

NAUTIČKI TURIZAM

Madžar, Josip

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:635728>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽAMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT

Josip Madžar
NAUTIČKI TURIZAM
ZAVRŠNI RAD

Šibenik, rujan 2016.

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽAMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT**

NAUTIČKI TURIZAM

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Inovacije i tehnološke strategije

Mentor: Doc. dr. sc. Mili Razović

Studentica: Josip Madžar

Matični br. studenta: 0023086376

Šibenik, rujan 2016

Veleučilište u Šibeniku

Završni rad

Odjel Menadžmenta

Preddiplomski stručni studij Menadžment

NAUTIČKI TURIZAM

JOSIP MADŽAR

Put gvozdanova 107, Šibenik, jozzo123@gmail.com

Glavna tema ovog završnog rada je razvoj nautičkog turizma s osvrtom na Republiku Hrvatsku i na Šibensko-kninsku županiju. Svrha rada je definirati pojmove turizma, definirati selektivni turizam, nautički turizam općenito. Turizam je skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.

Prirodni ili atraktivni uvjeti čine osnovnu i polaznu pretpostavku postojanja i razvoja maritimnog i nautičkog turizma određene regije i zemlje. Nautički turizam ima višestoljetnu tradiciju te je često pokretač regionalnog razvoja područja koja imaju visoku stopu depopulacije i nizak standard življenja.

(35 stranica/ 2 slike/4 tablice/ jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: turizam, nautički turizam, značaj turizma, ekonomski i društveni utjecaj nautičkog turizma

Mentor: Doc. dr. sc. Mili Razović

Rad je prihvaćen za obranu:

BASIC DOCUMENTATION CARD

Polytechnic of Šibenik

Final paper

Department of Management

Professional Undergraduate Studies of Management

NAUTICAL TOURISM

JOSIP MADŽAR

Put gvozdanova 107, Šibenik, jozzo123@gmail.com

The main theme of this final paper is the development of nautical tourism with regard to the Republic of Croatia and the Šibenik region. The purpose of this paper is to define the terms of tourism, define selective tourism, nautical tourism in general. Tourism is a set of relationships and phenomena arising from travel and visit a place, if this area is not based permanent residence and if with such a room is not connected to any of their economic activity. Natural or attractive conditions make primary and the assumption of the existence and development of maritime and nautical certain regions and countries. Yachting has a centuries-old tradition and is often the driving force of regional development areas that have a high rate of depopulation and low standard of living.

(35 pages / 2 figures / 4 tables/ original in Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic in Šibenik

Keywords: tourism, nautical tourism, importance of tourism, economic and social impact of nautical tourism

Supervisor: Doc. dr. sc. Mili Razović

Paper accepted:

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Općenito o turizmu.....	2
2.1. Turizam kao gospodarska grana.....	3
2.2. Turizam kao vrsta djelatnosti.....	4
2.3. Društveni značaj i utjecaj turizma.....	4
2.4. Ekonomski značaj i uloga turizma.....	5
2.5. Selektivni oblici turizma.....	6
3. Nautički turizam.....	8
3.1. Definiranje nautičkog turizma.....	8
3.2. Uvjeti za razvoj nautičkog turizma.....	9
3.3. Trendovi razvoja nautičkog turizma.....	10
3.3.1. Charter usluge.....	11
3.3.2. Kružna putovanja.....	12
3.3.3. Usluge ronjenja.....	13
3.3.4. Razvoj nautičkog turizma u Europi.....	13
4. Nautički turizam u Republici Hrvatskoj.....	16
4.1. Povijesni pregled razvoja nautičkog turizma.....	16
4.2. Zakonski okvir nautičkog turizma u RH.....	18
5. Nautički turizam u šibensko-kninskoj županiji.....	20
5.1. Definiranje nautičkog turizma na Jadranskoj obali.....	20
5.2. Nautički turizam u Šibensko-kninskoj županiji.....	20
6. Vizija i misija razvoja i strateški ciljevi.....	24
6.1. Potrebne promjene.....	24
6.2. Očuvanje okoliša.....	25
6.3. Prilagođavanje suvremenim znanstvenim i stručnim standardima.....	26
7.1. Uloga Europske unije.....	27
7.2. Pобољшanje infrastrukture.....	28
8. Zaključak.....	29
Literatura.....	30

1. Uvod

Kada govorimo o nautičkom turizmu onda možemo kazati kako je želja svakog čovjeka da ima posao i da osigura egzistenciju svojoj obitelji, pa tako i kroz ovakav vid turizma. Nautički turizam važan je segment u hrvatskom turizmu, tj. u gospodarstvu RH, zadnjih godina dolazi do sve većeg rasta u sektoru nautičkog turizma.

Što se tiče nautičkog turizma on je najrazvijeniji u južnoj Hrvatskoj dok je na sjeverozapadu manje razvijen. Nautički turizam počeo se razvijati uslijed velike globalizacije i potrebe ljudi za uživanjem u prirodi i bavljenjem pomorskim putovanjima koji bi djelovali opuštajuće na njihovo zdravlje.

Glavna tema ovog završnog rada je razvoj nautičkog turizma s osvrtom na Republiku Hrvatsku i na Šibensko-kninsku županiju. Svrha rada je definirati pojmove turizma, definirati selektivni turizam, nautički turizam općenito. U prvom dijelu rada definirat će se turizam i njegova obilježja, odnosno definirat ćemo sve sastavnice koje turizam sadrži, definirat ćemo nautički turizam općenito. U trećem dijelu će se definirati nautički turizam u RH i na kraju u Šibensko-kninskoj županiji.

2. Općenito o turizmu

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost¹.

O pojmu turista bit će opširno napisano pri pregledu kategorije turista. Međutim, na ovom mjestu treba konstatirati da je pojam turista prije svega vezan za pojam putovanja, ali ne za sva, nego samo za putovanja koja su motivirana željom za odmorom ili zabavom u fizičkom i psihičkom smislu. Samo se takva putovanja mogu smatrati turističkim. U turistička putovanja mogu se ubrojati i ona koja su motivirana željom da se udovolje kulturne potrebe u smislu psihičke rekreacije. Znači, pri odredbi pojma turista treba imati u vidu sljedeća dva uvjeta:

- putovanje koje omogućava privremeni boravak u mjestima van mjesta stalnog boravka,
- da je ta promjena mjesta boravka uvjetovana željom za odmorom i zabavom u fizičkom i psihičkom smislu.

Polazeći od ovoga, u izučavanju turizma trebaju se primijeniti sljedeće znanstvene cjeline i discipline: ekonomija, psihologija, sociologija, organizacija rada, statistika i matematika, geografija, povijest, antropologija, etnologija, povijest umjetnosti, medicina, tehnološke znanosti itd.

Turist, kao potrošač turističkih usluga, može teorijski se može definirat kao „privremeni posjetitelj“ koji se nalazi u mjestu izvan svoga mjesta stalnog boravka najmanje 24 sata, s tim što je promjena mjesta njegovog boravka motivirana ovim razlozima:

- željom za fizičkim i psihičkim odmorom,
- željom za opuštanjem i zabavom,
- željom za stjecanjem znanja putem upoznavanja kulturnog i povijesnog naslijeđa određenih zemalja ili mjesta (ovdje nisu uključeni studenti i učenici u stranim zemljama ili mjestima, kao ni osobe na specijalizaciji u inozemstvu) i upoznavanjem prirodnih ljepota,
- zdravstvenim razlozima (preventivna zdravstvena zaštita) koji

su uvjetovani korištenjem klimatskih lječilišta ili odmarališta.

¹ S. Marković – „Osnove turizma“, Školska knjiga, Zagreb, 1970., str. 17.

Turizam je danas uvjetovan svjetskim načinom života među globaliziranim sredinama i modernog trenda života, suvremenih iziskivanja u poslovanju te mjerom odmora u vidu turizma i turističkih putovanja diljem svijeta.

2.1. Turizam kao gospodarska grana

Turizam u brojnim državama ima iznimno važnu ulogu u gospodarstvu. Postojeća statistika turizma, međutim, ne može sagledati njegovu punu ekonomsku važnost i utjecaje. Nedostatak odgovarajućeg ekonomskog mjerenja turizma često vodi i podcjenjivanju koristi od turizma, posebice u usporedbi s ostalim gospodarskim sektorima. Teškoće u mjerenju turizma, kao skupa aktivnosti kojeg određuje potražnja, u velikoj mjeri odraz su toga što se turizam u nacionalnim računima ne iskazuje kao zaseban sektor. Turizam se, naime, ne može svesti na jednu gospodarsku djelatnost. Turizam je potrebno promatrati kao skup različitih djelatnosti čija potražnja nije vezana samo uz turističku potražnju. Dodatna teškoća u mjerenju turizma proizlazi iz obilježja turističkih proizvoda koji su dijelom neopipljivi i nije ih lako mjeriti ni fizičkim niti financijskim pokazateljima.

