa za Republiku Hrvatsku i uživa njegovu osobitu zaštitu. U tom smislu pomorsko dobro je neotuđivo, ne može objekt stjecanja vlasništva i drugim stvarnih prava. Ono se daje isključivo u koncesiju, ovisno o elaboratu te željama ponuđača na natječaju za dodjeljivanje koncesije. U zakonu su detaljno precizirane granice pomorskog dobra, zaštita pomorskog dobra, moguće upravljanje i način upravljanja, korištenje morskih luka te lučkog područja, te osnivanje luka i izgradnja marina. Radi upravljanja, gradnje i korištenja luka otvorenih za pravni promet koje su od osobitog gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku, osnovana je lučka uprava. Lučka uprava vodi brigu o gradnji, održavanu, upravljanju, zaštiti i unapređenju pomorskog dobra koje predstavlja lučko područje. Pomorsko dobro, prema definiciji, čine unutarnje morske vode i teritorijalno more, njihovo dno i podzemlje, te dio kopna koji je po svojoj prirodi namijenjen općoj upotrebi ili je proglašen takvim, kao i sve što je s tim dijelom kopna trajno spojeno na površini ili ispod nje.

U zakonu je pomorsko dobro sasvim sigurno dobilo veći značaj nego zakon o jahtama i brodicama što je u Hrvatskoj veliki problem pogotovo iz razloga što imamo jako veliki interes potencijalnih ulagača u našu obalu, odnosno onih koji bi gradili marine, međutim često i nejasno mijenjanje zakona ih koči te ostavlja resurse naše obale neiskorištene.

Propisi koji u Republici Hrvatskoj definiraju jahte i brodice jesu:

- Pravilnik o brodicama i jahtama (NN/ 27/05),
- Uredba o uvjetima za dolazak i boravak stranih jahti i brodica namijenjenih sportu i razonodi u unutarnjim morskim vodama i teritorijalnom moru RH (NN 2/05, 34/05),
- Naredba o visini naknade za upis broda, jahte i brodice u upisnik brodova, odnosno jahti i očevidnik brodica (NN 41/05),
- Naredba o visini naknade za sigurnost plovidbe koju plaćaju strane jahte i brodice (NN 2/05),
- Naredba o visini naknade za sigurnost plovidbe koju plaćaju strane jahte i brodice namijenjene razonodi i športu i visini pristojbe za izmjenu posade (NN 3/02),

- Pravilnik o uvjetima koje moraju zadovoljavati plovni objekti, te fizička ili pravna osoba koja ima djelatnost iznajmljivanja plovila (NN 41/05),
- Naredba o charter licenci, visini naknade za sigurnost plovidbe i charter naknadi koju plaćaju strane jahte i brodice namijenjene razonodi i športu s ishodom charter licencom (NN 3/02, 134/02, 86/04).

Propisi koji u Republici Hrvatskoj određuju nautički turizam jesu:

- Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07),
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (NN 72/06),
- Pravilnik o vrstama i kategorijama plovnih objekata nautičkog turizma (NN 11/97, 105/98, 38/99, 56/00, 106/00),
- Uredba o utvrđivanju visine godišnjeg paušalnog iznosa boravišne pristojbe za korisnike stalnog veza u luci nautičkog turizma za 2006. godinu (NN 52/05).

Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj regulirane su Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, kao i nizom dopuna tog pravilnika.¹¹

Iako je zakonska osnova i uređenost nautičkog turizma, pokrivena cijelim nizom propisa, ipak postoji još mnogo nedorečenosti i „rupa“ u propisima odnosno mnogo pitanja na koje nema odgovora, kao što su pravni pojam luke nautičkog turizma, imovinsko- pravna pitanja luka nautičkog turizma, davanje koncesija u lukama te građevinska pitanja koja se jako sporo gotovo nikako ne razrješavaju.

¹¹ Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, NN 142/99, 47/00, 121/00, 45/01, 108/01, 68/07

3. PLANIRANJE, PROJEKTIRANJE I IZGRADNJA LUKA NAUTIČKOG TURIZMA

Investicije čini efikasnost svakog gospodarstva neke zemlje, jer što su one efikasnije gospodarski će rasti te će postojati mogućnost profita, zapošljavanje stanovništva, razvoja pojedinih područja, iskorištenja prirodnih resursa i drugih odrednica. Nakon svake investicije prvobitno stoji profit ulagača ili investitora, jer nije mu u interesu ulagati ako neće imati neki profit koji će moći dalje investirati u svoje resurse. Međutim, kod takvog velikog investiranja kao što je izgradnja marine, ulagač mora razmotriti čitav niz segmenata da bi nakraju sve završilo kako je predviđeno u prvobitnom planu. Treba prvo procijeniti rizik investicije te prinos investicije, a za to mu treba efikasno i profitabilno investiranje. Kod takvih velikih investicija, neefektivno investiranje uzrokuje u najvećoj mjeri krupne promašaje i poremećaje. Kod Hrvatske imamo jedan specifičan slučaj kad je riječ o investiranju u turizam i njegove resurse, a to je da nikad ne fali dovoljno sredstava za ulaganje međutim neefikasnost investicija je veliki problem koji većinom koči sve velike započete projekte. Temeljne komponente znanstvenog pristupa optimalnoj valorizaciji prostora i racionalizaciji nautičko-turističke izgradnje odnose se na sljedeća područja :¹²

- planiranje prostora za izgradnju marine,
- programsko planiranje,
- projektiranje luka nautičkog turizma,
- građenje i
- opremanje marina.

3.1. Planiranje prostora za izgradnju marine

Planiranje prostora za svaku je zemlju, općenito, velik teret. Prostor je sam po sebi najveće blago države te ono u svakom trenutku mora biti pravovaljano iskorišteno te mora imati jasne odrednice. Turizam, a posebno nautički turizam svoj najveći dio mogu biti zahvalni prostoru u kojem se nalaze jer bez prostora odnosno glavnog resursa, mora, ne mogu će i iluzionarno je očekivati izgradnju marine ili kakvog turističkog resorta. Prostor je sastavni dio turističke ponude te on u najvećoj mjeri određuje i način turističke potrošnje.

¹² Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002 g., str 235

Prostorno planiranje kad govorimo u širem smislu podrazumijeva znanstvenu disciplinu čiji je cilj istraživanje, uređenje i oblikovanje prostora, dok u užem smislu u prostorno planiranje spada izrada urbanističkih planova bilo za izgradnju ili uređenje postojećih objekata. U većini slučajeva uređenja prostora radi se da bi se postojeći kadar više modernizirao, učvrstio te da bi na koncu doveo do boljih rezultata, bilo gospodarskih ili nekih drugih djelatnosti.

Kod planova za planiranje prostora treba planirati svaki segment posebno, gdje posebni akcent stavljam na planiranje prostora u funkciji nautičkog turizma. Prirodni uvjeti čine važan aspekt, jer priroda određuje izgradnju marine ili drugih atributa, zatim povijesni gdje moramo tražiti posebno dopuštenje države za izgradnju bilo kakvog objekta te demografskih karakteristika prostora. Da bi svi ti aspekti međusobno bili usklađeni moramo skupiti rezultate na terenu. Za informiranje o izgradnji na određenom prostoru ti pokazatelji mogu biti : prostorni planovi, pomorske karte, geografske karte, geodetski planovi, snimci iz zraka, panoramski snimci, postojeći planovi te statistički pokazatelji iz prošlosti. S obzirom na opseg prostornog planiranja razlikuje se : nacionalno, regionalno i lokalno prostorno planiranje.¹³

Itekako važan čimbenik u planiranju prostornog planiranja je znanstveni pristup. Marine samo po sebi zahtijevaju velik obalni prostor i to na najatraktivnijim lokacija blizu mora stoga je planiranje prostora u tom segmentu itekako važan faktor. Danas, nautičari zahtijevaju, odnosno više cijene marine koje su u gradskim središtima odnosno u staroj povijesnog gradskoj jezgri te svim takvim marinama rast broja plovila iz godine u godinu značajno raste. Tako su se kod nas prve takve marine počele graditi u Istri i na Kvarneru da bi nakon njih počela gradnja i po Dalmaciji. Međutim, problem kod izgradnje takvih marina je prvenstveno narušavanje postojećeg prostora, iskrivljivanja povijesne jezgre te uništavanje podmorja stoga urbanistički i prostorni plan moraju do detalja biti razrađeni kako bi se u velikoj mjeri izbjegli ti utjecaji. U takvim planovima uključen je velik broj znanstvenih stručnjaka od geodeta, projektanta, urbanista, ekonomista, biologa te ekologa. U tim uvjetima svatko od njih daje svoje viđenje, odnosno svoje prijedloge kako bi se projekt izveo do kraja bez većih posljedica za okoliš.

Obala kao segment koje je najveće blago države treba i zaštititi, odnosno onemogućiti izgradnju marina te njenih popratnih sadržaja. Međutim, danas je to vrlo teško te u većini slučajeva profit je uvijek ispred očuvanja okoliša te prirodnih ljepota, dok državna politika na to štiti. U Velikoj Britaniji primjerice, zabranjuje se bilo kakva komercijalna izgradnja na 16%

¹³ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002, str. 236

obale. Prostorno planiranje počinje studijom raspodjele određenog prostora na pojedine dijelove, a završava određivanjem namjene tih dijelova.¹⁴

Konačno, da bi se zaštitila nekontrolirana izgradnja te iskorištavanja atraktivnih zemljišta u svrhu turističke ponude treba prvo preurediti postojeće luke, lučice, ribarske lučice koje stoje neiskorištene te u većini slučajeva i propadaju da bi se nakon njih krenulo u izgradnju novih marina. Većina tih luka nalazi se na itekako atraktivnim lokacijama koje uz neku minimalnu investiciju bile bi jako privlačne nautičarima jer su sljubljene sa domaćim stanovništvom te povezane sa tim krajem. Primjera radi, u Europskoj Uniji veliki broj slabo iskorištenih ribarskih luka prenamijenjen je u luke nautičkog turizma dok kod nas to nije slučaj.

3.2. Programsko planiranje

Prostorno planiranje kao što sam prije naveo služi za odabir prostora, dok programsko planiranje služi za neku buduću izgradnju koja bi se trebala odvijati na tom prostoru. Glavni zaslužni za odabir prostora za izgradnju je planer, on kontrolira, koordinira i usuglašava sve materijale u svezi sa programom. U prostornom vrlo opsežnom planiranju odabiremo prostor za izgradnju marine kako, dok kod programskog planiranja vodimo brigu o drugim aspektima koji bi mogli utjecati na izgradnju projekta, kao što su način izgradnje te potrebna financijska sredstva. Za izgradnju marine velikog subjekta planer mora usuglasiti mišljenje više stručnjaka da bi nakraju projekt zaživio. Treba postaviti neka odgovarajuća pitanja kao što su : „ Dali će biti opravdano izgraditi marinu? Dali će marina donositi profit?“Ovakva su pitanja više ekonomske prirode te odgovore treba naći u analizi marketinških i financijskih uvjeta programa.

3.2.1. Marketing programa

Marketinški proces u programiranju marine je jako složen i kompleksan posao. On zahtijeva jako puno mišljenja različitih stručnjaka te analiza. Analize se mogu vršiti kroz statističke pokazatelje godina unazad, raznim anketama te uspoređivanjem ponude i potražnje na mjestu na kojem se planira izgradnja marine zatim utvrditi kupovnu moć i navike gostiju koji dolaze. Naravno, nakon utvrđivanja svih relevantnih čimbenika koja sam nabrojio ipak podaci koje smo dobili nisu uvijek 100% točni te ne možemo sa sigurnošću reći da će upravo tako funkcionirati objekti nautičkog turizma ili nekog drugog objekta. Na kupovnu moć ne

¹⁴ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002, str. 237

možemo utjecati jer u doba gospodarske krize postoji velika mogućnost da se velikim brojem nautičara smanjio budžet te nisu u mogućnosti posjećivati marinu. Nautički turizam je u tom pogledu u silaznoj putanji, govoreći o plovilima do 15m koji su kod nas zadnjih godina nekako najveći gosti. Mega jahte u svakom slučaju iz godine u godinu bilježe rast, ali za izgradnju marine za mega jahte trebaju velika početna ulaganje, međutim o tome ću pisati nešto kasnije.

Napomenuo sam ove detalje jer kod planiranja marketinga programa svi ovi prethodni čimbenici nam ništa ne znače ako nismo definirali sve relevantne veličine kao što su : tip i kategorija marine, broj vezova, površina gatova, utvrđivanje broja radnika te njihova klasifikacijska struktura. Nakon što se uzmu u obzir svi ovi čimbenici, treba se postupati krajnje racionalno da se ne ugrozi kvaliteta izrade i funkcionalnost buduće marine. Za takav kompleksan posao najbolje je angažirati specijalizirane stručne institucije.

3.2.2. Financijski uvjeti programa

Nakon utvrđivanja svih elemenata koji bi mogli utjecati na izgradnju marine, potrebno je uzeti u obzir i financijsku mogućnost projekta. Za analizu financijskog stanja objekta nautičkog turizma, vlada isto ono što i za bilo drugi objekt, a to su prvenstveno analiza troškova izgradnje, prihode koje planiramo da će marina ili drugi objekt donositi u određenom razdoblju, troškove poslovanja te konačno poslovni rezultat. Financijsko planiranje troškova poslovanja je jako kompleksan posao jer ima čitav niz faktora koje moramo analizirati, a to su cijena rada koja može i ne mora biti fiksa odnosno privatnici je sami određuju, zatim kamatne stope ako ih nismo od početka dogovorili da se neće mijenjati stvaraju itekako velik teret u poslovanju, porez koji država može i ne mora povećavati, a mi vlasnici poduzeća ga uvijek moramo plaćati i mnogi drugi slični nameti.

Za donekle lakšu analizu troškova poslovanja za zapošljavanje radnika te određivanje cijene rada, valja se konzultirati sa ostalim marinama tom području te dogovoriti neku razumnu cijenu, a ujedno i zapošljavati ljude koji su već koristili taj vid poslovanja.

Nakon što procijenimo sve troškove izgradnje koji su u najvećoj mjeri fiksni troškovi i troškova poslovanja odnosno rashoda, potrebno nam je da ocijenimo prihod. Prihod je razlog i izgradnje marine, te ga moramo detaljno obraditi ili kvartalno ili čak mjesečno kroz period od nekoliko godina u kojem ubrajamo sve elemente u sustavu koje bi nam donosile prihod. To

moгу biti iznajmljivanje veza, prodaja goriva, charter, prodaja nautičke opreme i slični elementi. Najbolje rješenje za potpunu analizu je konzultiranje sa stručnim službama te uporaba računalnih softverskih programa. Krajnji cilj je naravno utvrditi dali nam se nakon svih analiziranih elemenata projekt isplati. Postoji mogućnost da projekt ide u realizaciju, da ga ispravimo ili modificiramo, ali i napustimo.

3.3. Projektiranje luka nautičkog turizma

Projektiranje je postupak koji slijedi nakon programiranja. Nakon utvrđivanja svih programskih elemenata, projektant ima zadatak sve te elemente kreativno izraziti, te funkcionalno i ekonomski postaviti. Projektiranje, danas, za izgradnju marine ima velik utjecaj jer o tome ovisi funkcionalnost i rentabilnost poslovanja buduće marine. Izgradnja nove marine u svakom trenutku zahtijeva od projektanta nove mogućnosti, odnosno raspored kakav će privući nautičara upravo na to područje. Projektiranje izgradnje nove marine u potpunosti se razlikuje od rekonstrukcije i adaptacije postojeće marine ili nekog objekta nautičkog turizma. U nekim situacijama projektantima je lakše projektirati izgradnju nove marine, nego rekonstruirati postojeću luču, lučicu zbog prilagođavanja nautičko- turističkim zahtjevima potražnje.

Najveći problem kod rekonstruiranja starih objekata projektantu je određivanje cijena ulaganja te želja, odnosno očekivani poslovni rezultat ulagača. Rekonstruiranje i adaptacija mora biti u skladu sa prijašnjom gradnjom, a projektantu za projektiranje takvih građevina u većini slučajeva treba projektna dokumentacija i ostali podaci na temelju kojih je taj projekt izgrađen, međutim pošto se radi o starim lučicama ili lukama većinom te projektne dokumentacije nema što stvara velik problem projektantima u samom startu projekta. Također, jedan od većih problema je građevinsko- konstrukcijska problematika koja uvelike koči želje i mogućnosti kako ulagača tako i projektanta. Danas, tehnologija građenja dozvoljava i omogućava rušenje starih objekata, gradnju novih te u dosta slučajeva rekonstrukcija nije ni potrebna, međutim moramo postaviti pitanje dali nam je takva gradnja ekonomski isplativa, jer znamo koliko je onda to veći investicijski pothvat. Zato, pri projektiranju rekonstrukcije, dogradnje ili adaptacije postojeće trgovačke ili ribarske luke ili

lučice u suvremenu luku nautičkog turizma, treba dobro upoznati objekt i spoznati što investitor želi postići s intervencijom na objektu.¹⁵

Za projektiranje nove marine projektanti imaju nešto lakši posao. Imaju potpuno nov teren za gradnju, te ulagaču predlažu svoj tip gradnje ili ako ulagač ima unaprijed izveden projekt. Za projektiranje novih marine jako je važan izbor prave lokacije, jer danas o njoj sve ovisi međutim za ulagača je to uvijek skupi teren te se kod gradnje moraju sagledati svi elementi da na kraju bude ekonomski isplativa gradnja marine. Vrlo je važno dobro arhitektonsko rješenje jer ono predstavlja dobar vizualni dojam te estetski mora privlačiti nautičare, odnosno goste dubljeg džepa. Kao što sam već spomenuo, projektant kod rekonstrukcije postojeće marine, tako i kod gradnje nove marine uvijek mora voditi računa da se objekt dobro uklapa u okolinu. Nadalje, projektirati marinu znači odrediti sve parametre koji će u budućnosti utjecati na rad marine, tako treba uspostaviti odnos vodenog i kopnenog dijela marine koji se uvijek kreće negdje oko pola- pola. U vodenom dijelu marine oko 27% otpada na pristaništa, 23% na preostale dijelove akvatorija marine. U strukturu kopnenog dijela marine 22% otpada na parkirališta i 28 % na ostale objekte.¹⁶

Projektant treba voditi računa i o izboru materijala, da na kraju cijeli projekt bude ekonomičan. Skuplji materijali ne moraju uvijek značiti i prednost.

Glavni elementi projektiranja marina su :

1. Operativna obala ;
2. Gat ;
3. Vez ;
4. Lukobran ;
5. Infra i suprastruktura marine i komunalna infra i suprastruktura.

3.3.1. Operativna obala

Operativna obala je odijeljena od vodene površine obalnim zidom. Za izgradnju operativne obale služe iste metode kao i za izgradnju lukobrana. U većini slučajeva, operativna obala služi kao šetalište. Sama konstrukcija obalnih zidova može biti ravnog ili gravitacijskog tipa, ali i kombinacija ovih tipova. (slika 3)

¹⁵ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002, str. 243

¹⁶Donald W. Adie : (1984). op. cit. p. 111.



Slika 3- Operativna obala

Izvor : <http://www.portaloko.hr/clanak/vi%C5%A1emilijunsko-ulaganje-u--komolac-završena-operativna-obalana-tenturiji-foto/0/49845/>

U odnosu na vodenu liniju obalni zid se može položiti : na kopnu iza vodene linije, po vodenoj liniji i ispod vodene površine unutar vodene linije.¹⁷

3.3.2. Gat

Gat je temeljni element svake marine, te se na njemu služi privez plovila. Na gatu se osim priveza nalazi čitav niz elemenata koji služe kao pomoć u vezivanju kao što su bitve, ali i priključci za struju i vodu koje direktno koriste nautičari. Gatovi mogu biti fiksni i plutajući. Fiksni gatovi se koriste u više slučajeva te su oni sigurniji te prikladniji za uporabu, dok plutajući gatove dolaze pojavom novih tehnologija te su oni ekonomski isplativiji te traže manji investicijski pothvat, međutim izbor između fiksnog i plutajućeg gata još ovisi o ; dubini mora, visini plime i oseke i kao što sam napomenuo troškovima izgradnje.

Fiksni gatovi se grade na površini gdje je to moguće te gdje projektant utvrdi da postoji mogućnost izgradnje. Za razliku od plutajućih gatova oni bolje podnose utjecaj valova, manje koštaju te mogu biti rađeni od različitih vrsta materijala, primjerice od čelika, betona, plastike ili drva. Fiksni gatovi se rade prema unaprijed napravljenom projektu, gdje utvrđujemo koji nam je krajnji cilj prihvat brodova, odnosno koje brodove u budućnosti planiramo prihvaćati. Ako se planira izgradnja glavnog gata kraćeg od 60 metara, onda on treba biti ravan. Dugi gatovi su ne estetični u vizualnom pogledu, međutim za prihvat mega jahti trebaju postajati i takvi oblici gatova. S psihološkog i estetskog stajališta je bolje da se gat lomi po sredini, međutim to ne znači čisto ljepši estetski dojam nego pridonosi i sigurnosti gata. Takvi gatovi koji se lome po sredini su skuplji za održavanje, više koštaju te su neekonomični u iskorištenju prostora. (slika 4)

¹⁷ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka 2012, str. 80



Slika 4- Fiksni gat

Izvor : <http://www.marmontis.hr/ingemar.html>

U pravilu širina gatova iznosi 1,8 metara, dok za prihvat većih brodova ta širina iznosi 2,5 metara. Razina gata iznad površine može varirati između 15 i 60 centimetara. To ovisi o visini valova i prosječnoj visini paluba plovila za koju su namijenjeni.¹⁸

Za projektiranje gatova veliku pozornost treba obratiti na izradu stupova koji će držati gat iznad površine vode. Postoji čitav niz faktora koji utječu na odabir stupova za izgradnju gatova, a neki su : duboka voda, pjeskovito tlo odnosno vrsta tla.

Ima više načina postavljenja stupova :¹⁹

1. Rotacijom – stup se zavrti u dno pomoću odgovarajuće opreme,
2. Bušenjem – probuši se rupa u koju se postavi i učvrsti stup,
3. Pritiskom – stupovi od armiranog betona sa sandučastim oknima koja se pune betonom i kamenjem.

