

# Nautički turizam

---

**Bardak, Hanja**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:089450>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-31**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultete ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

IME I PREZIME  
Hanja Bardak

NAUTIČKI TURIZAM  
Diplomski rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultete ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

IME I PREZIME

Hanja Bardak

NAUTIČKI TURIZAM

Diplomski rad

JMBAG: 0145023264, izvanredni student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Turizam

Znanstvena grana: Selektivni turizam

Mentor: doc.dr.sc. A. Vitasović

Pula, 2019.

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Hanja Bardak, kandidatkinja za magistricu ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Poslovna ekonomija, Turizam i razvoj ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, \_\_\_\_\_, 2019 godine

IZJAVA  
o korištenju autorskog djela

Ja, Hanja Bardak dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Nautički turizam koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

\_\_\_\_\_

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. HIPOTEZE RADA.....	1
1.2. CILJEVI I SVRHA ISTRAŽIVANJA.....	2
1.3. STRUKTURA RADA I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....	2
2. NAUTIČKI TURIZAM – DEFINICIJA, POVIJEST I OBILJEŽJA.....	4
2.1. POJMOVNO ODREĐENJE.....	4
2.2. POVIJEST RAZVOJA.....	7
2.3. OBILJEŽJA I VRSTE NAUTIČKOG TURIZMA.....	10
3. SUVREMENI UVJETI I TRENDOVI U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA.....	14
3.1. O SUVREMENOM TURIZMU .....	14
3.1.1. PROMJENE U OKRUŽENJU.....	15
3.1.2. PROMJENE NA STRANI SUVREMENE TURISTIČKE POTRAŽNJE..	17
3.1.3. PROMJENE NA STRANI TURISTIČKE PONUDE U SUVREMENO DOBA .....	17
3.2. ULOGA SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA U SUVREMENO DOBA .....	20
3.3. UVJETI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA .....	24
3.4. MEĐUNARODNI TRENDOVI U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA.....	28
4. AKTUALNO STANJE NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ ....	32
4.1. POVIJESNI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	32
4.2. POLITIKA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	34
4.3. KVALITATIVNI PODACI.....	35
4.3.1. PRIRODNA OSNOVA.....	36
4.3.2. KOMPARATIVNE I KONKURENTSKE PREDNOSTI HRVATSKE.....	36
4.4. KVANTITATIVNI PODACI .....	39
4.4.1. TURISTIČKA PONUDA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE .....	39
4.4.2. TURISTIČKA POTRAŽNJA .....	43
5. PREPORUKE I SMJERNICE ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	50
5.1. OSNOVNI OGRANIČAVAJUĆI ČIMBENICI.....	50
5.1.1. INFRASTRUKTURA .....	52
5.1.2. ODNOS SPRAM OKOLIŠA I ODRŽIVI RAZVOJ.....	53

5.1.3. PITANJA SIGURNOSTI.....	55
5.2. OKVIR RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	56
5.3. KRITIČKI OSVRT AUTORA .....	58
6. ZAKLJUČAK .....	61
LITERATURA .....	63
POPIS SLIKA .....	65
POPIS TABLICA.....	66
POPIS GRAFIKONA.....	67
SADRŽAJ .....	68
SUMMARY .....	69

# 1. UVOD

Nautički turizam se često u javnosti prezentira kao jedan od najperspektivnijih selektivnih oblika turizma na primjeru obalnih destinacija. U tom kontekstu on je predstavljen kao integrirani turistički proizvod koji ima potencijal maksimiziranja turističke potrošnje, a čime turističkim destinacijama donosi razmjerno veće prihode.

Iako relativno novi turistički proizvod, a što se potvrđuje relativno kratkom poviješću razvoja i egzistiranjem na međunarodnom turističkom tržištu, nautički turizam bilježi intenzivan rast u destinacijama koje prepoznaju isti kao strateški smjer razvoja, te ulažu napore i sredstva u razvoj potrebite infrastrukture te cjelokupne turističke ponude istoga. S obzirom na niz koristi i snaga koje ovaj selektivni oblik turizma bilježi i donosi, pojedine turističke destinacije isti razvijaju usporedno i integrirano s ostalim selektivnim oblicima turizma. Pri tome se primijenjuje strategija integracije turističkih proizvoda.

Republika Hrvatska ima zavidan potencijal za razvoj nautičkog turizma, no konkretniji pomaci u proteklim razdobljima nisu evidentirani. Moguće je tek govoriti o začecima njegova razvoja, koji je više ili manje uspješan na primjeru pojedinih obalnih destinacija ove države. Među brojnim kritikama koje se posvećuju nautičkom turizmu Hrvatske svakako treba istaknuti slabu razvijenost institucionalnog okruženja, niske investicije, lošu i nerazvijenu infrastrukturu te slično.

## 1.1. HIPOTEZE RADA

Nautički turizam jedan je od dominantnijih turističkih proizvoda na međunarodnom tržištu i okviru suvremene turističke potražnje. Potražnja za istim ima intenzitet rasta, što predstavlja argument u svezi mogućnosti njegova budućeg razvoja.

Nautički turizam donosi brojne prednosti turističkim destinacijama i poslovnim subjektima koji sudjeluju u njegovoj ponudi, a prvenstveno se ukazuje na financijski doprinos, odnosno maksimiziranje profita ili zarade u turizmu. Razlog tome očituje se u činjenici kako je riječ o profilu turista veće platežne moći.



U svrhu zadovoljenja sofisticirane i kompleksne turističke potražnje u domeni nautičkog turizma, pored investicija u osnovnu infrastrukturu i ostale esencijalne elemente, posebice je značajno investirati u obogaćenje turističke ponude, točnije u zabavne sadržaje. Jedan od korisnih prijedloga jest integriranje nautičkog turizma s ostalim selektivnim oblicima turizma.

Republika Hrvatska suočava se s brojnim ograničavajućim čimbenicima koji usporavaju realni potencijal rasta nautičkog turizma. Vodeći problemi očituju se u području institucionalnog okvira, integracija i angažmana dionika, investicijske klime i okruženja te slično.

## **1.2. CILJEVI I SVRHA ISTRAŽIVANJA**

Cilj istraživanja jest razmotriti i pojasniti osnovne značajke i obilježja nautičkog turizma. Pored toga, cilj je obraditi njegove funkcije, koristi i eventualne nedostatke, kao i istražiti profil turista u nautičkom turizmu. U kontekstu ostalih ciljeva treba istaknuti analizu međunarodnih trendova u razvoju turizma.

Svrha rada je obraditi problematiku nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. Naglasak se postavlja na aktualno stanje, vodeće probleme i ograničenja, te potrebite smjernice i preporuke za poticanje njegova intenzivnijeg razvoja.

## **1.3. STRUKTURA RADA I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA**

Rad se sastoji od četiri poglavlja, uvoda i zaključka. Prvo poglavlje daje opsežniji uvod u problematiku rada, koje je posvećeno definiranju nautičkog turizma, razvrstavanju njegovih obilježja i osnovnih specifičnosti, te pregledu povijesnog razvoja na međunarodnoj razini.

Sljedeće poglavlje obrađuje suvremeni turizam. Točnije pristupa se analizi selektivnih oblika turizma i njihova doprinosa suvremenom turizmu. Kako bi isto bilo jasnije razrađuju se promjene, izazovi i trendovi na suvremenom turističkom tržištu, te se ukazuje na uvjete i suvremene trendove u razvoju ovog selektivnog oblika turizma kao zasebnog turističkog proizvoda.

Naredno poglavlje posvećeno je nautičkom turizmu u Republici Hrvatskoj. Pri tome ono daje pregled njegova povijesnog razvoja, aktualnog stanja te značaja u okviru turizma ove destinacije općenito.

Posljednje poglavlje rada specificira prilike razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj. S obzirom na postojeća ograničenja ili nedostatke, ono iznosi osnovne smjernice i preporuke za unapređenje njegova dugoročno profitabilnog i održivog razvoja u suvremeno doba.

Za potrebe istraživanja korištene su sljedeće metode:

- Metoda analize i sinteze;
- Induktivna i deduktivna metoda;
- Statistička metoda;
- Metoda apstrakcije;
- Metoda komparacije;
- Metoda deskripcije.

## **2. NAUTIČKI TURIZAM – DEFINICIJA, POVIJEST I OBILJEŽJA**

Nautički turizam najjednostavnije je pojmiti kao zaseban turistički proizvod, točnije vrstu selektivnog oblika turizma koji ima potencijal razvoja na primjeru obalnih destinacija, s obzirom da su temeljni resurs istoga more i atraktivna obala. Precizno određenje razdoblja u kojemu počinje njegov razvoj vrlo je teško specificirati, a isti se veže uz intenzivniji razvoj pomorstva u zabavne i turističke svrhe. Pri tome prednjače turističke destinacije na području Europe.

U domaćoj i inozemnoj, znanstvenoj i stručnoj literaturi, često se naglašava problematika pojmovnog određenja nautičkog turizma. Iako postoje brojne definicije koje ga određuju, na međunarodnoj razini još uvijek ne postoji univerzalno usuglašenje u svezi optimalnog pristupa definiranja ovog selektivnog oblika turizma, a što je rezultat njegove kompleksnosti i multidimenzionalnosti.

U okviru ovoga poglavlja daje se opsežniji uvod u samu problematiku rada. Pri tome se pristupa pojmovnom određenju nautičkog turizma, kao i specificiranju njegovih obilježja. U svrhu kvalitetnije razrade njegova značenja obrađuje se povijesni razvoj nautičkog turizma na razini Europe, vodeće emitivne i receptivne turističke destinacije, odnosno tržišta.

### **2.1. POJMOVNO ODREĐENJE**

Pregledom znanstvene literature u svezi turizma i predmetnog selektivnog oblika, smatra se kako je nautički turizam još uvijek relativno nedovoljno istražen. Pri tome, nešto veći zaostatak evidentan je na primjeru slabije razvijenih i nerazvijenih obalnih turističkih destinacija, a u tu skupinu moguće je svrstati i Republiku Hrvatsku. Iako je riječ o jednoj od vodećih mediteranskih turističkih destinacija koje ostvaruju uspješne turističke rezultate već duži niz godina, stanje nautičkog turizma nije zadovoljavajuće.

Nautički se turizam definira na razne načine. U okviru međunarodnog turizma riječ je o turističkom fenomenu koji se u proteklih dva, tri desetljeća razvija vrlo intenzivno. U

svrhu argumentiranja navedenoga u obzir se uzimaju pokazatelji poput rasta turističke potražnje za istim, kao i generiranim turističkim prihodima.

Iako je riječ o popularnom, dinamičnom i strateškom međunarodnom turističkom pokazatelju, u današnjici su još uvijek nedorečeni razni segmenti istoga. Misli se pri tome na osnovne činitelje i razvrstavanje nautičkog turizma, tržišno obrazloženje i viziju budućeg razvoja.

Smatra se optimalnim definirati ili pojmovno odrediti nautički turizam s aspekta turizma kao međunarodnog fenomena. U tom smislu riječ je o fenomenu koji je dio onog turističkog, odnosno podvrsti turizma u njegovu punom smislu riječi (Luković, 2007).

Prema samom nazivu, nautički turizam sinergija je dvaju termina, nautike i turizma. O pojmu turizma danas postoje heterogena istraživanja i pojašnjenja, dok je pojam nautike u okviru ovoga rada potrebno detaljnije razraditi. U znanstvenoj i turističkoj literaturi on se sagledava kao skup praktičnih i teoretskih znanja u svezi plovidbe, odnosno kao sveukupnost spoznaja i vještina koje su voditelju plovidbe potrebna kako bi se osiguralo sigurno putovanje morem (Luković, 2007). Danas se nautički turizam naziva i drugim terminima poput navigacijskog turizma, yachting turizma i sličnih naziva.

U okviru pojmovnog određenja nautičkog turizma važno je istaknuti kako je riječ o ovom ili suvremenom selektivnom obliku turizma. Nautički turizam se jednostavno može pojmiti kao turistička grana koja se temelji na sadržajima povezanim s plovidbom i boravkom u lukama nautičkog turizma (Struna, 2019).

Iako se on uglavnom veže uz morske obale i turističke destinacije koje imaju izlaz na more, prema brojnim definicijama istoga, to nije nužno pravilo. Smatra se kako on može biti povezan i s ostalim vodama, a o tome se raspravlja u narednom poglavlju rada.

U domaćoj stručnoj i znanstvenoj literaturi nautički turizam poima se kao „plovidba i boravak turista, koji se nazivaju nautičarima, na plovnim objektima i u lukama

nautičkog turizma radi odmora i rekreacije (Ministarstvo turizma, 2008: 5).“ Riječ je pri tome o zasebnoj vrsti turizma koja pored plovidbe, koja se provodi u vlastitoj organizaciji, obuhvaća i kružna putovanja u organizaciji vlasnika plovnoga objekta i putničkih agencija s boravkom i/ili noćenjem turista na plovnim objektima, te plovidbu turista na plovnim objektima radi drugih oblika odmora i rekreacije. S gledišta ovog pristupa poimanja nautičkog turizma moguće je razgraničiti njegove vrste ili pojavne oblike, a o tome nešto kasnije.

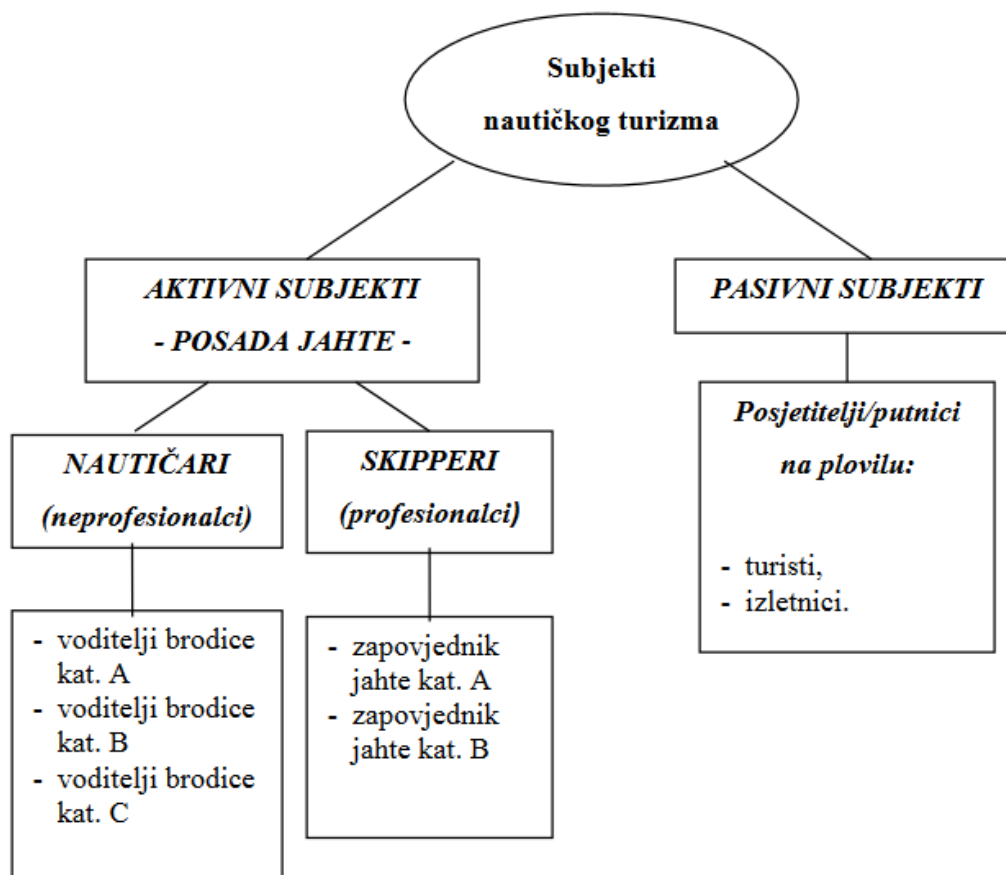
U smislu resursne osnove nautičkog turizma, poseban značaj imaju plovni objekti, kao što je i u definiciji istoga istaknuto. Misli se na plovne objekte namijenjene krstarenjima, kružnim putovanjima, ali i ostalim plovnim objektima koji su adekvatno opremljeni. Osim osnovne usluge putovanja, oni osiguravaju smještaj, prehranu i zabavu (Ministarstvo turizma, 2008).

Moguće je također istaknuti kako nautički turizam predstavlja kretanje turista u plovilima po moru, a ujedno uključuje i pristajanje u marinama te obuhvaća svu potrebitu infrastrukturu koja je potrebna za osiguranje prihvaća, odnosno uplovljavanja i boravka plovila i putnika (Geografija, 2004). Smatra se pri tome kako nautički turizam omogućuje prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i zagušenih plaža.

Optimalni pristup definiranja nautičkog turizma je onaj koji ovaj turistički proizvod razmatra kao složeni sustav. Jedna od takvih definicija je ona koja ga predstavlja kao „ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, te korištenjem plovnih objekata kao i drugih objekata povezanih za nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba (Luković, 2007: 2).“

Kako bi se optimalno ukazalo na sustavnost ovog selektivnog oblika turizma, pored samih definicija, važno je razložiti i dionike koji se javljaju u okviru ovoga sustava, a egzistiraju kao nositelji podsustava istoga (Slika 1.).

Slika 1. Dionici nautičkog turizma



Izvor: Luković, T. (2007.) *Nautički turizam Europe: kako ga definirati i razvrstati?* Izvorni i znanstven članak. *Acta Turistica Nova*. Vol.1. No.2. Listopad 2007. Str. 155.-167.