Imajući u vidu specifičnosti turizma kao djelatnosti sa aspekta njezine heterogenosti, u djelu grupe eminentnih autora iz Meksika „El Turismo como medio de Communication Humana“ piše sljedeće:

„Turizam se može definirati kao kombinacija odnosa, usluga i ostalih pogodnosti koje koriste turisti, stvorenih iz potrebe za privremenim premještanjem ljudi.“²

To znači da se svaka od pojedinačnih aktivnosti koje sačinjavaju turistički agregati ili sistem sastoji od velikog broja homogenih podgrupa ili podsistema. Turizam je raznorodna privredna djelatnost, koja se sastoji iz različitih privrednih i neprivrednih aktivnosti, a sve zajedno sudjeluju u zadovoljenju potreba domaćih i stranih turista. Osnovu turističke privredne djelatnosti čine: ugostiteljstvo, prometnice, turističke i putničke agencije, trgovina na malo, zanatstvo i razne vrste komunalnih djelatnosti.

Od neprivrednih djelatnosti treba istaknuti kulturno-umjetničke, sportske i druge aktivnosti, zatim rad raznih turističkih organizacija i organa na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, koje na direktan ili indirektan način sudjeluje u formiranju turističke ponude.

² Marković, S.: Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1970., str. 29.

Znači, turizam ne predstavlja posebnu privrednu djelatnost, kao što je to slučaj sa ostalim privrednim djelatnostima (industrijom, poljoprivredom, trgovinom, prometno, zanatstvom itd.) i ne postoje mogućnosti za striktno kvalitativno i kvantitativno determiniranje turističke privrede kao zasebne i novisne cjeline.

Ovu karakteristiku turizma posebno treba imati u vidu pri postavljanju osnova turističke politike, planiranju razvoja turizma i određivanju strukture investicijskih ulaganja u ovu privrednu djelatnost, zatim pri određivanju karaktera rada ove djelatnosti sa stajališta njezine proizvodnosti i uloge u formiranju i raspodjeli društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

2.2. Turizam kao vrsta djelatnosti

Turizam se sastoji iz većeg broja privrednih i neprivrednih djelatnosti, koje sve zajedno sudjeluju u podmirbi potreba domaćih i stranih turista. Prema tome, u analizi karaktera rada ove djelatnosti, sa stajališta njezine proizvodnosti, može se u osnovi poći od analize karaktera rada, najvažnijih privrednih djelatnosti, koje direktno sudjeluju u podmirbi potreba turista (ugostiteljstvo, promet, trgovina, turističke organizacije - putničke i turističke agencije i sl. razne vrste komunalnih djelatnosti i obrti te poduzeća).

Turističke organizacije - (putničke agencije i ostale) u cjelini predstavljaju djelatnosti koje pružaju osobne usluge turistima, drugim privremenim posjetiteljima i lokalnom stanovništvu. Kao takva, ova djelatnost nema proizvodni karakter i ne bi se mogla smatrati stvarateljem društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

2.3. Društveni značaj i utjecaj turizma

Osnovni motivi turističkih putovanja u okviru rekreacije vezani su i za željom da se upozna kulturno i povijesno naslijeđe određenih zemalja i regija. Isto tako, oni su vezani za razne vrste obrazovnih potreba, upoznavanje navika, običaja i uvjeta života stanovništva drugih zemalja i krajeva, upoznavanje sa tehničkim dostignućima itd. znači, u osnovi se radi o motivima koji turizmu daju pečat društvenog i političkog fenomena.

Kada je riječ o društvenom značaju turizma, imaju se u vidu razni utjecaji koje turizam obavlja u ovoj sferi. A to su: kulturni obrazovni, zdravstveni, bolje razumijevanje među ljudima iz različitih zemalja itd.

Što se tiče značaja turizma za kulturu, treba istaknuti da se veliki broj turista uključuje u turistička putovanja motiviran željom da upozna povijesno i kulturno naslijeđe drugih zemalja i krajeva, kao i dostignuća iz raznih oblasti umjetnosti u tim zemljama. Zbog toga veliki broj turista i posjećuje muzeje, povijesne spomenike, umjetničke galerije, umjetničke festivale i slično. Time se stvaraju uvjeti za bolje razumijevanje među ljudima iz različitih zemalja, sa različitim kulturama i povijesnim naslijedjem.

Potrebno je istaknuti još i to da se zbog toga posebno vodi briga o kulturnom i povijesnom naslijeđu zemalja i krajeva, što je u velikoj mjeri uvjetovano željom da se stimuliraju strani turisti da dođu u te zemlje i krajeve.

Pokraj spomenutog značaja turizma za kulturu, potrebno je istaknuti i njegov utjecaj na izobrazbu stanovništva koje se uključuje u turističke tijekove.

Međutim, i u ovom slučaju je moguć šira domena utjecaja turizma. Putujući u druge zemlje i krajeve, turisti se bliže upoznaju i sa geografskim, klimatskim, antropološkim, socijalnim i ostalim uvjetima u kojima živi stanovništvo tih područja. Na taj način se povećava opća kulturna razina turista. Time se ujedno stvaraju uvjeti za bolje razumijevanje među ljudima iz različitih krajeva svijeta i povećava broj onih koji žele trajni mir u svijetu.

Prijenosom pozitivnih navika i običaja iz jednih zemalja u druge može se takođe svrstati u domenu značaja turizma sa kulturnog i obrazovnog aspekta. Na kraju treba istaknuti i to da turizam, koji u osnovi omogućuje rekreaciju stanovništva u fizičkom i psihičkom smislu, vobavlja značajan utjecaj na poboljšanje zdravstvene i radne sposobnosti stanovništva. Međutim, postoje i negativne pojave koje su rezultat prometa turista. Tj. U određenim slučajevima, strani turisti donose sa sobom i negativne navike i običaje u konkretnu zemlju i turističko mjesto (kocka, prostitucija, razvijanje nedopuštene trgovine, pojava raznih vrsta droga i slično).

2.4. Ekonomski značaj i uloga turizma

U osnovi ekonomskog značaja turizma nalazi se potrošnja turista u mjestima koja posjećuju. Novac koji su turisti zaradili u mjestima svog stalnog boravka troši se u turističkim mjestima. Kao rezultat ove njihove potrošnje, nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojeg turisti dolaze, tako i onih zemalja i mjesta koja turisti posjećuju. Ne podcjenjujući značaj prvog aspekta, tj. utjecaja potrošnje turista na privredu zemlje i područje gdje se nalazi njihovo stalno mjesto boravka, ipak će se pri analizi utjecaja turizma sa ekonomskog stajališta imati u vidu prije svega ovaj drugi aspekt, tj. ekonomski efekti

potrošnje turista na privredu konkretnih turističkih zemalja i područja. Prema tome, može se konstatirati da turistička potrošnja vrši direktne i indirektne efekte na privredu.

Od direktnih utjecaja koje turizam vrši na privredu, najvažniji su:³

- utjecaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak;
- utjecaj na razvoj privrednih djelatnosti koje sačinjavaju turističku privredu;
- utjecaj na platnu bilancu zemlje;
- utjecaj na zaposlenost stanovništva i razinu životnog standarda;
- utjecaj na investicijsku aktivnost i strukturu investicija;
- utjecaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja

Pored izravnog, posebnu pozornost zaslužuje i neizravan utjecaj turizma na privredu. Naime, turistička potrošnja koja se neposredno realizira u djelatnostima turističke privrede ima reperkusije na manje-više sve privredne i neprivredne djelatnosti.

Sa stajališta razvoja turizma, potrebno je težiti osiguranju kvalitetne turističke usluge u cjelini, jer to osigurava i optimalno zadovoljenje potreba domaćih i stranih turista, s jedne strane, kao i ostvarenje povoljnih ekonomskih rezultata poslovanja sudionika u zadovoljenju turističkih potreba, s druge strane.

Polazeći od značaja kompleksnog promatranja turističke usluge, neovisno od toga gdje se i kada turistima pruža, u posljednje vrijeme poseban značaj i smisao dobiva tzv. „paket“ turističkih usluga. Njegova suština je upravo u tome da turistima osigura jedinstvenu i kvalitetnu turističku uslugu, koja u sebi sadrži sve unaprijed navedene usluge koje se turistima pružaju u mjestima njihovog stalnog boravka, u procesu prijevoza i u turističkom mjestu gdje privremeno borave. Za ovu jedinstvenu uslugu putničke agencije, prometne i druge organizacije koje se javljaju kao ponuđači paketa usluga, formiraju jedinstvenu prodajnu cijenu.