Osim fiksnih gatova koji su se koristili od davnina, nova tehnologija zaslužna je za postavljanje plutajućih gatova, odnosno možemo ih definirati kao pontone koji su međusobno spojeni spojnicama jednu cjelinu, a mogu izdržati otpor do 20 tona. (slika 5)



Slika 5- Plutajući gat

Izvor: <http://www.marmontis.hr/ingemar.html>

¹⁸ Prema : Clinton, W., Chamberlain, J. : (1983) *Marinas*, Published by national marine manufactures associations, New York, p. 19 i 20.

¹⁹ Kovačić M., Dundović Č. : *Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma*, Rijeka, 2002. godina, str. 82

Plutajući gatovi najčešće se rade u dimenzijama od 14 metara dužine dok i im je širina do 1,5 metar. Karakteristika plutajućih gatova je da moraju biti jaki, lagani te fleksibilni. Sama izgradnja takvih gatova je izrazito kompleksan posao te zahtjeva konzultiranje arhitekata. Gradnja ovakvih objekata vrši se u lukama nautičkog turizma, na kojemu nije moguća gradnja fiksnih gatova zbog određenih parametara, dali dubine vode ili nepodobnog tla. Izgradnja, odnosno montiranje plutajućih gatova je znatno manja investicija nego izgradnja fiksnih gatova. Grade se većinom od drvenih greda, cementa, bačva i rezervoara od plastike ili čelika. Karakterizira ih i veća fleksibilnost u odnosu na razinu vode i udara valova. Dobar plutajući gat mora biti čvrst, male težine te jeftin za izgradnju i održavanje.

3.3.3.Vez

Svako plovilo u luci nautičkog turizma, može se smjestiti na vez u vodi ili na suhom mjestu marine. Bez mogućnosti veza svaka marina gubi utjecaj na nautičkoj ponudi, te je vezivanje brodova i jedan pravi element postojanja marine. Tranzitni vezovi u sezoni koriste vezivanje u samoj luci, te zahtijevaju struju i vodu u luci. Kod projektiranja vezova u luci, mora se voditi računa o iskorištenosti svakog dijela akvatorija, jer u protivnom se gubi potencijalni prihod od veza, jer je on i glavni proizvod same luke. Vezovi su projektirani tako da u plićim dijelovima marine bude vezivanje manjih brodica manjeg gata, dok prema većim dubinama projektiranje vezova treba biti usmjereno na vezivanje većih brodova ovisno o kapacitetima marine.

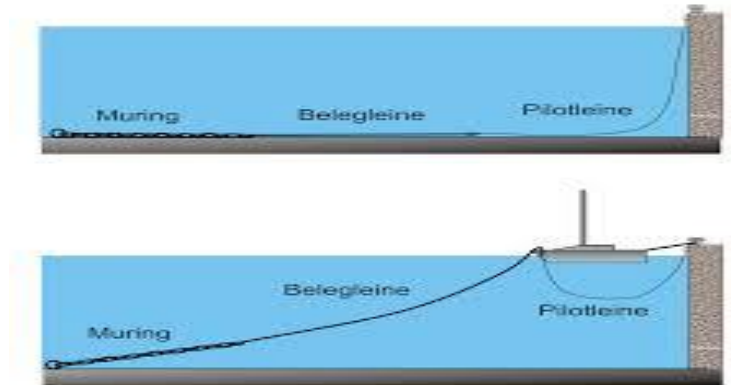
Ovisno o projektiranju marine plovila u luci nautičkog turizma mogu biti smješтана na više načina :

1. Mogu biti privezana na gat te smješтана na između stupova u pristaništu marine,
2. Privezana na vlastito sidro te privezana na gat,
3. Privezana na njišuće sidro.

Vezivanje broda između stupova u pristaništu marine, za luku je najpovoljnije te tako vezani brodovi zauzimaju najmanje mjesta dok usidreni brodovi zauzimaju najviše mjesta jer moramo uzeti u obzir površinu koja im je potrebna za manevar te tako u konačnici smanjuju profit marine.

Pri projektiranju veza u marini od velike je važnosti projektiranje veličine veza marine, ali i njenih očekivanja. Vezovi moraju biti jednake širine, dok im muring mora biti dužine koja

ovisi i o dubini vode, jer u dubljem moru moguće je vezivanje većih brodova.(slika 6)
Prevelik prostor za vez povećava izgradnju te smanjuje profit marine, dok premali prostor za vez može dovesti do oštećenja plovila.



Slika 6- Princip vezivanja na muring

Izvor: [http://de.wikipedia.org/wiki/Mooring_\(Kette\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Mooring_(Kette))

Vezovi u svojoj naravi mogu biti jednostruki ili dvostruki. Dvostruki vezovi ekonomičniji su od jednostranih jer im je potreban manji prostor za vezivanje jednog plovila. Loš utjecaj ovih vezova je što su u svakom trenutku u nesigurnijem položaju u slučaju pojavljivanja nevremena te postoji velika mogućnost sudaranja te u konačnici oštećivanja plovila. Sprečavanje sudara plovila na dvostrukom vezu nastoji se smanjiti postavljanjem drvenog stupa na sredini vezišta. Dvostruki vezovi koriste se za prihvat brodova do 10,5 metara zbog sigurnosnih razloga, te arhitekt pri projektiranju takvih vrsta vezova mora imati na umu ekstremne uvjete, odnosno dali će takav dio gata moći izdržati pritiske oba broda.



Slika 7- Marina "Admiral" u Opatiji sa dvostrukim vezovima

Izvor: http://yachtsincroatia.com/novosti/303/marina_admiral_opatija

Iskustva su dovela do toga da se trebaju odrediti normativi za širinu i dužinu veza. Širina veza se izračuna na temelje veličine plovila.²⁰ Razmak sa obje strane plovila mora biti takav da plovilo bez problema može prići vezu. Normalna širina veza, prema normativima je širina plovila te još 0,5 do 0,75 metara prostora sa obje strane plovila. Za projektiranje vezova za prihvat mega jahti je bitno drugačije. Prostor između vezova mora biti znatno veći jer manevar za prihvat takvog plovila je znatno teži i kompleksniji.

Dužina veza izračunava se da se od ukupne dužine plovila umanjuje 22%. Tako se dobije potrebna dužina veza. (slika 8)



Slika 8- Projekt Brodo- Trogir te primjer smještajnih jedinica

Izvor: http://yachtsincroatia.com/novosti/3108/trogir_prve_jahte_u_marini_vec_na_ljeto

Na primjeru iz slike vidimo da projektiranje marine treba sagledati unaprijed određivanje broja vezova, te veličinu gradnje vezova. Ono većinom ovisi o svrsi i namjerama marine i njenog poslovanja. Primjera radi, za određivanje i projektiranje vezova u luci nautičkog turizma, pretpostavlja se da se u jedan hektar može izgraditi između 62- 120 vezova.

Za izgradnju suhih vezova u marini, najvažnije je osigurati veliku površinu te sve popratne sadržaje vezane za servis brodova te skladištenje brodova. Svaku luku nautičkog turizma za mega jahte na svijetu, karakterizira dobar remontni servis jer svaki dodatni servis mega jahti na drugoj lokaciji znači i veliki trošak što svi nastoje izbjeći. Kod projektiranja mjesta za kopnu potrebno je osigurati sve elemente koji će osiguravati prijenos te skladištenje plovila, kao što su prikolice, viličari i slično. Svaka takva marina mora u sebi sadržavati i dizalicu za spuštanje i vađenje plovila iz mora. To su većinom električne dizalice koje su montirane na gatu obale.

²⁰ Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002, str. 254

3.3.4. Lukobran

Lukobrani su građevinski objekti u moru, u većini slučajeva spojeni sa kopnom koji imaju svrhu zaštite od valova. Može biti građen od jednog ili više dijelova, također od jednog ili više materijala. Njegova izgradnja je većinom građena u vidu nasipa, zida ili pontona .

Kod projektiranja lukobrana, oblik i veličinu gradnje određuju karakteristike luke, odnosno njene lokacije, kao što su, dubina mora, jačina morskih valova, smjer djelovanje struje itd. Pri projektiranju marine potrebno je voditi računa o sljedećim činiteljima:²¹

- lukobran treba biti pravilno postavljen u odnosu na smjer kretanja struje i vjetrova te će tako spriječiti ulazak plutajućih objekata te trava nošenih strujama ili valovima u marinu,
- proračuni sila, koje utječu na lukobran, trebaju biti dobro provedeni kako bi se projektirao lukobran koji je dovoljno čvrst da izdrži snagu valova,
- visina lukobrana treba biti dovoljna da spriječi razorno djelovanje valova u akvatoriju marine te istovremeno omogući nesmetan pogled iz marine na more.



Slika 9- Riječki lukobran

Izvor: <http://www.lokalpatrioti-rijeka.com/forum/viewtopic.php?f=32&t=307&start=50>

Najvažnija karakteristika lukobrana je njegova funkcionalnost, odnosno zaštita od valova, dok je estetski izgled u drugom planu. Marini je osnovni cilj zaštita od valova.

3.3.5. Komunalna infrastruktura i suprastruktura marine

Komunalna infrastruktura i suprastruktura važan su segment svake luke nautičkog turizma. Objekti koji spadaju u komunalije nalaze se ispod i iznad površine zemlje na njenom

²¹ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka, 2002. godina, str. 78

području. Pod infrastrukturne objekte kojima pružamo komunalne usluge spadaju : opskrba vodom, opskrba strujom, plinom, higijenskim potrepštinama, rezervnim dijelovima, popravci i održavanje plovila te raznih drugih usluga (ugostiteljskih, sportsko- rekreacijskih i zabavnih). Projektiranje komunalne infrastrukture i suprastrukture u marini nije jednostavan posao, jer marine u većini slučajeva nisu pozicionirane unutar urbanističkih područja te dolazi do nemogućnosti priključka na ranije izgrađenu infrastrukturnu mrežu.

Iz tih razloga, projektanti, prije izgradnje marine, trebaju veliku pozornost posvetiti mogućnostima priključka komunalnoj infrastrukturi, urbanističkim planovima područja i lokalnim propisima.²² Posebna se pažnja, zatim, treba usmjeriti na pravilno postavljanje infrastrukturnih instalacija, one moraju biti od odgovarajućeg materijala te postavljene ispod zemlje da bi se smanjio rizik oštećenja koji može biti izazvan težinom vozila.

Ukoliko postoji nemogućnost postavljanja instalacija ispod kolnika, potrebno je koristiti odgovarajuće cijevi koje služe kao zaštita od pritiska kroz njih provučene instalacije. Nadalje, potrebno je voditi računa i o redosljedu postavljanja instalacija, te se one od kolnika prema rubu pločnika postavljaju : najprije voda, pa plin, zatim struja i na kraju telekomunikacije.

²² Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002, str. 259

4. PLANIRANJE I PROJEKTIRANJE LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NAMIJENJENIH ZA PRIHVAT MEGA JAHTI

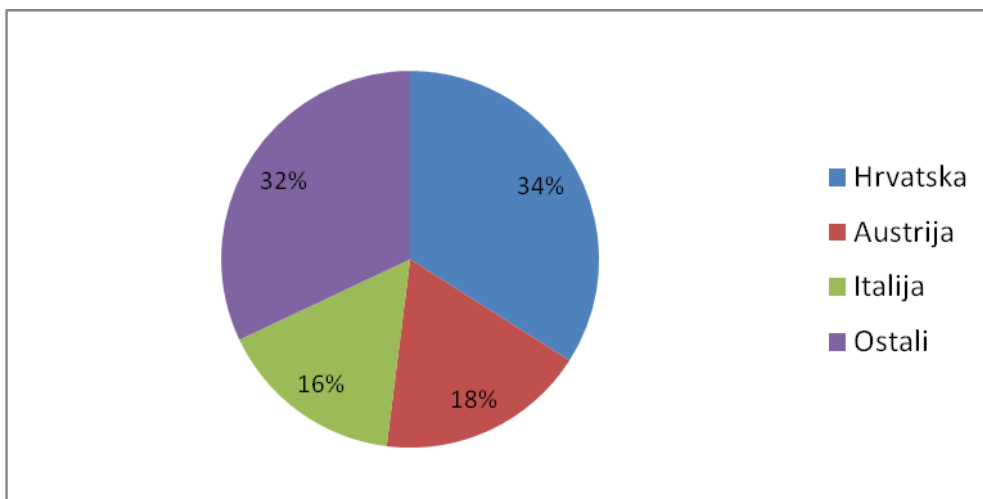
Pod pojmom jahta²³ podrazumijeva se luksuznije opremljeno, moderno plovilo s pogonom na motor, jedra ili oboje za dužu plovidbu. Prvenstveno su jahte plovila koja su namijenjena za sport, zabavu, razonodu i rekreaciju. U prošlosti su jahte bila plovila, odnosno luksuzni jedrenjaci sa dva ili više jarbola, a tek početkom 19. stoljeća jahte su plovila pomoću motornog pogona. Međutim, danas se otvaraju specijalizirane kompanije za iznajmljivanje jahti (čarter) gdje se iznajmljuju plovila duljine do 130m predviđene za krstarenja 15,21,28 dana ovisno o želji potrošača. Danas, jahte za razonodu većinom imaju motorni pogon te imaju različite dimenzije i opremljenosti. Specifičnosti jahte je da mora zadovoljiti propise iste koje važe i za putničke brodove.

Međutim, planiranje i projektiranje marine specijalizirane za mega jahte je izrazito težak postupak koji zahtijeva čitavu analizu strateškog i top menadžmenta koji donosi ključne odluke poduzeća. Izgradnja takve marine ne znači nužno i samu marine, nego i poslovni svijet i razvojni model u kojemu je marina jedan mali dio. Najpoznatija marina za prihvat mega jahti na svijetu „Port Vauban“ u Antibesu, na svome gatu milijardera nudi privez jahti do 165 metara dužine. Slično je sa svim drugima marinama za prihvat mega jahti u svijetu, tako i sa Monakom gdje se u njihovoj marini održava „Monaco Yaht show“, najveći sajam za mega jahte na svijetu. Da se naslutiti da je ovakva marina, odnosno da su mega jahte velika poveznica sa velikim svjetskim biznisom.

4.1. Planiranje i projektiranje marina za prihvat mega jahti

Uvjeti koje zahtijevaju marine specijalizirane za prihvat mega jahti je čitav niz aspekata koji će utjecati na buduće poslovanje marine. Najvažniji segment je veliko početno investicijsko ulaganje za izgradnju marine te cijele popratne infrastrukturne i suprastrukturne sadržaje. U Hrvatskoj, iako bilježimo iz godine u godinu sve veći dolazak mega jahti, imamo jako malo marina koje pružaju usluge za mega jahte te su one u većini slučajeva primorane ostajati na sidrištima što je itekako veliki manjak hrvatskog nautičkog turizma.

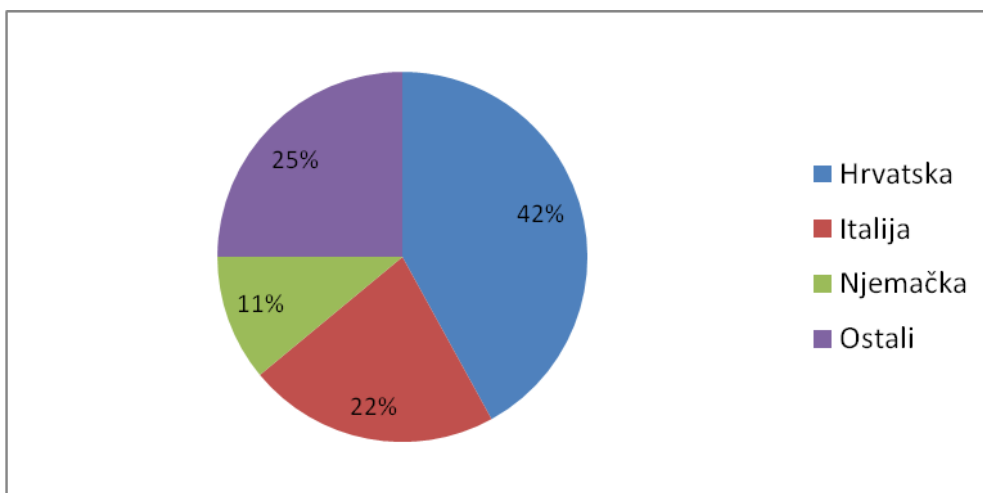
²³ Riječ jahta nizozemskog je podrijetla, a obilježava brod većih dimenzija za zabavu i rekreaciju.



Grafikon 1. Potražnja stalnih plovila po državi

Izvor : Izrada autora ; DZS, priopćenje 2011.

Činjenica je da proteklih godina Mediteranom plovi i do 2000 mega jahti, od kojih čak i nekoliko stotina ulazi u Jadransko more te traži usluge tranzitnog i stalnog veza. Valja napomenuti za je 2011. u Hrvatskoj bilo 98 luka nautičkog turizma sa ponudom od 17.059 vezova, a registrirana je 61 marina od čega je 11 suhih marina.(grafikon 1) Najviše marina registrirano je u Primorskoj- goranskoj županiji, čak 30, zatim Zadarskoj 21 te Istarskoj županiji 25 marina.²⁴



Grafikon 2. Potražnja tranzitnih plovila po državi

Izvor : Izrada autora ; DZS, priopćenje 2011.

²⁴ Državni zavod za statistiku, Priopćenje 2011.

Kod projektiranja marina za prihvat mega jahti od velikog je značaja kvaliteta lokacije te prostorni plan i detaljni urbanistički plan.²⁵ Izgradnja takvih marina zahtijeva velik obalni i morski prostor zbog vezivanja plovila velikih dimenzija od 30 do 150 metara. (grafikon 2).

Marinu treba projektirati da se u njoj nalaze sve komponente koje će udovoljiti potrebama nautičara te zbog kulturnog dobra i konzervatorskih odjela da se stilski izvede kao ranija gradnje na tom području. Projektiranje takve marine odvija se u dvije faze.

U prvoj fazi obuhvaća se projektiranje svih odrednica koje smo ranije spomenuli u luci nautičkog turizma, a to su prvenstveno operativna obala, gat, vez te lukobran. Kod projektiranja marine specijalizirane za mega jahte projektanti moraju imati u vidu želje investitora, odnosno koje brodove predviđaju za dolazak u luku. O tome ovisi i dubina mora, širina veza, naponi struje na gatu i slično. U drugu fazu projektiranja spadaju komunalna infrastruktura i suprastruktura koje također za mega jahte zahtijevaju veliki napor te bitno veće površine za servis ili skladištenje plovila. Investitori kod projektiranja marine za prihvat mega jahti, moraju imati na umu da će imati i dvostruko ili trostruko manje vezova nego kod projektiranja marine za ostale brodice. Gatovi moraju biti projektirani tako da budu postavljeni da omeđuju središnji akvatorij marine, u slučaju da se marina nalazi u području djelovanja velikih vjetrova i valova. Tako bi se povećala sigurnost plovila na vezu unutar marine.²⁶

Kod projektiranja marina specijaliziranih za prihvat mega jahti, uglavnom se grade fiksni gatovi koji su čvršći i sigurniji. Vezovi se uglavnom grade da budu okomiti na gat te usmjereni prema unutarnjem akvatoriju marine. Uglavnom se projektiraju jednostruki vezovi zbog svoje sigurnosti. Projektant također treba osigurati prostor za manevriranje unutar akvatorija marine, koji mora biti 4 širine najšire mega jahte koju marina može primiti.

4.2. Planovi i projekti marina za prihvat mega jahti

Planovi i projekti marina za prihvat mega jahti od velikog su interesa države. Trend rasta dužine plovila bilježi se iz godine u godinu, shodno s tim takvim se plovilima moraju osigurati i prihvatni kapaciteti koji će zadovoljiti njihove potrebe. U Hrvatskoj tako imamo čitav niz idejnih projekata koji zadiru u segment mega jahti, međutim ovdje su navedena tri

²⁵ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka 2012, str. 94

²⁶ Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Rijeka 2012, str. 94

najznačajnija projekta čiji je plan realizacije relativno blizu i koji će uvelike povećati hrvatsku tržišnu ponudu te omogućiti mega jahtama sa Mediterana stalni vez, tranzitni vez te odgovarajući remontni servis.

4.2.1. Projekt „Brijuni Riviera – Katarina Monumenti“

Katarina- Monumenti je sastavni dio projekta Brijuni Riviera. Moglo bi se reći da je ovaj projekt od velikog nacionalnog i gospodarskog značaja, čiji je cilj podizanje obalnog područja oko Brijuna i samih Brijuna kao jednog od otočnih Nacionalnih parkova Republike Hrvatske. U tom smislu i radi te svrhe osnovana je tvrtka Brijuni Riviera 2003. godine, kojoj je jedini cilj stvaranje uvjeta za provedbu i kontrolu jednog turističkog naselja. Mjesta koje obuhvaća ovaj projekt su: Katarina i Monumenti, Muzil, Pineta i Hidrobaza.

Katarina- Monumenti je projekt kojemu je zamišljena gradnja na sjevernoj obali zaljeva u Puli na kojem je u prošlosti bila vojna baza. Predviđena gradnja bi se trebala sastojati od marine u moru i marine na kopnu, hotela sa 5 zvjezdica te višenamjenskih kompleksa u svrhu sporta i razonode. Središnji dio ovoga projekta je upravo marina, zahvaljujući svom položaju te geografskim obilježjima područja. Ovo što čini ovaj projekt posebnim je mogućnost primanja mega jahti, kao i suhog veza te remontnog servisa. Dobra kopnena i zračna povezanost, očuvanost obale te ljepota mora jedni su od najvećih prednosti ovoga projekta.(slika 10)



Slika 10- Planirani kompleks izgradnje projekta Katarina- Monumenti

Izvor: http://www.brijunirivijera.hr/en/program/lokacija_otok_sv._katarina_i_monumenti_en

U projektu Katarina- Monumenti planirana je gradnja u uvali u Puli, prema katastarskoj dokumentaciji (otok Sv. Katarina) te dijelom u Štinjanu prema katastarskoj dokumentaciji (Monumenti i bivši kamenolom Punto Accuzzo). Uvala Pula je dobro zaštićena od valova, struja i vjetra, budući da je građena duboko u kopno. Površina joj je oko 6km² i obala oko 15 kilometara.

