

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

KINEZIOLOŠKI FAKULTET

(studij za stjecanje visoke stručne spreme
i stručnog naziva magistra kineziologije)

Domagoj Jembrih

**STANJE I PERSPEKTIVE RAZVOJA
NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc.dr. sc. Drena Trkulja Petković

SADRŽAJ:

1. UVOD	6
1.1. Predmet i cilj rada.....	6
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	7
1.3. Sadržaj i struktura rada	8
2. TEORIJSKE ODREDNICE NAUTIČKOG TURIZMA.....	9
2.1. Pojam nautičkog turizma	9
2.1.1. Nautički turizam i pojam putovanja	10
2.1.2. Činitelji nautičkog turizma	10
2.2. Značaj nautičkog turizma	11
2.2.1. Značaj nautičkog turizma za Europsko područje	12
2.2.2. Izazovi i predviđanja razvoja nautičkog turizma	13
2.3. Podjela i oblici nautičkog turizma	14
2.3.1. Podjela i škole nautičkog turizma	14
2.3.2. Podjela usluga nautičkog turizma	15
2.4. Uloga nautičkog turizma	15
3. NAUTIČKI TURIZAM HRVATSKOG JADRANA	17
3.1. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj	17
3.2. Konkurentska pozicija hrvatskog nautičkog turizma	20
3.3. Kvalitativna analiza stanja nautičkog turizma Hrvatske	21
3.4. Analiza stanja nautičkog turizma Hrvatske	25
4. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA	28
4.1. Karakteristike i organizacija upravljanja marinama	28
4.1.1. Razvoj marina	28
4.1.2. Marine u Istri	30
4.1.3. Upravljanje marinama i razvoj nautičkog turizma	31

4.2.	Utjecaj marina na okoliš	31
4.3.	ACI Club.....	32
5.	STRATEGIJA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA.....	34
5.1.	SWOT analiza nautičkog turizma u RH.....	34
5.2.	Vizija i misija razvoja i strateški ciljevi	36
5.2.1.	Hrvatski nautički turizam u posljednjih dvadeset godina	36
5.2.2.	Potrebne promjene.....	37
5.2.3.	Prilagođavanje suvremenim znanstvenim i stručnim standardima	40
5.3.	Akcijski plan za provedbu strategije	41
5.3.1.	Uloga Europske unije	42
5.3.2.	Poboljšanje infrastrukture	42
6.	ZAKLJUČAK	44
7.	LITERATURA.....	46
	POPIS ILUSTRACIJA.....	48

STANJE I PERSPEKTIVE RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

SAŽETAK

Predmet ovog rada odnosio se na nautički turizam u Republici Hrvatskoj, a cilja su bila tri i ona su se odnosila na opisivanje mjesta nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, njegova značenja za turističku ponudu Republike Hrvatske, te opisivanje razvoja i razvojnih planova za nautički turizam u Republici Hrvatskoj. Nautički turizam usko je vezan za pojam putovanja, te mnogo znači kako za europsko, tako i za hrvatsko područje.

U posljednjih tridesetak godina nautički turizam na hrvatskom području bilježi rast, s blagom stagnacijom u ratno vrijeme u prvoj polovici devedesetih godina. Jedan od glavnih ciljeva nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj je poboljšanje vlastite konkurentske pozicije, a kako bi se to ostvarilo potrebno je pozornost posvetiti određenim aspektima poput segmentacije korisnika, potrošnje, odvijanja nautičkog prometa i sl. Osim toga, vrlo je bitno pozornost posvetiti također i razvoju luka nautičkog turizma i to u suradnji s jedinicama lokalne i regionalne samouprave i državnom vlasti. U svakom slučaju, hrvatska je vlast svjesna da su potrebne promjene i ima svoju misiju i viziju kako bi se te promjene i ostvarile.

Ključne riječi: razvoj turizma, nautički turizam, luke nautičkog turizma, ACI Club, strateški razvoj

State and perspectives of development of nautical tourism in Croatia

ABSTRACT

The subject of this paper was nautical tourism in the Republic of Croatia and the goals were three and these goals were to describe the position of nautical tourism in the Republic of Croatia, the meaning of nautical tourism for tourist offer of Croatia, and to describe the development and the development plans for nautical tourism in the Republic of Croatia. Nautical tourism is closely linked to the word „travel“ and it means a lot for the European and Croatian area.

In the last thirty years nautical tourism in the Croatian area grows, with the mild stagnation during the war years in the first half of 1990s. One of the primary priorities of nautical tourism in the Republic of Croatia is to improve its own competitive position and to accomplish that, an attention has to be paid to certain aspects like segmentation of the users, revenues, nautical traffic flows, etc. Except that, an attention has to be paid to the development of the nautical marines and the cooperation with local, regional and state authorities is necessary. In any case, Croatian government is aware that the changes are necessary and it brought its own mission and vision to accomplish these changes.

Keywords: tourism development, nautical tourism, ports of nautical tourism, ACI Club, strategic development

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada su stanje i perspektiva razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. U kontekstu ovoga treba spomenuti da je hrvatsko gospodarstvo još uvijek u fazi razvoja i potrebni su mu snažni aspekti kako bi takav razvoj mogao teći u pozitivnom smjeru. Jedan od tih aspekata je i turistički. Razvoj turističkog aspekta kada je riječ o razvoju gospodarstva podrazumijeva iskorištavanje svih njegovih potencijala, a među njih se ubraja i nautički turizam. Kako je turizam bazna privredna grana, državna vlast bi svakako trebala poraditi više na mjerama koje znače njegov razvoj što bi trebalo obuhvatiti i razvoj nautičkog turizma. Istina je da nautički turizam kao grana turizma u Hrvatskoj nije potpuno nerazvijen, ali postojeći stupanj nije dostatan, jer još uvijek postoji mnogo prostora za njegov razvoj. Trenutačno je nautički turizam samo grana koju je potrebno unaprijediti, tj. promijeniti postojeću situaciju na bolje.

Nautički turizam potreban je Republici Hrvatskoj najviše iz razloga što takav oblik turizma predstavlja izuzetno pogodan sadržaj za obogaćivanje turističke ponude Republike Hrvatske. Ovakav oblik turizma nije još uvijek dovoljno zastupljen u sveukupnoj turističkoj ponudi Hrvatske te ga je potrebno razvijati, posebno u svijesti potencijalnih turista. Na takav način bi se napustio model masovnog turizma i Hrvatska bi postala ozbiljnija turistička destinacija koja može odgovoriti na potrebe specifične ciljne skupine turista. Analiza postojeće turističke ponude ovakvog tipa ukazuje na trend rasta, tj. raste broj vezova na moru i na kopnu što opet utječe na prepoznatljivost imidža cjelokupnog hrvatskog turizma.

Daljnji razvoj nautičkog turizma svakako nije moguć bez sustavne primjene načela strategijskog marketinga. Takav strategijski marketing imao bi za cilj postići što veći stupanj podudaranja sa zahtjevima i željama turističke zajednice. Tako, za postizanje značajnog mjesta na turističkoj karti svijeta i za povećanje kvalitete ponude Republika Hrvatska treba razviti nautički turizam. To je oblik turizma koji je važan za privlačenje potencijalnih gostiju koji imaju posebne zahtjeve i za promjenu njihove slike o Hrvatskoj kao zemlje masovnog turizma u sliku Hrvatske kao zemlje s kvalitetnim oblicima turističke ponude što opet utječe na već spomenutu promjenu turističkog imidža zemlje.

Diplomski rad ima tri glavna cilja, a oni su sljedeći:

- Opisati mjesto nautičkog turizma u turističkoj ponudi Republike Hrvatske
- Opisati značenje nautičkog turizma za turističku ponudu Republike Hrvatske
- Opisati razvoj i razvojne planove za nautički turizam u Republici Hrvatskoj

Dakle, glavni cilj ovog diplomskog rada je ispitati stanje ovakvog oblika turizma u Republici Hrvatskoj kroz navedena tri glavna dijela. Takvim prikazom dobila bi se detaljna slika o stanju nautičkog turizma na hrvatskom području i došlo do saznanja o njegovom značenju za turizam Hrvatske, ali i o potencijalima pojedinih destinacija za takav razvoj.

Osim navedenog, plan rada je i ispitati kako se ovakav turizam dosad razvijao te kakvi su razvojni planovi nadležnih institucija za budućnost. Također, u radu bi se dobila i moguća rješenja za daljnji razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj kojima bi se pokušalo dati odgovor na pitanje koji model razvoja je najuspješniji.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Izvori koji su korišteni prilikom pisanja diplomskog rada obuhvaćaju znanstvenu i stručnu literaturu i časopise, te pretraživanje putem Interneta. Što se metoda tiče, u radu će se koristiti sljedeće:

- *metoda indukcije*: pomoću pojedinačnih zaključaka o određenim aspektima formirat će se opći
- *metoda dedukcije*: od općih zaključaka koji se odnose na pojedine aspekte navedene problematike formirat će se posebni koji su od relevantnosti za spomenuto
- *metoda komparacije*: u svrhu lakšeg objašnjavanja određenih činjenica i pojava, pojedine će se pojave usporediti
- *deskriptivna metoda*: u svrhu lakšeg objašnjavanja određenih činjenica i pojava, pojedine će se pojave opisati.
- *studija slučaja*: teorija će se potkrijepiti relevantnim primjerima iz prakse.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Cijeli rad podijeljen je u šest temeljnih poglavlja.

Nakon uvoda, u drugom poglavlju pozornost će se obratiti na teorijske odrednice nautičkog turizma, te u sklopu toga prvo će se definirati pojam nautičkog turizma, nakon toga značaj. Onda će se govoriti o podjeli i oblicima, te o ulozi nautičkog turizma općenito.

U trećem poglavlju govorit će se o nautičkom turizmu hrvatskog Jadrana, pa će se tako obraditi razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, konkurentska pozicija hrvatskog nautičkog turizma, kvalitativna analiza stanja nautičkog turizma Hrvatske, te općenita analiza stanja hrvatskog nautičkog turizma.

U četvrtom poglavlju pažnja će se posvetiti problematici luka nautičkog turizma, pa će se tako najprije govoriti o karakteristikama i organizaciji upravljanja marinama, njihovom utjecaju na okoliš, te karakteristikama poslovanja u sklopu ACI Club-a.

Peto poglavlje govorit će o strategiji razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, pa će se unutar nje najprije prikazati SWOT analiza navedene problematike, zatim vizija i misija razvoja sa strateškim ciljevima, te nakon toga, karakteristike akcijskog plana za provedbu strategije.

U posljednjem šestom poglavlju iznijet će se zaključna razmatranja studenta, a zatim slijedi popis korištene literature, te popis ilustracija i tablica.