Na temelju danog prikaza potvrđuju se kompleksnost ili složenost nautičkog turizma, kao i njegova multidimenzionalnost. Riječ je o općenitim obilježjima koja egzistiraju na razini svih selektivnih oblika turizma, odnosno turizma kao međunarodnog fenomena. Kako bi se detaljnije razradili značaj i obilježja istoga, u nastavku se daju pregled njegova povijesnog razvoja i specifična obilježja nautičkog turizma.

## 2.2. POVIJEST RAZVOJA

Pri analizi povijesnog razvoja nautičkog turizma pažnja se najčešće posvećuje području Europe, odnosno Mediterana. Razlog tome očituje se u činjenici kako je značaj ovog selektivnog oblika turizma najprije prepoznat na ovome području, a sukladno tome na istome se počinje najranije razvijati.

Razvoju nautičkog turizma u Europi pogodovala je povoljna atrakcijska ili resursna osnova. Pri tome se misli na povoljne prirodne i socio-kulturne značajke koje su potaknule njegov dinamični razvoj. Mediteranska obala vrlo je dobro razvedena, a pri tome prednjače obala Jadranskog i Egejskog mora (Madžar, 2016).

Osim mora i obale, u okviru prirodne resursne osnove svakako treba istaknuti i povoljna klimatska obilježja, odnosno blagodatni mediteranske klime, u okviru koje dominiraju topla i suha ljeta, te blage zime. Osim povoljnom klimom, vodeće turističke destinacije u nautičkom turizmu, a misli se na Italiju, Francusku, Španjolsku, Grčku i Tursku, obiluju kulturno-povijesnom atrakcijskom osnovom, koja upotpunjuje atraktivnost, ali i samu ponudu nautičkog turizma (Madžar, 2016).

Vjeruje se kako su razvoju nautičkog turizma na Mediteranu pogodovala povijest i tradicija korištenja ovoga područja u plovidbene svrhe. Uz poslovno korištenje, s vremenom se javlja i korištenje mora i morske obale u sportske, znanstvene i turističke svrhe (Gračan et al., 2006).

Prvi zapisi u svezi pomorskih putovanja datiraju još iz razdoblja srednjega vijeka, no u to vrijeme nemoguće je identificirati početke razvoja nautičkog turizma kakav poznajemo danas. U ovome, kao i u razdobljima prije i nakon istoga, imperativ se postavlja na područje Sredozemlja i Grčke.

Novije razdoblje i plovidbe u vrijeme istoga posvećeno je djelovanju Arapa, koji utječu na njegovo širenje u Španjolsku. Pomorske sile tog vremena bile su Genova i Venecija (Jadreško, 2016). Kao i u razdobljima prije ovoga, postojala su veslačka natjecanja, koja se osim na području Sredozemlja, odvijaju i u Engleskoj.

Značajnije promjene po pitanju razvoja nautičkog turizma zabilježene su u razdoblju velikih svjetskih otkrića, kada dolazi do pomicanja granica razvoja pomorstva. U 15. stoljeću osnovana je prva pomorska škola u Portugalu, a u narednom stoljeću javljaju se i prve pomorske karte koje su sadržavale sve značajnije upute plovidbe u poznatim središtima svijeta (Jadreško, 2016).

Kao preteča suvremenog nautičkog turizma uzimaju se u obzir prva transoceanska krstarenja, koja su zabilježena krajem 18. stoljeća. Godine 1866. Amerikanci Hudson i Fitchem prešli su Atlantik za 38 dana, a 1870. godine Dubrovčani su prvi jedrilicom prešli iz Europe u Ameriku (Jadreško, 2016). Ovime su započela prva suvremena putovanja oko svijeta, a razlikovala su se prema veličini i tipu broda s kojim su izvedeni te prema plovidbenoj ruti.

Vremensko određenje početka razvoja ovog selektivnog oblika turizma na području Europe veže se uz razdoblje od prije stotinjak godina, točnije uz početak 20. stoljeća. Do početka 1900. se nautički turizam razvijao polako, a nakon toga započinje njegov dinamičniji razvoj. U to vrijeme dolazi do prepoznavanja i razvoja ljudske potrebe za putovanjem morem u svrhu zadovoljenja potrebe za odmorom, zabavom i sličnim motivima koji dominiraju u turizmu.

Nautički turizam na ovome području počinje se intenzivnije razvijati s promjenama koje se odnose na rast standarda visoke i srednje klase, kojima obične turističke ponude nisu mogle pokriti njihove potrebe. Sukladno tome, motivacijski činitelji ili generatori njegova razvoja jesu financijski resursi i kompleksnost potreba turističke potražnje veće platežne moći (Dulčić, 2002).

Treba istaknuti kako se s razvojem nautičkog turizma usporedno razvijaju i neki novi oblici i sadržaji, a time mijenjaju njegovu strukturu i potiču razvoj nekih drugih selektivnih oblika turizma. Ovaj utjecaj evidentan je i u današnjici i smatra se iznimno korisnim.

Dinamičan razvoj nautičkog turizma utjecao je i na raznovrsnost turističke potražnje koja je motivirana ovim turističkim proizvodom. Prema tome, moguće je istaknuti četiri osnovna ciljna segmenta potrošača, koji se javljaju u okviru evolucijskog tijeka razvoja ovog selektivnog oblika turizma. Misli se na (Dulčić, 2002):

- Nautičare-vlasnike plovila – njihova plovila stacionirana su na Mediteranu tijekom čitave godine;
- Nautičare-vlasnike plovila, čija su plovila stacionirana u njihovu mjestu boravka, te ih prilikom putovanja do Mediterana prevoze kamionima ili trailerima;



- Nautičare koji za vrijeme turističkog boravka na Mediteranu uzimaju charter plovila u tuđem vlasništvu;
- Nautičare na kružnim putovanjima.

Turistička potražnja, neovisno o kojoj je skupini turista riječ, odabir destinacija vrši se na temelju brojnih čimbenika. Pri tome, dominantna obilježja jesu kvaliteta infrastrukture, povezanost s emitivnim područjem, raznolikost dodatnih sadržaja, sigurnost, cijena i kvaliteta.

U kontekstu novijeg razdoblja razvoja nautičkog turizma potrebno je spomenuti angažman svih mediteranskih zemalja, izuzev Albanije, u potpisivanju jednog od krovnih dokumenata za razvoj međunarodnog nautičkog turizma. Misli se na Barcelonsku konvenciju o zaštiti Sredozemnog mora od zagađivanja, koja je potpisana 1976. godine.

Nakon ratifikacije iste, dvije godine kasnije, ista stupa na snagu i postaje obveznom za usvajanje za sve zemlje potpisanice. Ista se razmatra kao svojevrsni projekt koji je sukladan održivom razvoju nautičkog turizma Europe, a namijenjena je zaštiti Sredozemnog mora, te identificiranju utjecaja i gospodarskog značaja nautičkog turizma (Gračan et al., 2006).

### **2.3. OBILJEŽJA I VRSTE NAUTIČKOG TURIZMA**

Među temeljnim razlikama nautičkog turizma u odnosu na ostale selektivne oblike turizma svakako treba istaknuti iznimnu pokretljivost turističke potražnje, odnosno nautičara. Riječ je o obilježju koje ukazuje na kontinuitet promjene mjesta boravka. Osim toga, ovu turističku potražnju karakteriziraju veća platežna moć, često dobna skupina turista srednje i starije životne dobi, kao i nešto veće i kompleksnije potrebe i želje.

Osim razlika na strani turističke potražnje, svakako treba istaknuti i one razlike u području ponude nautičkog turizma kako bi se procjenila razina njegove razvijenosti, u obzir se, za razliku od ostalih selektivnih oblika turizma, uzimaju obilježja ili

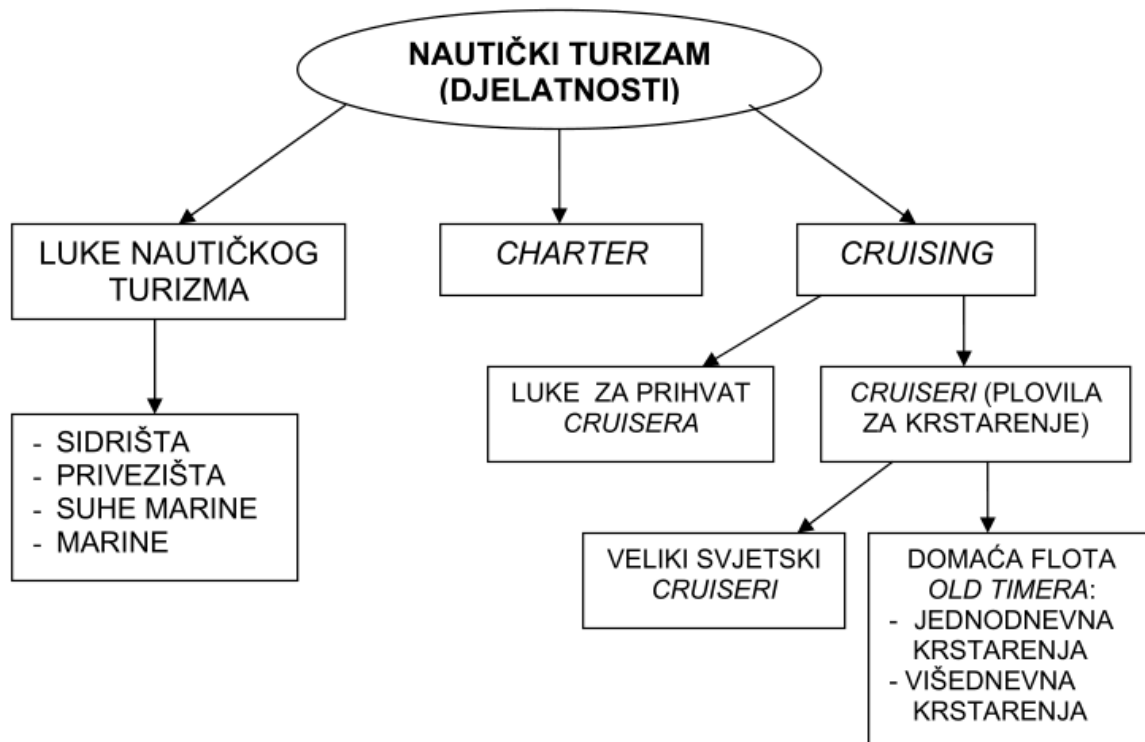
čimbenici poput položaja, razvijenosti i opremljenosti luka, stanja objekata suprastrukture i infrastrukture te slično. Pri tome se posebna pažnja poklanja kvantitativnim i kvalitativnim podacima u svezi luka i vezova. Vrste luka prema vrsti objekata i usluga određene su posebnim propisima, a misli se na propise koji određuju njihovu kategorizaciju i svjedoče o kvaliteti istih (Luković, 2007).

Treba naglasiti kako kontinuirani razvoj nautičkog turizma utječe na pojavu novih oblika i sadržaja, o čemu je djelom već bilo riječi. Sukladno tim promjenama razvijaju se i vrste nautičkog turizma, a one su danas klasificirane na razne načine.

Sustavno, nautički turizam dijeli se na više podvrsta. Primjerice, moguće je govoriti o velikom ili malom nautičkom turizmu. Ove dvije vrste razlikuju se s obzirom na način funkcioniranja. Prema tome, veliki nautički turizam djeluje putem trajekata, putničkih brodova, hidrobrodova i sličnih objekata, dok se mali, provodi upotrebom manjih plovnih objekata kao što su čamci, jedrilice, jahte, gliseri i slično (Luković, 2007).

Osim prema vrsti plovnog objekta, nautički turizam se može klasificirati na dvije vrste s obzirom na organizaciju plovidbe. Misli se na individualni nautički turizam i grupni nautički turizam. Ipak, danas postoje određene suglasnosti domaćih i inozemnih dionika u svezi optimalne klasifikacije istoga, a koja služi mnogočemu. Pored toga što doprinosi razumijevanju značaja i obilježja nautičkog turizma, služi njegovu jednostavnijem planiranju, praćenju i evidentiranju. Pregled iste slijedi u nastavku (Slika 2.).

**Slika 2. Opće prihvaćena klasifikacija nautičkog turizma**



Izvor: Luković, T. (2007.) *Nautički turizam – definicije i dileme. Naše more. 54 (1-2). Str. 21.-31.*

Na svaki način svi oblici nautičkog turizma služe za rekreaciju, provođenje sportskih aktivnosti, doživljaja, razonode i ostalih zadovoljstava vezanih uz kulturu vode. Ovaj pristup klasifikacije nautičkog turizma služi, između ostaloga, potvrđivanju kompleksnosti istoga, ali i relativne nedorečenosti koja se prepoznaje i danas.

O ovome svjedoče mnogi razvojni dokumenti koji se tiču nautičkog turizma, a bivaju izglasani na nacionalnim razinama ili onoj međunarodnoj, a u kojima se charter putovanja gotovo i ne poznaju te ne svrstavaju u nautički turizam. Time se ujedno otežava njegovo praćenje i statističko evidentiranje. Jednako je i po pitanju kružnih putovanja, za koja postoje konkretni dokazi o intenzivnom razvoju, a u mnogim destinacijama izostaju iz evidencije.

Treba istaknuti kako ova klasifikacija doprinosi kompleksnijem shvaćanju nautičkog turizma, kao i granica njegova dosega. Pored toga, ista se koristi u turizmu u svrhu

praćenja i evidentiranja, kao i tumačenja osnovnih turističkih pokazatelja i rezultata u domeni nautičkog turizma, a o čemu slijedi detaljnije u jednom od narednih poglavlja, koje istražuje predmetni turizam u Hrvatskoj.

### **3. SUVREMENI UVJETI I TRENDVI U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA**

Suvremeno doba ističe se kao najnaprednije, ali i najizazovnije razdoblje u ekonomiji i na razini globalnog društva. Sukladno tome, moguće ga je razmatrati na jednaki način pri analizi turizma i njegovih selektivnih oblika. Ono što služi kao argumentacija ove tvrdnje jesu brojne promjene koje se odražavaju u svim segmentima turističkog sustava, a koje nameću nove principe, vrijednosti i modele turističkog poslovanja i razvoja.

U okviru strateškog nastupa destinacija i poslovnih subjekata na turističkom tržištu u suvremeno doba, selektivni oblici turizma imaju presudan značaj. Isti se javljaju kao instrumenti ili pristupi uspješnog i konkurentskog suočavanja s promjenama i izazovima ovoga razdoblja.

Nakon osnovnih teorijskih saznanja u svezi značenja, obilježja i vrsta nautičkog turizma, kao i nekih osnovnih dilema i specifičnosti, za predmetnu problematiku rada značajno je obraditi međunarodna obilježja i utjecaje. Kako bi isto bilo kvalitetno provedeno, smatra se potrebnim započeti analizu razradom osnovnih obilježja suvremenoga turizma, kao i pojasniti značaj selektivnih oblika turizma u suvremeno doba. Naposljetku se obrađuju uvjeti koji generiraju uspješan razvoj nautičkog turizma na međunarodnoj razini, te se ukazuje na vodeće međunarodne trendove i izazove.

#### **3.1. O SUVREMENOM TURIZMU**

Kada se raspravlja o suvremenom turizmu ili suvremenom dobu u turizmu, na umu treba imati činjenicu kako je riječ o vrlo kompleksnoj problematici. Načelno se ukazuje na niz promjena i izazova koji su obilježili ovo razdoblje razvoja turizma, odnosno utjecali na formiranje sasvim novog oblika turizma, za razliku od nekadašnjeg masovnog. Spomenute promjene mogu se razmatrati na nekoliko različitih područja, odnosno u okviru diferenciranih segmenata. Misli se pri tome na promjene na strani turističke ponude i potražnje, kao i promjene u okruženju.

### 3.1.1. PROMJENE U OKRUŽENJU

U suvremenom međunarodnom turizmu okruženje je vrlo kompleksno i segmentirano. U svrhu njegova istraživanja i praćenja danas se koriste razni modeli, koji predstavljaju produkt opsežnih istraživačkih pothvata u turizmu i šire. Jedan od popularnijih modela ove prirode i svrhe je takozvani model zvona ili STEEPLE model (engl. *Social, Technological, Economic, Environmental, Political, Legal, Ethical*). On se koristi u svrhu utvrđivanja strateške pozicije u turizmu, ali i za identificiranje te spoznaju vanjskih utjecaja.

Istraživanje turističkog okruženja primjenom ovog modela predstavlja strateški pothvat, a uključuje vanjsku analizu ili pregled okolišnih čimbenika koji su od iznimnog značaja. Riječ je o vrlo zahtjevnom procesu, koji se čvrsto oslanja na suradnju među dionicima i podršku tehnologije te tehnoloških dostignuća. O dobivenim rezultatima ovise brojni čimbenici poslovanja i razvoja u turizmu, pa se isti uzimaju kao osnova ili polazište svih poslovnih odluka i procesa.

Pregled okruženja, čimbenika i nekih suvremenih mega trendova koji se prepoznaju njegovom primjenom daje se u nastavku (Tablica 1.).