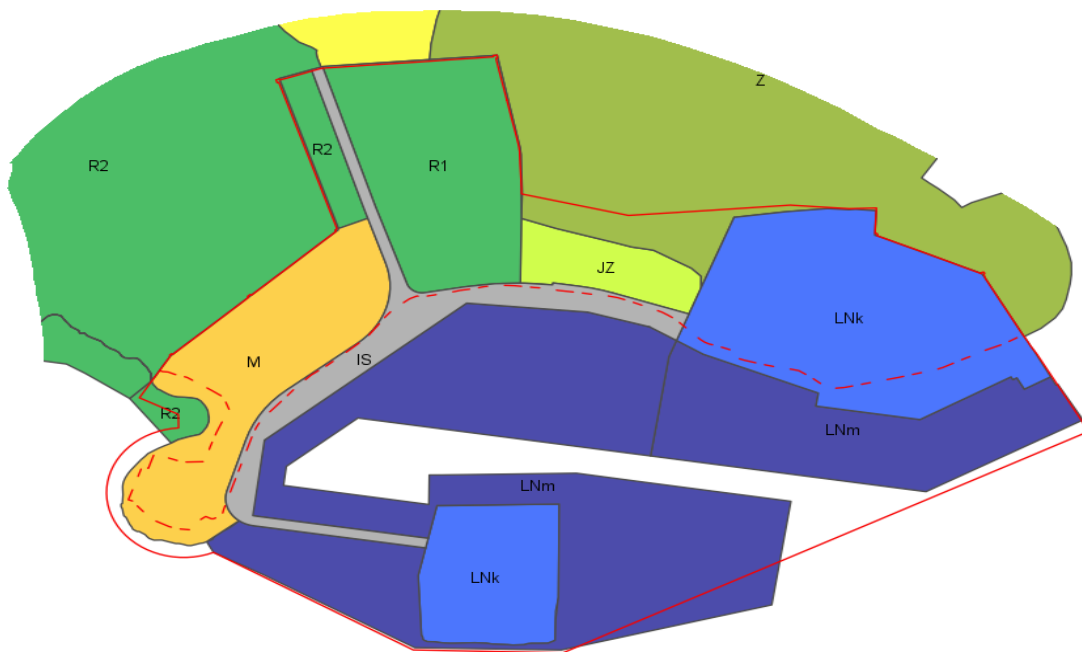
Područje u kojem se planira izgradnja projekta je dio grada Pule te regulirano sljedećim dokumentima :²⁷

- prostorni plan županije,
- plan prostornog razvoja grada Pule,
- generalni urbanistički plan za područje grada Pule.

Nakon procjene i analize prostornih pokazatelja, završetka geodetskih radova, topografije investitor je pokrenuo izradu idejnog projekta, studije utjecaja na okoliš, vjetar, valove i morske mijene. Cijeli projekt na lokaciji projekta Katarina- Monumenti može se podijeliti na četiri zasebne faze, koje su izgradnja suhe marine „Luka 2“, izgradnja marine Sv. Katarina, izgradnja hotela na poluotoku Monumenti te izgradnja zabavno- rekreacijskih sadržaja. Izgradnja marine kao što sam prethodno napomenuo provesti će se na pomorskom dobro te će se za to dobiti koncesija, dok će izgradnja hotela biti na kopnu. Ukupna površina projekta je 73,1 ha, od čega je 39,4 ha pomorsko dobro od toga 13,7 ha zemljište i 25,7 more, odnosno 51,5 ha ako dodamo akvatorij koji se ne koristi za vezove.

Prostorni koncept projekta prema funkciji definiran je generalnim urbanističkim planom za područje grada Pule na sljedeći način : (slika 11)

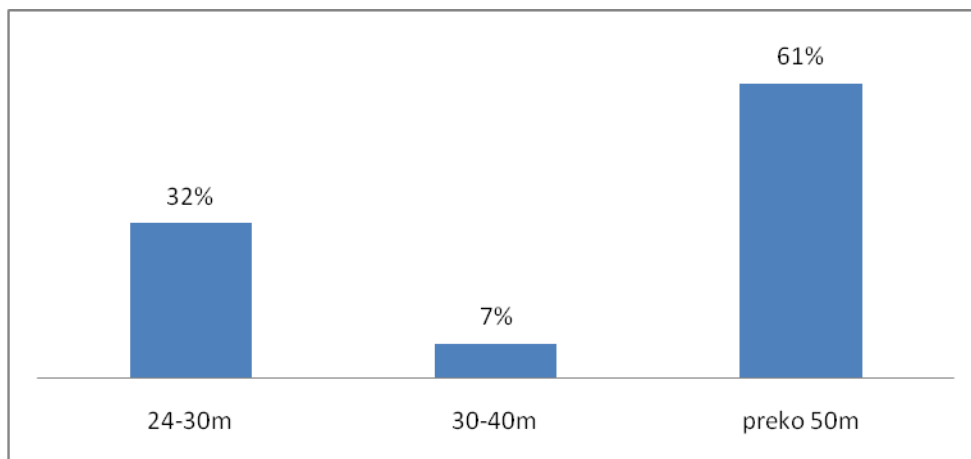
²⁷ http://www.coin.hr/webdoc/Studija_Katarina_i_Monumenti_ENG.pdf, str. 25



Slika 11- Prikaz projekta Katarina monumenti

Izvor :Studija Katarina- Monumenti, ožujak 2014, Coin

Glavni nedostatak Hrvatskog nautičkog turizma, kao što sam već napomenuo je manjak vezova za mega jahte stoga je ovaj projekt idealan da smanji taj segment. Marine u Hrvatskoj imaju samo 600 vezova za brodove veće od 20 metara, dok samo nekoliko marina ispunjava uvjete za primanje jahti preko 40 metara dužine što je uistinu mali broj, znajući da se taj segment povećanja brodova povećava iz godine u godinu (grafikon 3).



Grafikon 3. Trend rasta duljine plovila usporedba 2010./2009.

Izvor : Izrada autora ; Prema ukupnom broju prodanih brodova u kategorijama prema duljini broda, Super Yacht Indeks (usporedba 2010./2009.)

Vidimo da je najznačajniji trend, općenito, u nautičkog turizmu broj proizvedenih plovila preko 50 metara dužine te se povećao za više od dvostruko u zadnjem desetljeću.

Valja istaknuti da je izražena sve intenzivnija tržišna polarizacija, odnosno da se povećava prostor između luksuza i „low cost“²⁸ te izrazito raste luksuzni segment. U skladu s tim kako na Mediteranu tako i u Hrvatskoj potražnja za vezovima za mega jahte veća je od ponude, što možemo pripisati marinama, odnosno da se nisu dovoljno prilagodile tom trendu.

Uzimajući u obzir sve što sam sada spomenuo, analiza nautičkog turističkog tržišta, ali i turističkog prometa u cjelini, provedeno je sa ciljem vrednovanja planirane aktivnosti i sagledavajući sve segmente koji sam prethodno nabrojio, kao što su trend rasta, potražnja itd. Financijska struktura projekta napravljena je na odvojenih segmentima gdje je primat izgraditi suhu marinu, zatim marinu te na kraju hotel i sportske objekte. Investicijski troškovi su sagledati na sličnim investicijskim pothvatima na svijetu, te su poslovi projekcije izgrađeni na koncesiju u razdoblju od 50 godina, jer znamo da se u Hrvatskoj pomorsko dobro ne može kupiti nego iznajmiti, koncesionirati do 99 godina, gdje bi se prve četiri godine smatra razdobljem ulaganja i postupnog uhadavanja u poslovanje.

Kao što sam naveo, temeljni je cilj projekta stvoriti prostornu- funkcionalnu sredinu s fizionomijom turističke „Riviere“, visokog i luksuznog ambijenta te kvalitetnih objekata. Od velike je važnosti i popravak uništenih dijelova stare vojne baze, te da se u konačnici i sačuvaju umjetne vrijednosti područja. Projekt „Brijuni Riviera“ uključuje tri jedinice lokalne samouprave, a to su Pula, Fažana i Vodnjan. Na svakom od tih dijelova lokalne samouprave planirane su izgradnje luksuznih kategoriziranih smještajnih jedinica, marina, golf igrališta, turističkih i javnih objekata i drugog.

4.2.2. Projekt SCT – Uslužni centar Trogir

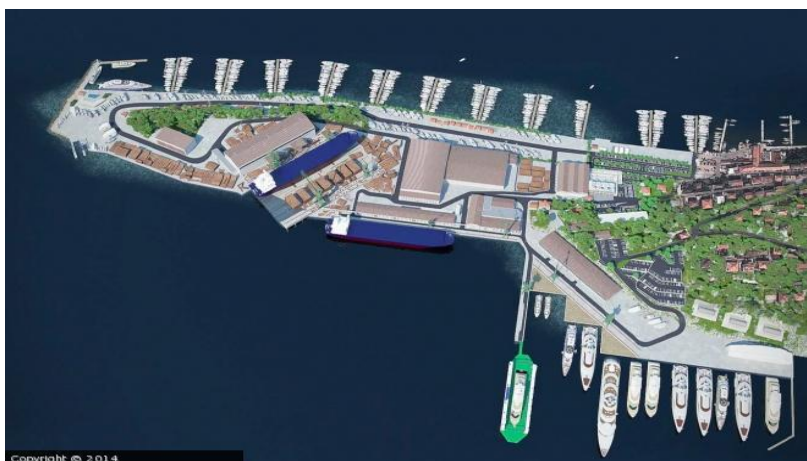
Projekt SCT je projekt koji je smišljen dugi niz godina. Glavne odrednice projekta su te da se napravi jedno kvalitetno remontno brodogradilište na postojećem starom brodogradilištu, međutim sa tendencijom servisa mega jahti

Trogir je gradić koji se nalazi u srednjoj Dalmaciji, na istočnoj obali Jadranskog mora. Trogir leži između kopna i otoka Čiova, te je na njemu nalazi UNESCO-om zaštićena stara gradska jezgra. Brodogradnja i turizam glavne su odrednice ovoga kraja, najviše se volje i želje upravo troši na ovaj sektor jer im on ujedno donosi i najveći prihod. SCT marina nalazi se na idealnom polazištu za početak krstarenja Jadranom te je to jedan od segmenata zašto se

²⁸ Termin „low cost“ možemo opisati kao niska cijena, odnosno smanjuje se populacija manjih brodova dok mega jahte bilježe stalni rast.

upravo na ovoj lokaciji odlučila graditi marina. Zatim, blizine zračne luke koja je samo 3km udaljena od marine te blizina auto ceste, ujedno sa tim Trogir kao turistički gradić dali su veliki obol da upravo tu bude mjesto za nautički servis i marinu. Cilj ovoga projekta je da se ova marina pozicionira na prvo mjesto kao jedna od najvećih i najvažnijih luka nautičkog turizma u području Splitsko- dalmatinske županije. Vizija SCT-a je da postave marinu te servisnu bazu koje će biti najbolja u kategoriji, koja će nuditi najviši standard u kategoriji te koja će nuditi održavanje plovila najviše kvalitete. Strategija ovog poduzeća u svakom slučaju je prepoznala trend rasta plovila te shvatila činjenicu da iza svake velike marine mora stajati i odličan nautički servis.

Ovaj objekt planira se graditi kao prvorazredna marina sa vezovima u moru, vezovima na kopnu te servisnog centra. Nakon, planirane izgradnje marina bi trebala raspolagati sa 256 vezova u ponudi za brodove od 12m do 25m te 30 vezova za velike, mega jahte od 25m do 120m.²⁹ (slika 12)



Slika 12- Projekt SCT marine

Izvor : http://marinas.com/view/marina/15981_SCT_Trogir_Marina__Croatia

Projektu je planirana izgradnja u tri faze, gdje bi prva faza obuhvaćala gradnju 133 morska veza za plovila od 12m do 60m, 80 vezova za plovila od 10m do 24m te dizalice za podizanje brodova na dokovima kapaciteta od 1000t i 8000 t. Naravno, osim tih najvažnijih parametara planirana je izgradnja skladišta, parkirališta, trgovina, barova, restorana i sl. Otvaranje prve faze projekta planirano je za svibanj 2014. Druga faza projekta koja se očekuje u svibnju 2015. godine obuhvaća izgradnju još jedne dizalice nosivosti od 1000t i 8000t, dovršetak 256 vezova za brodove od 12m do 60m te 120 vezova na kopnu za brodove od 10m do 40m

²⁹ Izložbeni primjerak, „Trogir brošura jahte“ sa Zagrebačkog sajma nautike 2014. godine

dužine. Tu je planirana još izgradnja putnog dizala od 600t te 100t kao i održavanje te skladištenje i održavanje plovila do 35m.

Treća faza izgradnje ovoga velikog projekta, planirana je za 2018. godinu. U toj fazi projekta planirana je izgradnja vezova za mega jahte, točnije 25- 30 vezova za brodove dužine od 50m do 120m. Ova faza obuhvaća i usavršavanje one prve dvije faze projekta te izgradnje svih popratnih sadržaja kojih će stajati na usluzi nautičarima.



Slika 13- SCT marina Trogir

Izvor: <http://lemonade3d.com/?projects=brodotrogir-presentation>

SCT marina u svakom slučaju ima viziju postavljanja novih standarda nudeći visoku kvalitetu usluge. Brodogradnja u Trogiru ima dugogodišnju tradiciju kroz njihovu matičnu tvrtku BrodoTrogir d.d., gdje su u početku servisirali skoro sve vrste plovila. Danas se uz investitore okreću na marinu te servis za mega jahte te će izgradnjom dokova, dizalica velikih nosivosti te vezova za brodove duže od 100 metara u svakom slučaju postići.

4.2.3. Projekt Mandalina

Projekt Mandalina možemo zasigurno svrstati u najnačajnije projekte hrvatskog turizma općenito. Projekt vrijedan oko 160 milijuna eura sklopljen je u nautičkom centru Prgin (NCP) te se planira dovršetak u 2015. godini. Projekt Mandalina zamišljen je kao hotelsko – nautički kompleks s prvom marinom u hrvatskoj za prihvat mega jahti. Mandalina resort bi tako ujedno trebao biti i najveće turističko središte na Jadranu. (slika 14)



Slika 14- Mandalina resort

Izvor: <http://www.archello.com/en/project/mandalina-resort#>

Planirana izgradnja projekta, na kojem su radovi već počeli nalaziti će se na šibenskom poluotoku, gdje će se renovirati stali hotelski objekti. Kod planiranja ovakvih projekta potreba je opsežna dokumentacija te striktno poštivanje generalnih i urbanističkih planova. Područje se mora izgraditi da se ne naruši sklad prošle gradnje, te posebno da se ne naruši eko sustav. Iz razgovora sa jednim od voditelja projekta Mandalina Nenadom Tatarinovicim, rečeno mi je da je cilj projekta da se prilagodi ambijentu te tradiciji šibenskog područja kako ne bi došlo do neželjenog zagušenja otoka. Nakon dobivanja sve potrebe dokumentacije, tim vrhunskih arhitekata mora intenzivno raditi, a da se strogo poštuju urbanistički planovi, kako sam već napomenuo, te nakon toga i detaljan urbanistički plan.

Marina & Yaht Club smještena je u središtu hrvatskog dijela Jadrana, između nacionalnih parkova Kornati te Krke. Velika prednost ove marine je njena pozicija. Mandalina marina raspolagati će tako sa oko 500 vezova. U prvobitnom planu bilo je rečeno da će marina raspolagati sa 400 vezova, međutim kupnjom dionica od Nautičkog centra Prgin(NCP) Dogus grupacija postala je stopostotni vlasnik marine Mandalina te tako proširila svoj projekt za još 80-ak vezova isključivo za mega jahte. Tako će proširenjem projekta umjesto planiranih vezova jahti do 75m, naći vezovi za jahte i preko 100m.(slika 15)

D- Marin Mandalina kako će se i zvati u budućnosti prva je hrvatska marina koja je stekla pravo nošenja ocjene „Pet zlatnih sidara“ britanskog Udruženja luka za jahte (The Yaht Harbour Association- TYHA). To je jedan veliki dokaz da turski investitori misle ozbiljno te koliko kompanija drži do poslovanja u okviru međunarodnih standarda kvalitete. Primjera radi, jedan od investitora ovoga projekta tvrtka „Island Global Yachting“ planira izgradnju marine sa kapacitetom od 40.000 vezova u Dubaiju te će ujedno to biti i najveća marina na svijetu.



Slika 15- Mandalina resort

Izvor : <http://www.archello.com/en/project/mandalina-resort#>

5. NAUTIČKI TURIZAM U HRVATSKOJ SA NAGLASKOM NA MARINE ZA PRIHVAT MEGA JAHTI

Jadransko more je poseban i najveći vodni resurs u Hrvatskoj te je dio Sredozemnog mora. Duljina mora iznosi 783 km od Sjevera prema Jugu, gdje se spaja sa Jonskim morem, a širina mu je 248 km. Površina Jadranskog mora iznosi 138.595 km², a volumen mu iznosi 34.977km³. Uz obalu Jadranskog mora proteže se 66 naseljenih otoka, 659 nenaseljenih, 426 hridi te 82 grebena na razini mora, što dovoljno govori o razvedenosti obale. Uz veliku razvedenost i slanost, Jadransko more ima veliku prozirnost mora što je itekako veliki segment u privlačenju gostiju nautičkog turizma. Sa svojim prirodnim značajkama, Jadransko more svakako spada među najatraktivnija mora na svijetu. Jadransko more nalazi se na geografskom položaju u kojem prevladava blaga klima, što ga čini iznimno pogodnim za odmor. Prema ovome što sam naveo Jadransko more u svakom slučaju mora biti temelj gospodarskog razvitka u Hrvatskoj.

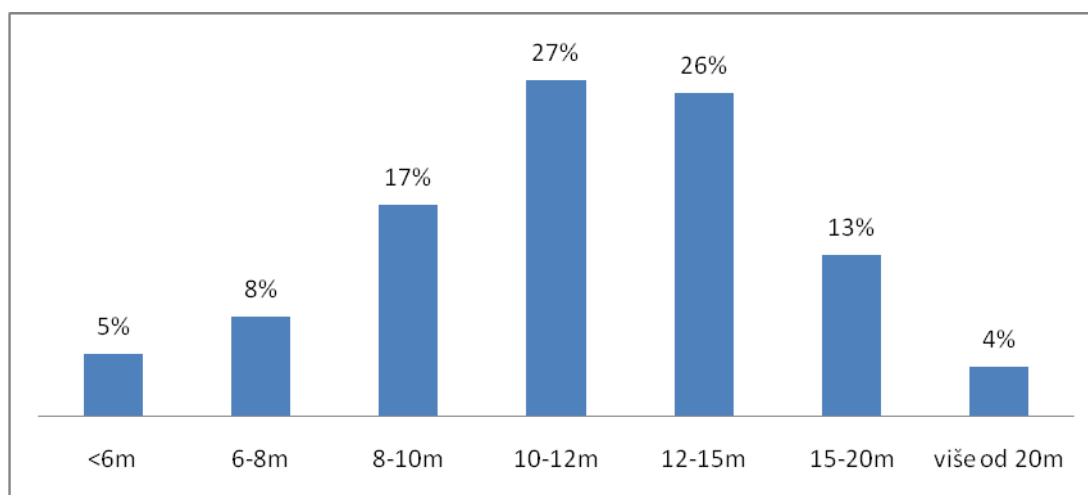
Međutim, Hrvatska, prema podacima Hrvatske turističke zajednice, ima 53 marine s oko 19.000 vezova u moru, i uzimajući u obzir ostale luke nautičkog turizma kao što su sidrišta.³⁰ Iz te konstatacije možemo zaključiti da Hrvatska ukupno ima 22.000 vezova. Međutim, analiza Hrvatskog zavoda za statistiku obuhvaća 98 nautičkih luka, 58 marina od kojih su 10 suhe marine te 40 ostalih luka nautičkog turizma.

Pošto je nautički turizam najbrže rastući segment turizma, tako su i županije Republike Hrvatske prema svojim prostornim planovima, predvidjele rast vezova do 2015. godine na 55.000 vezova, gdje možemo zaključiti da u Hrvatskoj itekako postoji prostor za daljnji razvoj te ostvarivanje planiranih ciljeva. Nautička klasifikacija i kategorizacija odredili su pravilnik po kojemu svaka marina mora udovoljiti određenim uvjetima kako bi dobila određenu kategoriju, tako postoje marine sa jednom kategorijom (I.), marine sa dvije kategorije (II.) te marine sa tri i više kategorije (III.). Prema toj kategorizaciji, u Hrvatskoj ima 9 marina koje su prve kategorije (I.), zatim 24 marine koje su druge kategorije (II.) te 14 marina treće i više kategorije (III.).³¹

³⁰ <http://www.croatia-yachting-charter.com/hr/Marine%20u%20Hrvatskoj/>

³¹ Cjenik marine 2012., Hrvatska Turistička Zajednica (HTZ)

U Hrvatskoj, međutim i prema predloženoj tablici najviše su zastupljeni vezovi za brodove od 10- 15 metara dužina, dok je za brodove veće od 20 metara zastupljeno samo 4% vezova što je uistinu mala brojka, znajući činjenicu da je taj segment najbrže rastući u nautičkom turizmu. (grafikon 4)

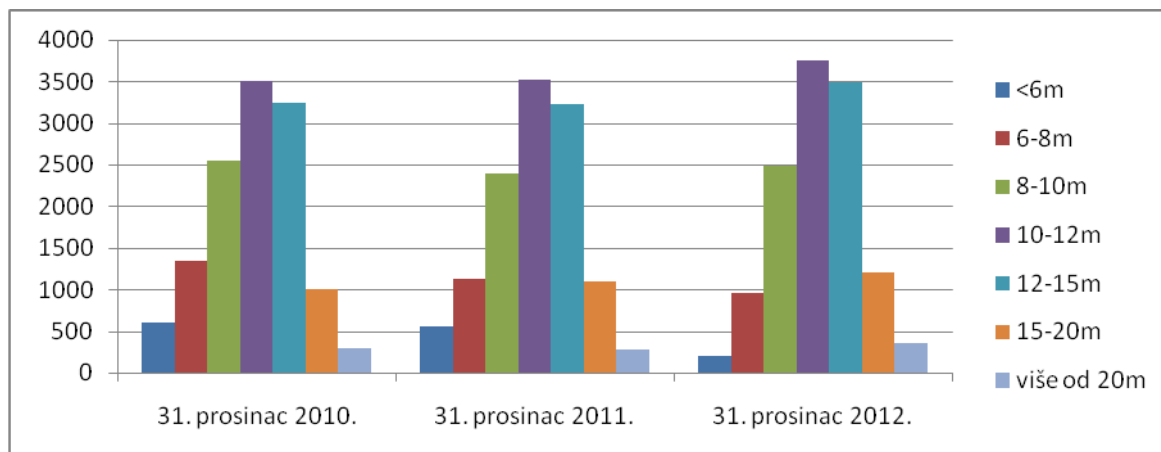


Grafikon 4. Prikaz broja vezova prema metraži broda

Izvor: Izrada autora ; Hrvatski zavod za statistiku, kapacitet nautičkih vezova 2012. godine.