2.5. Selektivni oblici turizma

Selektivni turizam, predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u suvremenom turizmu uzrokovan masovnim „hard“ turizmom i njegovom infrastrukturom. Suvremeni teoretičari turizma nalaze odgovor upravo u razvoju alternativnih (selektivnih) oblika „soft“ turizma, odnosno putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična.⁴

³ Bazala, B.: Istraživanja tržišta u funkciji udruženog rada, Progress, Zagreb, 1978., str. 56.-57.

U stručnoj literaturi često je zastupljeno i mišljenje kako je selektivni turizam generički pojam deriviran iz klasičnog masovnog turizma, odnosno njegovih pojedinih dijelova i oblika kao što su kamping, nudizam ili pak izletništvo.

Alternativni (selektivni) turizam može se razumijevati kao generički pojam kojim se obuhvaćaju svi oblici turizma što se u novije vrijeme sve više razvijaju te sve jasnije pokazuju poboljšanja po kojima se razlikuju od masovnog turizma.

U tom smislu ona selektivni turizam definira kao organizaciju različitih oblika turizma usklađenih sa s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprimateljima uživanje u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva.⁵

Važno obilježje selektivnih turističkih vrsta je disperzija, odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda. Turistički proizvodi relativno su kratkog vijeka, a strateška orijentacija menadžmenta turističkih proizvoda fokusira se na oblikovanje novih proizvoda, a ne na regeneraciji i oživljavanje starih.

Selektivne turističke vrste potiču regionalni koncept razvoja turizma, koji zamjenjuje prethodni koncept planskog makro upravljanja. Važna karakteristika selektivnih turističkih vrsta očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, posebno malog gospodarstva.

⁴ Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Stručni studij Split, Split, 2011., str. 222.

⁵ Pančić Kombol, T. Zdravstveni turizam - strateško restrukturiranje i perspektive / Tonka Pančić Kombol. – 2000., str. 80.

3. Nautički turizam

3.1. Definiranje nautičkog turizma

Prirodni ili atraktivni uvjeti čine osnovnu i polaznu pretpostavku postojanja i razvoja maritimnog i nautičkog turizma određene regije i zemlje.

Pod prirodnim uvjetima podrazumijevamo sve ono što nam je priroda sama dala za razvoj nautičkog turizma, uključujući obale, vodeni prostor, konfiguraciju zemljišta, zemljopisni položaj, ljepote pejzaža, podneblja, temperaturu zraka, meteorološke prilike, vidljivost na moru, rijekama i jezerima, prozornost i boju mora, kao i niz drugih prirodom danih činioca na moru, rijekama i jezerima.

Drugim riječima, to su skup atraktivnih činioca u koje ulaze:⁶

- a) hidrografski elementi, flora, fauna, prirodne odlike mora
- b) klimatske prilike (podneblje)
- c) reljef-zemljopisne karakteristike područja.

Ovdje govorimo o prirodnim uvjetima koji se odnose na:

- more
- kopno
- zrak

Prirodne odlike mora su prvi takav uvjet. Tu posebno ističemo: Valove, morske struje, dubinu akvatorija, prostranost akvatorija, morsko dno, plima i oseka, temperatura mora, boja mora, prozornost mora, pogodnost plovidbe.

Prirodne uvjete, pogodnost kopna i obale naročito promatramo sa stanovišta:

- obale, razvedenosti, otoka, uvala, plaža, rijeka, jezera, prirodnih znamenitosti, povijesnih, kulturnih i drugih elemenata.

⁶ Jadrešić, V.: Nautički turizam, Pedagoška akademija Zadar, Zadar, 1978. str. 29.

Prirodne pojave i odlike zraka zovemo jednim imenom meteorološke prilike(vjetrovi, vidljivost, vlažnost, temperatura, oblačnost).

More postaje značajan klimatski činitelj, jer sunce zagrijava morsku površinu, topla morska voda je teža, te strujanjima more utječe na stvaranje toplije klime, koja se naziva Marinskom klimom.

3.2. Uvjeti za razvoj nautičkog turizma

Postojeća materijalna osnova (baza), resursi i tekuća materijalna (investiciona) izgradnja, drugi je, uz postojeće prirodne uvjete, važan činilac u razvoju i unapređenju nautičkog turizma.

Pod materijalnom izgradnjom u nautičkom turizmu podrazumijeva se izgradnja novih objekata-kapaciteta, proširenje i dogradnja postojećih kapaciteta, zatim adaptacija, modernizacija postojećih kapaciteta, nabava opreme i inventara za postojeće kapacitete tj. investicije, sve zbog:

- izgradnje novih kapaciteta
- rekonstrukcija
- proširenja
- modernizacije.

Jedan od osnovnih zadataka materijalne izgradnje je podizanje odgovarajućih turističkih luka i izgradnja turističke male flote.

Materijalna osnova-resursi ili receptivni kapaciteti u nautičkom turizmu obuhvaćaju:⁷

- turističke luke različitog tipa, namjene i veličine
- nautičko-turističku flotu
- nautičko-turistička sela
- sidrišta
- vezove uz obalu
- zimovališta, skladišta i radionice za plovnu flotu
- brodogradilišta

⁷ Jadrešić, V.: *Nautički turizam*, Pedagoška akademija Zadar, Zadar, 1978. str. 31.

- parkirališta
- trgovinsko-opkrbne i turističko-ugostiteljske objekte
- razne proizvodne i proizvodno-uslužne kapacitete
- objekte za dokolicu
- prometne kapacitete na kopnu i obali, a u vezi s nautičkim turizmom
- stanice za opskrbu
- uređaje i opremu
- osnovna i tzv. viša infrastruktura.

3.3. Trendovi razvoja nautičkog turizma

Nautički turizam je jedan od najekspanzivnijih oblika turizma, međutim, njegov promet se ne iskazuje posebno u međunarodnim statistikama, pa je teško pratiti egzaktni razvoj. Podaci se dobivaju iz specijaliziranih časopisa koji prate sajmove plovila i opreme, te raznih jedriličarskih natjecanja, nacionalnih statističkih praćenja kretanja, registracije i proizvodnje plovila, te poslovanja postojećih, i izgradnje novih nautičkih luka.

Razvijenost nautičkog turizma se mjeri odnosom broja stanovnika po jednom plovilu. Godišnja stopa rasta broja plovila nautičkog turizma iznosi oko 10%.

U odnosu na veličinu plovila, kupovnu cijenu, i troškove održavanja, kod analize turističke potražnje razlikuju se slijedeće kategorije plovila:

- mala – do 5 metara - "mali" brodovi – plovila koja se koriste za kraći boravak na vodi u lokalnim okvirima. Troškovi održavanja su mali, i zahtijevaju jednostavnu infrastrukturu.
- plovila od 5 - 15 metara - "veliki" brodovi – predstavljaju interes luka nautičkog turizma. Mogu biti na jedra i/ili motor.
- plovila preko 15 metara – tzv. mega jahte obuhvaćaju luksuzne brodove na jedra ili motor, koje imaju najmanje jednog stalnog kapetana.(navedene mjere u zadnjih par godina imaju tendenciju povećanja.)

Tablica 1: Pregled broja plovila za nautički turizam u izabranim zemljama

Država	Broj plovila	Broj stanovnika na jedno plovilo
Italija	270.000	200
Francuska	815.000	148
Njemačka	900.000	224
V. Britanija	570.000	144
Finska	320.000	15
Grčka	25.000	348
Španjolska	64.000	528
Švedska	700.000	10
Švicarska	70.000	90
Nizozemska	412.000	113
Norveška	810.000	5
UKUPNO:	2.364.000	
Australija	325.000	
Japan	260.000	
SAD	15.000.000	

Izvor: Ante Dulčić "Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma", Ekokon, 2002., str. 65.

3.3.1. Charter usluge

Nautički turistički charter je djelatnost iznajmljivanja plovila. Ponuda se odnosi na iznajmljivanje plovila sa ili bez skipera i iznajmljivanje grupe plovila koja kruži od luke do luke pod zapovjedništvom profesionalnog kapetana.

Nudi se nekoliko tipova chartera:

- dnevni – kao dopuna hotelskom smještaju,
- lokalni – plovila koja imaju svoju luku sa privezom na području njihova kružnog putovanja,
- tjedni – jedrilice ili motorni brodovi dužine 7 – 15 m – najzastupljeniji,
- međunarodni – uključuje luksuznija i novija plovila opremljena poput luksuznih

hotela.