**Tablica 1. Okruženje u suvremenom turizmu**

<b>OKRUŽENJE</b>	<b>OBILJEŽJA</b>	<b>MEGA TRENDVI</b>
Socio-kulturno okruženje	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dohodak;</li> <li>– Demografske promjene;</li> <li>– Promjene na tržištu rada;</li> <li>– Promjene u stilu života, navikama i vrijednostima;</li> <li>– Promjene u modi uvjerenja, načelima i sličnome.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Demokratizacija globalnog društva;</li> <li>– Nova ponašanja u turizmu;</li> <li>– Novi tržišni segmenti;</li> <li>– Rast svjetskog stanovništva;</li> <li>– Urbanizacija;</li> <li>– Smanjenje veličine obitelji;</li> <li>– Promocija kulture i međukulturalno razumijevanje;</li> <li>– Komodifikacija kulture;</li> <li>– Masovnost i pritisak turističkih kretanja na destinacije.</li> </ul>
Tehničko-tehnološko okruženje	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tehnologija i inovacije;</li> <li>– Transferi tehnologije;</li> <li>– Brzina tehnološkog mijenja;</li> <li>– Promjene u ICT tehnologiji;</li> <li>– E-poslovanje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jednostavnije i kvalitetnije poslovanje;</li> <li>– Maksimiziranje sigurnosti i zaštite;</li> <li>– Veće zadovoljstvo i lojalnost turista;</li> <li>– Veći troškovi poslovanja;</li> <li>– Potreba za kontinuiranim istraživanjima.</li> </ul>
Ekonomski čimbenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ekonomski rast;</li> <li>– Politika zaposlenosti;</li> <li>– Inflacija i kamate;</li> <li>– Potrošnja;</li> <li>– Investicije i slično.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Unapređenje zaposlenosti;</li> <li>– Generiranje prihoda;</li> <li>– Partnerstva;</li> <li>– Regionalni i ruralni razvoj;</li> <li>– Vanjska trgovina;</li> <li>– Carinske i necarinske barijere u turizmu;</li> <li>– Porezna politika.</li> </ul>
Ekološki čimbenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Održivi razvoj;</li> <li>– Briga o okolišu;</li> <li>– Očuvanje i zaštita resursa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Standardi, norme i certifikati;</li> <li>– Upravljanje kvalitetom;</li> <li>– Održivi turizam;</li> <li>– Razvoj novih selektivnih oblika.</li> </ul>
Pravno-politički čimbenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sporazumi, politička stabilnost;</li> <li>– Zakoni, propisi, norme, odredbe;</li> <li>– Trgovinska suradnja;</li> <li>– Politike i slično.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Međunarodne integracije;</li> <li>– Značaj međunarodnih organizacija;</li> <li>– Zaštita putnika, informacija i prava;</li> <li>– Sigurnost u turizmu;</li> <li>– Borba protiv terorizma i kriminala.</li> </ul>
Etički čimbenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Etičko i moralno poslovanje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Opći etički kodeks u turizmu.</li> </ul>

Izvor: Izrada autorice prema: Pestle Analysis (2019.) Difference between SEEP and STEEPLE analysis. Dostupno na: <http://pestleanalysis.com/steep-and-steeple-analysis/>.

Datum posjete: 04.04.2019.

Makro okruženje u međunarodnom turizmu vrlo je kompleksno i otežano ga je pratiti. U suvremeno doba jedan od temeljnih izazova u okviru ovoga poslovanja je pravovremeno predviđanje promjena i izazova i adekvatno prilagođavanje istima. Treba istaknuti kako su upravo ove promjene izravno utjecale na promjene u turističkoj potražnji, a time i ponudi u suvremeno doba.

### *3.1.2. PROMJENE NA STRANI SUVREMENE TURISTIČKE POTRAŽNJE*

Prepoznavanje i praćenje ovih promjena iznimno je značajno s obzirom da upravo one dirigiraju promjene na strani turističke ponude. Uspješnost prilagodbe turističke ponude predmetnim promjenama utječe na uspjeh poslovanja u turizmu, konkurentnost i niz ostalih učinaka.

Neke od osnovnih značajki suvremene turističke potražnje mogu se sažeti na sljedeći način (Gržinić, Sučić Čevra, 2014.):

- Kraća i učestalija putovanja;
- Potraživanje autentičnih doživljaja;
- Postavljanje imperativa na turističko iskustvo;
- Individualizirani pristup putovanjima i rezervacijama;
- Sofisticiranost;
- Značaj i uloga informacija;
- Podrška tehnologije;
- Vodeći značaj inovacija;
- Sve veći zahtjevi;
- Aktivan odmor;
- Zdrave navike;
- Želja za identificiranjem s turističkom destinacijom;
- Povezivanje s lokalnim stanovništvom.

Brojnost ovih obilježja, kao i promjena u turističkoj ponudi, u suvremenom turizmu utjecalo je na formiranje specifičnih tržišnih segmenata, odnosno ciljnih skupina potrošača (turista). Kako bi se isti optimalno zadovoljili, dolazi do intenzivnog razvoja turističke ponude, u okviru koje se javljaju novi turistički proizvodi, odnosno selektivni



oblici turizma, osim pojave novih oblika, svakako treba ukazati i na modificiranje i obogaćenje onih postojećih.

### *3.1.3. PROMJENE NA STRANI TURISTIČKE PONUDE U SUVREMENO DOBA*

Suvremena turistička ponuda doživljava brojne promjene. Nastavno tome u suvremenom turizmu nudi se široki spektar diferenciranih turističkih usluga i proizvoda. Zbog jačanja konkurentske pozicije, stvaranja pogodnih uvjeta privređivanja i smanjenja troškova, turistički dionici pribjegavaju pridruživanjima ili vertikalnim integracijama (Gražinić i Sučić Čevra, 2014.).

Također, sve veći napori i sredstva usmjeravaju se i prema društveno odgovornom poslovanju, sigurnosti klijenata, poznavanju destinacija, inovacijama, diverzifikaciji i specijalizaciji. Prema tome, smatra se kako turistička ponuda u suvremeno doba biva izložena brojnim pritiscima i izazovima, koji opstanak turističkih destinacija i zasebnih integriranih proizvoda na turističkom tržištu uvelike otežavaju i čine upitnim.

Opća obilježja suvremene turističke ponude mogu se konkretizirati na sljedeći način (Tablica 2.).

**Tablica 2. Obilježja suvremene turističke ponude**

<b>PROMJENE</b>	<b>OBILJEŽJA</b>
Koncentracija i specijalizacija	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posljedica segmentacije turističke potražnje, želja i potreba.</li></ul>
Dis/re intermedijacija	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direktni pristup turistima;</li><li>• Izgradnja vlastitih paketa usluga;</li><li>• Niži troškovi, likvidnost;</li><li>• Suvremene rezervacije;</li><li>• On-line poslovanje.</li></ul>
Novi poslovni modeli i distribucijski kanali	<ul style="list-style-type: none"><li>• Online distribucija – povećanje transparentnosti, jačanje komunikacije, kolaboracija i transakcije;</li><li>• Globalni distribucijski sustavi (GDS);</li><li>• Suvremena komunikacija i promocija.</li></ul>
Dinamično tržište	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kontinuirani pritisci konkurenata, tehnologije i trendova;</li><li>• Maksimiziranje uloge inovacija i ulaganja u sve segmente poslovanja;</li><li>• Potreba za prisnijim odnosom s turistima.</li></ul>

*Izvor: Izrada autorice prema: Gržinić, J.; Sučić Čevra, M. (2014.) Utjecaj suvremenih trendova na razvoj poslovanja agencija i turoperatora. U: Gržinić J.; Bevanda, V. Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.*

Evidentno je kako promjene na strani suvremene turističke ponude predstavljaju rezultat promjena u turističkom okruženju i onih promjena koje se javljaju u području suvremene turističke potražnje. Treba istaknuti kako su sve navedene promjene, koje obilježavaju suvremeni turizam, identificirane u kontekstu turizma generalno, no na jednostavan način se impliciraju na primjeru pojedinih selektivnih oblika turizma, uz manje modifikacije i dopune.

### **3.2. ULOGA SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA U SUVREMENO DOBA**

Selektivni oblici turizma nazivaju se i alternativnim ili tematskim turizmom. Pri tome, alternativno se veže uz iste jer predstavlja bolje rješenje ili opciju u odnosu na nekadašnji masovni turizam, dok tematiziranost ukazuje na diferencijaciju ovih selektivnih oblika turizma, točnije korespondentnost s raznovrsnim turističkim motivima koji se javljaju u suvremeno doba.

Već se iz ove razrade daje ukazati na ulogu selektivnih oblika turizma u suvremeno doba. Ona se odražava na uspješnost turističke ponude, koja se zasniva na ponudi selektivnih oblika turizma, u zadovoljenju sofisticirane, kompleksne i heterogene suvremene turističke potražnje.

Može se tvrditi kako selektivni turizam predstavlja vrhunac razvoja turizma općenito. Misli se pri tome kako je riječ o najnaprednijoj fazi razvoja turizma u okviru koje se on oslanja na formiranje selektivnih oblika turizma kao zasebnih integriranih turističkih proizvoda, namijenjenih različitim ciljnim segmentima na suvremenom turističkom tržištu. Na njihov razvoj utjecale su promjene u turističkom okruženju i turističkoj potražnji, a posebice se ističu civilizacijsko kulturološke promjene.

Najjednostavnije je istaknuti kako selektivni oblici turizma predstavljaju vrste turizma koje odgovaraju različitim motivima putovanja, potrebama i željama turista te ostalim čimbenicima. Smatra se kako se neki selektivni oblici javljaju još u prvotnim oblicima turizma, odnosno u najranijim fazama njegova razvoja, iako u to vrijeme nisu bili prepoznati i kao takvi percipirani. S obzirom da su prvotni motivi putovanja povezani sa zdravljem i vjerskim razlozima, moguće je istaknuti kako su zdravstveni ili lječilišni te vjerski turizam jedni od najstarijih selektivnih oblika turizma.

Napretkom civilizacije, kao i razvojem okruženja i turističkih prilika, dolazi do pojave i ekspanzije ostalih selektivnih oblika turizma. S obzirom da njihova pojavnost ovisi o prilikama u okruženju, moguće je istaknuti kako oni prate napredak društava, kao i ostale promjene i dostignuća u pojedinim okruženjima u turizmu.

Nakon ekspanzije masovnog turizma krajem 20. stoljeća, dolazi do pojave brojnih promjena u turizmu, o kojima je prethodno bilo riječi. Time započinje razvoj suvremenoga doba i suvremenoga turizma, kakvog poznajemo u današnjici.

Treba istaknuti kako su ove pojave utjecale na sve veću orijentaciju prema pojedincu, odnosno sudioniku putovanja, a posljedica te nove orijentacije je tendencija razvoja specifičnih turističkih proizvoda, odnosno selektivnih oblika turizma. Namjera je pri tome cjelovito zadovoljiti zahtjeve i potrebe suvremene turističke potražnje, a na taj način optimalno prilagoditi turistički proizvod turistima.

Može se konkretizirati kako su selektivni oblici turizma posljedica ili rezultat diverzifikacije turizma koja se temelji, između ostaloga, na konceptu održivosti. Na temelju navedenoga, selektivni turizam može se definirati kao „sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, a koji je utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području (Geić, 2011: 223)“.

Klasifikacija i sistematizacija selektivnih oblika turizma provode se na temelju motiva putovanja, odnosno na osnovu obilježja turističke potražnje i ciljnih segmenata koji su strateški značajni za pojedine oblike. Svaki od njih razvija se na osnovu postojeće turističke politike razvoja turizma na primjeru neke destinacije, ali i na osnovu postojeće resursne osnove te ostalih čimbenika ili činitelja turističke ponude.

Primjerice, neka turistička destinacija koja nema izlaz na more ili se očituje nepovoljnim klimatskih prilikama za razvoj kupališnog turizma isti ne može se ni razvijati. Ponudu selektivnih oblika turizma ona prilagođava specifičnostima prostora. Ukoliko je riječ o turističkim destinacijama koje obilježava hladna kontinentalna klima ili brdsko-planinske subregije, moguće je promišljati o razvoju planinarskog, zimskog ili skijališnog turizma i sličnih oblika.

Danas postoje brojne vrste ili selektivni oblici turizma. Među raznim pristupima klasifikacije treba istaknuti onu na osnovu primarne motivacije turista. Ona prepoznaje sljedeće oblike (Geić, 2011: 225):

- Rekreativni turizam;
- Kulturni turizam – kulturni svjetovni i religijski turizam;
- Socijalni turizam – roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza;
- Sportski turizam – aktivni i pasivni sportski turizam;
- Komercijalni turizam – poslovni i kongresni, turizam sajmovi i izložbi;
- Politički turizam – diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija.

Smatra se kako je ova podjela ili klasifikacija usmjerena na neke osnovne selektivne oblike turizma te kako je istu potrebno nadopuniti ili proširiti. Pored ovih selektivnih oblika turizma moguće je istaknuti brojne druge oblike poput ruralnog turizma, nautičkog turizma, kongresnog turizma, golf turizma, izletničkog turizma, wellness i sličnih oblika.

S obzirom na brojnost ovih oblika i relativnu nedorečenost u svezi istih, selektivne oblike turizma moguće je klasificirati prema uzrocima i vanjskim učincima. Ona prepoznaje sljedeće oblike (Geić, 2011: 225):

- Selektivni oblici turizma prema podrijetlu – nacionalni turizam, međunarodni turizam;
- Selektivni oblici turizma prema trajanju boravka – turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora;
- Selektivni oblici turizma prema sezonama – ljetni turizam, zimski turizam;
- Selektivni turizam prema broju sudionika – individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam;
- Selektivni turizam prema dobi sudionika – turizam mladih, turizam treće dobi;
- Selektivni turizam prema vrstama prijevoza – željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam;
- Selektivni turizam prema vrsti smještaja – hotelski turizam, para – hotelski turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam;

- Selektivni turizam prema učincima na platnu bilancu – aktivni turizam–receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam te slično.

Na temelju istaknutoga potvrđuje se kako je brojne selektivne oblike turizma moguće klasificirati na razne načine, ovisno o objektu razmatranja ili segmentiranja istih. Također, na osnovu njihova definiranja i segmentiranja moguće je prepoznati i brojne koristi koje oni donose suvremenom turističkom poslovanju i povezanim dionicima.

Osim što obogaćuju turističku ponudu neke destinacije, selektivni oblici turizma doprinose jačanju konkurentnosti i izgradnji prepoznatljivosti te imidža neke destinacije. Moguće je konkretizirati kako imaju multidimenzionalno djelovanje, odnosno ostvaruju podjednake učinke.

Vrlo važna karakteristika selektivnih oblika turizma očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, posebice malog gospodarstva. Ista je posebice istaknuta na primjeru tranzicijskih zemalja, uzimajući u obzir činjenicu kako se veći dio nacionalne ekonomije temelji na malom i srednjem poduzetništvu.

Nadalje, neki autori prepoznaju iznimnu sposobnost selektivnih oblika turizma u reduciranju sezonalnosti, odnosno u proširenju sezone turističkog poslovanja. Primjerice u kupališnim destinacijama selektivni oblici turizma poput ruralnog, lječilišnog ili zdravstvenog, kulturnog i sličnih oblika, imaju potencijal prolongiranja turističkog poslovanja u pred i post sezoni.

Smatra se također kako selektivni oblici turizma imaju pozitivan utjecaj na ekološku sanaciju, readaptaciju turističke ponude i jačanju održivog turizma. Pri tome se najznačajniji oblici manifestiraju kroz (Gejić, 2011):

- Zdravstveni turizam (talasoterapija, balneoterapija, klimoterapija i silvo terapija);
- Sportski i rekreacijski turizam na moru, vodama i planinama sa specifičnim vidovima kao što su itinerarni –pješački, konjički (jahački), kružni (ciklički) turizam za „opušteni“ odmor u prirodnom okruženju i slično;
- Ruralni ili rustikalni (seoski) turizam u manjim mirnim primorskim i kontinentalnim naseljima;

- Kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i oblicima.

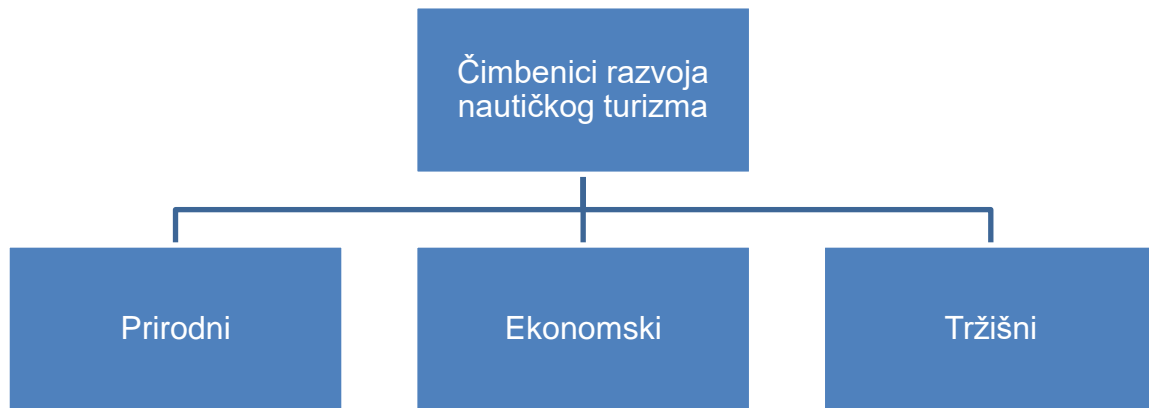
Pored ovih selektivnih oblika turizma moguće je razlučiti niz ostalih. Ono što je značajno u okviru njihova isticanja jest ukazati kako se u današnjici strateški razvoj nautičkog turizma često pospješuje razvojem ostalih selektivnih vrsta. Osim toga, sve je učestalija praksa njihova integriranja pri čemu se međusobno nadopunjuju.