2. TEORIJSKE ODREDNICE NAUTIČKOG TURIZMA

2.1. Pojam nautičkog turizma

Nautički je turizam jedan od najbrže rastućih segmenata maritimne djelatnosti koji se u svijetu počinje razvijati usporedo s ostalim oblicima maritimnog turizma, ali njegovo značenje i ekonomska snaga se uočavaju tek osamdesetih godina prošlog stoljeća, pa stoga treba primijetiti da mnoge turističke destinacije počinju ubrzanom izgradnjom specijaliziranih luka za prihvata malih vozila (Gračan i Radnić, 2003, str. 317). U svemu tome nije izostala ni Republika Hrvatska koja maritimnim karakteristikama svoje obale privlači inozemne turiste, ali to nije dovoljno zato što nedovoljno izgrađena infrastruktura i organizacija raznovrsnih aktivnosti za zadovoljavanje turističkih potreba ne mogu dovoljnom jačinom utjecati na razvoj nautičkog turizma.

Nautički turizam kao fenomen je dio turističkog fenomena iz kojega je nastao i čije je nedvojbeno podvrsta. Tako je problematiku definiranja nautičkog turizma potrebno zasnovati na problematici definiranja turizma, a etimološki pojašnjeno, nautički turizam proizlazi iz dva pojma, nautički i turizam. Turistički pojam je u znanstvenoj turističkoj literaturi dovoljno objašnjen. Prvi pojam nastao je od grčke riječi „naus“ što znači brod ili lađa, ali i vještina plovidbe. U suvremenom značenju, nautika i navigacija predstavljaju skup praktičnih i teoretskih znanja i vještina koji su potrebni voditelju plovila kako bi sigurno i uspješno preveo plovilo morem, od polazišne luke, do luke dolaska (Milas, 1997).

Pojmovi „nautika“ i „nautički“, u širem smislu označavaju pomorstvo i to je upravo razlog zbog kojeg se u međunarodnoj komunikaciji sve više koristi engleskim pojmom yachting tourism, a sve manje nautical tourism ili maritime tourism (Luković, 2007, str. 691). Jahta predstavlja simbol luksuznog turističkog odmora na moru, te više vezuje nautički turizam uz turističku djelatnost, a manje uz pomorstvo. Tako se pridonosi boljem definiranju pojma nautičkog turizma koji je dio turističke, a ne pomorske djelatnosti. 1954. godine, teoretičari suvremenog turizma, Švicarci W. Hunziker i K. Kraft donijeli su definiciju koju je prihvatila Međunarodna udruga znanstvenih turističkih eksperata i koja kaže da je turizam skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost (Luković, 2007, str. 691). Tako se dolazi do pojma nautičkog turizma koji predstavlja novi i poseban oblik pojavnog oblika turizma.

2.1.1. Nautički turizam i pojam putovanja

Potenciranje pojma putovanja je logično, zato što je ono sadržano u osnovnim karakteristikama pojma nautičkog turizma, pa je izvođenje pojma nautičkog turizma iz opće definicije turizma sasvim opravdano. Određena nastojanja kako bi se nautički turizam prikazalo kao djelatnost koja je povezana s pomorstvom, te da se iz toga izvede primjer predstavlja teoretske zablude jer se u definiciju turizma, osim „putovanja“ i „privremenog boravka u nekom mjestu“, također ističe i činjenica da „s tim boravkom nije povezana nikakva gospodarska djelatnost“.

Tako, putovanje i boravak u nekom mjestu još uvijek nisu turizam ako su povezani uz neku određenu gospodarsku djelatnost, pa pomorstvo kao djelatnost nema obilježja turizma zato što se obavlja radi gospodarske djelatnosti prijevoza tereta i ljudi, a brod služi samo kao sredstvo. Isti se zaključak može donijeti i na primjeru ribarstva koje je vezano uz putovanje brodom i boravak u nekom mjestu kako bi se istovarila ili utovarila roba, izvršio prekrcaj i sl. Sve to radi se u svrhu gospodarske djelatnosti ribarstva. Kako bi se otklonila mogućnosti slične teorijske zablude u promatranju pojave turizma, tj. u slučaju nautičkog turizma, treba razlikovati dvije skupine činitelja koji se odnose na činitelje koji uvjetuju nastanak nautičkog turizma i činitelje razvitka nautičkog turizma. Kod utvrđivanja činitelja turističkog razvitka, treba uzeti u obzir činjenicu da se analizira tzv. suvremeni turizam, tj. turizam našeg životnog okruženja s aspekta vremena, čime turizam koji je dinamičan proces se u svrhu istraživanja zaustavlja i pretvara u statičan.

2.1.2. Činitelji nautičkog turizma

Dvije su osnovne skupine činitelja koji od čovjeka čine turista ili nautičara a to su slobodno vrijeme i slobodna financijska sredstva. (Luković 2007, str. 692). Nasuprot toj skupini stoji skupina činitelja o kojima ovisi zadovoljavanje turističkih potreba i te dvije skupine činitelja povezuju se s klasičnim marketinškim činiteljima koji predstavljaju činitelje potražnje i činitelje ponude, te se njima pridodaju još i posrednički činitelji koji čine turističke i putničke agencije na koje se povezuju činitelji ponude i potražnje. Prva skupina činitelja su činitelji koji uvjetuju nastanak nautičkog turizma i koji se razvrstavaju na činitelji koji su proizišli iz određene razine razvitka gospodarstva, na činitelje koji su proizišli iz određene razine razvitka turizma, te na činitelje koji su proizišli iz određene razine razvitka društva u širem smislu. Nasuprot njima, također su nužni i već spomenuti činitelji ponude i potražnje, a posrednički je

činitelj u nautičkom turizmu važan zbog njihovog boljeg povezivanja. Razloge tome treba tražiti u rezultatima motivacijskih istraživanja, tj. u motivima koji nose obilježje avanture.

Bez obzira na to što se činitelji ponude i činitelji potražnje nalaze u obje skupine u obje relacije ovog istraživanja, tj. kao činitelji razvitka i činitelji inicijative, razlike su očite. Kada se govori o njihovoj međusobnoj uvjetovanosti, činitelji koji su se definirali kao činitelji inicijative, prethode skupini činitelja razvitka. Osim što postoji vremenska razlika u njihovu djelovanju, oni se razlikuju i po pojavnom obliku. Kada se analizira gospodarski razvitak kao činitelj turističkog razvitka, posebno nautičkog, zaključuje se da je njegov utjecaj višestruki i ne samo to, nego su oblici i načini utjecaja promjenjivi i još uvijek nedefinirani, a ako se taj utjecaj promatra na Mediteranu, mogu se zapaziti različiti oblici daljnjeg utjecaja.

2.2. Značaj nautičkog turizma

Značaj nautičkog turizma vezan je za posebnosti sadržaja nautičko-turističke ponude, te se na prvi pogled može uočiti da je nautički turizam izrazito mobilnoga karaktera, te da je vezan uz jedan oblik sportske rekreacije na plovilu, ali treba također naglasiti i sve veću važnost njegove stacionarne komponente kao jednog od najvažnijih čimbenika u razvoju i unaprjeđenju tog oblika turizma, a stacionarnu komponentu čine primarni receptivni kapaciteti i dopunski kapaciteti. U primarne receptivne kapacitete mogu se ubrojiti luke nautičkog turizma, zimovnici ili suhi vezovi, brodogradilišta, parkirališta, trgovinski opskrbeni i turističko-ugostiteljski objekti, te proizvodni i proizvodno-uslužni kapaciteti (Gračan i Radnić 2003, str. 310). Kod ovoga treba imati na umu da kapacitet vezova u marini treba biti komplementaran kapacitetu smještaja neposredno vezanih uz marinu, a broj vezova u marini uvjetuje prostorne mogućnosti u moru.

Dopunske kapacitete također čine objekti i tereni za sport i rekreaciju, te ostali prateći objekti. Od izuzetne su važnosti i prometni kapaciteti koji su izgrađeni na kopnu, a odnose se na cestovne, željezničke, te uzletišta. Problem formiranja marine kao početka nastajanja nautičkog centra često nije toliko u izgradnji potrebnih sadržaja na kopnu i moru, koliko u izgradnji potrebne infrastrukture i cestovnih komunikacija koje marinu dovode u vezu sa potražnjom ili ostalom ponudom u bližoj ili daljoj okolini. Koliko god određena marina može autonomno djelovati, ona nužno svoje aktivnosti dijelom usmjerava i prema drugim lokalitetima u sklopu određene turističke destinacije. Svi navedeni kapaciteti čine sastavni dio

ponude nautičkog turizma, pa tako usluge koje se pružaju u nautičkom turizmu sežu od usluga koje se pružaju na plovnim objektima do usluga u lukama nautičkog turizma poput iznajmljivanja vezova za plovila, iznajmljivanja plovila, usluga opskrbe nautičara najrazličitijom robom i opremom, usluga kojima se sadržajno upotpunjuje boravak turista nautičara, poput sportsko-rekreacijskih usluga, škole jedrenja, ronjenja i sl.).

S obzirom na prethodno navedeno može se reći da su temeljne karakteristike nautičkog turizma sljedeće (Čavlek, 1997):

- aktivno kretanje
- masovna pojava
- relativna samostalnost
- sezonalnost
- veći radijus kretanja
- visoki ekonomski efekti
- visokovrijedna infrastruktura
- veza s dugim aktivnostima
- turističko putovanje
- nova znanja, dojmovi
- veća potrošnja.

Iz navedene podjele može se primijetiti kako nautički turizam predstavlja aktivno turističko kretanje za razliku od stacionarnih vidova turizma.

2.2.1. Značaj nautičkog turizma za Europsko područje

Prema svim analitičkim podacima, Europa formira vrh razvoja svjetskog turizma. Europa je najjače emitivno turističko područje i vodeća polazna turistička destinacija. Od osnivanja Europske unije, turizam predstavlja jedan od najjačih ekonomskih segmenata unutar ekonomskog sustava Europske unije i usprkos svim do sada poduzetim mjerama koje se odnose na razvoj turizma unutar Europske unije, stalno se pojavljuju novi problemi, s obzirom

da turizam predstavlja živu i promjenjivu aktivnost s novim oblicima koji se razvijaju u proporciji s ljudskim napretkom (Alkier et al. 2015, str. 241).

Procjenjuje se da će u budućnosti i dalje ostati vodeća uloga Europe u svjetskom turizmu, iako u nešto manjem omjeru zbog kontinuiranih pojavljivanja atraktivnih novih turističkih destinacija na turističkom tržištu. Najnovija istraživanja pokazuju da Europa u svjetskim turističkim tokovima i dalje sudjeluje s visokih 52,5%. U 2013. godini ostvarila je 5 % više dolazaka u odnosu na 2012. godinu ili ukupno 563 milijuna turističkih dolazaka. U turističkim dolascima posljednjih godina u Europi vidljiv je umjereni trend rasta. Bez obzira na sve, Europa je i dalje svjetska turistička regija broj jedan.

Ako se pažnja obrati na bogatstvo prirodnih resursa, turističku tradiciju, te perspektive daljnjeg razvoja selektivnih oblika turizma koji predstavljaju važan elemenat suvremene turističke ponude, s opravdanjem se može reći da će turistički promet i u budućnosti nastaviti rasti. Tako sve europske regije bilježe umjereni porast svih turističkih dolazaka (Alkier et al. 2015, str. 242). Među tim dolascima ističu se južna Europa i Mediteran koji zauzimaju najviši udio u europskim turističkim tokovima. Vidljivo je da se također radi i o ponešto usporenijem rastu turističkih dolazaka, a to se može protumačiti kao rezultat utjecaja svjetske ekonomske krize koja je ostavila negativan utjecaj na cjelokupno svjetsko gospodarstvo, pa tako i turizam i hotelsku industriju.