3.3.2. Kružna putovanja

Tablica 2: Broj kruzera u svijetu prema broju ležaja

	1980.	1990.	1998
Broj kruzera	45.000	93.000	177.000

Izvor: "Worldwide Cruise Ship Activity", WTO, Španjolska, 2000.g., str. 11

Kako je vidljivo iz tablice, kapaciteti kruzera u svijetu kontinuirano rastu, pa ih statistika danas bilježi preko 177.000.

Kružna putovanja obuhvaćaju nautičku klijentelu koja zna malo, ili ništa, o upravljanju plovidom. Uz pomorski prijevoz, na plovilima se nude ugostiteljske, zabavne i kulturne usluge. Razvoj usluga krstarenja se prati pomoću: broja putnika na kružnim putovanjima, broj brodskih kompanija koje se bave kružnim putovanjima, broj registriranih brodova te dinamika izgradnje novih, broj agenata i turističkih agencija koje nude kružna putovanja i luke, odnosno podaci o prometu u lukama.

Tablica 3: Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj

	2012.	2013.	2014.	2015.
Broj putovanja	421	430	420	456
Broj putnika	290.346	420.542	440.254	511.417
Broj dana boravka	791	530	528	658

Izvor: DZS, Statistički ljetopis 2006., turizam, str. 14

Podaci iz tablice ukazuju na to da se broj kružnih putovanja u protekle četiri godine nije bitnije povećao, dok se broj putnika skoro udvostručio. To znači da su brodovi za kružna putovanja sve veći, i mogu primiti više putnika .

3.3.3. Usluge ronjenja

Popularnosti i razvoju ronjenja pridonose pristupačne cijene ronilačke opreme, razvoj organiziranih ronilačkih aktivnosti, razvoj novih ronilačkih lokacija, porast ekološke svijesti, zasićenost pasivnim oblicima odmora i prilagodba zakonodavstva.

Potražnja za ronilačkim uslugama raste po godišnjoj stopi od 20%. Najveća potražnja je za ronjenjem u okviru klubova na određenim lokacijama te škola ronjenja.

Godišnje se u Hrvatskoj proda više od 40.000 ronilačkih iskaznica, ali se pretpostavlja da je broj ronilaca veći. Na sjevernom Jadranu veća je posjećenost zbog plićeg mora i bujnije podmorske vegetacije, pogotovo uz istarsku obalu gdje ronionci mogu posjetiti više olupina brodova. Srednji i Južni Jadran poznati su po većim dubinama, bistrijem moru, strmim liticama koje se spuštaju u dubinu. Tu su najljepše lokacije na Kornatima, Visu, Hvaru itd.⁸

3.3.4. Razvoj nautičkog turizma u Europi

U Europi nautički turizam ima najdužu tradiciju u svijetu i vrlo dinamičan razvoj. Zbog povoljnih prirodnih i socio-kulturnih karakteristika prostora, makroregija Mediterana, ima, od svih europskih područja najdužu tradiciju i najdinamičniji razvitak nautičkog turizma, spada među najznačajnije područje nautičkog turizma u svijetu.

Obala Mediterana je vrlo dobro razvedena, posebno se ističu obala Egejskog mora i istočna obala Jadranskog mora. Mnogobrojni zaljevi (Lionski, Genovski, Tarantski, Solunski, Sidra, Gabeški), koji duboko prodiru u kopno, te brojne uvale i otoci predstavljaju atraktivan prostor za turističku plovidbu. Klimatske prilike i geografski položaj u odnosu na emitivna nautičko-turistička područja su izuzetno povoljni.

Kao rezultat povoljnih prirodnih, klimatskih, kulturoloških i ambijentalnih prilika u nekim mediteranskim zemljama, od šezdesetih godina do danas, došlo je do dinamičnog razvitka nautičkog turizma. Dinamika tog razvitka posebno je izražena u Italiji, Francuskoj, Španjolskoj, Grčkoj i Turskoj. Zbog svojih, izuzetnih, komparativnih prednosti za razvoj tedjelatnosti Hrvatska ulazi u krug tih zemalja. U tim zemljama izgrađeni su: različiti tipovi luka nautičkog turizma, brojna plovila za sport i rekreaciju, te brojni drugi komplementarni objekti namijenjeni za pružanje usluga nautičarima.

⁸ <http://www.inet.hr/~mkirin/>

Tablica 4: Broj i kapacitet marina u nekim mediteranskim zemljama u 2015. godini

Zemlja	broj marina	broj vezova u marinama
Italija	242	52.761
Francuska	134	92.353
Španjolska	201	61.688
Grčka	13	4.575
Slovenija	3	1.392
Turska	13	4.845
Hrvatska	45	16.945

Izvor: Institut za turizam(2016):Konkurentnost hrvatskog turizma str.101

Prema podacima iz tablice vidi se koncentracija najvećeg dijela receptivnih kapaciteta nautičkog turizma u Italiji, Francuskoj i Španjolskoj.

U tom pogledu zaostaju Grčka, Turska, Slovenija i Hrvatska. Talijani i Francuzi posjeduju nautičko-turističku flotu koja ima više od 2 miliona plovila. U proizvodnji i opskrbi svjetskog nautičkog tržišta plovilima, veliko učešće imaju Francuska, Italija, Španjolska i Grčka.

Francuska je specijalizirana za proizvodnju jedrilica od 10 do 15 metara, koje izvozi u gotovo sve zemlje. Učešće Italije u opskrbi svjetskog tržišta s jedrilicama iznosi 12%, a plovilima na motor iznad 12 metara 21%. Španjolska brodogradnja se nastoji uključiti u svjetsko nautičko tržište putem licence proizvodnje različitih tipova američkih i francuskih plovila.

Za formiranje vlastite charter flote Grčka proizvodi jedrilice i izvozi veći broj malih plastičnih čamaca u Italiju i Njemačku. Hrvatska ima dugotrajnu tradiciju u gradnji plovila za sport i rekreaciju. Najznačajniji su proizvođači Kvarnerplastika iz Raše, Greben iz Vele Luke, Punat sa otoka Krka i Heliyaht iz Pule.

Nautičare koji su boravili na Mediteranu može se razvrstati u 4 skupine, i to:⁹

⁹ Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Ekonomski fakultet Split, Split, 2002. str. 162

1. Nautičare-vlasnike plovila, čija su plovila stacionirana na Mediteranu tijekom čitave godine;
2. Nautičare-vlasnike plovila, čija su plovila stacionirana u njihovu mjestu boravka, a prilikom odlaska na odmor prevoze ih do Mediterana trailerima ili kamionima;
3. Nautičare koji za vrijeme turističkog boravka na Mediteranu uzimaju u charter tuđa plovila;
4. Nautičare(turiste) na kružnim putovanjima.

Najviše su zastupljeni nautičari koji svoja plovila tijekom godine drže u mjestu boravka (preko 40%).Od toga broja, najveći dio plovila prevozi se do Mediterana trailerima (više od 90%), a znatno manji kamionima (jahte).

Izbor mjesta plovidbe koji će nautičar izabrati ovisi o brojnim činiteljima. Posebno se ističu: razvijenost putne mreže (posebno cestovnih prometnica), zakonska regulativa nautičko-turističke djelatnosti zemlje domaćina, političke prilike u okruženju, sigurnost vezova, kvaliteta i cijene nautičko-turističkih usluga, mogućnost servisiranja i opravke plovila i sl.

Od tih činitelja ovisi, ne samo opseg posjete već i stupanj korištenja vezova u marinama. Po pitanju korištenja vezova, od svih mediteranskih zemalja najbolje rezultate postižu u marinama u Italiji (40%) i Hrvatskoj (29%), a najslabije u Francuskoj (4%) i Grčkoj (7%). Nautičari u iznajmljenim plovilima (charter) imaju sve veće učešće u nautičko-turističkom prometu. Dužina njihova boravka, uglavnom se kreće od 2 do 3 tjedna.

Sve mediteranske zemlje (osim Albanije) potpisale su 1976.godine Barcelonsku konvenciju o zaštiti Sredozemnog mora od zagađivanja. Nakon ratifikacije 1978. godine stupila je na snagu i postala obvezna za zemlje potpisnice.

Na temelju Barcelonske konvencije, kao zajednički projekt zaštite i korištenja Sredozemnog mora, organiziran je 1984.godine, u francuskom gradu Cannesu seminar na temu Perspektive razvoja nautičkog turizma u Mediteranskom bazenu i njegov utjecaj na okoliš.

Na seminaru je elaborirana mogućnosti razvitka nautičkog turizma na Mediteranu i istaknuta njegova važnost za gospodarski razvitak mediteranskih zemalja.