### **3.3. UVJETI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA**

Iako danas postoje opsežna saznanja u svezi nautičkog turizma i pojedinačnih pitanja te procesa u svezi njega, smatra se kako je ovo područje, uslijed svoje kompleksnosti, djelomično nedorečeno. Pri tome se ističe kako još uvijek ne postoje univerzalne i opće prihvaćene odredbe, zaključci i suglasnosti u svezi njegova cjelovitog poimanja, ali i čimbenika njegova razvoja. To se uzima i kao temeljno ograničenje međunarodnog razvoja nautičkog turizma općenito.

U kontekstu identificiranja uvjeta razvoja nautičkog turizma, moguće je govoriti o tri osnovne skupine čimbenika ili faktora. Njihov pregled slijedi u nastavku tekstu (Slika 3.).

### Slika 3. Čimbenici (uvjeti) razvoja nautičkog turizma



Izvor: Izrada autora prema: Jadreško, D. (2016.) *Suvremeni trendovi u nautičkom turizmu*. Dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:2246/preview>. Datum posjeta: 05.04.2019.

Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma odnose se na prirodnu atrakcijsku osnovu. O istima je dijelom bilo riječi u početku razrade predmetne problematike, no detaljnije se razrađuju u ovome dijelu rada.

Načelno se misli na prirodne resurse, koji izravno utječu na razvoj nautičkog turizma, a vezani su uz element vode, prostor koji ispunjavaju vodene površine, te klimatske uvjete koji pogoduju tim prostorima. Obilježja prirodnih resursa vrlo su specifična, a time i kompleksna, s obzirom na karakter vodenih površina. Misli se na mora, rijeka i jezera.

More, kao temeljni resurs i osnovni element uz koji se veže nautički turizam, predstavlja obalni prostor. Riječni tokovi su pak područja koja se ističu također nautičkim interesom, a vezani su uz područje rijeka, češće onih većih. Uslijed specifičnosti ovoga resursa, često se uz isti vežu posebne vrste nautičkog turizma poput izletničkog, stacionarnog i atraktivnog turizma na riječnim tokovima. U konačnici, jezera po svom morfološkom sastavu mogu biti tektonska, glacijalna i



umjetna, a osim svoje morfološke atraktivnosti, ona nude rekreacijsko–nautičke i sportske manifestacije.

Treba istaknuti kako prirodnu atrakcijsku osnovu ili prirodne uvjete razvoja nautičkog turizma formiraju sljedeće karakteristike (Dulčić, 2002):

- Prirodno–geomorfološke forme – reljef priobalnog prostora (morskog, riječnog ili jezerskog);
- Hidrografski elementi – fizičke, termalne i kemijske osobine vode;
- Klimatske osobine podneblja – temperatura zraka, oborine, vjetrovi, insolacija, vlažnost zraka i oblačnost.

Reljef je vrlo značajni resurs u kontekstu razvoja turizma općenito, a time i onog nautičkog. Ovaj prirodni činitelj razvoja predstavlja privlačni element jer determinira atraktivnost prostora, ali i mogućnosti te prilike razvoja.

Osim njega, treba spomenuti i hidrogeografska obilježja ili vode. Ona uključuju fizičke osobine poput valova, morskih struja, plime i oseke, termičke kao što su temperatura vode, providnost i struja te kemijske, odnosno kemijski sastav i salinitet. U konačnici, klima kao sljedeći prirodni činitelj razvoja utječe izravno na mogućnosti i sigurnost plovidbe, boravak turista i njihove rekreacijske aktivnosti na vodenim površinama.

U kontekstu ekonomske misli i prakse, prirodni resursi ili činitelji razvoja nautičkog turizma jesu svi oni elementi koji imaju sposobnost ili mogućnost zadovoljenja turističkih potreba. Poseban značaj pri tome pridaje se vodenim površinama jer one uvjetuju zapravo mogućnost njegova razvoja.

Sljedeća skupina čimbenika razvoja nautičkog turizma su ekonomski uvjeti. Općenito je riječ o uvjetima koji generiraju uopće mogućnost razvoja turizma kao takvog, a misli se na ekonomsko stanje i prilike u turističkoj destinaciji.

Naime, ekonomski uvjeti koji generiraju proizvodnost nautičkih turističkih usluga su (Jadreško, 2016):

- Rentni učinak koji se temelji na eksploataciji prirodnih dobara;

- Eksternalije koje se temelje na činjenici da prirodno dobro uporabom mijenja kvalitetu što može štetiti drugim korisnicima.

Sukladno navedenom, rentu generiraju prirodni čimbenici i ona se u tom slučaju naziva turističkom rentom. Riječ je o korištenju prirodnog pomorskog dobra kao potencijalnog izvora rentnog dohotka. Nadalje, eksternalije podrazumijevaju posljedice turističkog razvoja, a dijele se na one koje se događaju na tržištu i mimo njega.

Ekonomske prilike razvoja nautičkog turizma razmatraju se kroz makroekonomsku stabilnost i pogodnost u nekoj turističkoj destinaciji. Pojedinačno, misli se na ekonomski razvoj, investicijske prilike, poduzetničku klimu te slično.

U konačnici, razvoj nautičkog turizma izravno ovisi i o tržišnim uvjetima, koji se smatraju iznimno kompleksnima. Oni se vežu uz sve one prilike i promjene na suvremenom turističkom tržištu, o kojima je bilo riječi u prethodnom dijelu poglavlja.

Naglašava se kako upravo ovi uvjeti dirigiraju što, kako i za koga će se proizvoditi nautička ponuda na turističkom tržištu. Oni se uglavnom vežu uz obilježja ciljnih segmenata, konkurenciju, okruženje i trendove koji vladaju na predmetnom tržištu.

U segmentu formiranja tržišnih uvjeta nautičkog turizma posebno su važne nautička ponuda i potražnja. Nautička turistička potražnja je pri tome ona količina turističkih roba i usluga koju su nautički turisti spremni kupiti da bi zadovoljili potrebe boravka na plovilu i održavanja plovnog objekta, uz određeni nivo cijena. Ona se formira utjecajem ekonomskih, prometnih kulturoloških i ostalih čimbenika.

S druge strane, nautička turistička ponuda ili ponuda nautičkog turizma poima se kao sveukupnost ponude koja se formira ili oblikuje na način da se zadovolje raznovrsne potrebe nautičara, stvori nova turistička vrijednost i ostvari dugoročno profitabilan i održiv razvoj nautičkog turizma. Nautički turisti jesu središnja točka u kontekstu tržišnih uvjeta.

Ovi turisti se segmentiraju na razne načine, a općenito je moguće govoriti o dva osnovna kriterija. Misli se na (Jadreško, 2016):

- Fizičke osobine – dob, spol te socijalne osobine;
- Ekonomske osobine – primanja, slobodno vrijeme i slično.

Treba istaknuti kako tržišni uvjeti doprinose ekspanzivnom razvoju nautičkog turizma. danas su ključni za njegov razvoj, no istima treba pridodati i međunarodne trendove, u svrhu zadovoljenja optimalnog razvojnog procesa u predmetnom razdoblju.

### **3.4. MEĐUNARODNI TRENDovi U RAZVOJU NAUTIČKOG TURIZMA**

Na domaćem i inozemnom turističkom tržištu, kao i u znanstvenim krugovima, kontinuirano se ističe i promovira značajka nautičkog turizma, koja ukazuje na njegov ekspanzivni karakter. Međutim, riječ je uglavnom o nepotkrijepljenoj i neargumentiranoj tvrdnji, s obzirom da se njegovo individualno ili zasebno statističko evidentiranje na međunarodnoj razini ne provodi ili se provodi na neadekvatan način. Riječ je uglavnom o podacima koji potječu iz specijaliziranih časopisa, a koji uglavnom prate brojke i obilježja na razini sajмова plovila i opreme, jedriličarskih i sličnih natjecanja, izgradnji nautičkih luka i oskudnih nacionalnih turističkih evidencija.

Razina razvijenosti nautičkog turizma danas se nastoji kvantificirati i odrediti s obzirom na odnos broja stanovnika po jednom plovilu. Pri tome se navodi kako prosječna godišnja stopa rasta broja plovila nautičkog turizma iznosi oko 10%, pa je istu moguće uzeti kao minimalnu stopu rasta nautičkog turizma na nacionalnoj razini (Matić, 2016).

Treba istaknuti da se danas koriste razni pokazatelji pri analizi nautičkog turizma i mega trendova njegova razvoja. Primjerice, veličina plovila, kupovna cijena, troškovi održavanja i slični kriteriji razlikuju nekoliko vrsta plovila, a to su (Dulčić, 2002):

- Mala plovila do 5 metara dužine – koriste se za kraći boravak na vodi i jednostavniji su te manje iscrpni u financijskom kontekstu za održavanje, a također potražuju i jednostavniju infrastrukturu;
- Plovila od 5 do 15 metara dužine – klasificiraju se kao veliki brodovi, a predstavljaju interes luka u nautičkom turizmu;

- Plovila preko 15 metara dužine – nazivaju se i mega jahtama, a načelno je riječ o luksuznim brodovima na jedra ili motor, koja imaju najmanje jednog stalnog kapetana.

Istaknuto je već kako je nautički turizam najrazvijeniji na području Europe. Pri tome dominiraju zemlje poput Italije, Francuske, Njemačke, Velike Britanije i ostali. Njihova dominantnost potvrđuje se, između ostaloga, brojem plovila koja su namijenjena nautičkom turizmu. Pri tome najveći broj plovila imaju Njemačka s 900 000 i Francuska s 815 000, a slijede Velika Britanija s 570 000, Finska s 320 000 i Italija s 270 000 plovila (Matić, 2016).

Značaj ovih zemalja očituje se i kroz generiranje te promociju mega trendova u razvoju nautičkog turizma. Pri tome se, pored onih općenitih suvremenih obilježja u turističkom poslovanju, izdvajaju podaci koji su relevantni za razvoj međunarodnog nautičkog turizma. Riječ je o onim specifičnim mega trendovima, a njihov pregled slijedi u nastavku (Tablica 3.).

**Tablica 3. Mega trendovi u međunarodnom nautičkom turizmu**

<b>TREND</b>	<b>OBILJEŽJA</b>
Charter usluge	<ul style="list-style-type: none"><li>– Nautički turistički charter – djelatnost najma plovila;</li><li>– Ponuda podrazumijeva iznajmljivanje plovila s ili bez skipera, te najma grupe plovila koja kruži od luke do luke;</li><li>– Vrste: dnevni kao dopuna hotelskom smještaju, lokalni, tjedni koji koriste brodove dužime od 7 do 15 metara (najzastupljenija vrsta) te međunarodni koji koristi moderna luksuzna polovila.</li></ul>
Kružna putovanja	<ul style="list-style-type: none"><li>– Kruzeri – krstarenja;</li><li>– Danas postoji gotovo 200 000 kruzera;</li><li>– Razvoj se prati brojem putnika, kruzera kompanija, registriranih brodova i dinamikom izgradnje novih kruzera;</li><li>– Tendencija rasta u proteklih nekoliko dekada.</li></ul>
Usluge ronjenja	<ul style="list-style-type: none"><li>– Popularnosti doprinose isplative cijene najma opreme, ali i razvoj aktivnosti;</li><li>– Prosječna godišnja stopa rasta na međunarodnoj razini je oko 20%;</li><li>– Razvijaju se intenzivno na atraktivnim lokacijama.</li></ul>

Izvor: Izrada autorice prema: Matić, T. (2016.) *Politika održivog razvoja nautičkog turizma*. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:645/preview>. Datum posjeta: 05.04.2019.

Prema navedenim podacima vidljivo je kako se mega trendovi u nautičkom turizmu poistovjećuju s dominantnim djelatnostima i vrstama ovog selektivnog oblika turizma, obzirom na korištenje vrste plovila i aktivnosti. Ovi trendovi nadopunjuju se analiziranim promjenama u suvremeno doba, koje se odražavaju na turističkom tržištu, kao i nekim aktualnim trendovima u svezi turističkih proizvoda. Misli se pri tome na specijalizaciju u turizmu, profesionalnost, aktivan odmor, iskustvo i turistički doživljaj, dodanu vrijednost u turizmu te održivi razvoj kao jedini ispravni koncept razvoja.

Specijalizacija u turizmu odnosi se na bližu orijentaciju prema pojedinim segmentima potrošača i prilagodbu turističke ponude njihovim potrebama i željama. Riječ je o instrumentu kojim se unapređuju kvaliteta poslovanja, ali i konkurentnost proizvoda, dionika te destinacija.

Kako bi svi navedeni pokazatelji bili što uspješniji, u današnjici je vrlo značajno maksimizirati profesionalnost poslovanju, a što se provodi na razne načine. Prvenstveno se misli na edukaciju, formalnu i neformalnu, cjeloživotno obrazovanje i usavršavanje, suradnju među dionicima i razmjenu iskustva, kontinuirana praćenja i istraživanja tržišta te slično.

Ništa manje značajni trendovi nisu ni ostali na popisu. Primjerice, osiguranje aktivnog odmora danas je jedan od imperativa turističkog poslovanja, a koje se intenzivira s razvojem promjena o kojima je već bilo riječi, posebice onih na strani međunarodne turističke potražnje. U praksi se isto osigurava razvojem turističke ponude, odnosno ponudom raznovrsnih aktivnosti za turiste, posebice onih koje osiguravaju stjecanje autentičkog iskustva i doživljaja.

U konačnici dodana vrijednost u turizmu danas predstavlja razliku između onoga što je kupac dobio i što je kupio. Primjerice, pored plaćene turističke usluge nastoji se ponuditi i nešto više, dodatnu uslugu ili proizvod, a s ciljem maksimiziranja lojalnosti i zadovoljstva turista. U okviru nautičkog turizma moguće je, pored standardne turističke usluge ili proizvoda, gostima osigurati gratis izlet ili aktivnost, primjerice obilazak destinacije u koju se pristaje ili ronjenje, te slično.

## **4. AKTUALNO STANJE NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Hrvatska je jedna od vodećih turističkih destinacija na Mediteranu. Ona posluje u turizmu već duži niz godina i ima izgrađenu reputaciju na međunarodnom turističkom tržištu, na kojemu plasira heterogenu ponudu selektivnih oblika turizma. U novije vrijeme, točnije u razdoblju od prije nekoliko desetljeća pa sve do danas, sve se intenzivnije djeluje u smjeru ponude nautičkog turizma, kao obećavajućeg turističkog proizvoda, koji turističkoj destinaciji donosi brojne koristi, a turistima cjelovito zadovoljenje njihovih želja i potreba.

Unatoč iznimnom potencijalu, koji se očituje prvenstveno kroz resursnu osnovu Hrvatske, statistički podaci svjedoče o relativno nezadovoljavajućem razvoju ovog selektivnog oblika turizma. Pri tome se identificiraju neki konkretni ograničavajući čimbenici ili problemi, a koji predstavljaju smjernice za napredak u budućem razvoju ovog proizvoda.

U okviru ovoga poglavlja analizira se povijesni razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, te se ukazuje na nešto slabiju dinamiku od one međunarodne. Pored toga, pažnja se posvećuje kvalitativnim i kvantitativnim podacima, odnosno analiziraju se turistička ponuda i potražnja ovog selektivnog oblika turizma.

### **4.1. POVIJESNI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ**

Razvoj hrvatskog turizma tijekom povijesti nastojao je pratiti razvoj međunarodnog turizma. Pri tome, treba istaknuti kako je zabilježena nešto slabija dinamika razvoja, na što su utjecala brojna ekonomska, politička i ostala negativna zbivanja na teritoriju Hrvatske. Konkretniji zamah u razvoju hrvatskog turizma zabilježen je nakon osamostaljenja države, točnije od kraja 20. stoljeća.

Na temelju općeg evolucijskog tijeka kretanja razvoja hrvatskog turizma, kao i na osnovu prethodnih teorijskih činjenica u svezi pojavnosti i međunarodnog razvoja nautičkog turizma, moguće je konkretizirati kako se isti u Hrvatskoj započinje razvijati

tek u novije doba. Naime, razvoj nautičkog turizma u ovoj državi tekao je znatno sporije nego na razini ostalih vodećih europskih destinacija. Njegov razvoj do 80-ih godina 20. stoljeća gotovo nije ni postojao. U to vrijeme moguće je govoriti tek o stvaranju određenih preduvjeta za njegov razvoj.

Tijekom posljednje dekade prošloga stoljeća u Hrvatskoj se osniva većina današnjih marina, te se ukazuje na začetke razvoja osnovne infrastrukture za razvoj nautičkog turizma u to vrijeme (Kolega, 2004). Osim marina, dolazi i do razvoja nautičara, početka njihove suradnje, kao i idejnog početka razvoja nautike u turističke svrhe. Intenzivniji razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj zabilježen je tijekom posljednje dvije dekade, točnije od početka 21. stoljeća.