2.2.2. Izazovi i predviđanja razvoja nautičkog turizma

Sporiji trend razvoja predstavlja jedan od ključnih izazova, te je nužno osmisliti razvojne smjernice i strateške programe s ciljem prevladavanja negativnih utjecaja krize kako bi se unaprijedila kvaliteta turističke ponude i omogućilo kreiranje takvih turističkih proizvoda koji su dostupni što većem broju potencijalnih turista. Takav pristup će ih svakako potaknuti na posjet destinaciji, kao i na što veću turističku potrošnju što bi trebalo za rezultat dati veći ekonomski učinak. Treba reći da svakodnevno nastaju nove turističke destinacije i da se kreiraju novi turistički proizvodi u borbi za svakog gosta kojemu se trebaju zadovoljiti sve potrebe i ostvariti vodeća tržišna pozicija.

Kako brojne europske, a posebno mediteranske zemlje posjeduju visoko kvalitetne resurse koji su ključni za daljnji razvoj još uspješnije i konkurentnije turističke ponude, opravdano se

može očekivati daljnji porast turističkih dolazaka koji će biti rezultat razvoja i ponude visokokvalitetnog i održivog integralnog turističkog proizvoda. Konkretno govoreći o razvoju nautičkog turizma, do ove godine je bilo predviđeno da će godišnji prirast za održivost prirodnih resursa iznositi 40 %, za prometnu povezanost sa nautičkim emitivnim tržištima također 40 %, za osmišljenost „nautičkog proizvoda“ 45%, za ljudske potencijale također 45 %, za luke nautičkog turizma 40 %, za broj vezova za nautičare također 40 %, za nautičku flotu čartera 50 %, za brodogradilišta za nautičku flotu 40 %, za poslovnu politiku poduzeća nautičkog turizma 45 %, te za bruto domaći proizvod 30 % (Zelenika i Vidučić 2007, str. 536).

Također je vrlo bitno naglasiti da nautički turizam ovisi i o vrhunskim kadrovima koji će biti posebno educirani (Luković, 2007, str. 23). Samo tako ova se djelatnost može dalje razvijati i ići na bolje.

2.3. Podjela i oblici nautičkog turizma

Prema razvrstavanju, nautički se turizam dijeli na luke nautičkog turizma, čarter, te cruising, a takva podjela nalazi se u razvijenim europskim zemljama i podređena je osnovnom makrostrateškom razvojnom modelu i prirodnim činiteljima razvitka (Luković 2007, str. 689). Kad se istražuju emitivna tržišta nautičkog turizma Europe koji intenzivno razvija nautički turizam na svojim prostorima, može se potvrditi istovjetnost europskog i hrvatskog razvrstavanja nautičkog turizma.

2.3.1. Podjela i škole nautičkog turizma

Nautički turizam turistički je fenomen koji se u posljednjih dvadesetak godina vrtoglavo razvija ostvarujući fizičke i financijske rezultate kakve u kontinuitetu ne ostvaruje niti jedna druga djelatnost. Sustavno istraživanje i znanstveni doprinos razvitku nautičkog turizma u Hrvatskoj, na Mediteranu i Europi, ostvaruju se tek u posljednjih desetak godina uz sporadične radove u prijašnjem razdoblju (Luković 2007, str. 690). Bez obzira na činjenicu što su istraživanja pojedinih vrsta nautičkog turizma sve češća još su uvijek ostali nedorečeni neki njegovi osnovni činitelji poput definiranja osnovnog pojma nautičkog turizma, njegova razvrstavanja, tržišnog obrazloženja i drugoga. Ipak, u tijeku znanstvenog istraživanja nautičkog turizma kao turističkog fenomena razvile su se dvije škole izučavanja, a to su

humanistička i znanstveno-praktična. Polazne osnove istraživanja nautičkog turizma tih dviju škola su suprotne, ali one zajedno oblikuju istraživački sustav koji pridonosi razvijanju znanstvene misli u nautičkom turizmu.

2.3.2. Podjela usluga nautičkog turizma

Prema postojećem zakonu, usluge nautičkog turizma obuhvaćaju iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima (Luković 2007, str. 694). Usluge također obuhvaćaju i iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju, usluge skipera, prihvata održavanje i čuvanje plovnih objekata na vezu u moru ili na suhome vezu, usluge opskrbe nautičara, uređenje i pripremanje plovnih objekata, davanje različitih informacija nautičarima, škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodica, te druge usluge za potrebe nautičkog turizma. Ovu legislativnu definiciju svakako je potrebno, zbog metodološke sveobuhvatnosti, povezati sa statističkom koja se odnosi na reguliranje djelatnosti i podređena je osnovnoj svrsi koja se odnosi na nomenklaturu djelatnosti. Nomenklatura djelatnosti državni je dokument koji precizno i dobro klasificira sve gospodarske djelatnosti, ali ne definira pojam nautičkog turizma. Tako, statistička metoda, ne pridonosi izravnom definiranju nautičkog turizma, ali pridonosi specificiranju i definiranju vrsta i oblika nautičkog turizma kao gospodarske djelatnosti. Nomenklatura djelatnosti je baza statističke metode i evidencije, a u Hrvatskoj je definirana državnim administrativnim dokumentom koji ima snagu zakona.

2.4. Uloga nautičkog turizma

Kada se govori o ulozi nautičkog turizma, treba naglasiti da je to fenomen koji je u posljednja tri desetljeća zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa u europskom i hrvatskom gospodarstvu. Ekonomski prognostičari koji prognoziraju razvitak turizma složni su u tvrdnji da je nautički turizam u početnom razvojnom razdoblju i da se visoki rezultati tek očekuju (Ivošević, 1995). Razvitak nautičkog turizma svakako je nedostatan zastupljen u turističkoj znanosti. Kako bi se bolje razumjelo što se može očekivati od nautičkog turizma, njega treba, prije svega, definirati i to kao multifunkcionalnu djelatnost. Tako već postojećoj definiciji i razvrstavanju nautičkog turizma koje je nastalo u Humanističkoj školi u Zadru potrebno je sučeliti i pridružiti nove oblike definiranja i razvrstavanja.

Kao jedna od vrsta turizma, nautički turizam može se smatrati složenim nautičko-turističkim pojmom, a zbog njegove intenzivne povezanosti s morem i plovidbom i njegovo je definiranje složeno. Pomorska komponenta ga u cijelosti ne određuje iako bi se kroz površnu analizu tako moglo činiti. Potpuno određenje pojma nautičkog turizma pretpostavlja uzimanje u obzir svih elemenata koji ga određuju. Nautički turizam, kao dio svjetskog turističkog procesa, doživljava jak uspon. Nova turistička i nautička izgradnja proteže se stalno na nova i šira područja i to u najrazličitijim oblicima i s još većim pritiskom na obalu i more (Kovačić et al. 2015, str. 56). Zbog toga treba obratiti veliku pažnju kod cjelovitog planiranja kako bi se riješio problem kompleksne turističke i nautičke izgradnje, te uređivanja širih zona i zaštite prostora. Nautički turizam u turističkom mjestu treba biti kompatibilan, kompleksan i održiv. Lokalne vlasti moraju utvrditi pravila i kriterije za izbor optimalnih vrsta i oblika nautičkog prometa kako bi se onemogućio spontani razvoj, ali i izgradnja koji zajedno izazivaju ekonomske, ekološke, kulturološke, demografske i socijalne probleme. Tako svaka destinacija treba imati vlastiti plan razvoja u skladu s uvjetima koji vladaju u okruženju.

3. NAUTIČKI TURIZAM HRVATSKOG JADRANA

3.1. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj

Kada se govori o nautičkom turizmu u Republici Hrvatskoj, vrlo je bitno spomenuti njegove karakteristike razvoja na hrvatskoj obali. Hrvatska obala svakako ima pogodnosti za razvoj svih oblika nautičkog turizma, a to potiče nautičare da posjećuju ovo područje (Ivošević, 1995). Nautički turizam na hrvatskoj obali ima međunarodne karakteristike, za razliku od Španjolske ili Italije gdje on ima nacionalno obilježje, ali ipak, to uključuje i brojne posjete stranih brodova. Spomenuta karakteristika hrvatskog nautičkog turizma čini bitnu razliku u odnosu na druge nautičke zemlje. U svim zemljama Europe snažan impuls razvoja nautičkog turizma dolazi upravo od domaće potražnje na koju se oslanja razvoj skupe specifične turističke infrastrukture i opreme na morskim fasadama ili unutarnjim vodama tih zemalja. Osim posjeta inozemnih nautičara, dinamičan razvoj domaće male flote posljednjih godina ima izrazito sportsko-ribarsko i izletničko obilježje.

Ovim brodicama vez je osiguran u postojećim starim ribarsko-težačkim ili trgovačkim komunalnim lučicama čiji su kapaciteti višestruko veći od domaćih potreba za vezom (Dulčić 2002, str. 289). Ovo potvrđuje i činjenica da danas gotovo da i nema komunalne luke na hrvatskoj obali koja ima organizirani vez unutar akvatorija u svrhu povećanja kapaciteta, nego se brodovi vezuju okomito na obalu ili rivu koja se formirala s razvojem naselja. Prirodne karakteristike obale i područja uz obalu, bogatstvo riblje faune kao i društvene i ekonomske okolnosti proteklih razdoblja uvjetovali su naseljavanje hrvatske obale u velikom broju malih naselja i zaseoka unutar najčešće prirodno formiranih luka. Ovakva karakteristika danas zacijelo predstavlja glavnu komparativnu prednost hrvatske obale i to u odnosu na ostale mediteranske obale, posebno u odnosu na jadransku obalu Italije. Promet plovila za sport i turizam na jadranskoj obali Hrvatske vrlo je bitan aspekt razvoja nautičkog turizma i pokazatelj njegove dinamike.

Razvoj nautičkog turizma na hrvatskoj obali nakon Drugog svjetskog rata javlja se s počecima razvoja boravišnog inozemnog turizma, tj. početkom šezdesetih godina kada dolazi do otvaranja Zemlje prema inozemnom putničkom prometu kao i intenzivne izgradnje hotelskih kapaciteta na jadranskoj obali i otocima. 1965. godine na području Hrvatske, Slovenije i Crne Gore izdano je svega 1943 odobrenja za plovidbu u teritorijalnom moru inozemnim plovilima koji su namijenjeni nautičkom turizmu. Treba uočiti također da su tada i ostali oblici

turističkog prometa bili tek u začecima, a iste godine na razini Jugoslavije registrirano je ukupno 2,7 milijuna inozemnih turista i to u svim oblicima smještaja. Ako se pretpostavi da svako plovilo koriste četiri putnika ili turista, tada proizlazi da je 1965. godine tek svaki 334 inozemni posjetitelj ondašnje države bio nautički turist (Dulčić 2002, str. 289).