4. Nautički turizam u Republici Hrvatskoj

4.1. Povijesni pregled razvoja nautičkog turizma

Neki začeci masovnih putovanja ljudi mogu se tražiti i u najstarijoj ljudskoj povijesti, drevnom Egiptu, antičkoj Grčkoj, Rimskom carstvu te vjerskim hodočašćima. Premda je taj nekadašnji putnik bio preteča modernog turista, ta putovanja nisu još imala karakter pravih, turističkih. Po nekim sličnostima između putovanja u prošlosti i putovanja što čine suvremeni turizam nipošto se ne može dokazati njihova genetska i razvojna veza. To su samo prividne sličnosti u motivima, dok u svemu ostalom nema nikakvih sličnosti između njih.¹⁰

Dapače, putovanja u prošlosti i turistička putovanja danas bitno se razlikuju i to po ekonomskoj i društvenoj uvjetovanosti, prostornoj usmjerenosti i vremenskoj učestalosti, brojčanosti i ponašanju sudionika te mnogim drugim učincima.

Počeci plovidbe radi zabave, rekreacije i sporta javljaju se još u 16. stoljeću u obliku regata po nizozemskim kanalima dok se suvremeni nautički turizam počinje razvijati u 19. stoljeću. Polovinom 19. st. Tommas Cook prvi put organizira putovanja i 1857 godine osniva, prvu u svijetu, putničku agenciju gdje pomorski prijevoz putnika igra veliku ulogu. Od tada nastaje posebna vrsta brodova za prijevoz putnika i počinje se ploviti iz zabave.

Društvene promjene i promjene u načinu života tekle su veoma polagano sve do industrijske revolucije. Već u tijeku prve industrijske revolucije dogodio se veći društveni preobražaj nego u svim vremenskim epohama do tada. Većina povjesničara, u pravilu nastanak turizma vezuje uz razvoj prometnih sredstava na parni pogon, željeznice i parobroda, koja su omogućila sigurna, brza, česta, udobna, jeftina i daleka putovanja i time prerastaju iz dotadašnjeg individualnog u moderni organizirani turizam 19. i 20. stoljeća.

U 19. stoljeću započinje i razvoj nautičkog turizma na Jadranu. Najznačajnije prekretnice nastaju kada jedrenjaci ustupaju mjesto parobrodu. Još 1820, duž istočne obale Jadrana uvedena je petnaestodnevna parobrodna linija Trst-Dubrovnik-Krf, što je svojevrsni početak kruzing putovanja u ovim područjima. Građani pomalo dobivaju svijest o koristima koje gosti donose, pa tako nastaju prvi ugostiteljski objekti u lokalnom vlasništvu. Također nastaju turistička mjesta – lječilišta na Jadranu. Prva škola plivanja u našim krajevima datira iz 1826. godine a osnovana je u Rijeci. Osobe koje su željele naučiti plivati plaćale su 4 krune, dok su oni koji su samo došli na kupanje plaćali 0,6 kuna. U Zadru je prvo kupalište sa toplom vodom

¹⁰ Alfier D.: Turizam, izbor radova, Institut za turizam, Zagreb, Tisak 1994, str 18.

osnovano 1834. godine. Već 1870. godine javljaju se i prva organizirana putovanja na našoj obali koja organizira bečki turistički klub. Tada je značajnu ulogu imao strani kapital koji je investirao u nove brodove, poglavito okupljen oko austrijskog društva „Lloyd“. Ovo društvo vršilo je parobrodsku službu na Jadranu do pred kraj 19 stoljeća, a osim prijevoza putnika i robe, organizirali su i prigodna putovanja i izlete. Brodovi su pristajali u povijesnim i turističkim mjestima na obali, a boravak turista na brodu i putovanje je trajalo 10 do 15 dana. Parobrodi su primali 40 do čak 150 izletnika, što je u ono vrijeme imalo obilježje masovnosti. 1871 godine izgrađen je prvi hrvatski parobrod Hrvat za potrebe parobrodarskog društva u Senju, dug oko 35 metara, nosivosti 60 tona, motora 30 konjskih snaga a postizao je brzinu od 10 čvorova. Najbrži Loydov brod Thalia sagrađen oko 1900. godine, bio je dug 100 metara, a imao je 26 jednokrevetnih i 70 dvokrevetnih kabina s električnom rasvjetom i centralnim grijanjem te 4 apartmana.¹¹

Intenzivnija izgradnja specijaliziranih luka za privez brodova i jahti te boravak njihovih posada započela je u 20. stoljeću. Za takve je luke Udruženje konstruktora, motora i brodova iz New Yorka 1928.g. upotrijebilo naziv marina, koji od tada postaje međunarodno priznat i korišten naziv za osnovne objekte nautičkog turizma, specijalizirane luke u kojima se danas, osim vezova, uređaja, opreme i usluga održavanja plovila, njihovim korisnicima nudi i sve veći broj različitih turističkih usluga smještaja, prehrane, razonode, sporta i slično.¹²

Pojam chartera se prvi puta spominje tridesetih godina prošlog stoljeća, i to u Nizozemskoj, a potom se dalje širio Europom pa poslije Amerikom. Charter kao gospodarska djelatnost, a osobito kao segment nautičkog turizma, relativno je novijeg datuma, i prvi put se pojavila na Azurnoj obali 1955. godine. Začetnici charter-djelatnosti u Hrvatskoj su sljedeće tvrtke: ACI, SAS, Coning, AYC, Moorings, Hetzel yachting, Ecker yacht. Charter-plovila bila su 99% pod stranom zastavom, a za vrijeme komercijalnog iskorištavanja bila su pod režimom privremenog uvoza. U početku su se pretežno iznajmljivali motorni brodovi, no danas u charter ulaze sve vrste plovila, od jedrilice za krstarenje ili regatu, preko katamarana do motornih brodova, jahti i megajahti koje su osobito zadnjih godina zastupljene u manjem opsegu.

Unatoč, tako ranim počecima turizma na našoj obali, zbog nerazvijene nautičko-turističke ponude izostao je značajniji razvoj nautičkog turizma. Razvoj suvremenog nautičkog turizma počinje tek sredinom šezdesetih godina 20-tog stoljeća, kada su na našoj obali izgrađene 4

¹¹ A. Dulčić: op.cit. 2002, str.21

¹² <http://www.hhi.hr/srnth/SRNTH.pdf>

marine sa 150 vezova i ostvaren promet preko 1500 inozemnih plovila. Ovo razdoblje označeno je i donošenjem Odluke o osnivanju ACY-a (Adriatic Club Yugoslavia) 1982.g. U razdoblju od samo dvije godine (1983-1984) izgrađeno je 16 marina kapaciteta 4,730 vezova . Od tada, pa do početka Domovinskog rata, broj izgrađenih marina i broj inozemnih plovila koja posjećuju naš akvatorij, iz godine u godinu ima dinamičan rast.

U razdoblju od 1991. do 1995. godine, Hrvatska se nalazila u Domovinskom ratu, te je turizam bilo nemoguće razvijati u tom razdoblju. Rat u Hrvatskoj usporio je razvoj nautičkog turizma koji je do tada imao stopu rasta i preko 14%. Međutim, njegov oporavak je tekao mnogo brže nego u drugim granama turizma. Tako je 1991.g. osnovana Udruga hrvatskih marina, 1994.g. Udruženje nautičkog turizma pri HGK, a 2006.g. Hrvatska udruga brodara.

4.2. Zakonski okvir nautičkog turizma u RH

U praksi je više platformi za reguliranje, uređenje i pokrivanje pravno-zakonodavne materije iz područja nautičkog turizma. Ukupne izvore dijelimo u dvije temeljne grupe zakona, pravnih propisa i uredbi:

- Opće pomorski zakoni, pravni propisi i uredbi koji uređuju razne oblasti pomorstva, a neposredno i posredno normiraju mnoga pitanja iz nautičkog turizma.
- Posebni zakoni, pravni propisi, uredbi i kodeksi iz područja nautičkog turizma, koji neposredno normiraju pojedine aktivnosti u toj djelatnosti.

U prvu grupu ulaze pravni propisi od posebnog interesa za nautički turizam. To su propisi o sigurnosti plovidbe i ljudskih života na moru, propisi o nacionalnom i teritorijalnom moru, pravu na vijanje zastava, o brodskim svjedodžbama i knjigama, o izbjegavanju sudara na moru, o krivičnim djelima i krivičnoj odgovornosti, propisi o kabotaži, o baždiranju brodova, propisi o lučkim kapetanijama i ustanovama za plovne putove i sl.

Opći i posebni pomorski propisi utvrđuju pravila i neposredno uređuju odnose u oblasti nautičkog turizma, a odnose se na pitanja organizacije pomorske uprave, luka, plovidbe, posade i putnika, osiguranja, pomorske i turističke organizacije i sl.