Detaljniji pregled razvoja nautičkog turizma na Jadranu moguće je prikazati kroz sljedeće faze razvoja (Dulčić, 2002):

- Prva faza, razdoblje do 1984. godine – karakteristične su tek pojedinačne razvojne inicijative na malom broju lokacija i bez mogućnosti oblikovanja odgovarajućeg sustava nautičke turističke ponude;
- Druga faza, razdoblje koje počinje nakon 1984. godine – izgradnja lanaca ACI marina i ostalih turističkih luka. Početak planskog razvoja i formiranja sustava nautičke turističke ponude na obalnom prostoru Hrvatske;
- Treća faza, razdoblje nakon 1993. godine – dolazi do pretvorbe i privatizacije marina, što oblikuje i razvojne interese novih vlasnika. Pod time se smatra da će se marine organizirati u sustav koji će biti sposoban efikasno pružati brojne usluge nautičkim turistima duž cijele hrvatske obale Jadrana.

Iako je moguće govoriti o razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj, smatra se kako je optimalno konkretniji razvoj ovog turističkog proizvoda očekivati tek u budućnosti. Smatra se kako će na to izravno utjecati događanja na međunarodnom turističkom tržištu, posebice u kontekstu turističke potražnje, kao i aktivnosti Europske unije u promociji istoga i osiguranju financijskih sredstava za razvojne projekte u ovome području.



## 4.2. POLITIKA RAZVOJA NAUČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Kada se govori o zakonodavnom i institucionalnom okviru razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, zapravo je riječ o politici njegova održivog razvoja. Treba istaknuti kako su vodeći dionici u ovome procesu redom:

- Ministarstvo turizma, Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, Ministarstvo gospodarstva i ostala ministarstva;
- Hrvatska gospodarska komora;
- Institut za turizam;
- Hrvatska turistička zajednica i regionalne te lokalne turističke zajednice;
- Posrednici u turizmu;
- Udruge nautičara i ostala udruženja;
- Poduzetnici;
- Lokalno stanovništvo.

Na osnovu navedenoga moguće je istaknuti kako je riječ o složenom sustavu, koji pored ovih dionika integrira i neke ostale. Politika razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj sastavljena je od dvaju zasebnih politika, a misli se na političke i gospodarske sustave.

Politički sustav razvoja nautičkog turizma razvijen je još u razdoblju Jugoslavije, kao podsustav nacionalne politike razvoja gospodarstva. U to vrijeme, izvori financiranja i kontrole bili su državne prirode, a komercijalne luke nautičkog turizma nisu ni postojale (Mršić, 2013).

U razdoblju od 1990. godine nautički turizam počinje se razvijati u nesigurnoj i neizvjesnoj okolini, a uspješno saniranje i poslovanje marina započelo je tek oko 2005. godine. u tom vremenu dolazi do konkretnijeg razvoja zakonodavnog i institucionalnog okvira njegova razvoja jer se usvajaju razni zakoni, pravilnici, propisi, uredbe i ostali podzakonski akti. Posebice je važno spomenuti usvajanje Strategije razvoja nautičkog turizma, kao krovnog dokumenta. Ista vrijedi za razdoblje od 2009. do 2019. godine.

Osim navedenoga dokumenta, u domeni politike razvoja nautičkog turizma posebno je značajno istaknuti sljedeće (Mršić, 2013):

- Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske, Hrvatski hidrografski institut;
- Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine;
- Prostorni planovi obalnih turističkih destinacija;
- Strategija prostornog uređenja Republike Hrvatske;
- Nacionalna strategija i akcijski plan biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske;
- Upisnik zaštićenih područja Republike Hrvatske pri Ministarstvu kulture;
- Ekološka mreža Republike Hrvatske;
- Zakonski propisi iz resora pomorstva i turizma.

Cjelokupni razvoj nautičkog turizma, koji je reguliran kompleksnim zakonodavnim i institucionalnim okvirom, zasniva se na konceptu održivog razvoja turizma. Isti je korespondentan razvoju nacionalnog turizma, ali i turizma Europske unije, prema odredbama strategije Europa 2020.

Osnovno načelo upravljanja razvojem nautičkog turizma je načelo održivog razvoja. Pri tome se poseban naglasak postavlja na pronalazak kompromisa između potrebe za očuvanjem prirodnog prostora i potrebe za gospodarskim razvojem. Između ostaloga, održivi se razvoj provodi utvrđivanjem nosivog kapaciteta prostora i određivanjem granice rasta novih prihvatnih kapaciteta za određeno razdoblje.

#### **4.3. KVALITATIVNI PODACI**

Kao što je već i istaknuto, Hrvatska je sredozemna zemlja, koja raspolaže brojnim konkurentskim prednostima, u smislu njezinih prirodnih atrakcija i resursne osnove. S gledišta nautičkog turizma vodeća među njima je razvedena obala, koja je međunarodno prepoznata od strane turističke potražnje. Također, otočni arhipelag s više od tisuću otoka prepoznatljiv je tržišni znak hrvatskog turizma i komparativna prednost u razvoju ovog selektivnog oblika.

#### *4.3.1. PRIRODNA OSNOVA*

Hrvatska je smještena uz istočne obale Jadranskog mora. Površina njezina kopna iznosi 56 542 četvorna kilometra, a površina teritorijalnog mora 31 067 četvornih kilometara (Ministarstvo turizma, 2008). Ova pomorska zemlja ističe se dugom poviješću i tradicijom pomorstva i turizma, a što je izvrsna osnova za razvoj nautičkog turizma.

Prirodna osnova za razvoj nautičkog turizma je Jadransko more s razvedenom obalom čija dužina iznosi 6 176 kilometara, od čega 4 398 kilometara pripada obali otoka. Hrvatska broji ukupno 1 244 otoka, otočića i hridi, od kojih je naseljeno njih 50. Oni su iznimno privlačni nautičarima, kao i prirodne vrijednosti te zaštićena područja, kojima Hrvatska obiluje. Neki od ovih lokaliteta su nacionalni parkovi Brijuni, Kornati, Krka i Mljet, te parkovi prirode Telaščica i Lastovsko otočje. Statistički gledano, najveću pažnju privlači nacionalni park Kornati (Ministarstvo turizma, 2008).

#### *4.3.2. KOMPARATIVNE I KONKURENTSKE PREDNOSTI HRVATSKE*

Hrvatska raspolaže s dvije osnovne skupine činitelja konkurentnosti nautičkog turizma, a u okviru njih analiziraju se i osnovne komparativne prednosti. Iste se prikazuju u nastavku (Tablica 4.).

**Tablica 4. Konkurentne i komparativne prednosti nautičkog turizma Hrvatske**

OPĆI ČIMBENICI	POSEBNI ČIMBENICI
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Klimatski uvjeti;</li> <li>– Ljepota i čistoća mora;</li> <li>– Ljepota krajolika;</li> <li>– Razvedenost i raznovrsnost obale te otoka.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prometna dostupnost;</li> <li>– Gestrateški položaj;</li> <li>– Osobna sigurnost i sigurnost plovidbe;</li> <li>– Broj, prostorni raspored i opremljenost luka;</li> <li>– Ljubaznost i educiranost osoblja;</li> <li>– Ponuda ostalih sadržaja;</li> <li>– Kulturna ponuda;</li> <li>– Cijena;</li> <li>– Propisi u nautičkom turizmu.</li> </ul>

Izvor: Ministarstvo turizma (2008.) *Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske 2009.-2019.* Dostupno na:

<http://www.mppi.hr/UserDocImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>. Datum posjeta: 10.04.2019.

U kontekstu konkurentne pozicije Hrvatske, treba istaknuti kako su njezini vodeći konkurenti ostale europske obalne destinacije. Misli se pri tome na predvodnice u razvoju nautičkog turizma, o kojima je bilo riječi. Točnije, Italiju, Francusku, Španjolsku, Grčku, Tursku, Crnu Goru i Sloveniju.

Prema istraživanju Tomas Nautika, koje se provodi svake godine od strane Instituta za turizam identificiraju se osnovne prednosti Hrvatske u odnosu na njezine konkurente. Riječ je o općim i socijalnim čimbenicima nautičke ponude, čistoći mora, ljepoti krajolika, ekološkoj očuvanosti obale te osjećaju sigurnosti u zemlji.

S druge strane, najveći nedostatak ukupne hrvatske nautičke ponude su posebni elementi, odnosno ugostiteljska ponuda, kapacitet, opremljenost luka nautičkog turizma. Sustavni pregled snaga, slabosti, prilika i prijetnji nautičkog turizma u Hrvatskoj daje se u nastavku (Tablica 5.).

**Tablica 5. SWOT analiza nautičkog turizma u Hrvatskoj**

<p><b>SNAGE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Prirodne ljepote, čisto more</li> <li>– Razvedena obala <i>f</i></li> <li>– Brojni otoci <i>f</i></li> <li>– Povoljna klimatska obilježja</li> <li>– Prirodne atrakcije (NP, PP)</li> <li>– Biološka raznolikost <i>f</i></li> <li>– Ekološki očuvan krajolik i podmorje</li> <li>– Neizgrađenost obale <i>f</i></li> <li>– Osobna sigurnost <i>f</i></li> <li>– Sigurnost plovidbe <i>f</i></li> <li>– Geografski položaj (blizina emitivnih tržišta) <i>f</i></li> <li>– Prometna povezanost/dostupnost</li> <li>– Prateća turistička infrastruktura (uslužne djelatnosti) <i>f</i></li> <li>– Tradicija u turističkoj djelatnosti</li> <li>– Gostoljubivost <i>f</i></li> <li>– Kvalificirani kadrovi <i>f</i></li> <li>– Nautička infrastruktura (luke nautičkog turizma) <i>f</i></li> <li>– Pomorska tradicija <i>f</i></li> <li>– Visokoškolsko obrazovanje za pomorstvo i turizam <i>f</i></li> <li>– Mogućnost proširenja postojećih luka i lučica <i>f</i></li> <li>– Prostorne mogućnosti za izgradnju novih luka nautičkog turizma</li> </ul>	<p><b>SLABOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nedovoljan kapacitet luka nautičkog turizma (nedovoljan broj vezova)</li> <li>– Nedostatak vezova za veće jahte</li> <li>– Sadržaj ponude u marinama i razina usluge <i>f</i></li> <li>– Razina tehničke usluge u marinama Izražena sezonalnost potražnje</li> <li>– Sadržaj ponude destinacije i kvaliteta usluga <i>f</i></li> <li>– Vrijednost za novac</li> <li>– Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada <i>f</i></li> <li>– Nedovoljna educiranost</li> <li>– Nedostatak obrazovnih/strukovnih institucija <i>f</i></li> <li>– Neusklađenost zakonskih propisa Administrativne prepreke</li> <li>– Neodgovarajuća kategorizacija luka nautičkog turizma <i>f</i></li> <li>– Nepovezanost elemenata sustava <i>f</i></li> <li>– Nepostojanje strategije razvoja nautičkog turizma</li> </ul>
<p><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rast potražnje u turizmu u svijetu, pa tako i u nautičkom (rast potražnje za vezovima) <i>f</i></li> <li>– Trendovi u turizmu (bliske destinacije, lako dostupne, sigurne, zaštićena priroda, visoki zdravstveni standardi) <i>f</i></li> <li>– Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija <i>f</i></li> <li>– Otvaranje novih tržišta <i>f</i></li> <li>– Daljne unapređenje prometne dostupnosti (izgradnja prometne infrastrukture, „low cost carriers“ itd.) <i>f</i></li> <li>– Donošenje razvojne strategije nautičkog turizma <i>f</i></li> <li>– Klimatski uvjeti povoljni za značajno proširenje sezone <i>f</i></li> <li>– Očekivana stabilnost u regiji</li> <li>– Razvoj domaće male brodogradnje Razvoj ekoturizma <i>f</i></li> <li>– Porast kvalitete ostale turističke ponude</li> <li>– Strana ulaganja</li> </ul>	<p><b>PRIJETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nekontrolirani razvoj nautičkog turizma zbog nepostojanja strategije → gubitak atraktivnosti proizvoda <i>f</i></li> <li>– Sukobi s drugim korisnicima resursa (ostali oblici turizma, marikultura, plovni put itd.)</li> <li>– Zagađenje okoliša <i>f</i></li> <li>– Preizgrađenost obale <i>f</i></li> <li>– Nedovoljno razvijena svijest o potrebi zaštite okoliša i očuvanja bioraznolikosti</li> <li>– Neodgovarajuća zakonska, planska i ostala regulativa <i>f</i></li> <li>– Politička nestabilnost regije</li> <li>– Terorizam <i>f</i></li> <li>– Pojava novih zaraznih bolesti</li> <li>– Poremećaji na emitivnim tržištima Neodgovarajuća privatizacija</li> </ul>

Izvor: *Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka (2006.) Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske. Dostupno na:*

<http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf>. Datum posjeta:

10.04.2019.

Hrvatska, prema postojećem broju nautičkih vezova, duljinom obale i otoka, njihovom izuzetnom privlačnošću i još uvijek dobroj očuvanosti, te konačno dosegnutoj kvaliteti ukupne nautičke ponude, nedvojbeno ima sve pretpostavke za daljnji kvalitetan i konkurentan razvoj nautičkog turizma pod uvjetom da u budućnosti ne ugrozi osnovnu prirodnu razvojnu osnovu. U nastavku slijedi detaljniji pregled statističkih podataka u svezi ovog selektivnog oblika turizma.

#### **4.4. KVANTITATIVNI PODACI**

Pri analizi kvantitativnih podataka u svezi nautičkog turizma Hrvatske provodi se analiza turističke ponude ove destinacije, a naposljetku i pregled osnovnih obilježja turističke potražnje, kao i ostvarenih rezultata nautičkog turizma Hrvatske. Detaljnije u svezi njih slijedi u nastavku kako je i opisano.

##### *4.4.1. TURISTIČKA PONUDA NAUTIČKOG TURIZMA HRVATSKE*

U proteklih nekoliko godina zabilježen je napredak Hrvatske u razvoju turističke ponude nautičkog turizma. O tome primarno svjedoče podaci u svezi broja luka i vezova u Hrvatskoj (Tablica 6.).

**Tablica 6. Pregled broja luka nautičkog turizma u hrvatskim županijama 2017. godine**

	RH	Primorsko-goranska županija	Zadarska županija	Šibensko-kninska županija	Splitsko-dalmatinska županija	Istarska županija	Dubrovačko-neretvanska županija
Ukupno	140	26	46	21	27	12	8
Sidrište	61	9	32	7	12	-	1
Privezište	6	2	2	-	1	1	-
Suha marina	13	5	4	1	2	-	1
Marina I kat.	5	1	-	2	-	2	-
Marina II kat.	16	2	4	3	3	2	2
Marina III kat.	17	3	4	5	3	2	-
Nekateg. Marina	19	4	-	3	5	5	2
Nerazvrstane luke	3	-	-	-	1	-	2

*Izvor: Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2018.) Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 12.04.2019.*

Vidljivo je kako Hrvatska ukupno raspolaže s 140 luka u nautičkom turizmu. Gledajući podatke u svezi pojedinačnih županija prednjači Zadarska županija, a najmanji broj luka evidentiran je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji i Istarskoj županiji. U ukupnom broju luka, dominiraju sidrišta, nekategorizirane marine i Marine III kategorije. Najmanji broj je nerazvrstanih luka i marina I kategorije.

Hrvatska raspolaže s ukupno 17 067 vezišta, pri čemu je najveći broj onih za plovila dužine 12 do 15 metara i 10 do 12 metara. Najmanji broj vezišta je za plovila do 6 metara i više od 20 metara dužine (Ministarstvo turizma, 2018.). Broj vezišta po pojedinim županijama razmatra se u nastavku (Grafikon 1.).

**Grafikon 1. Broj vežišta po županijama 2017. godine**



Izvor: Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2018.) Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 12.04.2019.

Slično kao i na primjeru prethodnog pokazatelja, vidljiva je dominacija Zadarske županije. Međutim, vidljivo je kako slijede Šibensko-kninska i Istarska županija, koje su relativno nisko rangirana s obzirom na broj luka. Najmanji broj vežišta ima ponovno Dubrovačko-neretvanska županija.

Treba istaknuti kako je u proteklim godinama zabilježen i rast ukupnih prihoda od nautičkog turizma u Hrvatskoj, a jednaki trend očekuje se i u budućnosti. Pregled ovih pokazatelja slijedi (Grafikon 2.).



**Grafikon 2. Ukupni prihodi od nautičkog turizma po županijama u Hrvatskoj 2016. i 2017. godine**

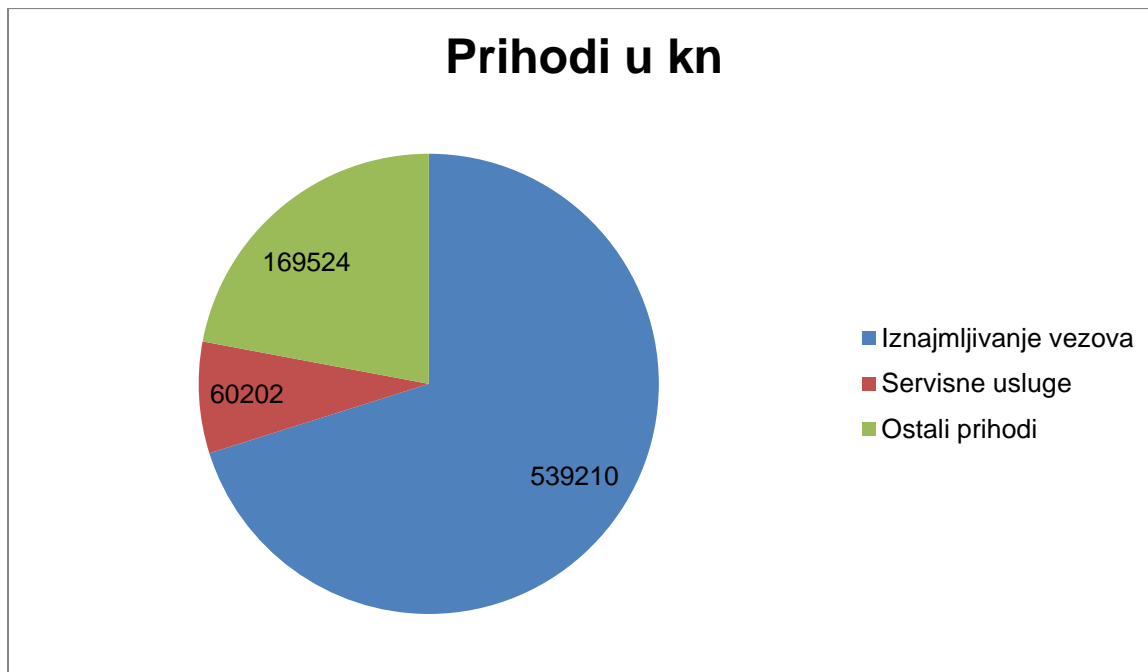


Izvor: Ministarstvo turizma (2018.) Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 12.04.2019.