Paralelno sa tim Hrvatski zavod za statistiku vodi evidenciju broja plovila na stalnim vezovima u lukama te broja plovila u tranzitnim vezovima u lukama nautičkog turizma. Prema tim podacima, u 2012. u Hrvatskoj je ukupno bilo 14.396 plovila sa stalnim zakupom veza od kojih je 12.302 bilo u moru dok je 2.094 bilo suhih vezova.³² Većinu plovila u stalnom zakupu činili su Hrvati sa 32%, zatim Austrijanci sa 19%, Nijemci sa 17%, Amerikanci sa 6%, Slovenci sa 7% te brodovi drugih nacionalnosti sa ostalih 19% vezova u stalnom zakupu. U sljedećem grafikonu prikazan je broj stalnih vezova prema dužini plovila. (grafikon 5)

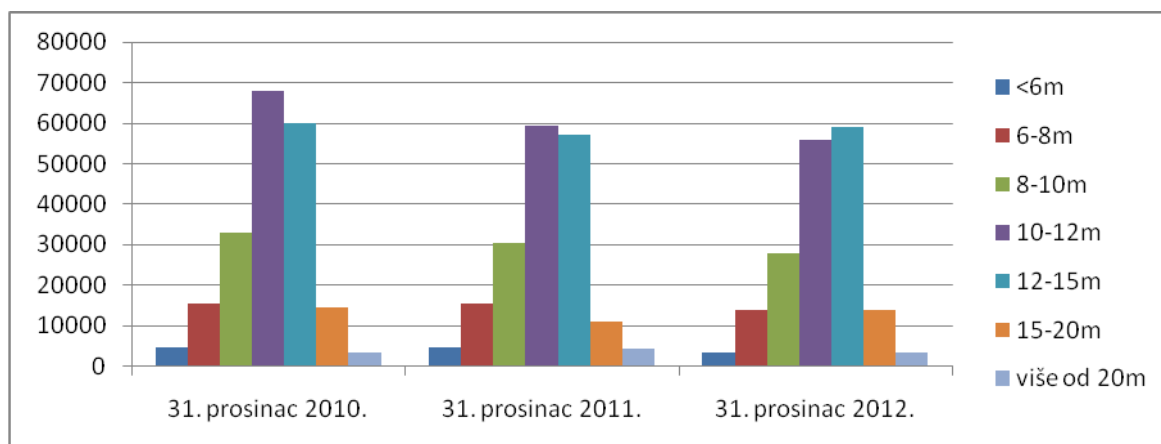
³² Hrvatski zavod za statistiku, Godišnji broj plovila na stalnom vezu 2012. godine



Grafikon 5 . Prikaz broja stalnih vezova prema dužini plovila

Izvor : Izrada autora ; Studija Katarina- Monumenti, ožujak 2014., Coin

Kod tranzitnih vezova u lukama nautičkog turizma je nešto drugačije, jer je i strategija države usmjerena u tom dijelu, gdje se najvećim dijelom odvijaju u sezoni te i nose najveći prihod. Prema tome u Hrvatskoj je u 2012. zabilježeno 181.628 plovilo u tranzitnom vezu, od čega je 176.030 vezova bilo u moru dok je 5598 vezova bilo isključivo suhih vezova.³³ Većina tranzitnih vezova u moru vlasništvo je Hrvata, ukupno 46%, zatim Talijana 18%, Nijemaca 12%, Austrijanaca 8% te brodova ostalih nacionalnosti ukupno 16% ukupnih tranzitnih vezova. U sljedećem grafikonu prikazan je broj tranzitnih vezova prema dužini broda. (grafikon 6)



Grafikon 6. Prikaz tranzitnih broja vezova prema dužini broda

Izvor : Izrada autora ; Studija Katarina- Monumenti, ožujak 2014., Coin

Prihod luka nautičkog turizma u 2012. godini iznosio je 660 milijuna kuna što je veliki prihod, još k tome pomak od 10% u odnosu na 2011. godinu.³⁴ U Hrvatskoj najveći udjel

³³ Hrvatski zavod za statistiku, Godišnji broj plovila u tranzitnom vezu 2012. godine

³⁴ Državni zavod za statistiku, Priopćenje 2012.

ovoga profita imaju stalni vezovi, čak 60%, zatim tranzitni vezovi 14%, usluge 8% te ostali prihodi čine 18% od ukupnog broja profita. U sljedećoj tablici prikazan je jedan benchmarking domaće konkurencije, izuzev ACI-a, odnosno konkurentnost te mogućnosti marina u Hrvatskoj. (tablica 1)

	Tehnomont	Punat	Dalmacija	Hramina	Frapa
Lokacija	Pula	Krk	Zadar	Murter	Rogoznica
Broj vezova	880	1250	1700	490	600
more	630	850	1200	370	450
suhi	250	400	500	120	150
max. duljina	40 m	45 m	80 m	nije navedeno	nije navedeno
Broj parkirnih mjesta	300	500	1200 i 335 garažnih	nije navedeno	nije navedeno
Dizalice	2	1	-	1	-
max. nosivost (t)	40	10	-	15	-
Travel lift	1	2	5	1	1
max. nosivost (t)	nije navedeno	100	80	70	50
Ovlašteni servis	Volvo penta, Honda. Yanmar, Tohatsu	vlastiti servis	12 specijaliziranih serviseri	vlastiti servis	vlastiti servis
Sanitarni čvorovi	4 zasebna	4 objekta	6 objekata	1 objekt	2 objekta
Ugostiteljske usluge	caffe bar i bistro pizzeria	caffe bar i 2 restrana	2 caffe bar i restoran restoran catering	restoran	catering, restoran, konoba. pizzeria, slastičarna, bar, vinoteka, klub
Smještajni kapacitet	nema	hotel sa 20 soba	nema	hotel sa 10 soba	2 hotela 41 soba i apt
Charter	vlastiti	nema	17 charter kompanija	vlastitih 35 jedrilica	nema
Ostale usluge	Praonica, samoposluga, ronilački klub, benzinska crpka	Praonica, specijalizirana nautička trgovina, samoposluga, dječje igralište, tenis tereni	Praonica, specijalizirana nautička trgovina, samoposluga, suvenirnica, ronilački klub, 2 turističke agencije	Praonica, trgovina nautičke opreme, samoposluga	Praonica, benzinska crpka, sportski tereni, samoposluga, studio ljepote, suvenirnica, trgovina nautičke opreme
Napomena	eko otoci za skupljanje opasnog otpada	70 garaža i 50 boxove za opremu brodogradilišta	10 brokera brodova, pročišćivači otpadnih voda	organiziraju regate, restoran na kornatima Žakljan	otvoreni bazenski kompleks, 2 kongresne dvorane

Tablica 1. Tablični prikaz luka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj

Izvor : Izrada autora ;TOMAS Nautika

Vidimo da je najveći navedeni podatak prihvat jahte do 80 metara, što je mali broj u odnosu sa konkurentnim zemljama na Mediteranu. Marine u Hrvatskoj će se u svakom slučaju u budućnosti morati prilagoditi trendu povećanja brodova, odnosno jahti te im omogućiti vez. To će uvelike povećati izgleda za gore navedeni projekt.

5.1. Adriatic Croatia International (ACI)

ACI je osnovan 1. srpnja 1983. godine pod imenom Adriatic Club Yugoslavia Brijuni, poduzeće za nautički turizam- ACY. Osnivač ACY-ja i njegov dugogodišnji direktor bio je Veljko Barbieri. Postavio je ACY kao prvu modernu, organiziranu i funkcionalnu povezanu nautičku tvrtku na našoj obali. Utemeljili su je 1984. godine, kao podršku razvoju, osnovali konzorcij turističko- ugostiteljskih, trgovinskih i proizvodnih tvrtki. U osnivanju ACY- ja sudjelovalo je 69 tvrtki koje su financirale gradnju i sudjelovale u poslovanju sagrađenim marina. U prvih godinu dana postojanja ACY-ja napravljeni su projekti za 25 novih marina, od kojih je u prvoj godini sagrađeno i pušteno u rad njih 16 sa ukupno 4730 vezova, a to su : Umag, Pula, Rovinj, Pomer, Rab, Supetarska Draga, Žut, Piškera, Jezera, Vodice, Trogir, Split, Milna, Vrbovska, Palmižana i Skradin. U sljedećih 6 godina sagrađeno je još 5 marina. Takav sustav postaje prepoznatljiv diljem Europe i Svijeta, te su svi kapaciteti imali maksimalnu popunjenost, dok je poslovanje u skladu sa time bilježilo odlične rezultate. Pojavom ratnih događanja na ovim područjima, ACY je u lipnju 1994. godine promijenio ime tvrtke u Adriatic Croatia International Club d.d. sa sjedištem u Opatiji. Od tada do danas, skraćeno ime tvrtke glasi ACI d.d. Danas je ACI mreža sa 21 marinom sa 6079 vezova i jednim sidrištem na Žutu te je najveća na Mediteranu. Teritorij ACI-ja je 374.520,77m², akvatorij 939.196,86m² te koncesiju ima na 1,313.717,63m². Obuhvaća 49% svih hrvatskih marina i 30% ukupnog kapaciteta vezova u Hrvatskoj. Čak 10 ACI-ih sustava marina dobitnici su priznanja Europske plave zastave za sigurnost i čistoću mora.³⁵



Slika 16- ACI marina Rovinj

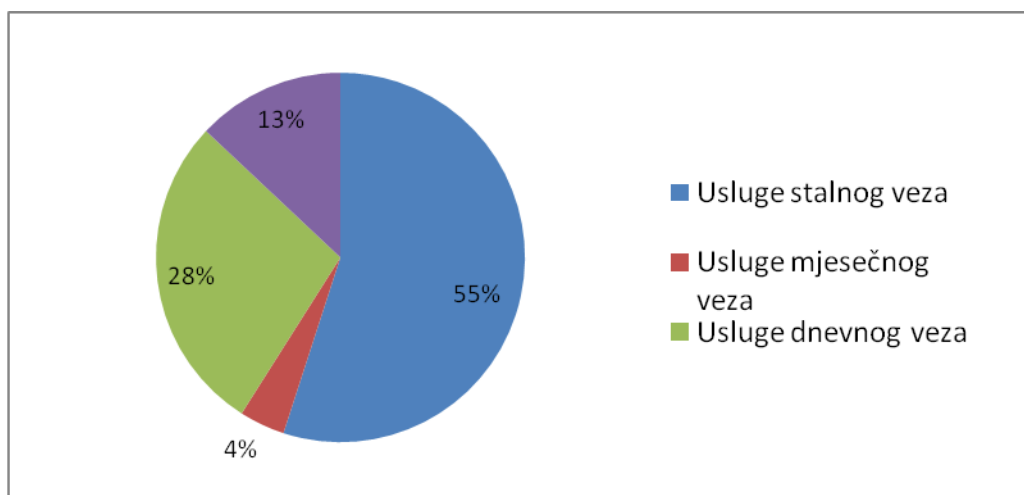
Izvor : <http://www.croatia-yachtcharter-sailing.com/aci-marina-rovinj.html>

ACI je tako obilježio i 30. obljetnicu postojanja u kojoj svaku godinu bilježe rast te su uistinu postali veliki nautički brand prepoznatljiv u svijetu. Takav razmještaj marina od Umaga do Dubrovnika na atraktivnim lokacijama unutar cijelog hrvatskog arhipelaga nema nigdje. ACI-ve marine uglavnom su smještene na najprivlačnijim pravcima krstarenja, pristup im je

³⁵ Izvor: <http://www.aci.hr/hr/o-nama>

peljarski lagan i pouzdan, sve redom pružaju maksimalnu sigurnost brodu, Većina ih ima tehnički servis, dobar restoran, opskrbu nautičkom opremom i okolinu zanimljivu za ronilačke i planinarske izlete. Iz ovoga se da naslutiti, da su marine zaista projektiranje od vrhunskih stručnjaka koji su maksimalno iskoristili odabrano područje, a kronični nedostatak vezova u Hrvatskoj nastojat će, barem malo, pospješiti izgradnjom nove marine u Slanom ukupnog kapaciteta 200 vezova a time i finalizirati popunu lanca marina u južnom dijelu Jadrana.

Struktura prihoda ACI-ih marina je najveća od stalnih vezova što možemo vidjeti u sljedećem grafikonu. (grafikon 7)



Grafikon 7. Struktura prihoda ACI d.d.

Izvor: Izrada autora, <http://www.aci.hr/media/141103/izvjesce-o-poslovanju-za-prvo-tromjesecje-2013.pdf>

Prihodi od usluge veza ACI-ju čine 87% prihoda što je u današnjoj pojavi globalizacije veliki rizik poslovanja zbog ovisnosti o jednoj vrsti prihoda. Možemo dakle zaključno reći da je ACI d.d. svakako jedinstven sustav marina u Europi i svijetu te da je lider nautičkog turizma na Jadranu koju mogu zahvaliti tradiciji većoj od trideset godina. Međutim, ACI-ju kronično nedostaje definirana kompanijska strategija koja se nije uspjela prilagoditi trendu prihvata mega plovila. Utjecaj globalne ekonomske krize na srednju i dio srednje više potrošačke grupacije te sve dinamičnija konkurencija glavne su prijetnje i slabosti ACI-ju koju se svakako u sljedećem razdoblju mora orijentirati na prihvata mega jahti koje su budućnost nautičkog turizma.

5.2. Marina Frapa Rogoznica

Marina Frapa jedna je od tri marine u Hrvatskoj koje imaju prvu kategoriju marine, međutim možemo reći da je marina Frapa, danas, najljepša marina na Jadranu, ali i među najljepšima na Mediteranu. Smještena je na sredini hrvatske obale, točnije između Šibenika i Splita u mjestu Rogoznica. U samoj marini nalazi se čitav niz objekata ugostiteljske te uslužno- poslovne naravi. Marinu u uvali Soline štiti tranzitni gat dužine 396 metara koji služi za prihvat mega jahti. Nadalje, u marini se nalazi i 10 gatova te tranzitni gat sa ukupno 450 opremljenih vezova kao i prostor za smještaj brodova na suhom sa kapacitetom od oko stotinjak vezova. Marina je sasvim sigurno postavila nove standarde u poslovanju sa svojom raznovrsnom ponudom. Kompleks marine Frapa proteže se na više od 136.000m², gdje se na sredini marine nalazi umjetan otok površine od 13.900m² s 4000m² zatvorenog prostora.³⁶(slika 17)



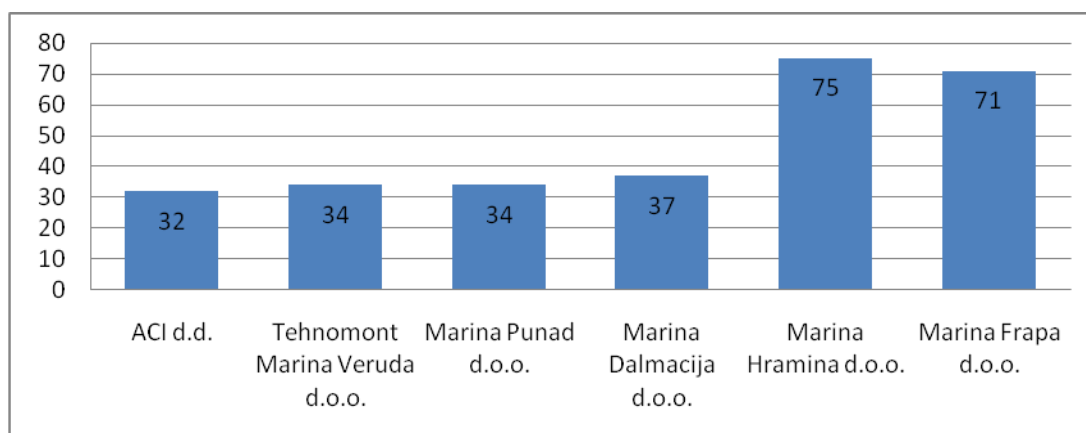
Slika 17- Marina Frapa

Izvor: <http://gallayachting.com/en/arenda-yaxt-v-corvatii/marina-frapa.html>

Pokazatelji potražnje u marini Frapa kažu da je veći prihod od stalnih vezova, dok su tranzitni vezovi nešto manji. Godišnji rast prodaje godišnjih vezova je u stalnom porastu, kao i broj kombiniranih godišnjih vezova i suhih vezova, što Frapa može sigurno pridonijeti svojom pozicijom, na sredini Jadranskog mora te izrazito bogatom sadržaju te izrazito kvalitetnom remontnom servisu brodova.(grafikon 8) Marina Frapa je ovlaštenu servisera za jednu od vodećih svjetskih brodskih motora, Mercury- Mariner.³⁷

³⁶ <http://marinafrapa.com/hr/marina/o-nama/>

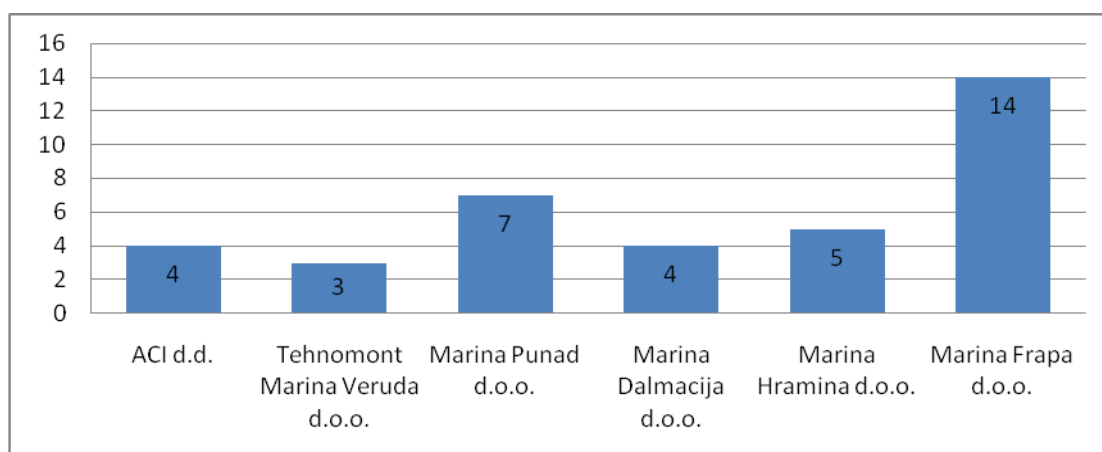
³⁷ Naše more, 59(1-2) 2012, str. 63



Grafikon 8. Ukupni prihodi te broj vezova 2011. godine za navedene marine

Izvor : Izrada autora, Tomas nautika

Marina Frapa uz marinu Hramina ima najveći prihod od broja vezova, međutim iz sljedećeg grafikona možemo vidjeti da je neto dobit marine Frapa daleko iznad konkurencije u Hrvatskoj.(grafikon 9). To možemo samo pripisati sposobnosti direktora i vlasnika marine Frapa Frane Pašalića, njezinom položaju, bogatom sadržaju te diverzificiranoj ponudi.



Grafikon 9. Neto dobit te broj vezova u 2011. godini za navedene marine

Izvor: Izrada autora ; Tomas nautika

Nakon ovih respektabilnih podataka možemo reći da je marina Frapa sasvim sigurno, kao što sam napomenuo, lider na tržištu. Njena pozicija joj je uz brojne otoke, povoljne klimatske promjene te neizgrađenost obale glavna snaga. Međutim, sve te prirodne pojave marini Frapa ne odaju razlog za ne zabrinutost u budućnosti. Tu je najveći problem kapacitet jer je marina Frapa ograničena sa 450 vezova u moru te je jako teško iz projektirati napredak u tom segmentu. Kronični nedostatak vezova za mega jahte također je jedan problem koji će se u dogledno vrijeme morati sagledati u marini. Kao kod svih uslužnih djelatnosti tako i u turizmu moraju se sagledati aktivnosti konkurencije te pojava ekonomske krize, koja je kao što sam

napomenuo prethodno, u svakom slučaju pogodila srednju klasu koja je u marini Frapa najviše zastupljena jer ima najveći broj plovila od 12 do 15m. Projekti koji se rade da bi se pospješio rad marine Frapa orijentirani su na izgradnji hotela te produživanje sezone organiziranjem kongresnog turizma te zdravstvenog turizma.

Zaključno, marina Frapa treba kreirati nove razvojne koncepcije temeljene na viziji investitora. Daljnjim ulaganjem u projekte marina je dokazala da temelji koncepciju razvoja na elitnom turizmu i diferencijaciji. Izgradnjom marine za prihvat mega jahti u svakom slučaju će se proširiti njezine usluge. Marina Frapa najbolji je primjer kako konkurirati svojoj uslugom i inovativnošću najvećim svjetskim nautičkim i ostalim centrima u pružanju jedinstvenog doživljaja za nautičare i u multipliciranju profita.³⁸

5.3.Ostale luke nautičkog turizma namijenjene za prihvat mega jahti

U Hrvatskoj je prihvat mega jahti u svakom pogledu zapostavljen segment. Mega jahte se na našem moru u većini slučajeva sidre izvan luke ili grada koje žele posjetiti te se onda pomoćnim brodicama (tenderima) dovoze na kopno. Veliku pogodnost tome daje i Jadransko more, koje uvučeno, štiti jahte od velikih valova te struja koje bi itekako remetilo brod na sidru. Takav primjer sidrenja imamo diljem Mediterana, međutim na istom tom Mediteranu nude se i vezovi u moru za jahte dok kod nas u većini slučajeva to nije slučaj što nekolicinu tih brodova itekako odbija.