Od reguliranja pravno-zakonodavnog režima ovise i sve akcije, planovi i programi privrede. Ako propisi dovoljno elastično ne reguliraju pitanja o nautičkom turizmu, sva ulaganja, svi prenamješeni prirodni i društveno-ekonomski pozitivni elementi razvoja postaju ograničavajući činioci razvoja. Dinamičan razvoj nautičkog turizma u svijetu moraju pratiti i

liberalni pozitivni zakonski propisi u nautičkom turizmu, koji u protivnom mogu predstavljati nepremostivu zapreku daljnjeg razvoja.

To isto vrijedi za investicionu politiku u nautičkom turizmu, koja naročito u početku treba biti stimulativna i beneficirana.

Hrvatska gospodarska komora osnovala je 1997. godine Zakladu Izvorno hrvatsko sa sjedištem u Hrvatskoj gospodarskoj komori, Rooseveltov trg 2, Zagreb, temeljem Zakona o zakladama i fondacijama, te rješenjem Ministarstva pravosuđa, uprave i lokalne samouprave o odobravanju osnivanja Zaklade i upisa u Zakladni upisnik. Zadaća je Zaklade osnaživanje nacionalne svijesti o potrebi stvaranja proizvoda temeljenih na vlastitu znanju, poticanje njihove proizvodnje i kupovine, te time osiguranja doprinosa razvitku cjelokupnoga gospodarsko-političkog sustava zemlje.

Tijekom druge polovice svibnja i u lipnju 2014. u Hrvatskoj je izdano više od 8,500 vinjeta jahtama i brodicama koje se legalno bave nautičkim *charterom* na Jadranu, pa je ukupan broj izdanih vinjeta 1.srpnja 2015. iznosio 9046.

U odnosu na 2014. godinu to je 2,6% manje, te neznatnoj razlici između broja plovila koja su 2013.godine bila registrirana i pod stranom zastavom, a uplovila su u Jadran i bili evidentirani u nautičkim statistikama.

5. Nautički turizam u šibensko-kninskoj županiji

5.1. Definiranje nautičkog turizma na Jadranskoj obali

Dalmacija zauzima prostorno najveći dio hrvatske obale (oko 407 km). Smještena je između velebitskog pod gorja na kopnu i otoka Silbe i Oliba na sjeverozapadu, pa sve do rta Oštro na jugoistoku. Po uvjetima za turističku plovidbu i uopće po kvaliteti prostora prikladnog za razvitak nautičkog turizma, dalmatinskoj obali pripada prvo mjesto na rang listi obala Mediterana. Pored brojnih zaljeva, uvala i pješćanih plaža, dalmatinskom akvatoriju pripada još 652 otoka i otočića, 389 hridi i 78 grebena. Obalni prostor od unutrašnjosti dijele visoki planinski lanci Velebita, Dinare, Kozjaka, Mosora i Biokova, koji su uvjetovali njenu prometnu izoliranost. Uz dobro razvedenu obalu, u Dalmaciji su povoljni i klimatski uvjeti po pitanju insolacije, temperature zraka i mora.

Iz prethodne rasprave može se uočiti da je razvoj nautičkog turizma na Jadranu prošao tri razvojne faze:¹³

a) Prva faza – razdoblje do 1984. godine za kojeg su karakteristične pojedinačne razvojne inicijative na malom broju lokacija i bez mogućnosti oblikovanja odgovarajućeg sustava nautičke turističke ponude.

b) Druga faza – razdoblje koje počinje nakon 1984. godine izgradnjom lanaca ACI marina i ostalih turističkih luka. To je početak planskog razvoja i formiranja sustava nautičke turističke ponude na obalnom prostoru Hrvatske.

c) Treća faza – praktički se oblikuje posljednjih godina, tj. nakon 1993. godine kad 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. Ma koliko god pojedina marina bila dobro opremljena, to nije dovoljno ako ne postoji i duž obalni sustav, jer je smisao nautičkog turizma kretanje, a ne stacioniranje.

5.2. Nautički turizam u Šibensko-kninskoj županiji

Luka nautičkog turizam je luka posebne namjene koja služi za prihvat i smještaj plovnih objekata, te je opremljena za pružanje usluga korisnicima i plovnim objektima. Prihvatni

¹³ Dulčić A (2002) Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON, Split, str.55.

kapaciteti za nautičke plovne objekte smješteni su u lukama nautičkog turizma i na nautičkim vezovima u lukama otvorenim za javni promet. Nautički vezovi mogu biti cjelogodišnji, sezonski i tranzitni. Prihvatni kapaciteti su cjelogodišnji i sezonski. Usluge prihvata plovila su iznajmljivanje stalnog i tranzitnog veza.¹⁴

Slika 1: Brojčani prikaz ukupnih pristaništa.

Županija	Ukupno	Sidrište	Privezište	Suha marina	Marina	Nerazvrstane luke nautičkog turizma
Republika Hrvatska	106	22	13	14	53	4
Primorsko-goranska	32	10	5	7	10	-
Zadarska	23	9	3	3	8	-
Šibensko-kninska	14	1	-	1	11	1
Splitsko-dalmatinska	17	2	2	2	11	1
Istarska	14	-	2	-	12	-
Dubrovačko-neretvanska	6	-	1	1	2	2

Izvor: Državni zavod za statistiku.

Iz tablice je vidljivo kako Šibensko-kninska županija ima slabiju ponudu od ostalih županija prihvatnih kapaciteta nautičkog turizma. Dubrovačko-neretvanska županija ima najmanje prihvatnih kapaciteta. Novim prostornim planovima (u planskom razdoblju do 2017. godine)

¹⁴ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture i Ministarstvo turizma: Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., p. 8. (www.mppi.hr)

povećati će se prihvatni kapaciteti nautičkog turizma razmjerno planiranim prostornim planovima županija.

Šibensko – kninska županija je županija najrazvedenije obale hrvatskog dijela Jadrana, čiji arhipelag danas broji 285 otoka, otočića, hridi i grebena, među kojima se nalazi i jedan od tri morska nacionalna parka Republike Hrvatske – Nacionalni park „Kornati“. Prostor županije je fizički razdvojen na dva dijela, duboko usječenim kanjonom rijeke Krke, te Prukljanskim jezerom i Šibenskim kanalom.

Šibensko – kninska županija ima značajan prometni položaj. Povezana je jadranskom magistralom s priobaljem, magistralnom cestom prema Kninu i BiH, te autocestom prema unutrašnjosti Hrvatske.

Slika 2: Prikaz podataka po županijama.

Županija	Smještaj plovila na moru	Smještaj plovila na kopnu	Površina akvatorija u m ²	Površina prostora na kopnu m ²
Primorsko-goranska	1652	1803	817802	188563
Zadarska	2332	1221	868761	152586
Šibensko-kninska	2591	938	605815	136391
Splitsko-dalmatinska	1518	503	258810	77760
Istarska	2866	802	626115	163807
Dubrovačko-neretvanska	508	206	100761	80715

Izvor: Državni zavod za statistiku.

Vrlo važna prometnica je i željeznička pruga koja vodi prema Zagrebu i Splitu. U blizini su i zračne luke u Kaštelima (Split) i Zemunik (Zadar). Posebno značenje za gospodarstvo Šibensko – kninske županije ima razvoj turizma koje je još uvijek najviše usredotočeno na obalni pojas i morski akvatorij. Ipak, najelitniji segment turizma Šibensko – kninske županije je nautički turizam. Svojom specifičnom atraktivnošću i potrebom za prostorom osobito

pomorskog dobra, nautički turizam potencira probleme zaštite obalnog i morskog prostora tako da je jedno od najvažnijih pitanja smještaj postojećih i budućih luka nautičkog turizma. Da bi upravljanje prostorom bilo učinkovito, potrebno je da prostorni planovi budu podređeni zaštiti okoliša. Prioritet je zaštita iznimno vrijednih područja, nenaseljenih i neurbaniziranih obala, otoka i otočića, zaljeva i uvala, koji najviše privlače nautičare. Drugi pravac razvoja usmjeren je na planiranje izgradnje novih luka nautičkog turizma na „manje vrijednim područjima“, s najvišim standardom zaštite okoliša. Nautički turizam Šibensko – kninske županije (tablica 3) je izuzetno važan i na nacionalnoj razini, jer u tim okvirima Šibenska regija sudjeluje s 23,52% cjelokupnog prihoda (tablica 4) u nautičkom turizmu Republike Hrvatske, što je čini vodećom nautičkom hrvatskom regijom.