Vidljivo je kako sve županije, osim Istarske ostvaruju rast prihoda u promatranom razdoblju. Pri tome, najveće prihode generira Šibensko-kninska županija, a slijede Zadarska i Splitsko-dalmatinska, dok Dobrovačko-neretvanska bilježi znatno manje prihode.

Na razini Hrvatske u 2017. godini ostvareni prihodi u nautičkom turizmu iznosili su 855 tisuća kuna bez PDV-a, dok su u prethodnoj godini iznosili 768 tisuća kuna (Ministarstvo turizma, 2018). Pregled strukture prihoda po uslugama slijedi u nastavku (Grafikon 3.).

**Grafikon 3. Struktura prihoda u nautičkom turizmu Hrvatske po uslugama u 2017. godini**



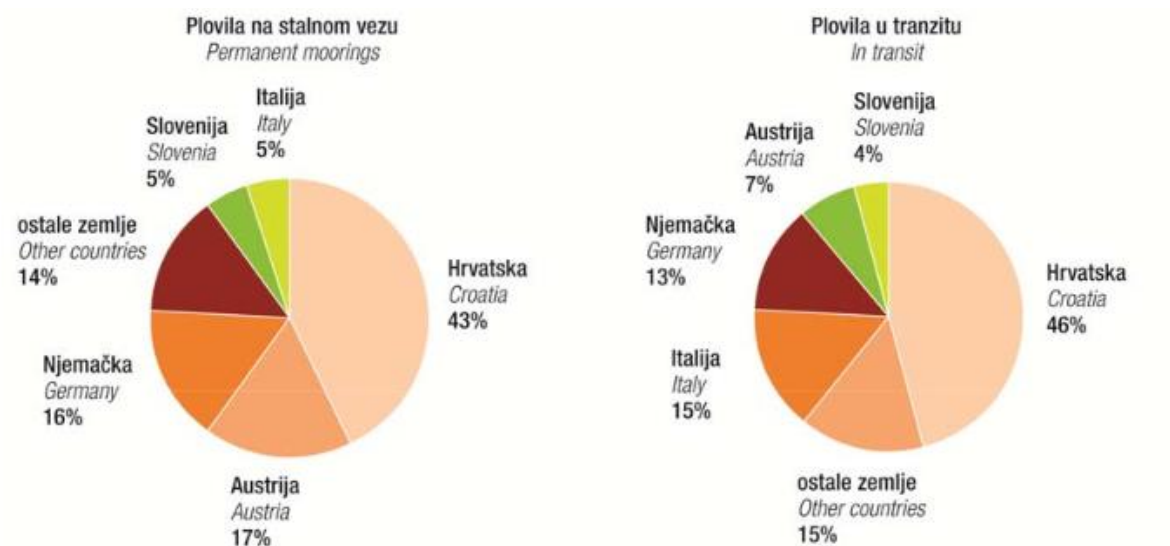
Izvor: Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2018.) *Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017.* Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 12.04.2019.

Danim prikazom potvrđuje se kako dominira iznajmljivanje vezova, pri čemu glavninu prihoda generira najam stalnih vezova. Nakon toga slijede ostali prihodi te servisiranje i popravak plovila.

#### 4.4.2. TURISTIČKA POTRAŽNJA

Istraživanja turističke potražnje u nautičkom turizmu Hrvatske ukazuju na suvremena obilježja i specifičnosti iste. Treba istaknuti kako dominiraju turisti iz vodećih emitivnih destinacija Europe, kao što su Austrija, Njemačka i Italija. Struktura gostiju razlikuje se na primjeru stalnih i tranzitnih vezova (Grafikon 4.).

#### Grafikon 4. Struktura turističke potražnje u nautičkom turizmu Hrvatske s obzirom na zemlju podrijetla u 2017. godini



Izvor: Ministarstvo turizma (2018.) *Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017.* Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 12.04.2019.

U stalnom vezu dominiraju turisti iz Austrije i Njemačke, dok u tranzitnom dominiraju Italija i Njemačka. Treba primijetiti kako je udio Hrvatske oko 45% u obje vrste vezova.

Suvremena obilježja ovih turista odnose se na (Hrvatska gospodarska komora, 2018):

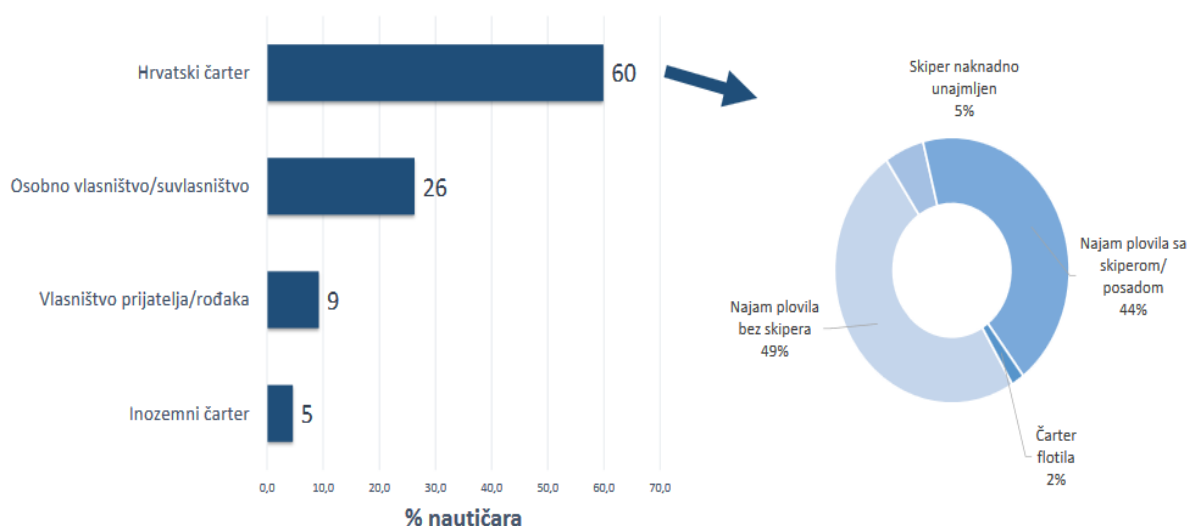
- Sve obrazovaniji gosti;
- Veća primanja;
- Povećanje nautičara koji su u prvom posjetu Hrvatskoj;
- Porast broja dolazaka zračnim prometom;
- Informiranje putem interneta u znatnom je porastu;
- Povećanje korištenja usluga skipera;
- Skraćivanje duljine boravka i plovidbe;
- Povećanje zadovoljstva;

- Rast dnevne potrošnje.

Treba zaključiti kako su navedeni trendovi potražnje rezultat promjena na međunarodnom turističkom tržištu, kao i u okruženju. O tome se prethodno raspravljalo, a o navedenim podacima isto se i daje argumentirati.

U nastavku slijedi pregled strukture nautičke potražnje prema vrsti plovila (Slika 4.).

**Slika 4. Struktura nautičke potražnje u Hrvatskoj prema vrsti plovila tijekom 2017. godine**

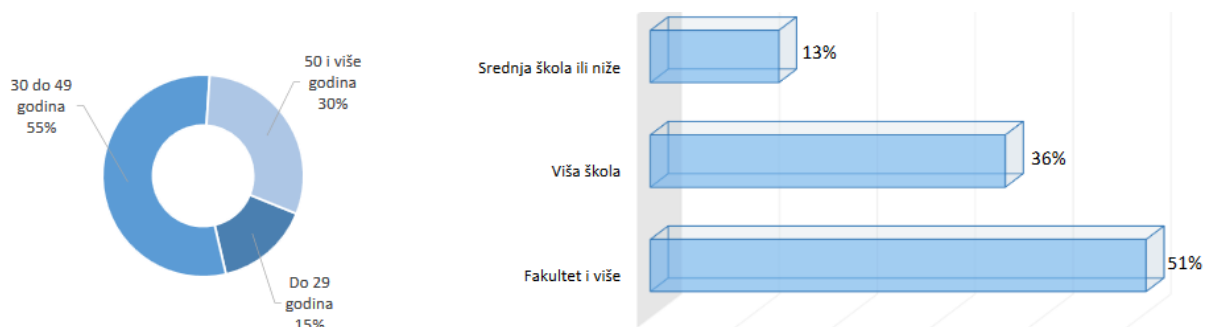


Izvor: Marušić, Z. et al. (2008.) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj . Tomas nautika Jahting 2017.* Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/tomas-nautika-jahting-20175b3b59b2a9431.pdf>. Datum posjeta: 12.04.2019.

Prema dostupnim podacima treba zaključiti kako dominiraju hrvatski charteri s čak 60%. U okviru njih najveći udio imaju najam plovila bez skipera te nešto manje najam sa skiperom. Ukupno čine 93%. Nakon čartera treba istaknuti osobno vlasništvo ili suvlasništvo u plovilu koje bilježi udio od 26%, a slijede plovila u vlasništvu obitelji i prijatelja te inozemni čarteri sa samo 5%.

Već je bilo riječi o tome kako u Hrvatskoj dominiraju nautičari starije i srednje životne dobi, kao i više razine obrazovanja (Slika 6.).

**Slika 5. Struktura nautičara u Hrvatskoj prema dobi i razini obrazovanja u 2017. godini**







Izvor: Marušić, Z. et al. (2008.) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj . Tomas nautika Jahting 2017.* Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/tomas-nautika-jahting-20175b3b59b2a9431.pdf>. Datum posjeta: 12.04.2019.

Prema navedenom, prosječna dob nautičara u Hrvatskoj kreće se oko 41 godinu starosti. Prevladavaju, a također je i zabilježen rast onog udjela nautičara, koji karakterizira fakultetsko obrazovanje. Oni se javljaju u udjelu većem od 50%.

Posebice je značajno istaknuti kako su ovi turisti dio ukupne turističke potražnje u Hrvatskoj koja se izdvaja s obzirom na znatno veću dnevnu potrošnju, kao i mjesečna primanja. Ista premašuju 3 500 eura. Ovakvih turista u Hrvatskoj u prosjeku je oko 25%, a očekuje se rast ovog udjela usporedno s obogaćenjem ponude nautičkog turizma.

S obzirom na učestalost posjete vrlo je značajno razmotriti sljedeće pokazatelje (Slika 6.).

**Slika 6. Udio nautičara u Hrvatskoj s obzirom na učestalost posjete u 2017. godini**

	 Ukupno	 Čarter	 'Vlasnici'	 Stacionarni gosti (2017.)
	%	%	%	%
Prvi posjet	32	40	18	33
Drugi posjet	18	20	15	17
3 do 5 posjeta	23	22	26	23
6 i više posjeta	27	18	41	27

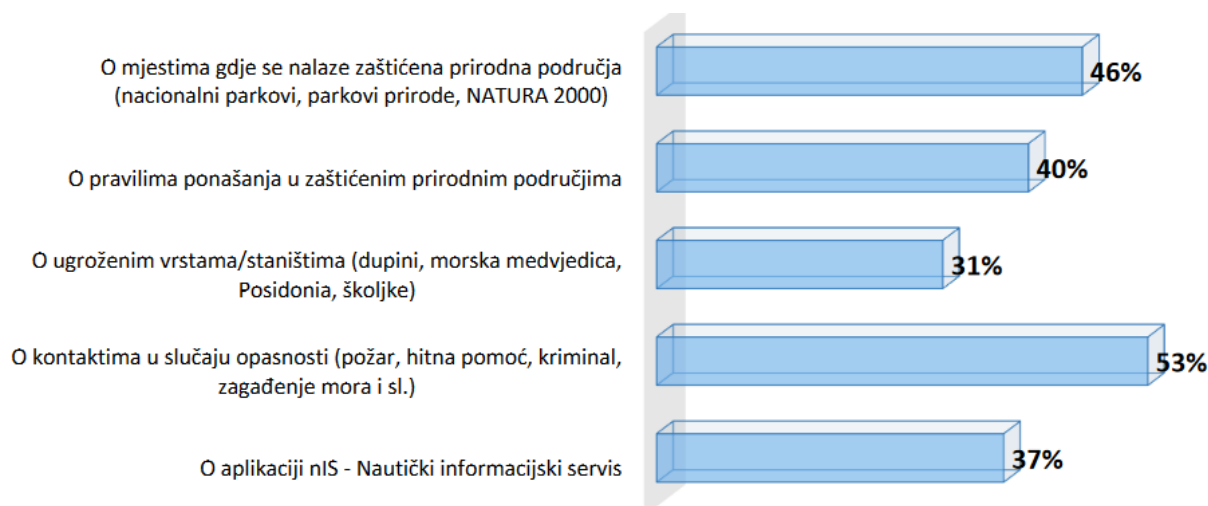
Izvor: Marušić, Z. et al. (2008.) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj . Tomas nautika Jahting 2017.* Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/tomas-nautika-jahting-20175b3b59b2a9431.pdf>. Datum posjeta: 12.04.2019.

U proteklim godinama zabilježen je rast udjela nautičara koji prvi puta dolaze u Hrvatsku. Pri tome dominiraju Nizozemci, Rusi, Šveđani i Francuzi. U grupi lojalnih gostiju koji više puta dolaze u Hrvatsku dominiraju Austrijanci, Česi, Nijemci i Slovenci. Prosječan udio nautičara koji prvi puta posjećuju Hrvatsku u 2017. godini iznosio je 32%, a u 2012. godini samo 12% (Marušić et al., 2018).

Gosti uglavnom dolaze automobilom, njih 58%, a slijede gosti koji dolaze zračnim putem s 24%, dok gosti u plovilima bilježe tek 13%. Treba istaknuti kako čak 64% gostiju koristi usluge niskobudžetnih zrakoplovnih prijevoznika (Marušić et al., 2018).

Gosti se najviše informiraju putem interneta, no ne treba umanjiti značaj ni razmjene iskustava, prijašnjih iskustava i ostalih kanala informiranja. Informacije koje se najviše potražuju prikazuju se u nastavku (Slika 7.).

## Slika 7. Informacije koje nautičari najviše potražuju o Hrvatskoj



Izvor: Marušić, Z. et al. (2008.) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj*. *Tomas nautika Jahting 2017*. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/tomas-nautika-jahting-20175b3b59b2a9431.pdf>. Datum posjeta: 12.04.2019.

Prikazani podaci smatraju se iznimno korisnima u procesu upravljanja razvojem nautičkog turizma u Hrvatskoj. Pri tome se misli na smjernice za unapređenje promocije istoga, kao i načina komunikacije s gostima. Naglasak treba postaviti na online oglašavanje, kao i na nadopunjavanje informacija u svezi sigurnosti destinacije i proizvoda, prirodnim i kulturnim dobrima te pravilima ponašanja i uvjetima poslovanja.

Tijekom putovanja, koje u prosjeku traje 6 dana, nautičari uglavnom posjećuju i pristaju u 3 marine, prosječno. Najčešći boravak je od 4 do 7 noćenja, a udio takvih iznosi gotovo 60%: iako je zabilježen trend smanjenja duljine plovidbe i boravka ovih gostiju, treba istaknuti kako još uvijek postoji značajan udio onih koji borave od 8 do 14 dana, oko 26% (Marušić, 2018).

U nastavku slijedi pregled aktivnosti kojima se nautičari uglavnom bave za vrijeme boravka u Hrvatskoj (Marušić, 2018):

- Odlazak u kupovinu;
- Posjećivanje restorana;
- Odlazak u kafiće i slastičarnice te slične ugostiteljske objekte;
- Ronjenje;

- Ribolov;
- Pješačenje;
- Izleti;
- Razgledavanje kulturne baštine;
- Sport na vodi;
- Posjet lokalnim zabavama;
- Ples i noćni život;
- Sport na kopnu;
- Posjet koncertima, kazalištima i galerijama;
- Posjet tematskih parkova;
- Obilazak vinskih cesta i cesta maslinovog ulja.

Vrlo često se Hrvatskoj upućuju kritike u smislu nedovoljno razvijene dodatne ponude usluga koje su namijenjene ovim gostima. U tom smislu, riječ je o jednom od najkritičnijih područja ili pitanja njegova razvoja. Detaljnije o njemu i ostalim ograničenjima slijedi u narednom poglavlju rada.