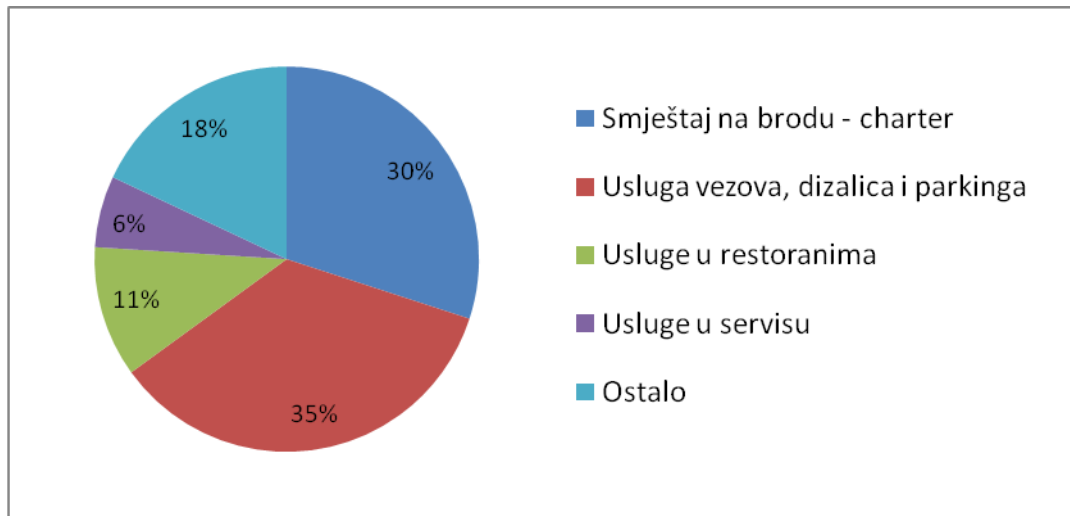
5.3.1.Marina Hramina

Marina Hramina nalazi se na Murteru. Kapaciteta je 370 vezova u moru te 120 vezova na kopnu ili suhih vezova. Smještena je u prirodno zaštićenoj uvali Hramina.³⁹ Svaki vez marine je osiguran svim potrebnim elementima u marini, vodom i strujom. Marina je 2011. po prethodnoj tablici imala najveći ukupni prihod što je itekako dobar iskorak u nautičkom turizmu Hrvatske. Bogat i sadržajan program te ugostiteljska ponuda najviše karakteriziraju ovu marinu. Dubina mora na gatovima za vezanje je od 1,50m do 3,00m što govori ni da ova marina nema karakteristike za primanje mega jahti, govoreći o plovilima preko 50m. Za takva plovila gaz mora biti i preko 5m. Što se tiče strukture prihoda marine, najviše prihoda dolazi

³⁸ Naše more 59(1-2)/2012

³⁹ <http://marina-hramina.com/marina-hramina/>

od usluge vezova, parkinga te dizalica, zatim od smještaja na brodu (čarter) itd. što možemo vidjeti u sljedećem grafikonu. (grafikon 10)



Grafikon 10. Struktura prihoda Marine Hramina d.o.o.

Izvor: Izrada autora, Objavljeni statistički podatci na web stranicama marine - <http://marina-hramina.com/>

Možemo zaključiti, da je marina Hramina jedna od boljih Hrvatskih marina za prihvatanje brodova do 20m dužine. Brodove preko 20m dužine mogu prihvatiti malo što znači da će na tom segmentu u budućnosti morati poraditi jer trend rasta plovila iz godine u godinu bilježi konstantni rast.

5.3.2. Marina Dalmacija Bibinje- Sukošan

Marina Dalmacija nalazi se u Dalmaciji kao što ime kaže, točno 7 kilometara od Zadra u mjestu Bibinje- Sukošan. Marina se proteže na površini od 36 hektara u moru te 34 hektara na kopnu.⁴⁰Ova marina je ujedno i najveća u Hrvatskoj, odnosno raspolaže sa najvećim indeksom prihvata plovila. Ima kapacitet čak 1200 vezova u moru te 500 vezova na kopnu. Ova marina ima kapacitet smjestiti plovila do 80m na gatu zbog dubine mora te prostranih vezova, koje su projektanti prethodno dobro iskoristili. (slika 18)

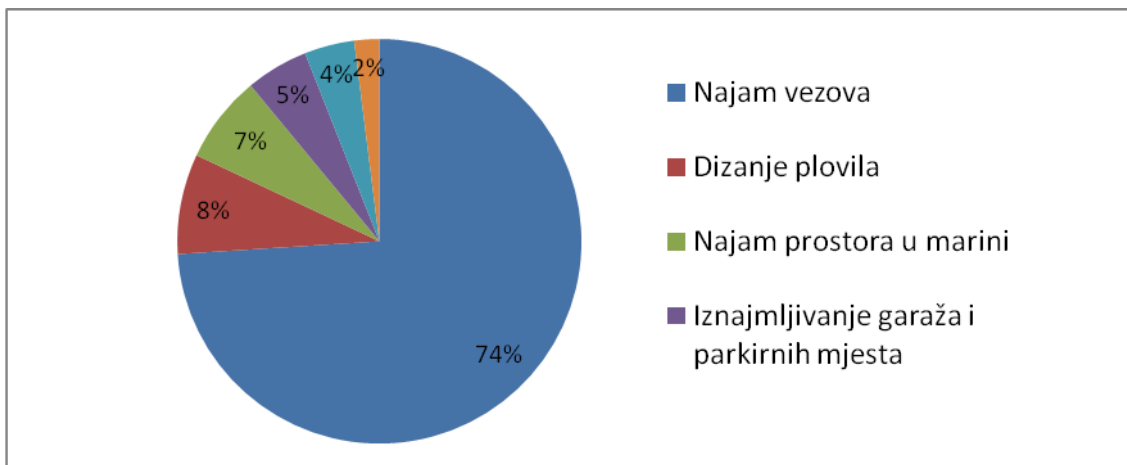
⁴⁰<http://www.zadar.hr/page.asp?pageID=70&adrID=55&kat=3>



Slika 18- Marina Dalmacija

Izvor : http://www.nautilus.hr/posebna_ponuda.htm

Marina Dalmacija ima i izrazito jak servisni centar u kojem imaju i dizalice (travel liftove) od 30t do 80t nosivosti za premještanje ili dizanje/spuštanje brodova iz mora. Marina je izgrađena od čvrstih betonskih gatova dužina od 50m do 80m te dubine su od 3m do 7m u marini što itekako pogoduje smještaju mega jahti. Brodovi od 20m do 25m koje i ne možemo zvati mega jahte, koriste boksove na poluotoku marine gdje se vežu po dva plovila u boks, međutim taj segment marine tokom godine bilježi stopostotnu popunjenost, te su obnavljanjem marine te izgradnjom većeg gata 2009. godine omogućili smještaj plovila do 40m dužine. Tranzitni vez u marini može smjestiti brod do 80m te gaza 4m. Struktura prihoda marine većinom je usmjerena na najam vezova što možemo vidjeti na slijedećem grafikonu. (grafikon 11)



Grafikon 11. Struktura prihoda Marine Dalmacija d.o.o.

Izvor: Izrada autora, Prema podacima sa Internet stranice marine, <http://www.marinadalmacija.hr/>

Zaključno, možemo reći da marina Dalmacija u svakom slučaju prati trend povećanja brodova te ima kapacitete smještaja brodova do čak 80m dužine. Kapacitet od 1200 vezova je tokom

cijele godine u većini slučajeva popunjen godišnjim vezovima na koje se marina i orijentirala. Marina Dalmacija zasigurno ima velike ambicije te dobar strateški menadžment koji sagledava sve relevantne čimbenike i potrebe za smještaj mega jahti u budućnosti.

5.3.4. Luka Brijuni

Luka Brijuni kao najmanja luka od navedenih našla se na ovom popisu jer nudi prihvat mega jahti do čak 90m dužine. Luka Brijuni raspolaže sa samo 70-ak vezova od kojih su svi tranzitni u ljetnim mjesecima. Sama luka se nalazi na istočnoj strani otoka Veliki Brijun. Od zapadne strane kopna dijeli je Fažanski kanal. Luka Brijuni nalazi se na otoku Veliki Brijun koji je jedan od otoka na Nacionalnom parku „Brijuni“.



Slika 19- Luka Brijuni

Izvor: <http://www.lup.hr/lucice/luka-brijuni/>

Luka Brijuni te njena okolina obiluju mnoštvom uvala, otoka, otočića, hridi i pličina koje su jako primamljive nautičarima. Možemo reći da se luka prilagodila trendu prihvata velikih brodova, mega jahti jer se većinom ponuda okreće prema njima. Luka ima, doduše, samo tri mjesta namijenjena za prihvat mega jahti, međutim one su u sezoni svakim danom popunjene te se ostale mega jahte sidre u Fažanskom kanalu. Na glavni gat luke, sa desne strane moguće je smjestiti plovilo do 60m dužine te gaza 5m . To mjestu u luci možemo nazvati najpoželjnijim u marini te je ono u najvećoj mjeri rezervirano i popunjeno. Luka bilježi promet brodova u sezoni od oko 1800 plovila, te prihoda od oko 6 milijuna kuna što je na tako mali broj plovila itekako velik prihod. Takav prihod može se ocrtati u tome što je luka Brijuni najskuplja na Jadranu, odnosno njena tarifa po vezu na dan je najskuplja. Primjera radi, mega jahta dužine preko 35m plaća dnevni najam 7,500,00kn. Luka Brijuni spada pod područje „Brijuni Riviere“ koje sam prethodno spomenuo te smatram da će se u budućnosti ostvarivati veći prihodi te smještati veći brodovi jer je to u interesu cijelog hrvatskog gospodarstva.

6. NAUTIČKI TURIZAM NA MEDITERANU SA NAGLASKOM NA MARINE ZA PRIHVAT MEGA JAHTI

Korištenje Mediterana u plovidbene svrhe, bilo trgovačke ili sportsko- rekreacijske naravi koristi se već tisućljećima. Danas možemo reći, da je Mediteran najprivlačniji nautičarima diljem svijeta. Nautičko turističko tržište potpuno se okrenulo na Mediteran, prvenstveno zbog ponude koja je ključni segment u odabiru nautičara.

Od sva tri navedena područja, upravo se makro regija Mediterana, kao što sam napomenuo, izdvaja kao najuspješnije područje razvoja nautičkog turizma, zahvaljujući brojnim komparativnim prednostima koje kategoriziraju ovaj prostor.⁴¹ Povoljan geografski položaj, klimatske promjene u koje spadaju slabi vjetrovi, uvučene uvale te pomorski i podmorski pejzaž su karakteristike kojima se diči Mediteran.

Korištenje nautičkog turizma na Mediteranu, ovisno je o mnogo čimbenika. Jedni od najvažniji čimbenika su kapaciteti prihvata plovila određene luke, mogućnost remonta brodova koji je postao jedan od najvažnijih segmenata u ponudi nautičkih luka, ekologija zatim pravni propisi te zemljopisni položaji luke. Izgradnja vezova, privezišta, remontnih baza, logističkih sadržaja i drugih za nautički turizam potrebnih čimbenika mogu bitno narušiti sklad prirode i izazvati velike ekološke probleme.⁴²

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 podatci :⁴³ u nautičkom turizmu na Mediteranu ukupno je zaposleno 272.000 ljudi, prihodu od ovog oblika turizma iznose približno 23,4 milijarde eura te valja napomenuti da prosječna stopa rasta nautičkog turizma u Europi iznosi 6%. Nadalje, ovim segmentom turizma, odnosno nekim vidom pomorskih aktivnosti u Europi bavi se 48 milijuna stanovnika. U Europi tako ima 6 milijuna plovila, od čega najveći udio doduše otpada na mala plovila. Na europskom dijelu

⁴¹ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 290

⁴² Gračan D., Alkier Radić R., Vizjak A. : Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2007, str. 125

⁴³ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 290

Mediteranu u njegovih 4000 marina smješteno je oko 1,5 milijuna vezova u moru od toga 2000 marina na području Sjeverne Europe, 800 marina na obali Atlanskog oceana te 1200 marina na području Mediterana.

Nautički turizam na Mediteranu iz godine u godinu bilježi konstantan rast, pogotovo tržište mega jahti. Na Mediteranu se nalaze neka od najvećih luka za mega jahte na svijetu, tu je i najpoznatija luka „Yaht Club de Monaco“ u Monaku čije ćemo karakteristike vidjeti u nastavku.

6.1. Nautički turizam Francuske

Nautički turizam Francuske prostire se na oko 4.000 kilometara dugoj obali Sredozemnog mora i Atlanskog oceana. Primamljiva klima te mnoštvo povijesnih i kulturnih spomenika čine jedan od važnijih čimbenika za razvoj nautičkog turizma ove zemlje.

Francuska je zato, danas, jedna od najrazvijenijih zemalja u Europi, ali i svijetu u području nautičkog turizma. Atlanska 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.⁴⁴ Republika Francuska je rano uočila značenje nautičkog turizma, te su već 60-ih godina prošlog stoljeća raznim državnim mjerama i subvencijama nastojali poticati taj sektor ulažući sredstva u izgradnju ribarskih i trgovačkih luka. Francuska je tako 1972. godine izdala Preporuku za ulaganje u nautički turizam, u kojem se direktno poticala izgradnja te pod gradnja u nautičkom turizmu. Tako je Francuska odličnim strateškim odlukama izbjegla izgradnju novih luka, nego je prenamjenom postojećih ribarskih i trgovačkih luka u nautičke luke izbjegla velika početna ulaganja. Prenamjena starih luka je mnogo financijski isplativija nego izgradnja novih luka.

U Francuskoj se nalaze neke od najznačajnijih i najprivlačniji luka nautičkog turizma specijaliziranih za prihvat mega jahti, stoga takve luke nautičaru mogu pružiti svu potrebnu uslugu i opskrbu. Vrlo bitno je istaći da je kvaliteta radova u marini zagwarantirana, jer su sve luke u Francuskoj pod kontrolom države koja, nadalje, daje koncesiju za period od 30 do 50 godina. Jedrenje je također izrazito popularno u Francuskoj koja ima najrazvijeniju industriju

⁴⁴ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 297

jedrilica i jahti na svijetu. Time možemo reći da je svaka marina u Francuskoj dobro opremljena.⁴⁵

Koliko je Francuski turizam razvijen najbolje govori podatak da je samo na dvjesto kilometara Francuske obale izgrađeno ukupno dvadeset i devet marina, koje ukupno imaju dvadeset i dvije tisuće vezova. Primjera radi, na Korzici koja ima 250.000 tisuća stanovnika djeluje 35 marina sa ukupno sedam tisuća vezova.⁴⁶ Francuska s obzirom na duljine obalne crte ima, prema istraživanju iz 2008. godine, najviši broj komercijalnih vezova, čak 70,5 po kilometru obale. Primjerice, Hrvatska ima oko 3,6 komercijalnih vezova po kilometru obale, Italija 14,9 vezova, Španjolska 35,6 vezova dok Grčka ima tek 0,7 vezova.⁴⁷

Najviše se pozornosti pridaje razvitku nautičkog turizma na Azurnoj obali koji se ističe visokom razinom i kvalitetom usluge te se nalazi na vrhu europske turističke ponude. Francuska je tako 2004. godine imala 325 marina, od toga 311 kategoriziranih marina specijaliziranih za nautički turizam sa oko 182.895 vezova. Francuska je na taj način postala sasvim sigurno najznačajnija nautička zemlja u Europi. Međutim, iako ima najveći postotak vezova prema kilometru obale, Francuskoj su kapaciteti marina nedostadni prema potražnji, koji iskazuju nautičari. Statistike pokazuju da Francuskoj nedostaje čak dvostruki kapacitet marina koji se traže na tržištu, iako se stalno grade novi segmenti, novi kapaciteti koje razvijaju velike financijske korporacije.

6.1.1. Marina Port Vauban Antibes

Marina „Port Vauban“ u Antibesu je treća po veličini marini u Francuskoj. Prva marina u Francuskoj po broju vezova je „La Rochelle“ sa kapacitetom od oko 3500 vezova u moru. Međutim, marina „Port Vauban“ ima mogućnosti prihvata brodova do 170m, odnosno može prihvatiti i trenutno najveću mega jahtu na svijetu. Marina ima površinu od 460.000 kvadratnih metara, od toga 320.000 kvadratnih metara obale za prihvata brodova te 140.000 kvadratnih metara kopnenog dijela od čega je 11.500 kvadratnih metara brodogradilišta.⁴⁸ Gaz u luci je od 2,50m do 8m što je dovoljno za prihvat mega jahti. (slika 20)

⁴⁵ <http://www.wish.hr/2011/12/francuske-marine/>

⁴⁶ Favro S: Skripta nautički turizam, Sveučilište u Splitu, Split 2011.

⁴⁷ Zavod za prostorno uređenje : Mogućnost razvoja luka nautičkog turizma : <http://www.zavod.pgz.hr/Home.aspx?PageID=125>

⁴⁸ <http://www.portvauban.net/presentation-du-port-vauban/>



Slika 20- Marina Port Vauban, Antibes, Francuska

Izvor : <http://www.charterworld.com/news/40000-waiting-list-french-marina-berth>

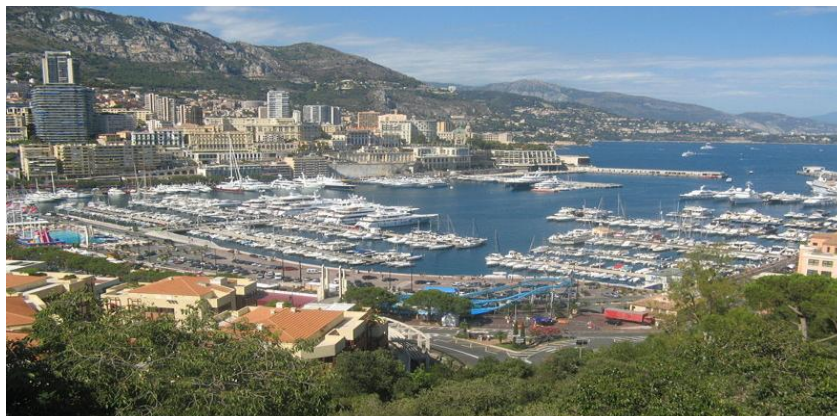
Luka raspolaže sa 1230 vezova, od čega je 350 vezova na suhom. Ova marina raspolaže sa mnogo popratnog sadržaja koje su danas neminovne u poslovanju marine za prihvat mega jahti. U dosta slučajeva gosti sa jahte niti ne izlaze na kopno, a ako izlaze koriste samo prostor marine stoga ova marina sasvim sigurno zadovoljava potrebe gostiju. Marina, također raspolaže sa parkingom od 1000 mjesta, sanitarnim čvorovima te terminalom koji brodovima omogućuje ispuštanje kanalizacije. Projektiranje ovakvih luka je izrazito teško, te zahtijeva usuglašavanje svih znanstvenih disciplina da bi se stvorio jedan cjelovit segment. Marina Port Vauban svakako spada u „best in class“ marine za jahte na cijelom svijetu svog svoje pozicije, ambijenta te usluge koje pruža.

6.1.2. Yacht Club de Monaco

Sasvim sigurno najrazvikanija marina za prihvat mega jahti na svijetu je marina Yacht Club de Monaco u Monte Carlu. Iako ne spada geografski u Francuskoj, ova marina vlasništvo Princa od Monaka svakako spada pod najznačajnije marine Azurne obale. Možemo svakako reći da ova marina ima najjači marketing na svijetu. Marina se nalazi u Kneževini Monako, koja je okružena Republikom Francuskom te je ujedno i najgušće naseljena država na svijetu, ali i druga najmanja država na svijetu.

Marina u Monte Carlu raspolaže sa 700 vezova u moru od čega su samo njih 40 tranzitnih, od toga 20 vezova za jahte od 25m do 50m te dva veza za jahte do 120m.(slika 21) Strateški se marina opredijelila na godišnje vezove od kojih ubiru prihod tokom cijele godine. 40 tranzitnih vezova najzastupljeniji su u vrijeme održavanja „Cannes film festivala“ te utrke

formule jedan u Monte Carlu u kojem se sklopu organiziraju gala večere, koncerti, prezentacije te tad cijene dnevnog veza koštaju i do 5.000 eura.⁴⁹



Slika 21- Yaht Club de Monaco

Izvor : <http://www.nashagazeta.ch/news/econom/17474>

Ova marina nudi vrhunsku uslugu te je sve podređeno turističkoj ponudi. U Kneževini Monte Carlo nema oporezivanja građana te je to jedan jaki segment dolaska gostiju veće platežne moći te onih koji nastoje izbjeći plaćanje poreza. Zbijenost grada i marine u ovom primjeru karakterizira jednu uspješnu formulu, gdje gosti konzumiraju sve usluge koje se nude u Monte Carlu od hotela, restorana, barova, casina i slično. Cijena dnevnog tranzitnog veza iznosi 880 eura.

6.2. Nautički turizam Italije

Nautički turizam Italije je sasvim sigurno jedan od najrazvijenijih na Mediteranu. Počeci nautičkog turizma javljaju se između dva svjetska rata osnivanjem jedriličarskih klubova te organiziranjem brojnih regatnih natjecanja. Šezdesetih godina prošlog stoljeća Italija kao i sve zemlje na Mediteranu doživljava svoj procvat u pogledu nautičkog turizma. Prvi jači poticaj razvoju nautičkog turizma Italije dala je Okružnica Ministarstva trgovačke mornarice 1970. godine, kada je omogućila izgradnju marina putem koncesije na općem dobru.⁵⁰ Nakon te odredbe sve se više počela razvijati brodogradnja te su se počele graditi luke nautičkog turizma, a shodno sa tim povećavao se i broj brodica.