Na šibenskom području se nautička ponuda sastoji od 11 marina kapaciteta 3 001 vezova, od čega 930 vezova na kopnu. Marine nosioci Plave zastave u Šibenskoj regiji za 2011. godinu su: Marina „Frapa“ – Rogoznica, ACI marina „Vodice“, ACI marina „Jezera“, Marina „Danuvius“ – Tribunj i Marina „Kremik“ – Primošten. Osim marina, osnovu ponude nautičkog turizma Šibensko – kninske regije čine i charter tvrtke, kojih na njenom području ima 82, a koje raspolažu bogatom flotom, gdje svatko zasigurno može pronaći nešto za sebe. Djelatnost iznajmljivanja vezova na sidrištima razvija se posljednjih nekoliko godina i može se kazati kako još u dovoljnoj mjeri nije obuhvaćena statističkim istraživanjima, no po dostupnim podacima iz Upravnog odijela za pomorstvo, promet i otočni razvoj na području Županije trenutno je organizirano 8 sidrišta sa ukupno 163 veza.

6. Vizija i misija razvoja i strateški ciljevi

Kako bi se upoznalo temeljitije s vizijom i misijom razvoja nautičkog turizma, treba odrediti zakonitosti njegova razvoja, te valorizirati utjecaje tih činitelja. Iz tog razloga javila se potreba istraživanja dosadašnjeg razvoja nautičkog turizma. Činjenica je da je ekspanziji nautičkog turizma prethodila ponuda vezova u nautičkim lukama, a izgradnja marina podigla je razinu kvalitete nautičko-turističkih usluga. Također se primjećuje i znatno veći broj stranih nego domaćih turističkih dolazaka. Slična je situacija i kada je riječ o noćenjima turista. Navedeni pokazatelji ukazuju na postojeće proširenje osnovne ponude luka nautičkog turizma i to upravo većim brojem vezova u moru i na kopnu. Također je primjetno i znatno povećanje broja nautičkih turista i to pretežito stranih nautičara iz Njemačke, Italije i Austrije. Također je i zanimljiv zaključak da nisu primjetne ni veće sezonske oscilacije u korištenju vezova u moru, a to može biti i posljedica da nautičari često svoje plovilo ostavljaju u određenom stacionaru u određenoj marini tijekom cijele godine.

6.1. Potrebne promjene

Navedeni aspekti upućuju na nužnost postojanja adekvatnih sadržaja u marinama za održavanje i servisiranje plovila. Osim kvantitativnih, treba analizirati i kvalitativna obilježja nautičkog turizma, a njegove najveće prednosti upravo su povoljne prirodne odlike, tj. Visok stupanj razvedenosti obale, povezanost i komplementarnost otočkog i obalnog pojasa, ali isto tako i postojeća supra i infrastruktura, te kapaciteti iz tercijarnih i drugih djelatnosti, ali isto tako i povoljnosti lokacija za gradnju raznih tipova turističkih luka i drugih nautičkoturističkih kapaciteta. Ipak, uz sve navedene prednosti koje nautički turizam ima, javljaju se također i neki nedostaci koje je potrebno anulirati kako bi se uspješno konkuriralo na svjetskom turističkom tržištu. Isto tako, neki negativni činitelji, tj. nedostaci nautičkog turizma i ograničavajući faktori njegovog razvoja su sezonski karakter, aktivnosti u nautičkom turizmu, okupacija mora i obale, razne presije, uzurpacija obala, zagađivanje mora naftom i njezinim derivatima, bakteriološka kontaminacija (bakteriološko zagađivanje mora otpadnim vodama i materijama), devastacija bioloških bogatstava mora, zagađivanje mora raznim otpacima i nečistoćama, uništavanje ribljeg i vodenog bogatstva i to posebno školjki. Treba napomenuti da ako se ne provodi odgovarajuća ekološka politika dolazi do devastacije i degradacije krajolika i ambijenta radi izgradnje i korištenja objekata u nautičkom turizmu i pomicanja obala, okupacije plaža i drugih pomorskih dobara, te opasnosti koja se tom prilikom javlja od plovnih jedinica. U budućem razvoju također treba naglasiti i prednosti kao i analizirati

nedostatke u cilju postizanja i ostvarenja većeg značenja razvoja nautičkog turizma. Gledajući ovu problematiku s aspekta strateškog razvoja, nautički turizam Hrvatske rezultira nezadovoljavajuće u odnosu na potencijale i njegova analiza potvrđuje navedenu konstataciju. To svakako ukazuje da je postojeća strategija loša, pa čak i da ne postoji. Određene promjene svakako trebaju nastupiti zato što Hrvatska kao nautička destinacija nema cjelovitu viziju za strategiju razvoja i usmjeravanje u nove procese razvoja, pa upravo iz tog razloga u daljnjem je turističkom razvoju neophodno odgovoriti na strateška pitanja koja se odnose na to kako poboljšati poslovne rezultate i kvalitetu proizvoda, kako povećati konkurentnost na tržištu nautičkog turizma, kako nadvladati slabosti poslovanja i iskoristiti prilike i prednosti poslovanja, te kako učinkovito prezentirati vlastite potencijale. S obzirom na nezadovoljavajuće stanje također je nužno preoblikovati dosadašnju ponudu nautičkog turizma s pravim znanjem, osjećajem i inovativnošću. Također je nužno valorizirati sve prirodne prednosti nautičkog turizma kako bi se pružila maksimalna kvaliteta proizvoda da bi se zadovoljila sve zahtjevnija potražnja. Neke od pretpostavki na kojima bi se trebao temeljiti daljnji razvoj nautičkog turizma odnose se na činjenice da je potrebno ostvariti realne investicijske programe ulaganja u nautički turizam i to putem ulaganja u izgradnju velikih modernih marina za prihvatanje sve zahtjevnijih nautičkih gostiju, kao i oživljavanjem, te revitalizacijom već postojećih luka i lučica. Također, što prije treba otkloniti i nedostatak informativnih i propagandnih publikacija i turističkih vodiča. Nautičkom turizmu treba također dati sve one beneficije koje su karakteristične i za sve druge zemlje u svijetu. Također je vrlo bitno otvoriti i morske granice, kao i liberalizirati granične i druge formalnosti za strane nautičare po uzoru na kopnene granice, obogatiti i proširiti nautičko-turističku ponudu što se provodi kroz povećanje izvanpansionske potrošnje, organizaciju škola, klubova, sportskih društava, regata, raznih natjecanja, priredbi i sl.

6.2. Očuvanje okoliša

Postiže se podizanjem i širenjem ekološke svijesti svih članova društva, a svakako i uvođenjem projekta Europska plava zastava za plaže i marine. Sve ove navedene tendencije vrlo su bitne u smjeru i razvoju hrvatskog turizma u kvantitativnom i kvalitativnom pogledu.

U cilju definiranja strategije razvoja nautičkog turizma treba krenuti od istraživanja tržišta, te skupiti informacije kako bi se što bolje organizirao nastup na istom. Također je nužno i paralelno pozicioniranje u odnosu na konkurentske nautičke zemlje. Također treba pratiti i nove trendove na nautičkom turističkom tržištu i oblikovati ih u vlastitu prepoznatljivu

ponudu koja je svojstvena Mediteranu. Isto tako, treba kvalitetno oblikovati i cjelokupnu ponudu u marinama, pa je nužno nuditi sadržaje koji su primjereniji bogatijoj klijenteli počevši od restorana s domaćom gastronomskom ponudom preko različitih ugostiteljskih i zabavnih sadržaja, trgovačkih mreža, usluge popravaka i remonta jahti i sl. Kroz različitu animaciju nužno je motivirati nautičare na stalan boravak u marinama. Isto tako, treba uspostaviti i osobni kontakt između zaposlenih i gostiju koji bi pridonio još većem zadovoljstvu gostiju, a ponuda marina mora biti nadopunjena ponudom obližnjih destinacija kako bi turisti još potpunije zadovoljili sve svoje potrebe. Isto tako je potrebno organizirati službu opskrbe nautičara na jahtama prilikom plovidbe pomoću brodova-trgovina koji imaju kvalitetnu i konkurentnu robu kada je riječ o cijeni.

6.3. Prilagodavanje suvremenim znanstvenim i stručnim standardima

Kako bi se luke nautičkog turizma razvile, potrebno je kontinuirano poticati razvojne i istraživačke studije i proširivati spoznajnu osnovu s pozicija suvremenog svjetonazora, zatim osigurati kontinuiranu aktivnost koja će omogućiti uočavanje procesa i sagledavanje interesa u funkciji pravodobne ponude prostorno-razvojnih opcija ulagačima i ostvarenja prostornih pretpostavki za razvoj. Također treba i u prostornom planiranju napustiti sadašnje nerealne modele i mijenjati ih te prihvatiti opća mjerila učinkovitoga korištenja prostora, ali promatrana kroz stvarne okolnosti i mogućnosti na određenom prostoru. Osim toga, potrebno je još i izgraditi i unaprijediti regulativu, posebno zakonsku osnovu za izvlaštenje kao preduvjet za učinkovito usmjeravanje uređenja i korištenja pomorskog dobra s aspekta javnog dobra. Isto tako je potrebno i osigurati stručnu osposobljenost na svim razinama, a osobito na lokalnoj.