## **5. PREPORUKE I SMJERNICE ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ**

Turizam Republike Hrvatske često se susreće s određenim kritikama, koje zapravo naglašavaju problematiku osnovnih ograničenja i problema na ovome području. Uglavnom je riječ o onima koji u predmetnoj turističkoj destinaciji egzistiraju već duži niz godina, a za koje još uvijek nije ponuđeno optimalno rješenje. Primjerice, misli se na izrazitu sezonalnost, lošu kvalitetu infrastrukture u pojedinim dijelovima destinacije, slabu modernizaciju poslovanja, sustav financiranja, ponudu dodatnih sadržaja i slično.

Općeniti problemi hrvatskog turizma vrijede i na primjeru nautičkog turizma, kao zasebnog selektivnog oblika. Smatra se kako cjelovitost ovih problema još uvijek nije u potpunosti definirana, s obzirom na relativno kratko razdoblje egzistiranja ovog proizvoda na turističkom tržištu, ali i s obzirom na samu problematiku njegova cjelovitog poimanja.

Unatoč navedenome, danas se u domeni nautičkog turizma uglavnom raspravlja o problematici infrastrukture, financiranja i praćenja međunarodnih trendova te statistike nautičkog turizma. Detaljnije o istima, kao i mogućim smjernicama te preporukama za unapređenje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj slijedi u nastavku poglavlja.

### **5.1. OSNOVNI OGRANIČAVAJUĆI ČIMBENICI**

Kada se raspravlja o održivom razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj često se ističu određeni problemi, koji zapravo ukazuju na temeljna ograničenja. O njima je dijelom već bilo rasprave u prethodnom poglavlju rada pri razradi SWOT analize, a u okviru iste osnovnih slabosti. Provedenim istraživanjem moguće je kritički promišljati o tome čimbenicima, odnosno iste identificirati i detaljnije specificirati.

Smatra se kako se osnovna ograničenja razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj mogu sumirati na sljedeći način:

- Loš sustav informiranja;
- Problematika istraživanja međunarodnih trendova u nautičkom turizmu;
- Nerazvijen sustav praćenja turističke statistike nautičkog turizma;
- Nespecificiranost granica nautičkog turizma, odnosno njegovih sastavnih dijelova;
- Problematika infrastrukture u smislu strukture luka i raspoloživosti vezova;
- Slaba ponuda turističkih usluga u destinacijama, odnosno dodatnih i zabavnih sadržaja;
- Sustav financiranja;
- Održivi razvoj.

S obzirom na problematiku pojmovnog određenja nautičkog turizma o čemu se već raspravljalo, smatra se kako ovaj selektivni oblik turizma u Hrvatskoj još uvijek nije spoznat na cjelovit način. Već je bilo riječi o tome kako se charter usluge, kao i neke druge, djelomično pribrajaju ovom selektivnom obliku turizma. Ova ograničenja za sobom povlače nis ostalih, a pri tome svakako treba istaknuti nejasnoće u svezi granica nautičkog turizma.

Nastavno na navedeno, kao i slab angažman dionika, problematiku financiranja i suradnju, evidentno je kako su statistički podaci u svezi ovog selektivnog oblika turizma vrlo oskudni. To izravno utječe na problematiku njegova planiranja, ali i upravljanja u praksi. Na taj način, dobiva se tek cjeloviti uvid u realne pozitivne, ali i negativne učinke ovog selektivnog oblika turizma.

Navedena ograničenja, uz slab sustav kontrole, održivi razvoj nautičkog turizma čine upitnim. Iako se u javnosti često navodi kako je riječ zaista o održivom konceptu njegova razvoja, smatra se kako ne postoje vjerodostojni i transparentni argumenti za ove tvrdnje.

### 5.1.1. INFRASTRUKTURA

U domeni razvoja nautičkog turizma Hrvatske, veću pozornost treba posvetiti cjelovitom planiranju, kompleksnoj turističkoj i nautičkoj izgradnji, uređivanju širih zona i zaštiti prostora. Njegov razvoj izravno ovisi o razvoju infrastrukture, a pri tome se posebice misli na razvoj luka. Taj razvoj mora biti isključivo kompatibilan, kompleksan i bezuvjetno održiv (Kovačić et al., 2005). Pri tome, neki od segmenata koje treba uzeti u obzir su i njegovanje kulture ambijenta, opterećenje prostora te sustav kontrole i nadzora prirodnog sustava.

Pomorsko gospodarstvo je podsustav nautičkog turizma. To implicira činjenicu kako njegov razvoj izravno ovisi o stanju i razvoju luka te privezišta, kao esencijalnih kapaciteta u nautičkom turizmu. Luke i privezišta osnovni su nositelji razvoja nautičkog turizma u svim destinacijama. Na primjeru Hrvatske potrebno je unaprijediti revitalizaciju i modernizaciju luka, kao i potaknuti izgradnju dodatnih, koja će biti usklađena s prostornim, socijalnim, ekološkim i ostalim uvjetima.

„Na hrvatskoj jadranskoj obali nalaze se 704 uvale, luke i lučice, od čega 311 luka i lučica može uz revitalizaciju i minimalna ulaganja zadovoljiti nautičke potrebe. Kao male jezgre, one su pogodne posebno u programu revitalizacije jer mogu prostorno pružiti nove usluge nautičarima (Kovačić et al., 2005: 57).“ Ove luke imaju potencijal postati vrijednim gospodarskim objektima, kao i unaprijediti ekonomske učinke kroz poslovanje u nautičkom turizmu. Kako bi isto bilo izvedeno, važno je poticati investicije i ulaganja u njihovu izgrađenost i opremljenost.

Posebno je značajno pri tome promišljati o takvoj adaptaciji i modernizaciji luka, koja će istima donijeti veće komercijalne koristi. Isto je moguće jedino uz podržavajući sustav financiranja koji kreće od nacionalne razine, ali i onih nižih razina. Posebice treba u obzir uzeti i mogućnost sufinanciranja razvojnih projekata kroz sredstva iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova.

Osim adaptacije ovih luka, treba unaprijediti i suvremenu opremljenost, kadrovska i organizacijska rješenja, kao i upotpuniti nautičko-turističku ponudu. Osim financijske podrške, ovo ograničenje zahtijeva suradnju i integritet dionika, kao i sustavna istraživanja međunarodne konkurencije i trendova u nautičkom turizmu.

Smatra se kako Hrvatska ne raspolaže s dostatnim brojem luka, posebice onih za prihvat većih plovila, a o čemu je bilo riječi pri analizi statističkih pokazatelja ovog turizma u Hrvatskoj. Sukladno tome, u svrhu zadovoljenja sve kompleksnije i opsežnije međunarodne potražnje u nautičkom turizmu, potrebno je urgentno promišljati o izgradnji novih luka.

Naime, Hrvatska ima nedostatan kapacitet nautičkih luka u ljetnom razdoblju, a ovo ograničenje posebice je istaknuto na primjeru otoka. Pri tome se ističe kako je tranzitna uporaba vezova u moru izrazito sezonskoga karaktera, i odnosi se na razdoblje od svibnja do rujna (Kovačić et al., 2005). Kako bi se reducirao problem sezonalnosti važno je obogatiti ponudu dodatnih sadržaja, kao i integrirati nautički turizam s ostalim selektivnim oblicima turizma. Modernizacija postojeće infrastrukture, kao i razvoj dodatnih luka, osim navedenome, doprinjeo bi i unapređenju ekološkog stanja mora i priobalja, ali i maksimizaciji broja zaposlenih te prihoda od nautičkog turizma.

Iako je njegov razvoj reguliran s vrhovne nacionalne razine, smatra se kako se konkretnije promjene i napretci trebaju aktivirati s lokalnih razina. Naime, svaka turistička destinacija u Hrvatskoj ima za obvezu odrediti plan razvoja nautičkog turizma u sklopu raspoloživih prostornih, ljudskih i tehničkih mogućnosti. Jasno je kako to zahtijeva usku suradnju raznih skupina dionika, prigodan sustav informiranja, ali i financiranja promjena.

#### *5.1.2. ODNOS SPRAM OKOLIŠA I ODRŽIVI RAZVOJ*

Za nautički turizam posebno je važno očuvanje prirodnih resursa zbog oblikovanja izvornih održivih konkurentskih prednosti područja, odnosno destinacije. Kako bi isto bilo osigurano na adekvatni način, o kojemu danas nije moguće govoriti, potrebno je

dosegnuti dostatnu razinu harmonizacije stavova u profesionalnoj i etičkoj razini razvoja nautičkog turizma, u koju bi bili uključeni i umreženi svi sudionici oblikovanja nautičke usluge (Kovačić et al., 2005). Ista podrazumijeva potpuno poštivanje prostornih, ekonomskih, tehnološko-ekoloških i drugih aspekata u razvoju nautičkog turizma, a koji osim nacionalnog karaktera poprimaju i onaj međunarodni.

U temeljnim razvojnim dokumentima i studijama održivog razvoja nautičkog turizma Hrvatske, ali i ostalih destinacija, navodi se kako je jedna od vodećih prijetnji njegovu dugoročnom i održivom razvoju nekontrolirano korištenje prostora, kao i neograničeno poslovanje. Upravo zbog toga imperativ se postavlja na odgovorno gospodarenje prirodnim resursima i prostorom, kao i zaštiti ekosustava, odnosno provedbi cjelovitog koncepta održivog razvoja.

Minimiziranje negativnih učinaka nautičkog turizma, kao i osiguranje njegova održivog razvoja moguće je jedino uz provedbu učinkovitog i kontroliranog sustava upravljanja njegovim razvojem. To prvenstveno podrazumijeva planiranje racionalnog i kontroliranog, ograničenog i usmjeravanog korištenja prostora za izgradnju kapaciteta i primjenu svih mjera zaštite okoliša.

Također, potrebno je prihvatiti i poštivati propise nautičkih luka, koji se odnose na implementaciju sustava prihvatnih uređaja radi sakupljanja otpadnih tvari s plovnih objekata (fekalije, ulja, komunalni otpad), a čime se učinkovito doprinosi očuvanju okoliša (Ministarstvo turizma, 2008). potrebno je uspostaviti sustav kontrole pritisaka na prostor, lokalnu zajednicu i okoliš. U tu svrhu poštuju se prihvatni kapaciteti, kao i kapaciteti nosivosti.

Nautički turizam Hrvatske mora striktno biti usmjeren sljedećim vrijednostima (Ministarstvo turizma, 2008):

- Zaštita iznimno vrijednih područja (nenaseljenih, neurbaniziranih obala, otoka, otočića, zaljeva i uvala) koja su primarni motiv dolaska domaćih i stranih nautičara;
- Planiranje izgradnje novih luka nautičkog turizma najviših standarda zaštite okoliša;

- Implementacija međunarodnih standarda poslovanja i razvoj sustava upravljanja kvalitetom;
- Unapređenje kontrole i nadzora;
- Područja planiranja izgradnje luka nautičkog turizma trebaju biti devastirana područja i to posebno ona koja imaju program sanacije (kamenolomi, napuštene vojne luke i industrijska postrojenja);
- Posebno voditi brigu o geografskim i demografskim obilježjima prostora, kao i o ostalim aspektima;
- Racionalno i kontrolirano korištenje prirodnog prostora.

U cjelokupni sustav održivog razvoja potrebno je integrirati sve skupine dionika. Smatra se kako posebno treba motivirati lokalno stanovništvo. Lokalno stanovništvo sve je značajnija skupina dionika u okviru turističkog razvoja općenito, a tako i onoga na primjeru nautičkog turizma. U svrhu osiguranja intenzivnijeg i kvalitetnijeg razvoja važno je uskladiti socio-kulturnu i mentalnu razinu te uključenost stanovništva.

Isto se potiče adekvatnim sustavom informiranja, obrazovanja i motiviranja. Smatra se kako je neophodno kontinuirano i sustavno provoditi edukaciju u svim slojevima stanovništva, koja će poticati spoznaju i očuvanje prirodnih vrijednosti (Kovačić et al., 2005).

### *5.1.3. PITANJA SIGURNOSTI*

Sigurnost putovanja i boravka u turističkoj destinaciji esencijalna su pitanja u okviru suvremenoga turizma. Za te potrebe danas se sve intenzivnije razvijaju sustavi sigurnosti plovidbe, kao i ostalih segmenata turističke ponude. U okviru nautičkog turizma, svrha je osigurati sigurnu plovidbu i zaštitu morskog okoliša, odnosno spriječiti i izbjeći nezgode i druge opasnosti.

Sustav sigurnosti plovidbe i boravka u turističkoj destinaciji temelji se na primjeni niza propisa i odredbi međunarodnih konvencija i ugovora koji se odnose na sigurnost plovidbe i zaštitu morskog okoliša koje je prihvatila Republika Hrvatska ili ih ima namjeru prihvatiti (Ministarstvo turizma, 2008). Nositelj svih poslova iz područja

sigurnosti plovidbe je resorno Ministarstvo, a ono uređuje pitanja u svezi uspostave mjera zaštite Jadranskog mora i priobalja, provođenja inspekcijskih poslova sigurnosti plovidbe i slično.

Osim njega treba spomenuti i sljedeće dionike (Ministarstvo turizma, 2008):

- Lučke kapetanije;
- Obalnu stražu;
- Pomorsku policiju;
- Hrvatski registar brodova;
- Hrvatski hidrografski institut i Plovput.

U Hrvatskoj je ovaj sustav relativno uspješno i kvalitetno razvijen te implementiran. Važno je pri tome istaknuti kako je osnovana Nacionalna središnjica za traganje i spašavanje (MRCC) u Rijeci, sa podsredišnjicama (lučke kapetanije) i njihovim lučkim ispostavama, te svim obalnim radio postajama (Rijeka radio, Split radio i Dubrovnik radio). Isto je implementirano u svrhu održavanja pomorske radijske službe bdijenja na međunarodno utvrđenim frekvencijama i kanalima za pogibelj, hitnost i sigurnost, a sve u skladu sa svjetskim pomorskim sustavom pogibelji i sigurnosti.

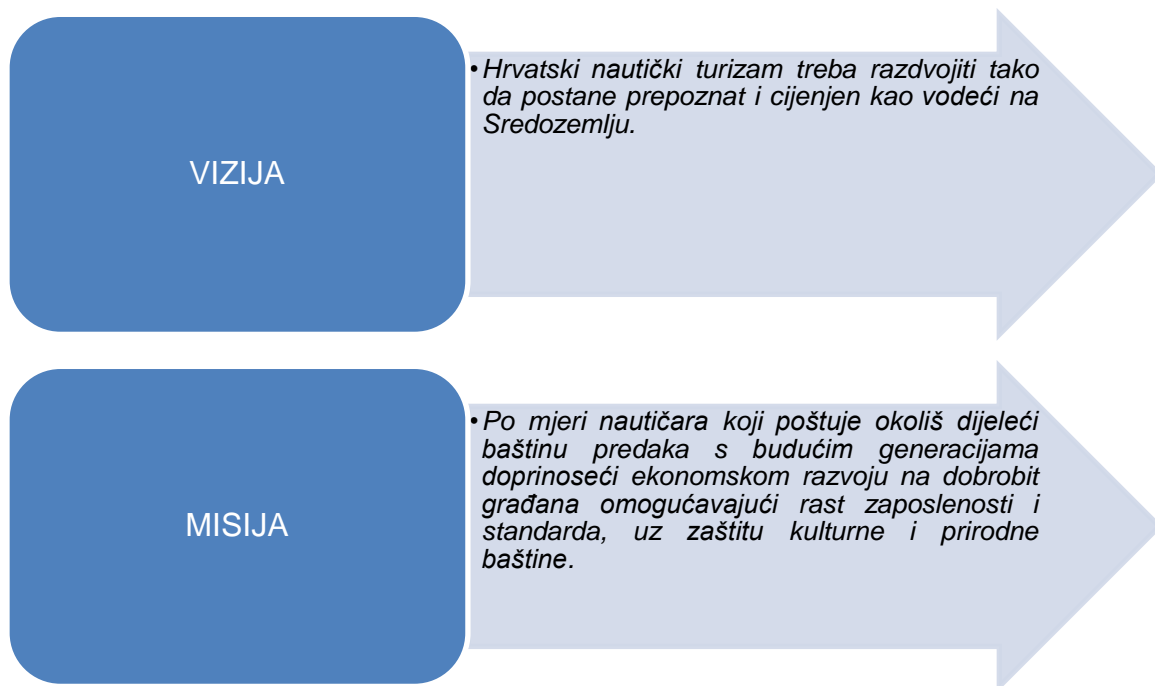
Nacionalna središnjica u Hrvatskoj održava 24 satno dežurstvo na besplatnom telefonu 9155 kao i putem pomorskih radio-komunikacijskih sredstava (Ministarstvo turizma, 2008). Osim nje treba istaknuti i aktivnosti Ministarstva unutarnjih poslova koje raspolaže s brojnim plovilima u svim turističkim destinacijama nautičkog turizma Hrvatske.

## **5.2. OKVIR RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U HRVATSKOJ**

U kontekstu razvojnog okvira ili koncepta razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj potrebno je osvrnuti se na viziju, misiju i strateške ciljeve razvoja. Isti su sadržani u temeljnim razvojnim dokumentima, pri čemu posebice treba istaknuti Strategiju razvoja nautičkog turizma Hrvatske.

Vizija i misija razvoja nautičkog turizma Hrvatske polaze od analiziranih činjeničnih stanja i osnovnih ograničenja. Iste se predočavaju u nastavku (Slika 8.).

**Slika 8. Vizija i misija razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj**



Izvor: Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2008.) *Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske 2009.-2019.* Dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>. Datum posjeta: 13.04.2019.