Od 1963. do 1971. godine bilježi se dinamičan rast nautičkog prometa (Dulčić 2002, str. 290). Broj izdanih dozvola za plovidbu 1971. godine iznosio je 13 905, što je za 61,5 % više u odnosu na 1965. godinu. Isto tako, 1971. godine broj nautičkih turista dosegao je 5,2 milijuna. Trend rasta nautičkog turizma nastavljen je i nakon te godine, ali je njegova dinamika bila slabija nego u prethodnim razdobljima. Tako je prosječna godišnja stopa rasta izdanih dozvola do 1978. godine iznosila 3,8 % godišnje što je bilo znatno niže od ukupne koja se bilježila kada se radilo o sveukupnom turizmu. Do 1978. godine rast broja plovila koja su dolazila kopnom bio je znatno viši od onih plovila koja su dolazila morem. To se naročito vidi nakon 1971. godine kada je broj plovila koji dolaze kopnom imao udio od 51% , a 1978. 80%.

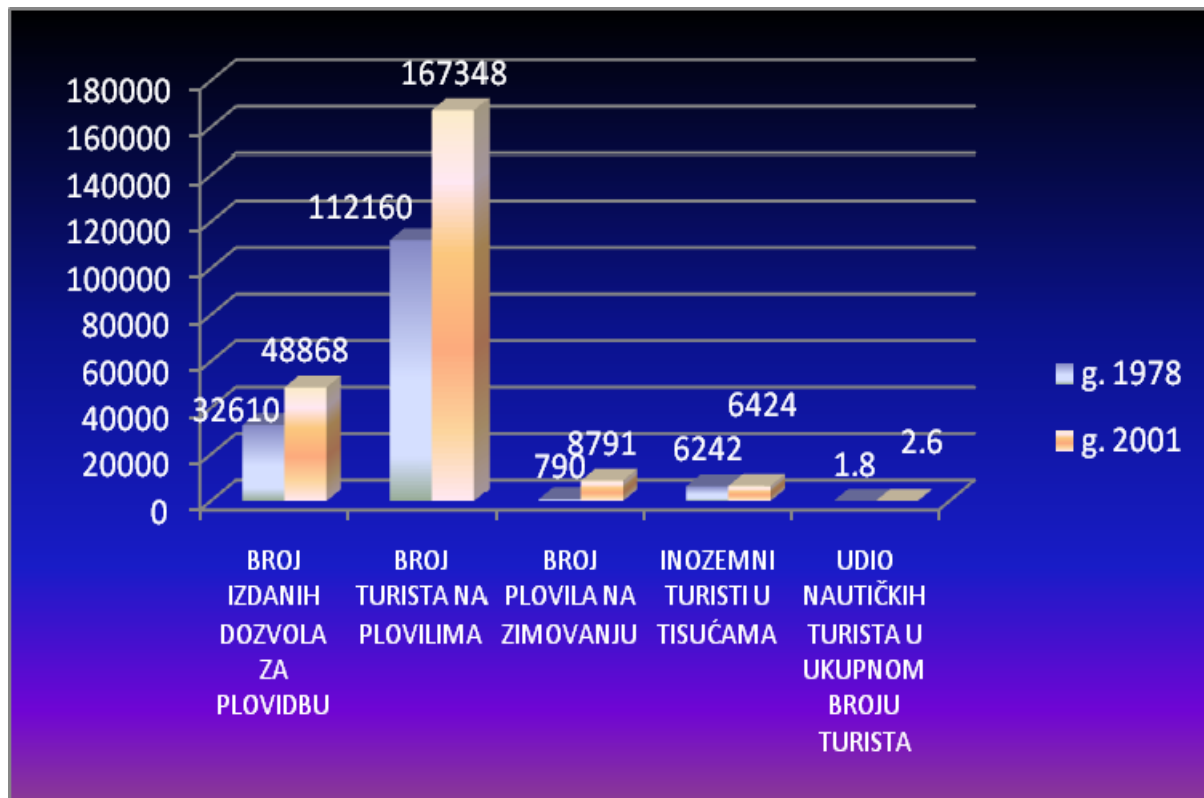
Promjene u strukturi plovila kada je riječ o načinu dolaska podrazumijevaju i promjene u kvaliteti nautičke potražnje. Kopnom u pravilu dolaze manja plovila i ona koja nemaju značajnijih potreba za specijaliziranim servisima i uslugama, pa tako ni za zimovanjem u području kojeg posjećuju. Razloge ovakve promjene u strukturi potražnje svakako treba tražiti u skromnoj nautičkoj turističkoj ponudi koja je tada bila formirana na jadranskoj obali Hrvatske i drugih republika, ali također i u dinamičnom rastu proizvodnje plovila manjih dimenzija.

Analiza dinamike razvoja nautičkog turizma na području Hrvatske koja je u bivšoj državi imala udio od 87% u realizaciji nautičkog turizma, za period od 1978. – 2001. godine može se vidjeti na Grafikonu 1.

Govoreći o dozvolama plovidbe u teritorijalnom moru Hrvatske, treba istaknuti da se dinamika razvoja nautičkog turizma na prostoru Hrvatske može analizirati na temelju izdanih dozvola plovilima za nautički turizam koja plove pod stranom zastavom. Broj izdanih dozvola za plovidbu pokazuje dva izrazito različita trenda koja su formirana do 1990. i nakon 1993. godine. Uzroci promjena u razvojnim trendovima su poznata ratna zbivanja na prostoru Hrvatske i regije, a posljedice su prekid formiranih trendova razvoja turizma, pa isto tako i nautičkog turizma tijekom osamdesetih godina. Postoje tako dva bitno različita perioda razvoja nautičkog turizma. 2000. godine zabilježeno je da je broj izdanih dozvola za plovidbu dostigao oko 70% prometa koji je ostvaren 1987., tj. najbolje predratne godine (Dulčić 2002,

str. 291). S obzirom na prekid trenda, projekcije razvoja nautičkog turizma Hrvatske više se ne mogu izvoditi iz trendova do 1990. godine, već temeljem prometa koji je registriran nakon novih razvojnih uvjeta.

Grafikon 1. Dinamika razvoja nautičkog turizma na hrvatskom prostoru od 1978. – 2001. godine



Izvor: Izrada studenta, prema: Dulčić, A. (2002) *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*. Split: Ekokon, str. 291.

Kod govora o odobrenjima, tj. dozvolama za stacioniranje plovila, analizama se uglavnom obuhvaćaju strana plovila koja su zatražila dozvolu za stacioniranje na prostoru Republike Hrvatske. Takva plovila koriste usluge komercijalnih i drugih luka, suhih marina ili drugih prostora za stacioniranje što je najvjerniji ili u pravilu najkvalitetniji dio nautičke turističke potražnje zato što u Hrvatskoj često ostaje više godina korist koju pruža aktualna turistička ponuda. Udio stranih plovila koja su stacionirana u Hrvatskoj, kako pokazuje broj izdanih dozvola za stacioniranje pokazuje da je prekretnica nastupila u razdoblju nakon 1990. godine. Nautička potražnja koja koristi stalni zakup veza, stabilnija je od povremenih posjetitelja, pa je tako pad plovila na stalnom vezu na početku rasta, tj. 1991. godine u odnosu na 1990.

godinu iznosio 34%, a pad broja izdanih dozvola za plovidbu čak 74 %. Sve je to promijenilo odnose promatranih veličina nakon 1990. godine, a to se vidi i u tendenciji rasta plovila koja stacioniraju u Hrvatskoj (Dulčić 2002, str. 293).

3.2. Konkurentna pozicija hrvatskog nautičkog turizma

Nautički turizam je jedan od najprofitabilnijih i najperspektivnijih segmenata turizma koji se razvijaju na području Hrvatske. Sadašnje stanje može se sagledati prikazivanjem prednosti i nedostataka.

Positivne karakteristike nautičkog turizma Hrvatske čine pretpostavke za daljnji razvoj. Osnovne karakteristike nautičkog turizma Hrvatske jesu (Brčić i Lakoš, 2012):

- Povoljan zemljopisni položaj i reljef mora
- Dobri nautički uvjeti
- Pogodnost plovidbe
- Povoljne prirodne odlike
- Pravilni demografski razmještaj duž cijele obale
- Povoljnosti lokacija za gradnju raznih tipova turističkih luka i drugih nautičko-turističkih kapaciteta
- pomorske i druge ambijentalne vrijednosti
- rekreacijske i sportske mogućnosti
- prometne veze
- povijesni, kulturni i tradicionalni elementi
- društvene organizacije i aktivnosti
- mentalitet ljudi, njihova gostoljubivost itd.

Uz sve navedene prednosti koje nautički turizam ima, javljaju se i neki nedostaci. Da bi uspješno konkurirali na svjetskom nautičkom tržištu te nedostatke treba anulirati, a ako to nije moguće onda ih treba svesti na minimum. Jadrešić navodi negativne činioce, nedostatke nautičkog turizma i ograničavajuće faktore njegovog razvoja (Jadrešić, 2001):

- negativne funkcije koje su karakteristične za turizam, a pojavljuju se i isprepliću u nautičkom turizmu
- sezonski karakter aktivnosti u nautičkom turizmu

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

3.3. Kvalitativna analiza stanja nautičkog turizma Hrvatske

Kako bi se potpunije obuhvatila kvalitativna analiza sadašnjeg stanja nautičkog turizma, potrebno je sagledati karakteristike nautičke turističke potražnje, izvršiti kontinuirano istraživanje obilježja i putovanja boravka nautičara u Hrvatskoj. Kvalitativna analiza provodi se usporedbom podataka dobivenih istraživanjem Instituta za turizam.

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

podaci nautičara koji posjećuju Hrvatsku. Tako slijedi tablica koja prikazuje prosječnu dob nautičara u Hrvatskoj.

Tablica 1. Prosječna dob nautičara u Hrvatskoj

Dob nautičara	Udio (%) 2004.	Udio (%) 2007.	Udio (%) 2012.
Do 25	2,9	3,1	4,4
26 do 35	22,7	22,4	21,9
36 do 45	34,1	32,2	30,0
46 do 55	22,0	25,8	23,7
55 i više	18,2	16,5	19,9
UKUPNO	100,00	100,00	100,00

IZVOR: Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)

U promatranim godinama najveća zastupljenost nautičara je u dobi od 36 do 45 godina (34,1, 32,2, odnosno 30,0%). Najmanja zastupljenost nautičara u sve tri godine je u dobnoj skupini do 25 godina.

U nastavku slijedi tablica koja opisuje vjernost nautičara Hrvatskoj, s obzirom na učestalost dolazaka/plovidbe.