7. Akcijski plan za provedbu strategije razvoja nautičkog turizma

Kada je riječ o Republici Hrvatskoj, nautički turizam predstavlja važan faktor ostvarenja konkurentskih prednosti kada je riječ o europskom i svjetskom turizmu, pa mu zato treba posvetiti značajnu pozornost kao i iskoristiti sve pozitivne utjecaje kojima ta vrsta selektivne turističke ponude može pridonijeti unaprjeđenju cjelokupne turističke ponude kao i ostvarenja konkurentskih prednosti na turističkom tržištu. Kada se gleda Europski manifest za održivi nautički turizam, obalni i maritimni turizam postao je jedan od glavnih područja rasta turizma, te se drži strategijskim saveznikom društva u isticanju vrijednosti prirodnih i kulturnih resursa obalnih područja. Jedrenje, surfanje, kajakarenje i ostali vodeni sadržaji ovisni su o dobro očuvanom krajoliku i zdravom morskom ekosustavu. Spomenute i slične aktivnosti pridonose ojačavanju turističkih destinacija. Tako se nautički turizam može okarakterizirati kao strategijski važan segment koji prenosi vrijednosti koje povezuju ljude s prirodom i sportom, te ima veoma pozitivan edukacijski utjecaj i na posjetitelje i na lokalnu zajednicu, ali on ostavlja utjecaj i na okoliš, te se mora razvijati uz pridržavanje postulata održivog razvoja. Nužno je, stoga, poduzeti aktivnosti koje se odnose na očuvanje prirodnih vrijednosti teritorija i funkcionalnosti obalnog ekosustava, na doprinos održavanju jedinstvenosti prirodnih zaštićenih područja i očuvanja ugroženih vrsta primjenom dobre prakse očuvanja okoliša prilikom nautičkih aktivnosti, na redukciju potrošnje prirodnih resursa, te adekvatno upravljanje otpadom i štetnim emisijama u zemlju, vodu i zrak tijekom obavljanja nautičkih aktivnosti, na korištenje nautičkih aktivnosti kao vozila za prenošenje pozitivnih vrijednosti i promociju edukacije, zdravih sportskih navika i ekološke osviještenosti, na inovacije u marketingu proizvoda i usluga koje će izdvajati po okolišnim atributima, usmjeravajući građane prema rekreacijskim aktivnostima koje su prijateljskije prema okolišu i koje potiču njihovu obavezu na očuvanje okoliša, te na promoviranje postojanja adekvatnog okvira kao podrške inovacijama u turizmu, na način da se stvaraju poticaji za tvrtke koje nude održive nautičke aktivnosti.

7.1. Uloga Europske unije

Također, Europska unija je jasno prepoznala važnost i prednosti razvoja nautičkog turizma, a to za Republiku Hrvatsku treba biti poticaj daljnjeg unaprjeđenja nautičke turističke ponude. Također treba unaprijediti turističku ponudu i prema uzoru na vodeće konkurentne članice, uz konkurentno promišljanje kako profilirati jedinstveni turistički proizvod koji će ostvariti

vodeću poziciju na tržištu, te biti oznaka izvrsnosti i brenda Republike Hrvatske. Kroz adekvatne marketinške aktivnosti i promocijom nautičkog turističkog proizvoda biti će moguće doprijeti do potencijalnog turista i prezentirati se kao destinacija vrhunske kvalitete i potaknuti gosta da posjeti Hrvatsku. Također je bitno naglasiti i činjenicu da Hrvatska posjeduje optimalne preduvjete za još uspješniji razvoj nautičkog turizma. Uz Grčku, ona ima najrazvedeniju obalu u Europi i na Mediteranu. Morfologija Jadrana, čisto more, blaga klima, gradovi i mjesta s autohtonom arhitekturom i izgrađenim lučicama, veliki broj prirodno zaštićenih uvala, povoljan geografski položaj, te raspored luka i lučica koji omogućava uplovljavanje u više luka dnevno, bogata kulturna i povijesna baština i sl. samo su neke od komparativnih prednosti i temeljnih pretpostavki na kojima se gradi imidž Hrvatske kao jedne od top destinacija nautičkog turizma. Bez obzira na brojne prednosti i resurse evidentni su i nedostaci u trenutnoj turističkoj ponudi što je nužno u što skorijem roku otkloniti, te pristupiti formiranju visoko kvalitetnog i konkurentnog turističkog proizvoda uz strogo pridržavanje principa održivog razvoja. Također, kako bi se utvrdilo realno stanje i mogle ponuditi smjernice daljnjeg razvoja, treba analizirati kvantitativne i kvalitativne indikatore stanja nautičkog turizma Republike Hrvatske.

7.2. Poboljšanje infrastrukture

Osim prirodnih, prostornih, povijesnih i tradicijskih uvjeta za razvoj nautičkog turizma, Hrvatska mora poboljšati nautičku infrastrukturu. Posebno se to odnosi na izgradnju prateće suprastrukture kako bi se mogla razvijati odgovarajuća ponuda. Hrvatska zaostaje u ponudi usluga u marinama u odnosu na druge zemlje Mediterana te je vrlo važno shvatiti i sagledati važnost nautičkog turizma za turizam, ali i gospodarski razvoj Hrvatske u cjelini. Nautičke luke imaju direktne i indirektne koristi i učinke na lokalnu zajednicu poput zapošljavanja ili ostalih vrijednosti. Također, nautičke luke imaju posebno značenje u gospodarstvu otoka te potiču razvoj i zadržavanje stanovništva, potiču razvoj obrta i zanata i slično. Sve su to razlozi za donošenje detaljnog i temeljitog plana koji će utjecati na pozitivan razvoj nautičkog turizma.

8. Zaključak

Nautički turizam kao vid selektivne forme turizma je danas važan čimbenik što se tiče turističke ponude Republike Hrvatske, točnije on je u ekspanziji, koja je obuhvaćena gospodarskom strategijom Republike Hrvatske za razvoj nautičkog turizma. Točnije, nautički turizam je jedan od oblika turizma gdje je primarna djelatnost prihvat brodova i drugih plovila, a tako stvara dodatan izvor prihoda državnom proračunu. Nautički turizam ima višestoljetnu tradiciju te je često pokretač regionalnog razvoja područja koja imaju visoku stopu depopulacije i nizak standard življenja.

Nautički turizam se u Europi i svijetu se razvija sustavno i planski. Europski primjeri razvoja nautičkog turizma su ujedno i najreprezentativniji, a obilježeni su visokim standardima kvalitete, divergentnom ponudom, visokim ulaganjima te zajedničkom politikom pa tako i vizijom jer ih nadgleda jedna krovna organizacija.

Na primjerima iz Europe i svijeta potrebno je istaknuti važnost nautičkog turizma u ljetnom turizmu kao što je to primjer kod nas.

Analizirajući dostupne podatke o nautičkoj turističkoj ponudi diljem svijeta jasno je da će se ova vrsta turizma dugo zadržati u svjetskoj turističkoj ponudi.

Rast nautičkog turističkog prometa posljednjih godina potvrđuje da je Hrvatska na putu da turizam postane aktivni generator razvoja gospodarstva. Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti strategiju turizma usmjerenu na održivi razvoj. Hrvatska posjeduje raznolik prirodni potencijal, veliko kulturalno nasljeđe i snažan ljudski potencijal.

Literatura

1. Bazala, A.: Istraživanja tržišta u funkciji održenog rada, Progres, Zagreb, 1978.
2. Čavlek, N. – Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
3. Dulčić, A.: Upravljanjem razvoja turizma, Mate, Zagreb, 2001.
4. Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011.
5. Luković T.: Nautički turizam – definicije i dileme, "Naše more", 54(1-2)/2007.
6. Luković, T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, EKONOMSKI PREGLED, 58 (11) 689-708 (2007)
7. Petrić, L.: "Osnove turizma", Ekonomski fakultet, Split, 2001.
8. Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002.
9. Dr. Vlatko Jadrešić: Nautički Turizam, Pedagoška akademija Zadar, 1978.

Internet izvori:

1. www.dzs.hr
2. www.poslovni.hr
3. www.sibensko-kninska.hr
4. www.poslovni.hr