Danas je Italija velesila nautičkog turizma, sa dužinom morske obale od 4.996 kilometara dok je sveukupna dužina morske obale sa otocima oko 8.500 kilometara što je svrstava u zemlje sa

⁴⁹ <http://www.yacht-club-monaco.mc/>

⁵⁰ Gračan D., Alkier Radić R., Uran, M. , Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str.291

najviše morske obale u Europi. Dužina morske obale Italiji daje najveće kapacitete za razvoj nautičkog turizma, međutim ona to za sada slabo iskorištava. 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.⁵¹ Italija posjeduje velik broj plovila, a ponajviše jedrilice. Talijanski nautički turizam karakteriziraju i ponajbolji remontni centri, koji mogu popraviti sve vrste plovila te u skladu s tim dobiti i svaku traženu uslugu. Italija posjeduje i veliku pomorsku flotu uz velik broj privatnih brodova za osobna putovanja, ali i mnogo čarter tvrtki koji služe za najam plovila koji su u Italiji jako razvijeni.

Gospodarske razlike u Italiji stvaraju najveće probleme kako turizmu tako i svim drugim granama. Odnos između sjevera i juga Italije dovode do čestih sukoba, te je u takvim uvjetima gotovo nemoguće uspostaviti kvalitetnu razvojnu politiku, te kojom će se slagati i jedni i drugi. Razvoj juga Italije, u mnogo čemu pomaže razvijanju nerazvijenih dijelova te zemlje oko Sicilije i Sardenije, gdje se poglavito razvojem nautičkog dijela dobiva mnogo radnih mjesta za domaće stanovništvo. Karakteristično je za jug Italije da se grade nove, izuzetno kvalitetne marine sa svim potrebnim sadržajima 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, gdje se na tim područjima grade marine tipa – izvučene marine, odnosno one marine koje se grade u moru te se nakon izgradnje spajaju s obalom putem nasipavanja mora.⁵²

Na sjevernom dijelu Italije izgrađeno je mnoštvo različito opremljenih marinskih kapaciteta koju su izgrađeni bitno ranije od marina na jugu. Ovakve marine izgrađene su u dijelu Jadranskog mora prema Mediteranu, te se u njima nastoji ulagati što više da bi pratile trend konkurencije te se iz godine u godinu osuvremenjivale. Jedan bitan detalj je da se u takvim marinama vrši privatizacija, koji u svojoj naravi poboljšava rad i cjelokupnu turističku ponudu. Projektanti kod projektiranja marina na sjeveru Italije imaju velikih problema zbog muljevitog dna koji čini jedan od negativnijih čimbenika. U tom dijelu obale gradnja marina se vrši na način, da se u muljevito dno zabijaju drveni trupci, a na njima se grade marinski

⁵¹ www.pangea.org

⁵² Gračan D., Alkier Radić R. : Uran, M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str.293

uređaji koji kasnije čine infrastrukturu marine.⁵³ U srednjem dijelu Italije grade se marine na jednoj vrsti pontona gdje se brodovi vežu, a razlog tome je također muljevita obala. Valja napomenuti da je takav način gradnje pod velikom kontrolom posebnog odbora za razvoj nautičkog turizma Europske Unije koji ima za cilj jednakomjerni razvoj nautičkog turizma na cijelom području Mediterana. U gradnje marine koriste se različiti načini od zabijanja cijelih stabala u dno mora, pa do betoniranja dna posebnim vrstom betona.

Marine u Italiji bilježe snažne tranzitne osobine, poglavito marine na jugu Italije koje imaju oko 50-60% tranzitnih plovila, dok su izvan sezonski popunjeni sa 50-80% kapaciteta dali godišnjih ili tranzitnih vezova.

Nautičari u Italiju dolaze iz raznoraznih razloga, a poglavito zbog kulturne baštine. Talijanska se flota u Italiji širi iz dana u dan, te će izgradnjom dodatnih marina sasvim sigurno moći konkurirati i Francuskoj koja ima manju dužinu morske obale. Potražnja za nautičkim vezovima kreće se negdje oko 100.000 vezova, dok se za desetak godina planira izgradnja marina koji će ponuditi tržištu 250.000 vezova te tako sasvim sigurno biti vrlo konkurentna Francuskoj. Ova zamisao trebala bi se ostvariti proširenjem sadašnjih kapaciteta marina na sjeveru Italije koji imaju kud i kamo bolje prirodne resurse nego konkurentne zemlje Mediterana. Strateška politika odradila je tu vrlo dobar posao, jer se na postojeće marine planiralo njihovo proširenje te će kvalitetnim projektima takve marine zasigurno biti dostojne konkurenciji, a samim time na jugu Italije planirane su izgradnje potpuno novih marina velikih kapaciteta, ali i gradnja na otocima.

6.3.1. Marina di Porto Cervo, Costa Smeralda

Marina Porto Cervo sasvim sigurno spada u jednu od najbolje opremljenih marina na Mediteranu. Mjesto, odnosno mogli bi ga nazvati i selo Porto Cervo nalazi se na rtu zaljeva Arzachena u centru Costa Smeralda. Povijesti ovog mjesta počinje 1962. godine kad ga je, očaran njegovom ljepotom, kupio Knez Karim Aga Khan te prvobitno izgradio hotel. Naknadno je na jugu Porto Cerva izgrađena luka „Old Port“ koja je služila za prihvat jedrilica, jedrenjaka te raznih tipova brodova u to vrijeme. Porto Cervo marina je tokom godina bilježila stalni rast, te danas ima ukupno 700 vezova, od kojih je 100 tranzitnih (slika 22). Gaz u marini je dubine do 6 metara.

⁵³ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 295



Slika 22- Marina Porto Cervo

Izvor : <http://italianluxurylinen.blogspot.com/2013/05/the-accademia-firenze-luxury-italian.html>

Marina se nalazi u odlično zaštićenoj uvali koja brani od vjetera i morskih struja. Ova marina je, kao što sam napomenuo, sasvim sigurno jedna od boljih na Mediteranu opremljena sa najboljim vezovima te kompletnom uslugom za nautičare. Marina se diči svojim prirodnim ljepotama okoliša, te izvanrednom uslugom, međutim takva se usluga i naplaćuje te tako dnevni vez stoji 2.574 eura. Marina je otvorena tokom cijele godine, te se konstantno organiziraju skupovi najpoznatijih svjetskih marki satova kao što su Rolex, Hublot i ostali, zatim jedriličarske regate. Tokom sezone marinu okupiraju jahte dužine do 45 metara koje marina može primiti, te se za stotinjak tranzitnih vezova uvijek traži vez više.

6.3. Nautički turizam Španjolske

Nautički turizam Španjolske ima dugu povijest. Jedna je od tri najsnažnije sile što se tiče nautičkog turizma u Europi, a posebice na Mediteranu. Smještena je na Iberijskom poluotoku na jugozapadu Europe. Južne i istočne obale nalaze se na Sredozemnom moru, dok se sjeverne i zapadne strane nalaze na Atlanskom oceanu i Bliskom istoku. Španjolskoj još pripadaju i dva otočja, a to su Baleari na Sredozemlju i Kanarski otoci na Atlantiku, zapadno od sjeverno afričke obale.⁵⁴

Duljina Španjolske obale iznosi 7.880 kilometara te je ona veoma razvedena dok 2/3 ukupne dužine španjolske obale čini njezin mediteranski dio sa ukupnom dužinom od oko 955 nautičkih milja. Španjolska je tako dala mnogo poticaja razvoju nautičkog turizma, a posebice se takav napredak osjetio 1986. godine kada je Španjolsko gospodarstvo ostvarilo gospodarski rast bolji od mnogih drugih članica, tada EZZ danas EU integracije. Španjolska je obala

⁵⁴ Vukorepa V. : Prednosti i nedostaci razvoja nautičkog turizma na Mediteranu, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split rujan. 2013. str. 36

veoma izgrađena te gospodarski iskorištena, posebice izgradnje luka nautičkog turizma, te primjerice od francuske granice gdje nalazi marina Port Bou, pa do Gibraltarskog dijela, u svakoj imalo iskorištenoj 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.⁵⁵

Španjolska je kroz svoje razvojne planove te strategiju razvoja nautičkog turizma odredila veoma ambiciozne ciljeve budućeg razvoja. Tako neki dijelovi Španjolske obale koji su nepristupačni i neiskorišteni, nisu iskorišteni za izgradnju objekata nautičkog turizma nego su iskorišteni za razne druge oblike turizma. U Španjolskoj, kao što sam već napomenuo, posebna se pozornost okreće prema nautičkom turizmu te se ono tretira kao opća društvena djelatnost od posebnog interesa. Takav razvoj odvija se u deset primorskih regija koje se razvijaju izrazito uspješno.

Španjolsku mediteransku obalu svake godine posjete milijuni turista, posebice iz sjevernih zemalja Europe te su upravo iz tog razloga izgrađeni brojni turistički kompleksi i marine kojih ima toliko da su uvijek nadohvat ruke. U novije doba, najviše se grade marine u području Baleara, gdje se ističu Mallorca i Ibiza, jer su novootkrivena područja za europske nautičare. Kapaciteti marina se u Španjolskoj kreću od oko 300 do 700 vezova, gdje prevladavaju marine od oko 400 vezova. Infra i suprastruktura španjolskih marina je dovedena do savršenstva, te je gotova svaka marina opremljena svom potrebnom opremom, restoranima, trgovinama i slično.

Veliki gradovi uz more, primjerice Barcelona posjeduju marine kapaciteta od 1.000 vezova za velike mega jahta. Primjerice, upravo ta Barcelona ima privatnu mega marinu kapaciteta 1.600 vezova koja je podijeljena u dvije manje marine te ju koriste nautičari iz cijele Europe. Najveća Španjolska, ali i europska marina je Empuriabrava koja posjeduje 5.000 vezova u moru, od toga 700 vezova na obali.⁵⁶ Većina španjolskih marina posluju po principu davanju u koncesiju na 50 godina, što se pokazalo kao dobar sustav upravljanja gdje investitori vrše konstantno ulaganje u njihovo daljnje širenje i poslovanje. Budući da marine i manje luke nisu dovoljno zaštićene od udara vjetrova i mora, sustavno se ulažu velika financijska sredstva u njihovu zaštitu, a tijekom španjolskog nacionalnog nautičkog razvoja uočila se potreba organiziranja Europskog instituta za istraživanje i razvoj nautičkog turizma, koji bi pokušao

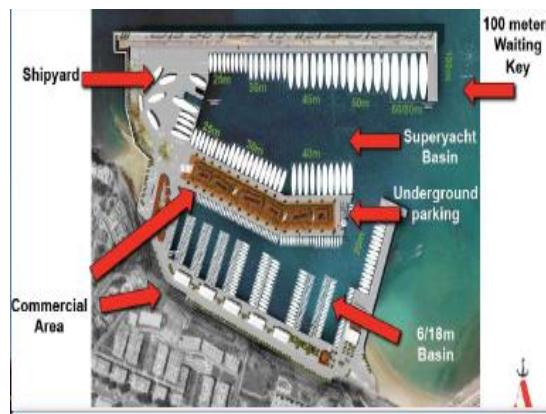
⁵⁵ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 302

⁵⁶ <http://www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/>

riješiti sva važna pitanja djelovanje, razvoja i rješavanje svakodnevnih nautičkih pitanja na europskoj razini.⁵⁷

6.3.1. Marina Port Adriano Mallorca, Španjolska

Ova najnovija izgrađena marina u Španjolskoj na otoku Calvia na otoku Mallorci može svrstati u najbolje marine za prihvat mega jahti na Mediteranu. Ukupna veličina marine iznosi 35.000 m², od čega je 25.000m² akvatorija dok je 10.000m² napravljeno za brodogradilište. Ova marina je specijalizirana te projektirana tako da može primiti mega jahte, nadalje ima čak 82 veza za plovila od 20 do 90 metara dužine. Opremljena je svim potrebitim sadržajima koji doliče takvoj marini, komercijalnim dijelom sa prestižnim međunarodnim brandovima nautike, brodogradilištima i brokerima luksuznih jahti, dizajnerskim dućanima i međunarodnim gastronomskim centrom sa više od 13 objekata hrane i pića, sportskim centrom, draguljarnicom, agencijom za nekretnine i bankama. Tokom sezone organiziraju se razna događanja koje posjećuju nautičari sa svim vrstama plovila te se organiziraju razne regate, modna događanja, koncerti, prezentacije luksuznih proizvoda i slično. Posebnu pozornost treba posvetiti dizajnu marine, koju je dizajnirao ugledni arhitekt Phillip Starck. On je dizajnirao cijelu marinu, od prostora, interijera do rasvjetnih tijela i bitvi. (slika 23)



Slika 23- Marina Port Adriano, Mallorca

Izvor : <http://www.portadriano.com/>

Ova marina je također i jedna od najmodernijih u Europi, te mjesečni najam marine iznosi 53.000 eura.

⁵⁷ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 304

6.3.1. Marina Port Vell, Barcelona

Buduća marina Port Vell nalazit će se u luci u središtu Barcelone. Ova marina biti će specijalizirana za prihvat mega jahti do čak 150 metara te je u strategiji ove marine predviđena izgradnja 150 vezova za taj segment.⁵⁸ Uz standardne objekte koje nude sve ostale marine, ova marina nudit će i specijalizirane usluge u svrhu pridodavanja mega jahti na svojoj ponudi. Marina Port Vell trenutno je certificirana sa ISPS kodom (Međunarodna organizacija sigurnosti broda i luke) te sveobuhvatnim mjerama kako bi se poboljšala sigurnost brodova i lučkih postrojenja. Marina Port Vell već se pretvara u marinu sa sedam zvjezdica, koja će nakon izgradnje sasvim sigurno biti jedna od vodećih jahtaških destinacija u svijetu. (slika 24)



Slika 24- Marina Port Vell, Barcelona

Izvor : <http://www.marinaportvell.com/en/content/superyachts>

Ovaj vrlo ambiciozni projekt razrađen je po fazama, da bi se smanjile prijetnje u gradnji. U projektu je planirano da će nekolicina dugoročnih velikih vezova za mega jahte biti puštena u prodaju, nakon određenih godina najma. Svaka događanja koja će se odvijati u Barceloni bit će lako dostupna iz marine, također će se u marini organizirati razni događaji uključujući modna događanja, koncerte i slično.

Ova marina sasvim sigurno ima veliku perspektivu ako se realizira ovaj projekt. Cilj joj je stvaranje klastera fokusiranog na mega jahte koji obuhvaća brodogradilište i usluge popravka, redizajna i uređenja brodova.

⁵⁸ <http://www.marinaportvell.com/>

6.4. Nautički turizam Grčke

Grčka je država u jugoistočnoj Europi, na sjecištu tri kontinenta- Europe, Azije i Afrike, te sukladno s tim grčki se nautički turizam može razvijati na tri mora, a to su Sredozemno, Jonsko i Egejsko. Ukupna dužina obale iznosi približno 13.676 kilometara te Grčka predstavlja prirodni raj za nautičare. Grčka je zemlja koji obiluje mnoštvom otočića, zaljeva i uvala. Sjeverni dio Jonskog mora je sa okomitim obalama i slabo je razveden, dok je s druge strane, obala Egejskog i Sredozemnog mora, kao i dio Peloponeza posebno dobro razveden, te su veoma povoljni za nautički turizam. Na Peloponezu se nalazi četiri velika poluotoka, koji se pružaju duboko u Sredozemno more, te poluotok Atika uz Eubeju unutar kojeg se nalazi mnoštvo zaljeva koji su pogodni za nautičare.

To su sve razlozi zbog kojih je, danas, Grčka jedna od najvažnijih turističkih destinacija svijeta. Grčki arhipelag zauzima 7.500 km i nudi vrlo raznolik krajolik, plaže koje se protežu preko više kilometara, zaštićene uvale, pješčane i šljunčane plaže, obalne spilje sa strmim stijenama. Otoci su glavno obilježje grčke morfologije i sastavni dio kulture i tradicije ove zemlje. Grčka obuhvaća 3.100 otoka, te još mnogo otočića i hridi razasutih u Egejskom i Jonskom moru, a samo ih je 227 naseljeno.⁵⁹

Snažan razvoj grčkog nautičkog turizma rezultirao je izgradnjom mnogih nautičkih kapaciteta. Interesantno je da su u Grčkoj gotovo sve marine pod vlašću države (samo jedna je privatna marina u Grčkoj) te ona upravlja njima uz pomoć grčkih turističkih vlasti. Većina plovila koji služe u svrhu iznajmljivanja nalaze se u grčkim marinama, dok inozemna plovila koriste grčke luke kao usputne postaje. Nautičke luke u Grčkoj dijele se na četiri kategorije. Da bi se potaknuo snažniji razvoj nautičkog turizma u Grčkoj bitno je pojednostavljeno vršenje administracije oko prijave ili odjave plovila, tako iznajmljivanje plovila u grčkoj mogu izvesti samo domaći skiperi, a kazne za inozemne skipere, koji se nastoje baviti tim poslom bez dopuštenja, su veoma rigorozne.⁶⁰

Grčka se prema istraživanju o turističkim ostvarenjima nalazi na šesnaestom mjestu. Činjenica je da samim geografskim položajem Grčka ima velike prednosti u razvoju turizma, još ako uzmemo k tome da je Grčka poznata po tisućama godina brodske tradicije svakako

⁵⁹ Visit Greece: Geography, dostupno na: <http://www.visitgreece.gr/en/geography>

⁶⁰ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 306

možemo reći da nautičari ne manjka dodatnih sadržaja u marinama. Nautički je turizam, tako dosegnuo visoku razinu kvalitete te je kod turista postigao veliku popularnost nudeći različite mogućnosti, od jednostavnih najмова brodova za uživanje u prekrasnom grčkom krajoliku do raznih aktivnosti i zabave.⁶¹

Politika razvoja nautičkog turizma u Grčkoj od interesa je državnih organa iz same činjenice da svakom marinom upravlja država. Nautički se turizam u Grčkoj planira kao velika i učinkovita gospodarska grana u skoroj budućnosti, te se njezini kapaciteti planiraju udvostručiti u skoroj budućnosti. Nadležna tijela koje država pridaje da upravljaju lukama su Ministarstvo turizma, dok sve donesene odluke provodi Ministarstvo gospodarstva. Plan je Grčke politike da se u narednih 25 godina sve luke privatiziraju, pod posebnom kontrolom Europske Unije.

Zaključno, Grčkoj, u svakom slučaju, nedostaje još mnogo ulaganja i inovaciju u pogledu razvoja luka nautičkog turizma. Primjerice, njihove marine sastoje se od vezova koji su izgrađeni 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. Prirodni resursi svakako veoma pogoduju razvoju turizma, međutim njegov se razvoj nalazi na samom dnu mogućnosti razvoja nautičkog turizma. Razlog tome može se tražiti u velikoj gospodarskoj krizi koja je od svih zemalja u Europi najviše pogodila Grčku, pa je tako i taj segment stao. Marine stoje neiskorištene, te su prebukirane. Primjerice, u nautičkoj luci u Pireju koja ima izgrađenih 500 vezova usidreno je čak 1.000 plovila. U Grčkoj, također, bilježimo slabi rast vezova u moru, koji se povećavaju relativno malo s obzirom na moguće realne kapacitete.