Tablica 2. Učestalost dolazaka/plovidbe nautičara u Hrvatsku

Učestalost dolazaka/plovidbe	Udio (%) 2004.	Udio (%) 2007.	Udio (%) 2012.
Prvi posjet	10,8	9,0	10,9
Drugi posjet	15,4	11,4	12,9
3 do 5 posjeta	32,1	30,7	26,2

6 i više posjeta	41,7	49,0	50,0
UKUPNO	100,00	100,00	100,00

IZVOR: Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)

Prema podacima iz tablice vidi se da je u promatranim godinama više od 70% nautičara već više od tri puta plovilo u Hrvatskoj. 2012. godine čak 50% među njima Hrvatsku su posjetili preko 6 puta, a 10,9% njih je plovilo prvi puta. Također, može se zaključiti kako u 2012.godini raste udio vjernih nautičara. U sljedećoj tablici slijedi prikaz transportnih sredstva koja su najčešće korištena za dolazak u Hrvatsku, promatrano za segment nautičkog turizma.

Tablica 3. Vrsta prijevoznog sredstva kojim nautičari posjećuju Hrvatsku

Prijevozno sredstvo	Udio (%) 2004.	Udio (%) 2007.	Udio (%) 2012.
Automobil	60,6	53,2	66,5
Automobil s prikolicom za plovilo	2,7	6,2	2,1
Autobus	0,9	0,8	0,9
vlak	0,7	0,2	0,2
Zrakoplov – čarter let	4,8	3,9	4,8
Zrakoplov redoviti	5,6	10,2	9,4
Brod, trajekt	4,1	1,7	0,4
Plovilo u kojem ispitanik boravi	20,0	23,0	15,4
Neko drugo	0,6	0,8	0,2
UKUPNO	100,00	100,00	100,00

IZVOR: Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)

Navedena tablica prikazuje kako najveći broj nautičara Hrvatsku posjećuje automobilom (iako se udio u 2007. smanjio, opet se u 2012. godini povećao). U nastavku slijedi tablica koja prikazuje broj osoba koje borave na plovilu.

Tablica 4. Broj osoba na plovilu u Hrvatskoj

Broj osoba na plovilu	Udio (%) 2004.	Udio (%) 2007.	Udio (%) 2012.
1	0,3	0,3	1,0
2	24,9	14,6	21,2
3	14,8	11,1	11,5
4	24,1	24,1	26,1
5	14,9	15,5	12,9
6	10,9	16,4	13,6
7 i više	10,0	18,0	13,6
UKUPNO	100,00	100,00	100,00

IZVOR: Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)

Iz tablice je vidljivo kako se u 2004. godini najveći udio odnosio na 2 osobe na plovilu, dok se u ostale dvije godine odnosi na 4 osobe. Najmanji udio u sve tri godine je 1 osoba na plovilu. Sljedeća tablica prikazuje aktivnosti kojima se nautičari bave prilikom putovanja.

Tablica 5. Aktivnosti nautičara tijekom boravka, odnosno plovidbe u Hrvatskoj

Aktivnosti	Udio (%) 2004.	Udio (%) 2007.	Udio (%) 2012.
Odlazak u	94,8	97,7	96,9

slastičarnice, kafiće			
Odlazak u restorane	95,5	97,7	95,8
Odlazak u kupnju	88,3	94,0	94,9
Izleti	76,1	84,4	80,4
Šetnje u prirodi	69,9	79,7	75,7
Razgledavanje znamenitosti	66,8	79,3	73,0
Posjet lokalnim zabavama	72,2	78,2	60,5
Ronjenje	50,9	67,9	47,2
Sportske aktivnosti na kopnu	60,5	6,5	45,4
Posjet koncertima, kazalištu i priredbama	43,7	61,2	41,9
Ribolov	49,7	60,5	41,3
Ples ili disco	49,0	56,2	38,2

IZVOR: IZVOR: Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)

Promatrajući strukturu može se vidjeti da nautičari najčešće odlaze u kupnju, restorane, te slastičarnice i kafiće.

3.4. Analiza stanja nautičkog turizma Hrvatske

Nautički turizam u Hrvatskoj se razvijao nekontrolirano i stihijski. Na mnogim područjima nastojalo se zadovoljiti potrebama ubrzano rastuće nautičke turističke potražnje te su se nerijetko za izgradnju luka nautičkog turizma odabirana područja krhke ekološke ravnoteže (Dogan i Mršić, 2014., str. 74).

Bez obzira na poteškoće, nautički turizam u Hrvatskoj bilježi povećanje broja dolazaka i ostvarenih noćenja, kao i povećanje prihoda nautičkog turizma, što je prikazano u nastavku.

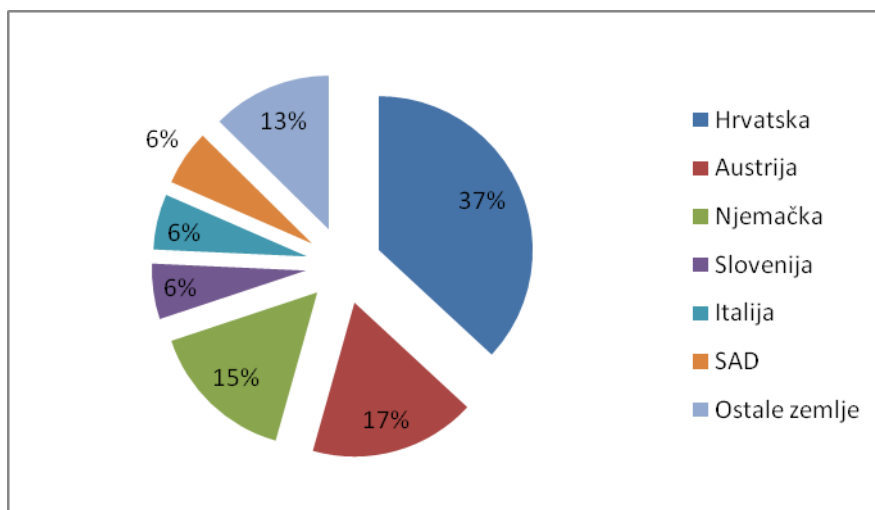
Tablica 6. Dolasci i noćenja turista u lukama nautičkog turizma Hrvatske

Godina	Dolasci turista u lukama nautičkog turizma			Noćenja turista u lukama nautičkog turizma		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2000.	517	23	494	777	39	738
2003.	689	31	658	1001	36	965
2006.	725	59	666	1210	78	1132
2009.	808	57	751	1435	77	1358
2013.	670	32	638	1343	42	1301

IZVOR: Državni zavod za statistiku (2014) *Statistički ljetopis* [online], Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2013/sljh2013.pdf (28.06.2015.)

Prema podacima iz tablice može se vidjeti da je najveći broj dolazaka ostvaren 2009., što je za 56% više nego u 2000. godini, kada je ujedno i ostvaren najmanji broj dolazaka. Gledano po strukturi stranih i domaćih gostiju, potražnju nautičkog turizma Hrvatske uglavnom čine strani gosti, čiji je udio iznad 90% u svakoj od promatranih godina.

Grafikon 2. Plovila u lukama nautičkog turizma prema zastavi plovila u 2013. godini



IZVOR: Ministarstvo turizma RH (2014) *Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2013* [online], Dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/140317-dzs-Nautickiturizam013.pdf> (28.06.2015.)

Prema grafikonu može se zaključiti kako najveći udio plovila čine ona koja su pod hrvatskom zastavom (37%), slijedi Austrija (18%) te Njemačka (15%).

Iz dostupnih podataka državnog zavoda za statistiku još možemo uvidjeti kako je na Jadranu najviše bilo zastupljeno plovila duljine 10-15 metara i to čak 53%. Najmanje je bilo zastupljeno plovila do 6 metara i to oko 5%.

4. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

4.1. Karakteristike i organizacija upravljanja marinama

S razvojem nautičkog turizma razvija se i organizacija upravljanja marinama. Razvoj nautičkog turizma na hrvatskom dijelu Jadrana moguće je pratiti već od 1870. godine (Favro i Kovačić 2010, str. 137). U to vrijeme organiziraju se prvi izleti turista u hrvatskom primorskim mjestima. Broj posjetitelja s godinama raste, a na početku 20. stoljeća se javljaju i prvi jahtaši. Nakon 2. svjetskog rata se intenzivnije razvija domaća flota koja je namijenjena međunarodnom krstarenju, ali to nije dovoljno za učešće u svjetskoj floti (Favro i Kovačić, 2010, str. 137). Isto tako, i prisutnost nautičkog turizma na hrvatskoj obali potvrđuje i veliki broj luka i lučica. Kada je riječ o razvoju nautičkog turizma Republike Hrvatske, mnoge turističke organizacije razvijale su vlastiti plovni park, te se postupno obnovila i hrvatska mala flota.

4.1.1. Razvoj marina

Pravi razvoj nautičkog turizma počinje tek sredinom šezdesetih godina dvadesetog stoljeća kada su na hrvatskoj obali izgrađene četiri marine sa 150 vezova i ostvaren promet sa više od 1.500,00 inozemnih plovila. Govoreći o dosadašnjem razvoju prihvatnih kapaciteta, u razvoju nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, uz brojne elemente za praćenje njegova opisanog razvoja, njegovo oblikovanje kao vida suvremene turističke ponude određuju dva razvojna praga od kojih se prvi odnosi na 1965. godinu kada je u brodogradilištu Punat potpisan prvi ugovor o čuvanju i održavanju proizvedenih brodica (Šamanović, 2002).

To je bio početak postupne izgradnje i razvoja Marine Punat koju dokumenti spominju godinu dana ranije, tj. 1964. godine. Od tada, pa sve do 1978. godine Marina Punat posluje u sastavu Brodogradilišta Punat, a od 1978. godine radi samostalno. Ubrzani razvoj započinje već 1974. godine, a sa željezničkim tračnicama izgrađeni su gatovi, te postavljeni lanci i konopi za sidrenje. Na svakom vezu instaliran je priključak struje i vode, a s obzirom na veliku potražnju za vezovima, svaki je novoizgrađeni vez odmah popunjen. Danas Marina Punat posluje kao složeno dioničko društvo i ubraja se među najveće i najbolje hrvatske marine. Ona se nalazi na najvećem jadranskom otoku, Krku, a za nautičare je privlačna zbog prednosti poput povezanosti otoka Krka mostom s kopnom, zbog potpuno zaštićenog položaja u

Puntarskoj uvali, zbog blizine izletišta Kornati, zbog blizine međunarodne zračne luke Rijeka, te kulturnog središta na otočiću Košljunu.

Osim spomenute, važno je spomenuti i Marinu Betina koja sedamdesetih godina prošlog stoljeća nastaje u malom slikovitom mjestu Betina na otoku Murteru u Šibensko-kninskoj županiji, a to je mjesto poznato po svojim majstorima brodograditeljima u drvu u sklopu brodogradilišta koje je otvoreno davne 1848. godine (Favro i Kovačić, 2010, str. 138). U to vrijeme se pojavila potreba za čuvanjem i servisiranjem vozila. brodogradilište je bilo vrlo moderno a tradicija brodogradnje je ostala do danas.