Evidentno je kako se u okviru misije i vizije razvoja naglasak postavlja na konkurentnost i održivi razvoj. Može se jednostavno zaključiti kako je vizija razvoja ostvarenje konkurentske prednosti na Sredozemlju, a misija razvoja dostizanje i osiguranje održivog razvoja nautičkog turizma Hrvatske.



Kako bi isto u praksi bilo izvedivo, definirani su osnovni strateški ciljevi, koji predstavljaju elemente integrirane strategije razvoja, kao i segmente akcijskog plana. Pregled istih slijedi redom (Ministarstvo turizma, 2008):

- „Održivo korištenje i upravljanje resursima;
- Revidiranje prostorno-planskih dokumenata za realizaciju scenarija umjerene izgradnje novih prihvatnih kapaciteta;
- Povećanje prihvatnih kapaciteta sanacijom, rekonstrukcijom i revitalizacijom postojećih luka;
- Uspostava sustava nadzora i upravljanja pomorskom plovidbom;
- Opremanje i nadzor plovni objekata i luka nautičkog turizma uređajima i opremom za zaštitu mora od onečišćenja;
- Uspostava integralnog upravljanja sustavom nautičkog turizma;
- Pojednostavljenje administrativnih procedura i usklađivanje zakonodavstva;
- Povećanje proizvodnje plovni objekata za nautički turizam u hrvatskim brodogradilištima – razvoj klastera nautičkog turizma;
- Poticanje razvitka postojećih i izgradnja novih remontnih i servisnih centara;
- Jačanje konkurentnosti svih subjekata nautičkog turizma;
- Primjena novih tehnologija i ekoloških standarda;
- Uspostava sustava kontinuiranog obrazovanja sudionika u nautičkom turizmu.“

U kontekstu postojećeg akcijskog plana, za svaki od navedenih strateških ciljeva, definirane su mjere, prioritete, aktivnosti i zadaci. Sveukupnost navedenoga daje cjeloviti okvir održivog razvoja nautičkog turizma.

### **5.3. KRITIČKI OSVRT AUTORA**

Uvidom u kvalitativne i kvantitativne podatke u svezi nautičkog turizma Hrvatske, kao i u aktualno stanje institucionalne podrške te razvojne dokumente, moguće je generirati niz zaključaka u svezi uspješnosti, adekvatnosti i optimalnosti postojećeg razvojnog okvira općenito. Strateška dokumentacija i izvedeno stanje svjedoče o začecima razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj. To se daje argumentirati i činjenicom kako se pažnja uglavnom posvećuje osiguranju i unapređenju osnovnih uvjeta njegova razvoja.

Tijekom razrade strategije njegova razvoja vidljivo je kako se uglavnom promišlja i raspravlja o esencijalnim inputima koji osiguravaju formiranje ovog turističkog proizvoda. Smatra se kako postojeći okvir oskudijeva suvremenim načelima razvoja. U tom kontekstu pažnja je posvećena tek održivom razvoju, dok se problematika zadovoljstva turista, stjecanja iskustva i doživljaja, inovativnosti i dodane vrijednosti u potpunosti izostavlja iz ove razrade.

Dok se s jedne strane daju rješenja i preporuke za postojeća ograničenja u okviru ovog selektivnog oblika turizma, s druge strane se stvaraju nova, odnosno zanemaruju suvremena pitanja i smjernice razvoja. Pri tome se postavlja pitanje koliko je zapravo postojeći okvir razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj održiv i suvremen.

Smatra se kako je navedeno uglavnom posljedica nedostatno razvijenog sustava informiranja i obrazovanja vodećih dionika, kao i nepostojanja informacijskog sustava koji na cjelovit i opsežan način kontinuirano prati i istražuje suvremene međunarodne trendove u turizmu općenito, a time i u okviru nautičkog turizma. Vjeruje se kako tome treba pridodati i nedostatnu razinu suradnje dionika.

Sljedeća zamjerka ili kritika posvećuje se zanemarivanju inovativnosti u kontekstu osmišljavanja inovativnih turističkih proizvoda. Primjerice, planiranje razvoja nautičkog turizma u granicama suvremenosti i međunarodne konkurentosti trebalo bi biti zasnovano na promišljanju u svezi diferencirane turističke ponude. Pri tome se misli kako ista ne smije biti zasnovana samo na standardiziranim uslugama u nautičkom turizmu, te kako mora sadržavati razradu problematike zasićenosti tržišta.

Vjeruje se kako je postojeći razvojni koncept i okvir potrebno revidirati, modificirati i nadopuniti. Isti treba biti zasnovan na osnovnim teorijskim činjenicama, izvedenom stanju i aktualnoj situaciji, no također mora specificirati konkretne procese promjena, uz identificiranje nositelja istih i aktivnosti svih dionika.

U tom smislu, moguće je promišljati o integriranju nautičkog turizma i ostalih selektivnih oblika kao što su kulturni, sportski ili neki drugi oblici. Prilikom takvoga

promišljanja u obzir je potrebno uzeti predočena obilježja predmetne turističke potražnje i na osnovu toga formirati integrirane turističke proizvode.

S obzirom na stanje turističke ponude nautičkog turizma u pojedinim turističkim destinacijama, moguće je promišljati o razvoju diferenciranih proizvoda nautičkog turizma. U obzir treba uzeti osnovne konkurentske prednosti i specifičnosti ponude svake pojedine turističke destinacije. Primjerice, u Istarskoj županiji moguće je postaviti naglasak na povezivanje nautičkog turizma s kulturnim i ruralnim turizmom. Nadalje, u Šibensko-kninskoj županiji i Zadarskoj županiji moguće je oformiti integrirane proizvode koji će biti zasnovani na nekim drugim selektivnim oblicima turizma kao što su sportsko-rekreacijski ili avanturistički turizam, te slično.

Na ovaj način osim što se doprinosi diferenciranju od konkurenata, moguće je unaprijediti problematiku osiguranja autentičnog doživljaja i iskustva, kao i maksimizirati tržišni nastup svake od postojećih destinacija u Hrvatskoj. Također, vjeruje se kako je bilo moguće reducirati problem sezonalnosti, kao i doprinijeti produljenju boravka ovih potrošača.

Pored navedenoga, postojeći razvojni okvir nautičkog turizma u Hrvatskoj u potpunosti izostavlja problematiku marketinških aktivnosti. Smatra se kako svaki selektivni oblik turizma zahtijeva diferencirani marketinški pristup. Rezultat je to specifičnosti samog turističkog proizvoda, ali i postojeće međunarodne potražnje. Pri razradi istoga potrebno je usmjeriti pažnju na rješenja i strategije privlačenja turista nautičara iz zemalja koje sudjeluju s relativno niskim udjelima. Predlaže se intenziviranje napora u preuzimanje tržišnog udjela konkurenata, ali i zadovoljenja neotkrivenih tržišnih niša.

## 6. ZAKLJUČAK

Nautički turizam međunarodno se promovira kao jedan od najperspektivnijih selektivnih oblika turizma. Riječ je o specifičnom integriranom turističkom proizvodu koji dominira u mnogim obalnim turističkim destinacijama Europe, a u kojima započinje najintenzivniji razvoj tijekom 20. stoljeća. Iako je na međunarodnom turističkom tržištu relativno kasno prepoznat kao turistički proizvod koji donosi brojne prednosti, može se tvrditi kako danas dostiže zavidnu razinu razvoja, no samo u ponekim europskim destinacijama.

U znanstvenoj literaturi, ali i stručnoj praksi, danas još uvijek postoje dileme i problemi koji se vežu uz njegovo definiranje, a time i spoznaju granica njegova dosega, koristi i mogućnosti razvoja. Razlog tome nazire se u kompleksnosti i multidimenzionalnosti ovog turističkog sustava, a uslijed takvog stanja moguće je konkretizirati kako se njegov realni razvoj očekuje tek u nekim narednim razdobljima.

Na razini Hrvatske nautički turizam svoj razvoj započinje značajno kasnije i sporijom dinamikom nego što je to evidentirano na međunarodnoj razini, odnosno na primjeri europskih destinacija. Na to su utjecala nepovoljna zbivanja u Hrvatskoj tijekom povijesnih razdoblja, a sve do osamostaljenja i oporavka države od Domovinskog rata. Pored toga, svakako treba identificirati i ostale uzročnike koji su ograničili i onemogućili njegov razvoj, a misli se na nedostatak informiranostidionika, lošu suradnju, slab sustav istraživanja međunarodnih tokova i trendova, nerazvijenost adekvatnog institucionalnog okvira te slično.

Moguće je zaključiti kako u današnjici nautički turizam u Hrvatskoj tek započinje svoj razvoj. O tome svjedoči i realno stanje zakonodavnog okvira, institucionalne podrške i ostalih preduvjeta za formiranje i jačanje ove turističke ponude. Uvidom u Strategiju razvoja nautičkog turizma, ali i ostalih strateških dokumenata i akata, ukazuje se na pažnju dionika koja je posvećena tek određanju ovog turističkog proizvoda, kao i pojašnjenju osnovnih preduvjeta za njegov razvoj. Pri tome se stanje infrastrukture, sustav financiranja i odnos prema okolišu razmatraju kao središnja područja, a koja ujedno čine i nedostatke istoga.

Suvremeni aspekt nautičkog turizma u potpunosti je izostavljen iz ovih dokumenata, što ponovno potvrđuje tvrdnju u svezi loše informiranosti, slabog angažmana u smjeru istraživanja međunarodnih i europskih praksi, iskustava te slično. Izostavljanje problematike turističkog doživljaja, kvalitete proizvoda i dodane vrijednosti smatra se posebno negativnim, te postoji uvjerenje kako isto utječe na stvaranje novih i ozbiljnijih ograničenja u njegovu razvoju na razini Hrvatske.

Uz reduciranje već prepoznatih ograničenja nautičkog turizma u Hrvatskoj, kao i istaknutih suvremenih vrijednosti i aspekata, vjeruje se kako je moguće ponuditi optimalnu strategiju njegova razvoja u budućnosti. Posebnu pažnju pri tome treba posvetiti kontinuitetu istraživanja međunarodnih trendova i praksi na turističkom tržištu, sustavu financiranja održivog razvoja ovog proizvoda, kao i ostalim činiteljima razvoja, o kojima je bilo riječi u ovome radu.

Evidentno je kako nautički turizam, unatoč relativno nepovoljnom stanju u Hrvatskoj, do sada bilježi intenzitet rasta. O tome svjedoče konkretni turistički pokazatelji u svezi turističke potražnje, koja se ističe većom platežnom moći, ali i specifičnim zahtjevima. U kontekstu iste potrebno je unaprijediti turističku ponudu dodatnih sadržaja, osobito onih u destinacijama u kojima pristaju nautičari. Vjeruje se kako je moguće ovu problematiku sanirati na način da se nautički turizam poveže s ostalim strateškim proizvodima na primjeru pojedinih destinacija.

## LITERATURA

### Knjige:

1. Dulčić, A. (2002.) Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma. Zagreb: Ekokon
2. Geić, S. (2011.) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilište u Splitu.
3. Gržinić J.; Bevanda, V. Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.

### Članci:

1. Gračan, D. et al. (2006.) Razvoj nautičkog turizma na mediteranu. Pomorski zbornik 44. 1. Str. 123.-137.
2. Kovačić, M. et al. (2005.) Mogućnosti i ograničenja prostornoga i tehničko-tehnološkog razvoja luka nautičkog turizma. Naše more. 53 (1-2). Str. 54.-62.
3. Luković, T. (2007.) :Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje. Ekonomski pregled. 58 (11). Str. 689.-708.
4. Luković, T. (2007.) Nautički turizam – definicije i dileme. Naše more. 54 (1-2). Str. 21.-31.

### Internet izvori:

1. Jadreško, D. (2016.) Suvremeni trendovi u nautičkom turizmu. Dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:2246/preview>. Datum posjeta: 05.03.2019.
2. Madžar, J. (2016.) Nautički turizam. Dostupno na: <https://repozitorij.vus.hr/islandora/object/vus:356/preview>. Datum posjeta: 04.03.2019.
3. Marušić, Z. et al. (2018.) Tomas nautika jahting 2017. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/tomas-nautika-jahting-20175b3b59b2a9431.pdf>. Datum posjeta: 13.03.2019.

4. Matić, T. (2016.) Politika održivog razvoja nautičkog turizma. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:645/preview>. Datum posjeta: 05.03.2019.
5. Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka (2006.) Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske. Dostupno na: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf>. Datum posjeta: 07.03.2019.
6. Ministarstvo turizma (2008.) Strategija nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019. Dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>. Datum posjeta: 03.03.2019.
7. Ministarstvo turizma (2008.) Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske 2009.-2019. Dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>. Datum posjeta: 07.03.2019.
8. Ministarstvo turizma (2018.) Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma 2017. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti//180327dzs\\_nauticki.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocImages//AA_2018_c-dokumenti//180327dzs_nauticki.pdf). Datum posjeta: 08.03.2019.
9. Mršić, T. (2013.) Politika održivog razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.TOP/199-2014.pdf> (07.03.2019.)
10. Pestle Analysis (2019.) Difference between SEEP and STEEPLE analysis. Dostupno na: <http://pestleanalysis.com/steep-and-steeple-analysis/>. Datum posjeta: 04.03.2019.
11. Struna (2019.) Nautički turizam. Dostupno na: <http://struna.ihj.hr/naziv/nauticki-turizam/18750/>. Datum posjeta: 03.03.2019.

## POPIS SLIKA

Slika 1. Dionici nautičkog turizma .....	7
Slika 2. Opće prihvaćena klasifikacija nautičkog turizma.....	12
Slika 3. Čimbenici (uvjeti) razvoja nautičkog turizma.....	25
Slika 4. Struktura nautičke potražnje u Hrvatskoj prema vrsti plovila tijekom 2017. godine.....	45
Slika 5. Struktura nautičara u Hrvatskoj prema dobi i razini obrazovanja u 2017. godini.....	46
Slika 6. Udio nautičara u Hrvatskoj s obzirom na učestalost posjete u 2017. godini	47
Slika 7. Informacije koje nautičari najviše potražuju o Hrvatskoj.....	48
Slika 8. Vizija i misija razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj.....	57



## POPIS TABLICA

Tablica 1. Okruženje u suvremenom turizmu .....	16
Tablica 2. Obilježja suvremene turističke ponude.....	19
Tablica 3. Mega trendovi u međunarodnom nautičkom turizmu .....	30
Tablica 4. Konkurentske i komparativne prednosti nautičkog turizma Hrvatske .....	37
Tablica 5. SWOT analiza nautičkog turizma u Hrvatskoj .....	38
Tablica 6. Pregled broja luka nautičkog turizma u hrvatskim županijama 2017. godine .....	40

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj vežišta po županijama 2017. godine.....	41
Grafikon 2. Ukupni prihodi od nautičkog turizma po županijama u Hrvatskoj 2016. i 2017. godine.....	42
Grafikon 3. Struktura prihoda u nautičkom turizmu Hrvatske po uslugama u 2017. godini.....	43
Grafikon 4. Struktura turističke potražnje u nautičkom turizmu Hrvatske s obzirom na zemlju podrijetla u 2017. godini .....	44

## SADRŽAJ

Nautički turizam ističe se relativno u kratkom poviješću razvoja. Unatoč tome, danas se predstavlja kao jedan od najperspektivnijih i brzorastućih turističkih proizvoda, koji posebice dominira u vodećim konkurentskim destinacijama Europe. Njegov razvoj zasniva se na postojanju konkretnih komparativnih prednosti, koje se odražavaju kroz prirodnu resursnu osnovu, ali i ostale sadržaje.

U Hrvatskoj nautički turizam biva prepoznat kao jedan od strateških turističkih proizvoda no pri tome se zanemaruju suvremeni aspekti njegova razvoja. Pored osnovnih ograničenja koja se odnose na infrastrukturu, sustav financiranja i integritet dionika, posebice treba ukazati na turistički doživljaj, dodanu ponudu i dodanu vrijednost u turizmu.

Nautički turizam u Hrvatskoj zahtijeva investicijske procese u infrastrukturnim sadržajima, ali i dodatnoj ponudi, brigu o održivom razvoju istoga, kao i podršku informacija koje proizlaze iz istraživanja međunarodnih trendova. Jedno od mogućih rješenja nazire se u integriranju nautičkog turizma s ostalim selektivnim oblicima koji dominiraju u obalnim destinacijama, čime je moguće maksimizirati njegovu konkurentnost, ali i prepoznatljivost na turističkom tržištu.

*Ključne riječi: nautički turizam, suvremeno doba, selektivni turizam, Republika Hrvatska.*

## SUMMARY

Nautical tourism has a relatively short history of development. Nevertheless, today is the one of the most promising and fast-growing tourist products, that dominates in the leading European competing destinations. Its development is based on the existence of concrete comparative advantages, reflected in the natural resources and other contents.

In Croatia, nautical tourism is recognized as the one of the most strategic tourist products, but the contemporary aspects of its development are neglected. Except the basic constraints relating to infrastructure, finance system and stakeholder integrity, it is important to point on the tourist experience, tourist offer and added value in tourism.

Nautical tourism in Croatia requires investment processes in infrastructure, as well as additional offer, care for sustainable development and the support of information deriving from the research of international trends. One of the possible solutions is to integrate nautical tourism with other selective forms that dominate in the coastal destinations. That could maximize its competitiveness and recognizability in the tourist market.

Key words: nautical tourism, contemporary time, selective tourism, Republic of Croatia.