6.4.1. Gouvia Marina

Poslovna politika Grčke do pojave ove marine razvijala se u skladu da svaka marina bude u državnom vlasništvu. Međutim, Grčka pojavom gospodarske krize nije mogla odoljeti svježem kapitalu pa je tako otvorena prva privatna marina imenom Gouvia Marina koja se nalazi oko 6 kilometara oko grada Krfa i 7 kilometara od međunarodne zračke luke. Već dugi niz godina pomorci smatraju luku i zaljev Gouvia prirodnom vezom između Jadranskog i Sredozemnog mora, kao i lukom gdje mogu uploviti, te se odmoriti, uživati u klimi te u

⁶¹ Vukorepa V. : Prednosti i nedostaci razvoja nautičkog turizma na Mediteranu, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split rujan. 2013. str. 33

prirodnim ljepotama otoka.⁶² Danas, je marina Gouvia jedna od najpoznatijih na svijetu, upravo zbog svojih prirodnih ljepota. Marina je u potpunosti organizirana te pruža potpunu uslugu nautičarima. Nudi sadržaje i usluge visokog standarda te posluje pod novom upravom od 1996. godine. Ukupni kapacitet luke iznosi 1.235 vezova dok je kapacitet na suhom oko 520 plovila.⁶³ Vezovi u ovoj marini dostupni su za brodove do 80 metara dužine. Marina je otvorena 24 sata dnevno, te posluje tokom cijele godine. (slika 25)



Slika 25- Gouvia Marina, Krf

Izvor : <http://www.networkyachtbrokers.co.uk/office-page/corfu/>

⁶² Vukorepa V. : Prednosti i nedostaci razvoja nautičkog turizma na Mediteranu, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split rujan. 2013. str. 34

⁶³ <http://www.marinagouvia-bliss.com/>

7. ANALIZA KONKURENTNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE

Nautički se turizam u Hrvatskoj počeo razvijati pod okriljem Grupacije marina Hrvatske 1975. godine, dok su prve marine tada na Jadranu bile marina Punat, marina Mali Lošinj, marina Zadar i marina Dubrovnik. To su marine koju su u svojim počecima pokušavale biti konkurentne marinama Sredozemlja. Tek početkom rata, u Hrvatskoj se stvara prava strategija upravljanja marinama te se 1991. godine formira Udruga hrvatskih marina.⁶⁴ Godine 1994. formirano je Udruženje nautičkog turizma, kojima su ciljevi bili organizirano rješavanje za unaprjeđenje rada, bolje korištenje raspoloživih resursa te unaprjeđenje poslovanja luka. Možemo reći da je nautički turizam tada doživio veliki procvat. Iz sljedeće tablice prije nego što uopće i počnem pisati o konkurentnosti hrvatskog nautičkog turizma, prikazati ću tablicu ukupnih nautičkih kapaciteta navedenih zemalja. (tablica 2)

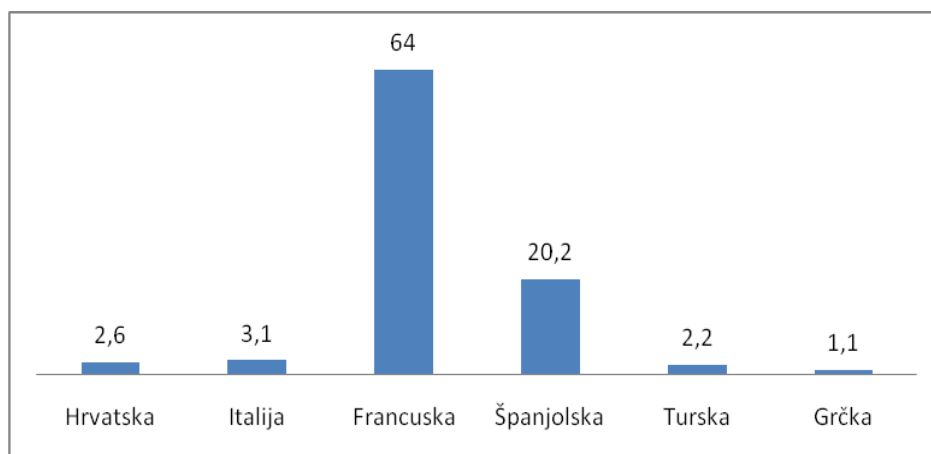
Zemlja	broj luka i PRISTANIŠTA	BROJ VEZOVA
Njemačka	2000	80000
Finska	1700	80000
Nizozemska	1200	250000
Švedska	1000	200000
Danska	500	56000
Engleska	355	206000
Italija	343	90500
Norveška	300	100000
Španjolska	173	30000
Grčka	140	8400
Portugal	30	5200
SAD	10320	2024397
Novi Zeland	1500	200000
Kanada	1500	250000
Japan	567	69000
Australija	190	23000

Tablica 2. Pregled nautičkih kapaciteta navedenih zemalja

Izvor : Izrada autora, Poseban prilog magazina More, ožujak 2004. Str. 37

⁶⁴ <https://www.hgk.hr/category/udruzenja/udruzenje-nautickog-turizma-marina>

Hrvatski nautički turizam, možemo reći, iz godine u godinu pokazuje svoj napredak. Hrvatska obala je sa preko 1200 svojih otoka, otočića i hridi postala atraktivno mjesto nautičke ponude na Mediteranu. Ukupna dužina hrvatske obale iznosi 5.790km, što iznosi jednu šestinu obalne crte mediteranskih država koje imaju razvijen nautički turizam.⁶⁵ Hrvatska se tako dostojno bori sa konkurencijom, iako ima ukupno 13368 registriranih vezova za potrebe nautičkog turizma što je na veličinu obale mali broj vezova.(grafikon 12)



Grafikon 12. Usporedba broja vezova na jedan kilometar obale

Izvor : Izrada autora, Horak, Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2007. godine

Hrvatska tako zauzima 12,2% obalne linije i 33% otočne obalne linije Mediterana. U ukupnom broju vezova na Mediteranu, Hrvatska zauzima tek 6,9% što je jako mali broj. Moramo naglasiti da je udio hrvatske obalne linije dva puta veći od udjela vezova Hrvatske u ukupnim mediteranskim vezovima. Iz ovih tvrdnji da se naslutiti da u Hrvatskoj itekako postoji veliki potencijal za napredak nautičkog turizma. Prethodni projekti koje sam napomenuo u svakom slučaju pridonose tome te će njihovo izgradnjom hrvatski nautički turizam u svakom slučaju postati konkurentniji zemljama na Mediteranu.

Prednosti Hrvatske možemo tražiti u činjenici da tokom godina vladaju povoljni klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora koja u nekim konkurentnim zemljama i nije takva zatim razvedenost obale koja je po mnogima glavna smjernica dolaska nautičara te raznovrsnost obale. Kao prednost luka nautičkog turizma u Hrvatskoj možemo navesti i prometnu dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na glavna tržišta, sigurnost plovidbe zatim prostorni raspored i opremljenost luka nautičkog turizma. Da se naslutiti da su sve prednosti Hrvatske vezane uz njen geografski položaj, kojim se ostale konkurentne zemlje,

⁶⁵ Žanić Mikuličić J. : Perspektiva luka nautičkog turizma u Hrvatskoj, Suvremeni promet god. 32. (2012), br. 1-2 (138-140)

kao Francuska, Španjolska i Italija ne mogu pohvaliti. Međutim, Španjolska, Francuska te primjerice Italija svoju nedorečenost obale itekako nadoknađuju izgradnjom najmodernijih luka te izgradnjom infrastrukture. (tablica 3)

		Španjolska	Francuska	Italija	Grčka	Turska
Socijalni elementi	Imidž zemlje	14,6	25,5	21,5	20,2	49,4
		49,9	45,8	27,4	36,2	7,2
	Osjećaj sigurnosti u zemlji	23,9	40,2	31,3	37,8	54,5
Priroda i očuvanost	Klima	37,1	51,1	36,2	33,7	50,5
		13,7	6,2	10,3	10,2	7,6
	Ljepota krajolika	63,9	57,6	55,6	44,7	61
	Ekološka očuvanost obale	4	4,7	9,8	10,8	
		66,3	56,8	56,1	53,2	58,5
Nautička ponuda	Čistoća mora	3	15,3	12,1	9,5	10,5
		52,8	60,3	62,1	59,5	51,3
	6	7,3	7,6	5,4	10,5	
Ugostiteljska ponuda	Čistoća mjesta	40	37,5	40,5	41,6	53,5
		10,2	13,1	9,3	8,6	10,8
Nautička ponuda	Kapacitet marina	16,1	21,5	23,8	22,2	26,2
		30,7	38	23,9	21,6	14,9
	Opremljenost marina	15,4	15,8	18	27,4	40,1
24,6		46,7	29,5	18	14,1	
Prostorni raspored marina	10,1	16,8	16,4	29,6	28,2	
	34,9	45,5	30,1	22,6	14,4	
Vrijednost za novac nautičke ponude	19,6	22,6	20,1	33,2	38,6	
	14	36,8	17,7	13,8	7,2	
		13,8	18	22,1	20,2	20,9
		17,2	25,9	14,9	19,3	10,1

Crvenom bojom je označen broj ispitanika koji su pojedini element ponude ocijenili „boljim u Hrvatskoj“ u usporedbi s konkurentskom zemljom

Plavom bojom je označen broj ispitanika koji su pojedini element ponude ocijenili „lošijim u Hrvatskoj“ u usporedbi s konkurentskom zemljom

Tablica 3. Benchmarking nautičke ponude u Republici Hrvatskoj i Mediteranskim zemljama

Izvor: Izrada autora, Institut za turizam, TOMAS nautika 2007.

U Hrvatskoj je upravo izgradnja marina veliki problem. Mutna te nedorečena birokracija dovede do problema investitora koji želi graditi marine. Hrvatska država ima preko stotinu nameta koji se moraju plaćati želi li se uopće doći do pokušaja izgradnje marine što predstavlja veliki problem stranim investitorima koji nisu navikli na takav način poslovanja. To je nažalost jedan od ključnih segmenata slabog ulaganja u hrvatsku obalu.

7.1. Analiza trenutnog stanja nautičkog turizma u Hrvatskoj

Nautički turizam je, kao što se nebrojeno put spomenulo, jedan od najperspektivnijih segmenata turizma te je od posebice važnosti za Hrvatsku. Danas je potražnja za nautičkim turizmom mnogo kompliciranija nego što je to bilo u prošlosti, tako je sve manji interes za turističke destinacije koje pružaju mogućnosti elementarnih potreba karakterističnih za masovni turizam kao što su kupanje i sunčanje, dok usporedo sa tim potražnja za kvalitetnijim odmorom sa više zabave i s naglašenom potrebom za fizičkim aktivnostima raste.

Tržišno poslovanje nameće potrebu da se analizi stanja tržišta posveti velika pozornost, jer ona predstavlja vrlo važan segment u daljnjem procesu prodaje. Na temelju stanja na tržištu, neophodno je prikupiti informacije, sa svrhom razrađivanja poslovne i razvojne strategije, te za formiranje cijena.⁶⁶ Za analizu stanja potrebno je postaviti plan i program na koji će se način Hrvatska, u ovom slučaju, predstaviti pred konkurentnim zemljama na nautičkom tržištu. Takvi pokazatelji mogu biti intenzitet potražnje, troškovi boravka u marini, izdaci za hranu i piće, podaci o ispitaniku, podaci o plovilu, motivi putovanja i slično, odnosno mogu se podijeliti na kvantitativne pokazatelje i kvalitativne pokazatelje.

Ispitivanja na nautičkom tržištu provode se isključivo sa ciljem stjecanja informacija o potražnji, te kako bi se u konačnici taj proizvod mogao bolje prilagoditi zahtjevima i željama nautičara. Nautičari su specifični potrošači zbog svoje visoke platežne moći, te se uvijek ponuda mora prilagoditi njima te njihovoj potražnji. Ako kojim slučajem nije tako, gubi se utrka sa konkurencijom. Informacije o nautičarima važne su prvenstveno radi planiranja razvoja, odnosno, kvalitetne ponude. Potrebe nautičara su jako velike, te se ovih istraživanjem nastoji utvrditi neka osnovna obilježja kao što je ukupna potrošnja nautičara, struktura njihove potrošnje zatim potrošnja u samoj marini i izvan nje i slično. Sakupljene informacije daju uvid u stavove nautičara kada je riječ o elementima ukupnu ponude i kad se radi o ponudi nekog određenog mjesta gdje se marina nalazi. Kod skupljanja informacija o nautičarima važno je sagledati sve elemente usporedbe nautičkog turizma sa ostalim turističkim segmentima, prvenstveno aludirajući na kongresni i klasični odmarališni turizam. Ovim informacijama se pomaže u planiranju i drugih specifičnih turističkih proizvoda, omogućuje saznanja o stvarnim prednostima i nedostacima razvoja ovog oblika turizma, kao i strateško planiranje

⁶⁶ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 315

marketinga turizma Hrvatske,⁶⁷ te u konačnici usporedba sa drugim turističkim destinacijama koje razvijaju nautički turizam. Konkurencija u turizmu sve je jača, posebice u nautičkom turizmu te su strateške odluke od velike važnosti kod različitih segmenata ponude, bilo da je riječ o pozicioniranju turističkog proizvoda ili cjenovnom elementu ponude.

Kontinuiranim provođenjem ovakvih istraživanja moguće je stvoriti baze podataka, te se sve više prilagođavati nautičkoj ponudi. S obzirom na razvitak i sve veću dinamičnost nautičkog turizma, potrebno je kontinuirano i sustavno praćenje svih dobivenih pokazatelja nautičke ponude i potražnje. Državni zavod za statistiku u obliku statističkih ljetopisa sustavno provodi, prati i evidentira fizičke pokazatelje prometa nautičkog turizma Hrvatske. Nadalje, Institut za turizam Tomas Nautika utvrđuje profile nautičara koji posjećuju Hrvatsku, omogućava i donošenje zaključka o trendovima nautičke turističke potražnje i ukazuje na razliku u obilježavanju različitih segmenata nautičke potražnje.⁶⁸

Svrha analize je da se kroz kvalitativne i kvantitativne pokazatelje iznese trenutno stanje tržišta nautičkog turizma u Hrvatskoj.

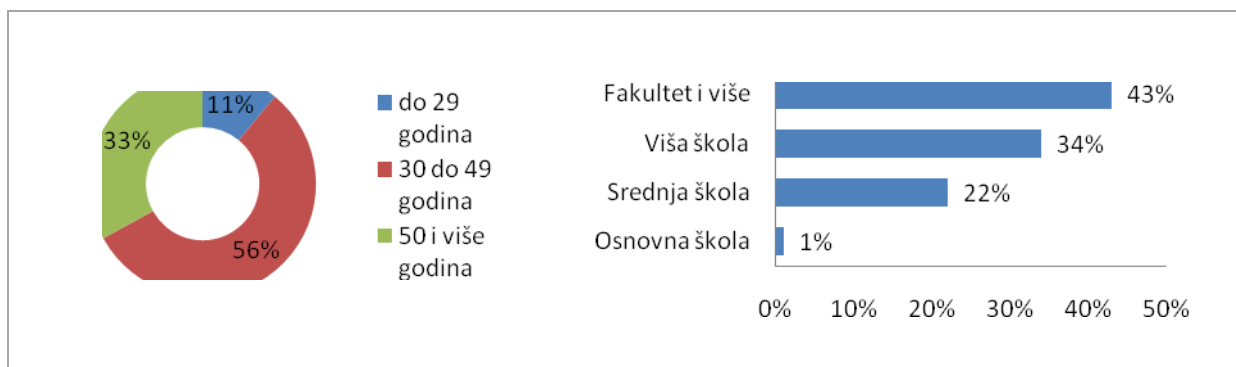
7.1.1. Kvalitativna analiza trenutnog stanja nautičkog turizma u Hrvatskoj

Za kvalitativnu analizu trenutno stanja nautičkog turizma u Hrvatskoj potrebno je sagledati ukupno nautičku potražnju te izvršiti kontinuirano ispitivanje i istraživanje različitih obilježja putovanja i boravka nautičara. Kvalitativna analiza provodi se usporedbom sa pokazateljima dobivenih istraživanja Instituta za turizam, usporedno za 2004. i 2007. g. osobnim intervjuom 2.144 nautičara (875 u čarteru) u 28 hrvatskih marina.⁶⁹ (grafikon 13)

⁶⁷ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str.316

⁶⁸ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str.317

⁶⁹ Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika 2007, Institut za turizam, Zagreb, 2008.





Grafikon 13. Zastupljenost nautičara u Hrvatskoj u 2012. g

Izvor :Izrada autora, Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, Institut za turizam, TOMAS nautika, 2013

Iz priloženog grafikona možemo vidjeti da prevladava srednja dobra skupina nautičara, sa srednjim godinama od 45 godine u prosjeku. Čarteraši su nešto mlađi te su njihove prosječne godine 41. Za razliku od prijašnjeg istraživanja 2010 godine, povećao se broj obrazovanih nautičara u Hrvatskoj za 30% što se vrlo velik broj.

Prosječna neto primanja nautičara koji posjećuju Hrvatsku je 3.500 eura, što je porast sa razlikom da je istraživanje 2010. g. pokazalo da je bilo 47% nautičara sa primanjem iznad 2000 eura dok je prosječna mjesečna neto primanja iznosila 3.200 eura.

		
	%	%
Prvi posjet	11	14
Drugi posjet	13	13
3 do 5 posjeta	26	34
6 i više posjeta	50	39

Tablica 4. Učestalost dolaska nautičara u Hrvatsku u 2010. i 2012. g.

Izvor : Izrada autora, Stavovi i potrošnja nautičara, TOMAS nautika 2013, Institut za turizma, Zagreb 2013.

U 2010. godini, oko 80% nautičara je već više od tri puta plovilo u Hrvatskoj. Čak, 49% među njima Hrvatsku su posjetili preko 6 puta, a njih 9% plovilo je prvi puta. Nautičari koji prvi put plove u Hrvatskoj su : Britanci (31%), Slovaci (28%), Nizozemci, Poljaci, Francuzi i Česi (14-19%). Oni sa šest i više posjeta čine Slovenci(68%) i Nijemci (56%). U Hrvatskoj, možemo reći udio vjernih nautičara iz godine u godinu raste što je vrlo dobar i poticajni razlog za daljnji razvoj nautičkog turizma. 16% čarteraša u 2012. godini prvi su put u

Hrvatskoj prema 6% na vlastitim plovilima. Najviše novih čarteraša su Šveđani. Francuzi i Britanci na plovilima većim od 13m.

Nadalje, kvalitativni pokazatelji se gledaju kroz čitav segmenata zbog kojih se radi ovo istraživanje kao što su izvori informacija koji nautičari koriste, vrsta prijevoznog kojim nautičaru posjećuju Hrvatsku, obilježja plovidbe nautičara, broj osoba u plovidbi u Hrvatskoj i slično. Sve su to bitni segmenti u sagledavanju analize kvalitativnog trenutnog stanja tržišta zbog kojih se rade strateški planovi i ciljevi da bi se ostalo u skladu sa konkurencijom. Tako su rezultati ovog kvalitativnog istraživanja Tomas nautike 2012. g. pokazali da nautičari u Hrvatskoj:⁷⁰

- više koriste internet kao izvor informacija,
- smanjuje se prosječna duljina plovidbe i boravak,
- smanjena potražnja za dodatnim aktivnostima na destinaciji,
- povećano zadovoljstvo boravkom,
- smanjeni prosječni dnevni izdaci nautičara.

Nadalje vidimo da je :

- povećan broj plovila u čarteru (8%, 2007. – 2012.),
- smanjen broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma (15%, 2007. – 2012.),
- smanjeno statističko praćenje nautičkog turizma: od 2009. godine Državni zavod za statistiku ne evidentira noćenja u lukama nautičkog turizma, ne prati čarter djelatnost niti prijave boravka plovila / osoba.

7.1.2. Kvantitativna analiza trenutnog stanja nautičkog turizma Hrvatske

Nautički se turizam u Hrvatskoj razvijao neplanski te nekontrolirano. Mnoga područja su izgrađena samo zato da se zadovolji potrebama ubrzano rastuće nautičke turističke potražnje. Mnoge marina izgrađene su na područjima krhke ekološke ravnoteže te na područjima koje nemaju prostora za napredak i razvoj. Hrvatskoj, međutim, možemo reći takve poteškoće ne smetaju jer iz godine u godinu bilježi povećanje broja dolazaka te ostvarenih noćenja turista, ali i povećanje prihoda nautičkog turizma posebice onoga za mega jahte. Smještajni kapaciteti u sljedećoj tablici prikazuju broj marina na Jadranu od Savudrije do rta Oštro, te ukupne brojeve vezova na kopnu i moru.(tablica 5) Hrvatska bilježi veliko povećanje broja luka

⁷⁰ Stavovi i potrošnja nautičara, TOMAS nautika 2013, Institut za turizam, Zagreb 2013

nautičkog turizma koje je naraslo od 2000. do 2010. za gotovo 63%, dok je porast marina iznosi 27% za to isto razdoblje.

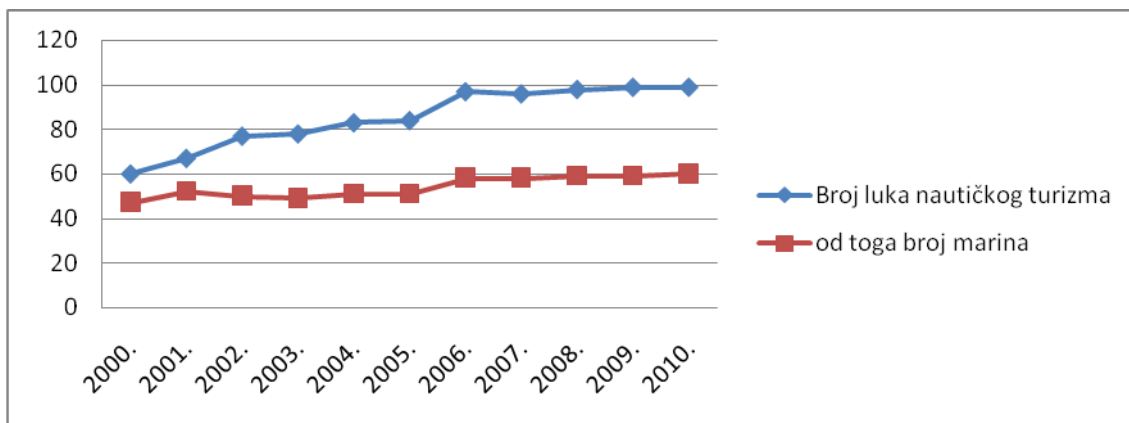
GODINA\LUKA	BROJ LUKA NAUT. TUR	od toga broj marina	BROJ VEZOVA (more) .	BROJ VEZOVA (kopno)	Verižni indeks broja luka
2000	60	47	12863	7330	
2001	66	51	14009	6789	110
2002	74	49	13878	5169	112,12121
2003	75	48	14730	5618	101,35135
2004	83	50	15047	5518	110,66667
2005	84	50	15058	5065	101,20482
2006	95	56	15827	5127	113,09524
2007	94	56	15834	5186	98,947368
2008	97	58	16430	5189	103,19149
2009	98	58	16848	5209	101,03093

Tablica 5. Smještajni kapaciteti luka nautičkog turizma

Izvor : Izrada autora, Betin I., Statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj od 2000. do 2011. Godine, Split 2012.

Broj vezova u moru 2010. g. u odnosu na 2000. g. tako je narastao za 31%, dok jedini pad hrvatski nautički turizam bilježi u broju vezova na kopnu koji je za to isto razdoblje pao za 30,08%.

Kapaciteti luka nautičkog turizma rastu iz godine u godinu, a shodno tome i povećava se 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. (42.570m). Nakon 2005. g. kapaciteti se nešto smanjuju zbog pojave globalne ekonomske krize koja je upropastila gospodarstvo diljem svijeta.(grafikon 14)



Grafikon 14. Kapaciteti luka nautičkog turizma u razdoblju od 2000. 2010.g.

Izvor : Izrada autora, Betin I., Statistička analiza turizma u Republici Hrvatskoj od 2000. do 2011. Godine, Split 2012.

Struktura vezova luka nautičkog turizma s obzirom na dužinu plovila pokazuje da je zastupljeno najviše plovila duljine od 10- 15 m, velikih 46% dok su brodovi preko 15% jako malo zastupljeni. Mega jahte nemaju dovoljno izgrađenu infra i suprastrukturu koja ih privlači na ovaj dio Mediterana. Nekad su nedovoljne prirodne ljepote Jadrana. Međutim, iako slabo mega jahtama se iz godine u godine bilježi porast dolazaka, te možemo reći da su one u svakom slučaju izgurale plovila do 6m koje danas praktički više ni ne postoje.