Marina Betina tako je smještena u Betini, a ime je dobila po staroj keltskoj riječ bet, što znači „usta“. Taj pojam pojam dobro opisuje njezinu lokaciju. Ona se nalazi na sjevernom ulazu u Murterski kanal i udaljena je samo 7 km od mjesta Tisno gdje pokretni most spaja otok Murter s kopnom. U novije vrijeme turizam je najznačajnija gospodarska grana mjesta. Marina Betina jedinstveno je arhitektonsko rješenje koje je projektirano u ideji i formi broda i koje simbolizira vjekovnu povezanost ljudi, mora i brodova. To je mjesto ugođaja, intimne atmosfere i božanske umjetnosti u kojoj vlada potpuni sklad između okoline i sadržaja. Pokazatelji vrijednosti su per zvjezdica za vrhunsku kvalitetu, prva nagrada za najbolje arhitektonsko rješenje, gostoljubivost i najbolji servis. Sve to garantira ekskluzivnost i obećavajuću vrijednost. U marini se nalazi 240 vezova koji su opremljeni s yacht ormarima za vodu i električnu energiju, modernim sanitarijama s tuševima i toplom vodom, bogatom ponudom plovila za iznajmljivanje, trgovinama s mješovitom robom i nautičkom opremom, te 120 parkirališnih mjesta.

Tako je Marina Betina sigurna za sve nautičare i njihova plovila i otvorena je tijekom cijele godine. Ona raspolaže s dvije pokretne dizalice ili travel lifta nosivosti 20 tona i 260 tona kojima se vrši usluga podizanja i spuštanja vozila iz i u more. U marini je također dostupan i veliki broj servisnih usluga. Udaljenost od Šibenika, centra županije iznosi samo 36 kilometara, a od Zadra, gdje se nalazi i najbliža zračna luka, 60 kilometara. Uskoro je tijekom sedamdesetih godina izgrađeno i niz marina duž čitave hrvatske jadranske obale (Pula, Mali Lošinj, Zadar, Murter, Primošten, Split, Dubrovnik). U Istri je proces izgradnje započeo nešto kasnije, tijekom, sedamdesetih i početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća, a na osnovu razvojnih planova, procjenjujući mogućnosti i važnost razvoja nautičkog turizma izgrađene su marine, poput Verude, Novigrada i sl. Zamah izgradnje bio je obećavajući, ali se stalo zbog nedostatka vizije, te jasne politike i strategije razvoja turizma i to posebno nautičkog. Do 1980. godine, Hrvatska je, uključujući i sjevernojadranske luke imala neznatnu turističku

ponudu, a ta turistička ponuda nije bila dovoljna ni u kvalitativnom ni u kvantitativnom pogledu iako je to bilo vrijeme kada je turizam iz godine u godinu bilježio izuzetne poslovne rezultate. Hrvatska je tada raspolagala s oko 1200 komercijalnih nautičkih vezova u moru, te 1 200 mjesta na kopnu u samo 12 marina (Kovačić, 2004).

4.1.2. Marine u Istri

Istra je u spomenutom razdoblju, sa svoje tri marine, u ukupnom nacionalnom udjelu sudjelovala s oko 25 %, a u komercijalnim nautičkim vezovima u moru imala je udjel od 570 vezova, a to je činilo 27 % ukupnih vezova u hrvatskim marinama (Favro i Kovačić, 2010, str. 139). Shodno tome, strateški pravci razvoja nautičkog turizma nisu postojali ili ako i jesu, nisu sveobuhvatno i kvalitativno uvažavali problematiku razvoja. Tada se radilo po receptu univerzalnosti kada je svaka marina morala imati jak servisno-tehnički centar, prostor namijenjen smještaju plovila na kopna, djelatnosti koje su obuhvaćale trgovačko-uslužne, ugostiteljske, te sportsko-rekreativne sadržaje, kao i postaju za prodaju motornog goriva i kao i malim brodogradilištima koja su se nalazila u užoj okolini marine.

Tada su se marine gradile po ključu koji nije uvažavao posebnosti krajolika, bez obzira je li se radilo o gradskim ili turističkim marinama, jesu li one tranzitne ili stacionarne i sl. Kada se gleda iz perspektive razvoja nautičkog turizma kao osmišljenog i organiziranog sustava, drugi razvojni prag označen je donošenjem odluke o osnivanju ACY-ja (Adriatic Club Yugoslavia) 1982. godine, pa je tako samo u razdoblju od dvije godine, tj. od 1982. do 1984. godine sagrađeno šestnaest marina među koje spadaju Umag, Rovinj, Pula, Pomer, Rab i ostale. Kasnije su još izgrađene marine u Korčuli, Opatiji, Dubrovniku, Šimunima i Cresu. U razdoblju do navedene 1983. godine postojali su također neki osmišljeni projekti razvoja nautičkog turizma, poput Plave magistrale 1969. godine. Također su izgrađene i neke veće marine i luke, tj. njihovi dijelovi za prihvat nautičara, a činjenica da je tek osnivanjem ACY-ja, danas ACI-ja (Adriatic Club International) i izgradnjom sustava od 21 marine, s 5 090 vezova u moru i 849 mjesta na kopnu pokazuje da je hrvatska nautička ponuda dobila jedno potpuno novo kvantitativno ili kvalitativno obilježje. Tako je ne samo nautički turizam, nego i ukupni hrvatski turizam dobio zamah.

4.1.3. Upravljanje marinama i razvoj nautičkog turizma

Za nautički turizam važna je Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske koja Hrvatsku dijeli na četiri cjeline a one se odnose na Kvarnersko-istarsku regiju s arhipelagom, sjeverozapadnu Dalmatinsku makroregiju s primorskom padinom Velebita i arhipelagom, centralnu Dalmatinsku makroregiju s arhipelagom, te jugoistočnu dalmatinsku makroregiju s arhipelagom. Osim navedenog, važna je i podjela jadranskog prostora i to na priobalje i otoke.

Otoci se dalje grupiraju longitudinalno na otočne skupine prvog i drugog reda i na pučinske otoke, tj. na male, srednje i velike otoke. Strategija prostornog uređenja Hrvatske u dijelu koji govori o razvoju luka nautičkog turizma prepoznaje vrijednosti prirodnih resursa u Republici Hrvatskoj na način da se ukazuje na potrebu uravnoteženog razvoja i gospodarenja obalnim i morskim prostorom. Ravnomjeran smještaj luka nautičkog turizma svakako omogućava učinkoviti razvoj hrvatskog dijela Jadrana i umanjuje razlike među regijama. Iz tog razloga, politikom i strategijom razvoja treba putem prostornih planova regulirati razvoj na regionalnoj i lokalnoj razini.

4.2. Utjecaj marina na okoliš

Marine mogu imati pozitivan, ali i negativan utjecaj na okoliš. Pojam obale usko je vezan s pojmom marine. Gusto naseljene obale postale su najeksploatiraniji svjetski prostor, a obalna područja i zaštita njihova osjetljivog prirodnog i kulturnog naslijeđa prioritet su zaštite od strane vlasti svih zemalja na čijem se teritoriju one nalaze. Njihova degradacija prelazi nacionalne granice kad je riječ o onečišćenju, smanjenju biološke raznolikosti i transformaciji krajobraza (Dogan i Mršić, 2013, str. 73).

Očuvanje kvalitete okoliša, uz racionalno korištenje prirodnih resursa iz ovog razloga predstavlja jedan od najaktualnijih problema daljnjeg tehnološkog, odnosno gospodarskog razvoja svake zemlje. Porast nautičkog turizma, osim pozitivnih, donio je i brojne negativne pojave poput povećanja opterećenja morskog okoliša i obalnog područja kao i nezbrinjavanje otpada i otpadnih voda, te utjecaj kemikalija na morski ekosustav, ali i devastiranje prirodnih resursa. Hrvatska još uvijek nema standarde zaštite okoliša u marinama, osim u zaštićenim dijelovima mora, a očuvano more je ključni nautički potencijal Hrvatske te treba isključiti samo ekonomski interes kako ne bi umanjili vrijednost resursa. Stoga je ekološka strategija u turističkom poslovanju ovakvog tipa vrlo bitna. S razvojem nautičkih luka, razvijaju se i

njihova zaleđa, pa sve to također ima i velikog utjecaja na pozitivan gospodarski razvoj destinacije u cjelini (Jugović et al. 2013, str. 65).

4.3. ACI Club

Već je spomenuto da su hrvatske marine postale dijelom ACI Cluba nakon 1990., a prethodno su bile dijelom ACY Cluba. Nakon raspada Jugoslavije, taj klub nestaje. ACI Club privlači svake godine nautičke turiste s određenim stavovima i potrošnjom. Kada je riječ o spomenutome, treba naglasiti da svake godine Institut za turizam u Zagrebu provodi istraživanje koje se odnosi na navedenu problematiku (Alkier et al. 2015, str. 248). U razdoblju od 2004. do 2012. godine zabilježene su neznatne oscilacije u dobnim skupinama nautičara. U ovom razdoblju bilježi se najveći broj nautičara u dobi od 35-45 godina, a tijekom promatranog razdoblja zabilježen je porast posjeta nautičara u dobi do 25 godina (2,9-4,4 %), te onih u skupini od 56 godina i više (18,2 do 19,9%). Kako je već spomenuto, veći dio nautičara u Hrvatskoj su visokoobrazovani ljudi. U 2012. godini 77,4% nautičara je imalo završen viši ili visoki stupanj obrazovanja. 2007. godine taj je udio iznosio 80,5 %, tj. ostvaren je pad za 3,1 %, dok je 2004. taj udio iznosio 74,3 %. Usprkos padu, udio je i dalje veoma visok.

Kada se analiziraju podaci o razini mjesečnih primanja nautičara, može se vidjeti da je 2007. godine 70,1 % nautičara imalo mjesečna primanja u rasponu od 3.001 do 5.000 eura. 2012. godine dodani su iznosi i do 10.000,00 eura, pa je tako te godine 67,7 % turista imalo takva primanja (Alkier et al. 2015, str. 249). Ekonomska kriza imala je snažan utjecaj na svjetsko gospodarstvo, pa je to utjecalo i na mjesečna primanja nautičkih turista. Bez obzira na sve, ta primanja i dalje zauzimaju visok iznos, te postoji veliki potencijal izdvajanja još značajnijih financijskih sredstava za usluge nautičkog turizma, ukoliko se gostu ponudi vrijednost i doživljaj za novac. Kada se promatra učestalost dolazaka inozemnih nautičara, vidi se da je 2004. godine u Hrvatskoj šest i više puta plovilo 41,7% turista, dok je taj udio 2012. godine porastao za 8,3 %. To sve ukazuje na značajnu vjernost i povjerenje nautičara prema Hrvatskoj kao značajnoj destinaciji nautičkog turizma.

Trend je pozitivan, pa se može pretpostaviti i značajan budući rast. Prema zemlji podrijetla, najvjerniji nautičari 2004. godine bili su Slovenci (53%), Austrijanci (50%), te Nijemci (47%). 2007. godine Slovenci su imali udio od 68 %, a Nijemci 56 %. 2012. godine udio

Slovenaca bio je 81 %, Austrijanaca 75 %, te Nijemaca 74 %. Ako se analiziraju izvori informacija koje su nautičari koristili prilikom odabira Hrvatske kao nautičke turističke destinacije, može se vidjeti da je prijašnji boravak bila presudna odluka kod 47,14 % turista, dok je isti razlog 2012. godine zastupljen u nešto manjem postotku, tj 45,6 %. Internet kao model informiranja bilježi porast od 10,2 % u razdoblju od 2004.-2012. godine. Sve to ukazuje da su suvremeni turisti sve više informatički pismeni, te da internet koriste kao sredstvo putem kojeg dolaze do svih potrebnih informacija, a to opet ukazuje da su potrebna daljnja ulaganja u elektronički marketing s ciljem dopiranja do svijesti potencijalnog turista. Kod ostalih izvora informacija zabilježen je pad: brošure, oglasi i plakati -4,2 %, preporuke turističke agencije ili kluba -0,7 %, turistički sajmovi i izložbe -4,4 %, radio i televizija - 0,4 %, te članci u novinama i časopisima -4,3 %. Sve to ukazuje na značajan problem nedostatnih promotivnih aktivnosti nautičkog turizma. Jedan od značajnijih podataka kada je riječ o uspješnom promatranju navika i potreba nautičara predstavlja i broj osoba koje su boravile na plovilima. U 2012. godini najveći broj osoba na plovilu iznosio je četiri osobe. bilježi se također i porast broja od 2 osobe na plovilu, dok je broj od sedam osoba na plovilu u padu od 2007. godine.

U pogledu prehrane (Alkier et al. 2015, str. 250), navike nautičara u 2012. godini pokazuju da je znatan dio (57,5%) nautičara jelo doručak isključivo na brodu usprkos blagom smanjenju u odnosu na 2007. godinu, tj. za 3,2 ili 6,9 u odnosu na 2004. godinu. 2012. godine je 57,4 % nautičara ručak također jelo pretežno na brodu što je porast u odnosu na prethodne godine, a konzumacija hrane u restoranu je smanjena. U restoranu je 2012. godine zabilježeno pretežno uzimanje večere (46%) što je smanjenje od 5,9 % u odnosu na 2007. godinu, odnosno od 1,5 % za 2004. godinu. U ovom kontekstu treba svakako napomenuti da se gastronomska ponuda Republike Hrvatske odlikuje brojnim posebnostima i specifičnostima koje je nužno, kroz dobro osmišljene marketinške i promotivne aktivnosti kontinuirano približavati nautičarima, te ih tako potaknuti na povećanu turističku potrošnju.

Iz navedenog je vidljivo da nautički turisti u Hrvatskoj imaju specijalne navike, potrebe i stavove, te bi se tome trebalo više prilagoditi u budućnosti. Ostale zemlje nautičkog turizma koje pripadaju ACI Clubu na to obraćaju veliku pozornost, pa bi trebala i Hrvatska.

5. STRATEGIJA RAZVOJA NAUČKOG TURIZMA

5.1. SWOT analiza nautičkog turizma u RH

SWOT analiza nautičkog turizma Republike Hrvatske vrlo je bitna jer kako bi se jednoznačno mogle odrediti smjernice njegova razvoja, potrebno je odrediti karakteristike nautičkog turizma kroz određivanje prednosti i nedostataka istoga. U sljedećoj tablici prikazana je SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske.

Tablica 7. SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske

PREDNOSTI	NEDOSTACI
Prirodne ljepote, čisto more	Nedovoljan kapacitet luka nautičkog turizma
Razvedena obala	Nedostatak vezova za veće jahte
Brojni otoci	Sadržaj ponude u marinama i razina usluge
Povoljna klimatska obilježja	Razina tehničke usluge u marinama
Prirodne atrakcije	Izrađena sezonalnost potražnje
Biološka raznolikost	Sadržaj ponude destinacije i kvaliteta usluga
Ekološki očuvan krajolik i podmorje	Vrijednost za novac
Neizgrađenost obale	Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada
Osobna sigurnost	Nedovoljna educiranost (širi spektar djelatnosti i struka koje su povezane sa nautičkim turizmom)
Sigurnost plovidbe	Nedostatak obrazovnih institucija (da u okvirima nautičkog turizma se ne odnosi samo obrazovanje za pomorstvo i turizam)
Geografski položaj	Neusklađenost zakonskih propisa
Prometna povezanost	Administrativne prepreke
Tradicija u turističkoj djelatnosti	Neodgovarajuća kategorizacija luka
Gostoljubivosti	
Kvalificirani kadrovi	
Nautička infrastruktura	

<p>Pomorska tradicija</p> <p>Visokoškolsko obrazovanje za pomorstvo i turizam</p> <p>Mogućnost proširenja postojećih luka i lučica</p> <p>Prostorne mogućnosti za izgradnju novih luka i lučica nautičkog turizma</p>	<p>nautičkog turizma</p> <p>Nepovezanost elemenata sustava</p> <p>Nepostojanje strategije razvoja nautičkog turizma</p>
<p>PRILIKE</p>	<p>PRIJETNJE</p>
<p>Ulaskom u EU otvorilo se jedinstveno tržište</p> <p>Rast potražnje u turizmu u svijetu, pa tako i u nautičkom</p> <p>Trendovi u turizmu</p> <p>Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija</p> <p>Otvaranje novih tržišta</p> <p>Daljnje unapređenje prometne dostupnosti</p> <p>Donošenje razvojne strategije nautičkog turizma</p> <p>Klimatski uvjeti povoljni za značajno proširenje sezone</p> <p>Očekivana stabilnost u regiji</p> <p>Razvoj domaće male brodogradnje</p> <p>Razvoj ekoturizma</p> <p>Porast kvalitete ostale turističke ponude</p> <p>Strana ulaganja</p>	<p>Nekontrolirani razvoj nautičkog turizma zbog nepostojanja strategije → gubitak atraktivnosti proizvoda</p> <p>Sukobi s drugim korisnicima resursa</p> <p>Zagađenje okoliša</p> <p>Preizgrađenost obale</p> <p>Nedovoljno razvijena svijest o potrebi zaštite okoliša i očuvanje bioraznolikosti</p> <p>Neodgovarajuća zakonska, planska i ostala regulativa</p> <p>Politička nestabilnost regije</p> <p>Terorizam</p> <p>Pojava novih zaraznih bolesti</p> <p>Poremećaji na emitivnim tržištima</p> <p>Neodgovarajuća privatizacija</p>

IZVOR: Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka (2006) *Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske* [online], Dostupno na: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (25.06.2015.)

Kada se temeljitije promotri ovu analizu, tj. analizu prednosti, nedostataka, prilika i prijetnji, za uspješan razvoj nautičkog turizma Republike Hrvatske može se vidjeti da se spomenuto treba temeljiti na postulatima održivosti, ali isto tako i na temeljima osiguranja visoke kvalitete usluga, sve zbog toga kako bi se uspješno moglo naći mjesto među jakim, nautički konkurentskim zemljama na Mediteranu. Broj vezova je u opadanju, a infrastruktura i zakonska regulativa nisu dovoljno razvijene, pa je zbog toga potrebno pristupiti osmišljavanju šireg okvira djelovanja u nautičkom turizmu Hrvatske u europskom kontekstu.

5.2. Vizija i misija razvoja i strateški ciljevi

5.2.1. Hrvatski nautički turizam u posljednjih dvadeset godina

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 (Gračan i Radnić, 2003, str. 311). Činjenica je da je ekspanziji nautičkog turizma prethodila ponuda vezova u nautičkim lukama, a izgradnja marina podigla je razinu kvalitete nautičko-turističkih usluga. U razdoblju od 1998.-2002. godine dolazi do značajnog povećanja broja luka nautičkog turizma i to od 50 u 1998. godini na 74 u 2002. godini. Broj marina se u ovom razdoblju nije značajno promijenio. U 1998. godini bilo ih je 47, a u 2002. godini 49. Broj vezova je u istom razdoblju porastao za oko 17 %.

U istom razdoblju dolazi do značajnog broja povećanja turističkih dolazaka u lukama nautičkog turizma, tj. za 55,3% (Gračan i Radnić, 2003, str. 312). Također se primjećuje i znatno veći broj stranih nego domaćih turističkih dolazaka. Domaći turistički dolasci u 2002. godini sudjelovali su sa samo 5,1 %. Slična je situacija i kada je riječ o noćenjima turista. U 2002. godini dolazi do povećanja broja turističkih noćenja, u odnosu na 1998. godinu, tj. za 57,1 %. Domaća turistička noćenja u ukupnom broju turističkih noćenja sudjelovala su u 2002. godini sa 4,5%. Najveći broj stranih turista u luke nautičkog turizma dolazi iz Njemačke koja je u 2002. godini imala udio od 25,3 %. Slijedi je Italija s udjelom od 24 %, zatim Austrija s 22,5 %.

Analiziranjem korištenja vezova u moru po mjesecima u 2002. godini može se vidjeti da tijekom godine nema većih oscilacija u njihovu korištenju. U 2002. godini ostvareno je 64755

brod-dana na koje se iznajmljivalo plovilo i pri tom su najveći udio ostvarile jahte na jedra i to 54 910 brod dana što govori o trendu jedrenja na hrvatskoj obali Jadrana (Gračan i Radnić, 2003, str. 314). 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.

5.2.2. 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 nautičko-turističkih 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 ribljug 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.

Kvalitativna obilježja reflektiraju se i na stavove nautičkih turista. Prema istraživanjima iz 2001. godine nautičari su relativno nezadovoljni ponudom marina i to posebno „vrijednošću za novac“ i to različitim uslugama u marinama (Gračan i Radnić, 2003, str. 314). Turističkom

ponudom hrvatskih turističkih mjesta nešto su zadovoljniji, a njihove su ocjene slične gostima u smještajnim objektima. 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.

Veliki problem kojeg treba što prije riješiti čini statistička evidencija u nautičkom turizmu koje nema. Treba spomenuti da nije provedeno kontinuirano istraživanje različitih obilježja putovanja i boravka kao i potreba nautičkih turista, te se ne mogu pratiti trendovi na temelju samo jednog istraživanja. 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. Također treba obogatiti i proširiti nautičko-turističku ponudu što se provodi kroz povećanje izvanpansionske potrošnje, organizaciju škola, klubova, sportskih društava, regata, raznih natjecanja, priredbi i sl. Nautički turizam također nameće svekoliku potrebu korektnog i ekološki svjesnog ponašanja čovjeka prema prirodi, a to predstavlja i osnovni preduvjet da se nautički turizam i održi jer u protivnom, ako se naruši prirodna ravnoteža ekosustava, nestala bi budućnost nautičkog turizma (Gračan i Radnić, 2003, str. 315). 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 treba stvoriti i bazu podataka o potrebama nautičkih turista (Gračan i Radnić 2003, str. 316). Isto tako, potrebno je definirati i ciljni tržišni segment koji se želi privući u hrvatske marine. 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.

Također treba organizirati različite primorske, ribarske svečanosti, te valorizirati vlastitu kulturu i tradiciju, tj. organizirati razne festivale klapskog pjevanja, revije nošnji, koncerte, priredbe, svetkovine i sl. (Gračan i Radnić 2003, str. 316). 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.