U kvantitativne podatke ubraja se još čitav niz segmenata koji sačinjavaju ukupnu potražnju nautičara kao što su, strukture noćenja u lukama nautičkog turizma, struktura mjesta noćenja, plovila u lukama prema zastavi plovidbe, ostvareni prihodi i mnogi drugi.

Cilj je Republike Hrvatske, ovim istraživanjem, da se prihod od nautičkog turizma udvostruči u idućih 10. godina, za što je potrebno osigurati 15.000 novih vezova. Od toga broja 5.000 vezova bilo bi sagrađeno u 15 novih marina.⁷¹Raznorazni stručnjaci na polju ekologije mora i utjecaja na okoliš programiraju reorganizaciju i obnovu postojećih luka nautičkog turizma, da bi se izbjeglo onečišćenje okoliša, te tako se izbjegle gradnje novih marina koje uvelike narušavaju more i podmorje. Nautičari su izuzetno dobri potrošači koji prema statističkim podacima troše 100 eura po danu s prosječnim boravkom od dva tjedna, što je 47% više od potrošnje prosječnih stacioniranih turista koji dnevno troše 55 eura po danu. Oko 65% stranih nautičara koji plove Jadranom je visokoobrazovano, a imaju plaću višu od 3.000 eura.⁷²

⁷¹ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 333

⁷² Stavovi i potrošnja nautičara, TOMAS nautika 2007, Institut za turizam, Zagreb, 2008.

7.2. Strategija i program razvoja nautičkog turizma Hrvatske

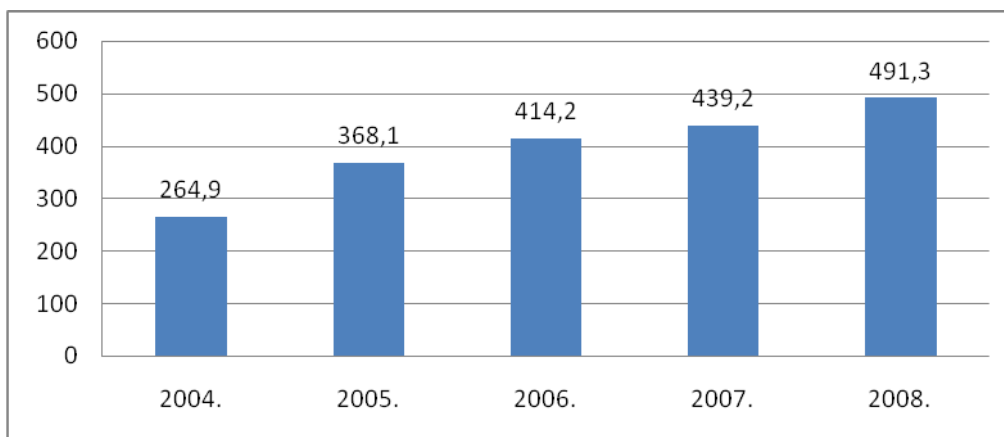
Nautički turizam, kao relativno novi segment, turizma mora imati razrađenu strategiju razvoja. U svim segmentima nautičkog turizma u svijetu bilježi se rast prihoda i prodaje. Velik iskorak u razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj učinjen je izradom Studije razvoja nautičkog turizma (2006. g.) jer se upravo iz nje razvila i Strategija razvoja nautičkog turizma Hrvatske (2008.g.).⁷³ Vizija razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj sasvim sigurno se mora temeljiti na prirodnim i kulturnim ljepotama naše zemlje, te u konačnici da takav razvoj bude prepoznat i vodeći segment turizma na Mediteranu. Hrvatska, kao što sam puno puta napomenuo, ima velike potencijale, međutim nedovoljan razvitak nacionalnog gospodarstva te loša poslovna i pomorska politika kočice investicije te onemogućuju kvalitetan razvoj u tom segmentu. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture navelo je u Strategiji razvoja nautičkog turizma Hrvatske da se prvenstveno mora unaprijediti kvalitativno i kvantitativno razina usluge, zatim misiju razvoja koja će se temeljiti na očuvanju kulturnih i prirodnih baština naše zemlje te omogućiti zaposlenje te rast standarda.

Nautički turizam jedan je od najekspanzivnijih oblika turističkog prometa. Primjera radi, čak 80% turističkog prometa u Hrvatskoj ostvaruje se na obalama otočnog i kopnenog dijela Jadrana. Strategija razvoja nautičkog turizma iz tog razloga mora biti najkompetentnija za budućnost. Ponuda luka nautičkog turizma u najvećoj mogućoj mjeri privlači takvu klijentelu. Mnogi nautičari, čak, ne upravljaju i ne sudjeluju u upravljanju brodom i ne poznaju osnovne nautičke navigacije. Taj segment dovoljno govori o tome, da su danas brodovi statusni simbol te onaj pravi "gušt" plovidbe se davno izgubio. Trend veličine brodove se povećava iz godine u godinu, te su danas mega jahte postale manji kruzeri, međutim ostavljaju veliki profit tamo gdje se nalaze. Tržište nautičkog turizma strahovito brzo raste, a sa tim i konkurencija. Danas, se luke nautičkog turizma moraju, gotovo svakodnevno, osuvremenjivati kako bi pratili trend konkurencije. Porast broja mega jahti, govori nam o tome da se promijenila struktura tržišta nautičkog turizma. Nautičari traže najbolju moguću uslugu. Zanimljivo je napomenuti, da usprkos konstantnoj gradnji marina te obnovama postojećih opet akutno fali nedostatak odgovarajućih vezova. Nezaustavljivi porast potražnje nameće brži tempo izgradnje novih

⁷³ Gračan D., Alkier Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2011, str. 340

vezova, posebice na Mediteranu i Floridi.⁷⁴Tako veličina plovila u današnjem pogledu nautičkog turizma igra ključnu ulogu u segmentaciji tržišta.

Strateški ciljevi su tako, mogli bi reći, doneseni zbog konstantnog povećanja prihoda od nautičkog turizma. (grafikon 15)



Grafikon 15. Prihodi od nautičkog turizma u RH od 2004.-2008.

Izvor : Izrada autora, Marušić, E. Nautički turizma i strateško planiranje u nautičkom turizmu u RH, Pomorski fakultet u Splitu, Split 2012. str. 43

Nezadovoljavajuće stanje nautičkog turizma nužno je preoblikovati u svim segmentima. Prirodne ljepote i kulturni resursi nisu dovoljan segment privlačenja gostiju. Hrvatska, možemo reći, donekle i prati trendove povećanja brodova povećanjem broja vezova.

Vez prema dužini plovila	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
<6m	1.876	1.094	1.019	1.056	1.054
6-8m	2.450	2.154	2.116	2.144	2.128
8-10m	3.540	3.387	3.535	3.566	3.602
10-12m	3.825	3.987	4.300	4.657	4.532
12-15m	2.694	2.883	3.294	2.757	3.059
15-20m	783	1.151	1.273	1.188	1.514
više od 20m	239	402	436	466	514
Ukupan broj vezova	15407	15058	15973	15834	16 403

Tablica 6. Ukupan broj nautičkih vezova u RH od 2004.-2008. godine

Izvor : Izrada autora, Marušić, E. Nautički turizma i strateško planiranje u nautičkom turizmu u RH, Pomorski fakultet u Splitu, Split 2012. str. 50

⁷⁴ Marušić E. : Nautički turizam i strateško planiranje u nautičkom turizmu u RH, Pomorski fakultet u Splitu, Split 2012.

Zaključno, hrvatski nautički turizam sasvim sigurno ima brojna obilježja koja se mogu nazvati konkurentnim prednostima, ali i mnogo obilježja koje mogu biti i koji predstavljaju konkurencijske nedostatke. U Hrvatskoj prirodno okruženje osigurava visok stupanj zadovoljstva, međutim usluge u marinama nisu u skladu sa konkurencijom te se taj segment u budućnosti mora donijeti na znatno višu razinu da bi se pratili trendovi konkurencije.

8. ZAKLJUČAK

Nautički turizam je sasvim sigurno jedan od najperspektivnijih oblika turističke ponude koji svoju konkurentnost temelji na prirodnim ljepotama zatim moru te otocima. Neravnomjernost prostornog razvoja rezultira njegovom privlačnošću, upravo iz razloga što se na takvim mjestima grade većine nautičkih luka. Marine se na nekim mjestima niti ne planiraju izgraditi, međutim potražnja nautičke ponude je izrazito velika te ne postoji drugi način kako bi se zadovoljila ukupna ponuda. U tom pogledu, jako je važno sustavno planirati razvoj te budući smještaj luka nautičkog turizma. Luka je složeni sustav koji zahtijeva konstantno ulaganje te investiranje u postojeće kadrove kako bi funkcionirala na najvišem mogućem nivou. Luku kao poslovnog subjekta treba racionalno sagledati radi optimalne valorizacije prostora kako bi se ostvarili ciljevi poslovanja. Svaka luka je izgrađena na najvrednijem prostoru na zemlji, a to je pomorsko dobro, stoga planiranje za izgradnju takve luke ima veliko značenje. Nautičarima su najprivlačnije luke koje se nalazi u prelijepim pejzažno uređenim sredinama i luke koje se nalaze u središtima grada, te u konačnici njih najradije posjećuju.

Kod projektiranja luka namijenjenih za prihvat mega jahti potrebo je uzeti u obzir mnogo relevantnih čimbenika jer o njima ovisi i cjelokupna investicija. Kao prvo ističe se izbor lokacije koji može cjelokupnu investiciju bitno povećati ili bitno smanjiti. Svaka novo izrađena luka mora imati fizičko- geografske karakteristike koje joj omogućavaju zaštitu akvatorija. Jednako bitan segment je blizine luke nautičkog turizma i gradske četvrti. Taj sustav omogućava lakše planiranje komunalne infrastrukture, lakše opskrbe te klimatskih prilika itd. Za planiranje luke vrlo je važno i dobro arhitektonsko rješenje koje, u mnogo čemu, ovisi o lokaciji i stručnosti projektanta. Projektant je u tom dijelu dužan projektirati pristane plovila tako da budu odgovarajućeg izgleda te da svakom korisniku veza omogućavaju individualnost. Kao što sam napomenuo u radu, kod projektiranja luke potrebno je poštivati gradnju ranijih gradnji te se prilagoditi nautičkoj tradiciji toga kraja. Prostor buduće nautičke luke treba što optimalnije iskoristiti jer se za izgradnju koriste najkvalitetniji obalni prostori.

Hrvatski nautički turizam iz godine u godinu bilježi sve bolje rezultate, međutim u Hrvatskoj se luke nautičkog turizma nisu prilagodili trendu povećanja brodova tako da u tom segmentu bilježimo slabe rezultate. Tek nekolicina marina u Hrvatskoj nudi prihvat plovila većih od

50m što je s obzirom na konkurenciju poražavajući podatak. Mediteran je svakako najpoželjnije odredište za plovidbu, nakon Mediterana te Hrvatska tu ima niz komparativnih prednosti. Hrvatske su marine konkurentne zemljama na Mediteranu po svojim prirodnim ljepotama, iznimnoj razvedenosti te očuvanoj prirodi. Međutim, slaba ponuda posebice za mega jahte te nedostatak infrastrukture i usluge kronične su slabosti nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Svakako, radom je potvrđeno da je razvijanje turizma, a posebno nautičkog turizma neophodno da razvoj lokalne zajednice jer nautički turizam privlači elitnu klijentelu velike platežne moći. Sa izgrađenim marinama izgrađuju se i svi ostali kompleksi koji su uže povezani sa marinom, te dolazi do sve većeg zapošljavanja stanovništva što je jedna od najvećih prednosti ovoga segmenta.

Hrvatski je nautički turizam izradom strategije razvoja dao jasnu poruku da je u okvirima europskog nautičkog tržišta izrazito konkurentan. Potražnja je tokom godina veća od ponude te, sasvim sigurno možemo reći, projekti su usmjereni ka izgradnji novih marina, novih luka nautičkog turizma koji će biti primjer konkurencije drugima.

LITERATURA

Knjige

1. Kovačić M., Dundović Č. : Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka 2012.
2. Šamanović J. : Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split 2002.
3. Ivošević D. : Nautički turizam Hrvatske, vlastita naklada Novigrad (istarski), Novigrad 1995.
4. Gračan D., Alkier- Radić R., Uran M. : Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2010
5. Luković T., Šamanović J. : Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut Split, 2007.
6. Dulčić A. : Nautički turizma i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokon, Split. 2002.
7. Dundović Č., Kesić B. : Tehnologija i organizacija luka, Pomorski fakultet u Rijeci, 2001.
8. Marušić E. : Nautički turizam i strateško planiranje u nautičkom turizmu u RH, Pomorski fakultet u Splitu, Split 2012.

Članci

1. Dundović Č., Grubišić N. : Luke nautičkog turizma – čimbenik turističkog i gospodarskog razvitka RH, Suvremeni promet, Promet i turizam, pregledni članak, Zagreb 2001. str. 317- 321
2. Gračan D., Alkier Radić R., Vizjak A. : Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu , Opatija 2007, članak, str. 110-125
3. Favro S. : Skripta nautički turizam, Sveučilište u Splitu, Split 2011.
4. Žanić Mikuličić J. : Perspektiva luka nautičkog turizma u Hrvatskoj, Suvremeni promet god. 32. (2012), br. 1-2 (138- 140)
5. Kovačić M., Gržetić Z., Dundović Č. : Planiranje i izbor lokacije za luku nautičkog turizma u funkciji održivog razvoja, „Naše More“ 52 (3-4)/2006., Dubrovnik, 118-124

6. Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, TOMAS Nautika 2007, Institut za turizam, Zagreb, 2008.
7. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture i Ministarstvo turizma, Strategija razvoja nautičkog turizma Hrvatske za razdoblje od 2009.-2019., Zagreb, prosinac 2008.
8. „Naše More“ – godište 59, broj 5-6 str. 279- 289.
9. „Naše More“- broj 1-2., str. 61-69.
10. „Suvremeni promet“ – godište 32, broj 1-2, str. 138- 139.
11. Izložbeni primjerak, „Trogir brošura jahte“ sa Zagrebačkog sajma nautike 2014. godine.
12. Clinton, W., Chamberlain, J. : (1983) Marinas, Published by national marine manufactures associations, New York, p. 19 i 20.

Magistarski radovi, studije

1. Vukorepa V., Prednosti i nedostaci razvoja nautičkog turizma na Mediteranu, diplomski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split rujan. 2013.
2. Kovačić M. : Model organizacije sjevernojadranskih luka nautičkog turizma u funkciji održivog razvoja, magistarski rad, Pomorski fakultet u Rijeci, 2004.

Zakoni, uredbe, projekti, strategije

1. Zakon o koncesijama, NN br. 89/92, 125/08.
2. Zavod za prostorno uređenje : Mogućnost razvoja luka nautičkog turizma.
3. Hrvatski zavod za statistiku, Godišnji broj plovila u tranzitnom vezu 2012. Godine
4. Državni zavod za statistiku, Priopćenje 2012.
5. Zakon o otocima, NN 34/99 I 32/02.
6. Zakon o prostornom uređenju i gradnji, NN 76/07.
7. Zakon o turističkoj djelatnosti, NN 8/96, 19/96 i 76/98.
8. Uredba o postupku davanja u koncesiju na pomorskom dobru, NN 23/04.
9. Uredba o postupku davanja koncesije na pomorskom dobru, NN 23/04, 101/04, 39/06, 63/08.
10. Uredba o postupku davanja koncesijskog odobrenja na pomorskom dobru, NN 36/04.
11. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizacija luka nautičkog turizma, NN 142/99, 47/00, 121/00, 45/01, 108/01, 68/07

Internet stranice

1. Stranica koja prikazuje luku nautičkog turizma povezanu sa središtem grada, http://www.cruiserswiki.org/wiki/Marina_Genova_Aeroporto (10.5.2014)
2. ACI-jeva marina u Puli, te ostale ACI marine dostupne su na ovoj web stranici, <http://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Nautika/Marina/Mjesto/Pula/ACI-marina-Pula> (11.5.2014)
3. Ulaganje u Komolac, slika operativne obale, : <http://www.portaloko.hr/clanak/> (12.5.2014).
4. <http://www.marmontis.hr/ingemar.html>
5. Princip vezivanja na muring, [http://de.wikipedia.org/wiki/Mooring_\(Kette\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Mooring_(Kette)) (15.5.2014.)
6. Projekt Brodo- Trogir
http://yachtsincroatia.com/novosti/3108/trogir_prve_jahte_u_marini_vec_na_ljeto
7. Stranica Brijuni Riviere, o projektu Katarina- Monumenti
http://www.brijunirivijera.hr/en/program/lokacija_otok_sv._katarina_i_monumenti_en
8. Kompletan projekt Katarina- Monumenti u sklopu projekta Brijuni Riviera
http://www.coin.hr/webdoc/Studija_Katarina_i_Monumenti_ENG.pdf,
9. Projekt Mandalina u Šibeniku, <http://www.archello.com/en/project/mandalina-resort#>
10. ACI-jevo izvješće o poslovanju, <http://www.aci.hr/media/141103/izvjesce-o-poslovanju-za-prvo-tromjesecje-2013.pdf>
11. <http://marina-hramina.com/>
12. <http://marinafrapa.com/hr/marina/o-nama/>
13. <http://www.wish.hr/2011/12/francuske-marine/>
14. <http://www.portvauban.net/presentation-du-port-vauban/>
15. <http://www.yacht-club-monaco.mc/>
16. www.pangea.org
17. <http://www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/>
18. <https://www.hgk.hr/category/udruzenja/udruzenje-nautickog-turizma-marina>

POPIS SLIKA

Slika 1- Luka Genova Aeroporto u kojoj je luka povezana sa gradskim središtem.....	9
Slika 2- ACI marina u Puli	10
Slika 3- Operativna obala	20
Slika 4- Fiksni gat	21
Slika 5- Plutajući gat	21
Slika 6- Princip vezivanja na muring	23
Slika 7- Marina "Admiral" u Opatiji sa dvostrukim vezovima.....	23
Slika 8- Projekt Brodo- Trogir te primjer smještajnih jedinica.....	24
Slika 9- Riječki lukobran.....	25
Slika 10- Planirani kompleks izgradnje projekta Katarina- Monumenti.....	30
Slika 11- Prikaz projekta Katarina monumenti	32
Slika 12- Projekt SCT marine	34
Slika 13- SCT marina Trogir.....	35
Slika 14- Mandalina resort	36
Slika 15- Mandalina resort	37
Slika 16- ACI marina Rovinj	42
Slika 17- Marina Frapa.....	44
Slika 18- Marina Dalmacija	48
Slika 19- Luka Brijuni	49
Slika 20- Marina Port Vauban, Antibes, Francuska.....	53
Slika 21- Yaht Club de Monaco	54
Slika 22- Marina Porto Cervo	57
Slika 23- Marina Port Adriano, Mallorca.....	59
Slika 24- Marina Port Vell, Barcelona	60
Slika 25- Gouvia Marina, Krf	63

POPIS TABLICA

Tablica 1. Tablični prikaz luka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj	41
Tablica 2. Pregled nautičkih kapaciteta navedenih zemalja.....	64
Tablica 3. Benchmarking nautičke ponude u Republici Hrvatskoj i Mediterranskim zemljama	66
Tablica 4. Učestalost dolaska nautičara u Hrvatsku u 2010. i 2012. g.....	69
Tablica 5. Smještajni kapaciteti luka nautičkog turizma.....	71
Tablica 6. Ukupan broj nautičkih vezova u RH od 2004.-2008. godine.....	74

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Potražnja stalnih plovila po državi.....	28
Grafikon 2. Potražnja tranzitnih plovila po državi	28
Grafikon 3. Trend rasta duljine plovila usporedba 2010./2009.....	32
Grafikon 4. Prikaz broja vezova prema metraži broda.....	39
Grafikon 5 . Prikaz broja stalnih vezova prema dužini plovila	40
Grafikon 6. Prikaz tranzitnih broja vezova prema dužini broda	40
Grafikon 7. Struktura prihoda ACI d.d.	43
Grafikon 8. Ukupni prihodi te broj vezova 2011. godine za navedene marine.....	45
Grafikon 9. Neto dobit te broj vezova u 2011. godini za navedene marine.....	45
Grafikon 10. Struktura prihoda Marine Hramina d.o.o.....	47
Grafikon 11. Struktura prihoda Marine Dalmacija d.o.o.	48
Grafikon 12. Usporedba broja vezova na jedan kilometar obale	65
Grafikon 13. Zastupljenost nautičara u Hrvatskoj u 2012. g	69
Grafikon 14. Kapaciteti luka nautičkog turizma u razdoblju od 2000. 2010.g.....	72
Grafikon 15. Prihodi od nautičkog turizma u RH od 2004.-2008.....	74

SAŽETAK

Nautički turizam jedan je od najbrže rastućih oblika turizma te se većinom sve zemlje koje izlaze na more orijentiraju na ovakav oblik turizma. Luke nautičkog turizma ključni su nositelji razvoja u sustavu nautičkog turizma. One su i složeni sustavi, koji se moraju planirati, projektirati te da bi se izgradile i investirati radi optimalne valorizacije prostora. Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma zahtijeva veliki posao projektantima. Luku je moguće graditi samo na planski određenim lokacijama te nakon odabira lokacije slijedi analiza o projektiranju i planiranju luke nautičkog turizma. Pored ovih temeljnih dokumenata prije samog izbora lokacije prethodi izrada studije utjecaja na okoliš, maritimnog elaborata te prometne studije. Završna točka ovoga procesa je izgradnja luke nautičkog turizma.

Ključne riječi : nautički turizam, mega jahte, projektiranje

SUMMARY

Nautical tourism is one of the fastest growing forms of tourism and the majority of all countries that emerge are oriented on this kind of tourism. The nautical ports are the key agents for development and progress in nautical tourism. These kind of ports are complex systems that are planned and specifically designed, and to build them investments are required for optimal evaluation of space. Planning and designing of ports for nautical tourism requires a great deal of work for designers. The port can be built only on the planned specific locations, and after choosing a adequate site, analysis of the designing and planning of ports are followed. Before the site selection, in addition to these basic documents, precedes the environmental impact studies, maritime studies and traffic studies. The final point of this process is the construction of ports for nautical tourism.

Keywords : nautical tourism, mega yahts, designing