Kod privlačenja turista presudna je kvaliteta turističkog proizvoda, a ne cijena. Ipak, u oštroj konkurenciji koja vlada na tržištu nautičkog turizma treba se ostvariti optimalna vrijednost za novac, a to se odnosi na sve usluge, od cijena veza preko cijena ugostiteljskih usluga do cjelokupne potrošnje nautičara u marini u turističkoj destinaciji. Rezultat pogrešnog sustava cijena može biti taj da nautičari trajno odu iz hrvatskih marina i odluče se za ponudu konkurencije. Također treba optimizirati i sustav distribucije, a u tome je prioritet definirati optimalnu strategiju kojom će se popuniti svi vezovi u marini uz ostvarenje maksimalne cijene, a privlačenjem bogatije klijentele dolazi i do povećanja turističke potrošnje u marinama što direktno utječe i na prosperitet određene turističke destinacije.

Presudnu ulogu u procesu upoznavanja potencijalnih turista sa svim prednostima hrvatskog nautičkog turizma ima promocija. Vrlo je bitno spomenuti da se nautički turizam ne može promatrati izolirano od cjelokupnog hrvatskog turizma, te je opterećen sa svim njegovim slabostima. Za Hrvatsku je najbitnije napuštanje modela siromašne turističke zemlje masovnog turizma, te poduzimanje iskoraka u svijesti potencijalnih turista koji Hrvatsku trebaju vidjeti kao zemlju koja će biti atraktivna mediteranska nautička zemlja koja je prilagođena potrebama suvremenog turizma. Također treba definirati i karakteristični imidž kroz koji će se distancirati od konkurencije i potencirati vlastite vrijednosti. Osim toga, potrebno je različitim propagandnim aktivnostima skrenuti pozornost potražnje i uvjeriti nautičke turiste u kvalitetu turističkog posjeta Hrvatskoj.

S ovakvim ciljem također je bitno osmisliti kvalitetan pristup na specijaliziranim nautičkim sajmovima kao i na turističkim sajmovima općenito. Najvažniji promotori su dosadašnji gosti koji s pozitivnim vlastitim iskustvom animiraju nove goste na dolazak. Hrvatska svakako treba doći do te faze da njezino ime treba asociirati na konkurentnu nautičku zemlju koja će imati kvalitetan proizvod i nedirnutu prirodu. Sve spomenute aktivnosti trebaju pridonijeti perspektivi nautičkog turizma, te njegovu multiplikativnom utjecaju na sveukupni hrvatski turizam, kao i cjelokupno gospodarstvo.

5.2.3. 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 (Kovačić i Luković 2007, str. 134).

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.

5.3. Akcijski plan za provedbu strategije

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 (Alkier et al. 2015, str. 243). 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.

5.3.1. 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 (Alkier et al. 2015, str. 243). 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 (Alkier et al. 2015, str. 244).

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.

5.3.2. 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. Prihodi koji se ostvaruju od nautičkog turizma čine gotovo 10 % ukupno ostvarenih prihoda od turizma

(Dundović et al. 2015, str. 221). 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.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju svega navedenog može se zaključiti da je razvoj nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj kompleksan problem i kako bi ga se analiziralo, potrebno je uzeti u obzir brojne aspekte. Nautički turizam poseban je i novi oblik selektivnog turizma za koji se vežu pojmovi nautika i nautički koji u širem smislu označavaju pomorstvo, ali bitno je naglasiti da aktivnosti nautičkog turizma nemaju nikakve veze sa bilo kakvom gospodarskom djelatnošću, pa se ne mogu vezivati usko uz pomorstvo.

Nautički turizam izrazito je mobilnog karaktera i vezan je uz jedan oblik sportske rekreacije na plovilu, ali vrlo je bitna i njegova stacionarna komponenta koja predstavlja jedan od najvažnijih čimbenika u razvoju i unaprjeđenju nautičkog turizma. Stacionarnu komponentu čine primarni receptivni kapaciteti i dopunski kapaciteti. Što se tiče razvoja svjetskog turizma, ovdje još uvijek prednjači Europa koja se, bez obzira na svoju poziciju još uvijek susreće s izazovima poput usklađivanja napretka turizma s ljudskim napretkom i sl. Isto je stanje kada je riječ o razvoju nautičkog turizma.

Jedan od ključnih izazova je sporiji trend razvoja, pa je od ključne važnosti osmisliti razvojne smjernice i strateške programe kako bi se prevladali različiti utjecaji kriza i vanjskih šokova, te se omogućilo kreiranje kvalitetnog proizvoda nautičkog turizma. Nautički turizam dijeli se na luke nautičkog turizma, čarter, te cruising. Takva je podjela podređena osnovnom makrostrateškom modelu i prirodnim činiteljima razvitka.

Kada je riječ o Hrvatskoj, treba reći da hrvatska obala ima brojne pogodnosti za razvoj, a to potiče nautičare da posjećuju naše područje. Nautički turizam na hrvatskoj obali ima međunarodni karakter, za razliku od Španjolske ili Italije gdje ima nacionalna obilježja. Kod praćenja razvoja nautičkog turizma treba imati na umu činjenicu da je Hrvatska dio Mediterana, te da se razvoj treba tome prilagoditi, a to znači i praćenje od strane državnih struktura. Analizirajući turističku potražnju, tj. dolazak vrste plovila, segmentaciju nautičke potrošnje, nautički promet, te karakteristike nautičara, vidi se da razvoj nautičkog turizma što se Hrvatske tiče, ide u pozitivnom smjeru.

Od izgradnje prvih marina poput Punta, Betine ili onih u Istri, razvoj nautičkog turizma uhvatio je zamah i potrebna je daljnja potpora kako bi se on i nastavio. U tome veliku ulogu igra strategija prostornog razvoja Hrvatske koja Hrvatsku dijeli na četiri cjeline. U skladu s

njima planira se i razvoj nautičkog turizma. Kako su obale najeksploatiraniji svjetski prostor, treba jako paziti kada je riječ o rekonstrukciji ili izgradnji novih marina kako bi se izbjegli negativni utjecaji na okoliš poput zagađenja, smanjenja biološke raznolikosti i sl.

Kod planiranja razvoja vrlo je bitna i SWOT analiza koja služi kao pomoć pri jednoznačnom određivanju smjernica razvoja. Slabosti, snage, prilike i prijetnje određuju karakteristike nautičkog turizma. Ovakav bi postupak Hrvatskoj olakšao pronalazak vlastitog mjesta među nautički jakim zemljama na Mediteranu. Osim navedenog, potrebno je analizirati i kvalitativna i kvantitativna obilježja turizma i na temelju toga poduzeti promjene koje se odnose na anuliranje nedostataka, inovativan pristup, usklađivanje poslovanja s najsuvremenijim svjetskim standardima i slično.

Na kraju se može zaključiti da je Hrvatska pomorska zemlja s dugom poviješću i tradicijom u pomorstvu i turizmu koja posebice treba očuvati svoje sve prirodne ljepote kao što je Jadransko more koje i jest glavni motiv dolaska inozemnih nautičara uz uspostavu adekvatne i kvalitetne usluge za nautičke turiste uz održivi razvoj.

7. LITERATURA

Članci :

1. Alkier, R. et al. (2015). Promocija kao faktor ojačanja konkurentske pozicije nautičkog turizma Republike hrvatske na turističkom tržištu. *Pomorski zbornik*, 49 (50), str. 239-264.
2. Brčić, A., Radić Lakoš, T. (2010). Razvoj nautičkog turizma u RH uz primjer Šibensko-kninske županije, *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* 6 (1-2), str. 1-15.
3. Dogan, K. i Mršić, T. (2013). Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. *Pomorski zbornik*, 47-48, str. 73-85.
4. Dulčić, A. (2002). *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*. Split: Ekokon.
5. Dundović, Č. et al. (2015). Prilog istraživanju postojećeg stanja i tendencije razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. *Pomorski zbornik*, 49-50, str. 207-224.
6. Favro, S. i Kovačić, M. (2010). *Nautički turizam i luke nautičkog turizma*. Split: Ogranak Matice hrvatske.
7. Gračan, D. i Radnić, R. (2003). Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma. *Pomorski zbornik*, 41 (1), str. 309-318.
8. Ivošević, D. (1995). *Nautički turizam Hrvatske*. Umag: Fotositografika.
9. Jugović, A. et al. (2013). Nautički turizam u Republici hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije. *Pomorski zbornik*, 47-48, str. 61-72.
10. Kovačić, M. et al. (2006). Mogućnosti i ograničenja prostornoga i tehničko-tehnološkoga razvoja luka nautičkoga turizma. *Naše more*, 53 (1-2), str. 54-62.
11. Kovačić, M. i Luković, T. (2007). Prostorne značajke planiranja i izgradnje luka nautičkog turizma. *Geoadria*, 12 (2), str. 131-147.

12. Luković, T. (2007). Nautički turizam-definicije i dileme. *Naše more*, 54 (1-2), str. 22-31.
13. Luković, T. (2007). Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje. *Ekonomski pregled*, 58 (11), str. 689-708.
14. Luković, T. et al. (2002). *Nautički turizam europskog dijela Mediterana*. Split: Pan Europska Unija.
15. Milas, D. (1997). *Hrvatska obala Jadrana i nautički turizam, Okrugli stol: Hrvatski prostor – utemeljeno nacionalno dobro*. Zagreb: Urbanistički institut Hrvatske.
16. Šamanović, J. (2002). *Nautički turizam i management marina*. Split: Visoka pomorska škola u Splitu.
17. Zelenika, R. i Vidučić, V. (2007) Model razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj do godine 2015. *Ekonomski pregled*, 58 (9-10), str. 522-544.

Izvori na Internetu:

1. Državni zavod za statistiku (2014): *Statistički ljetopis* [online], Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2013/sljh2013.pdf (28.06.2015.)
2. Institut za turizam (2012) *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj* [online], Dostupno na: <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf> (25.06.2015.)
3. Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka (2006) *Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske* [online], Dostupno na: <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (25.06.2015.)
4. Ministarstvo turizma RH (2014): *Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2013* [online], Dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/140317-dzs-Nautickiturizam013.pdf> (28.06.2015.)

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikoni:

Grafikon 1. Dinamika razvoja nautičkog turizma na hrvatskom prostoru od 1978. – 2001. godine	19
Grafikon 1. Plovila u lukama nautičkog turizma prema zastavi plovila u 2013.godini	26

Tablice:

Tablica 1. Prosječna dob nautičara u Hrvatskoj	22
Tablica 2. Učestalost dolazaka/plovidbe nautičara u Hrvatsku	22
Tablica 3. Vrsta prijevoznog sredstva kojim nautičari posjećuju Hrvatsku	23
Tablica 4. Broj osoba na plovilu u Hrvatskoj	24
Tablica 5. Aktivnosti nautičara tijekom boravka, odnosno plovidbe u Hrvatskoj	24
Tablica 6. Dolasci i noćenja turista u lukama nautičkog turizma Hrvatske	26
Tablica 7. SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske	34