

Održivi razvoj nautičkog turizma

Ercegović, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Maritime Studies / Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:166444>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-01**

Repository / Repozitorij:

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split -
Repository - Faculty of Maritime Studies Split for
permanent storage and preservation of digital
resources of the institution](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

ANA ERCEGOVIĆ

**ODRŽIVI RAZVOJ NAUTIČKOG
TURIZMA**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2023.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

POMORSKI MENADŽMENT

**ODRŽIVI RAZVOJ NAUTIČKOG
TURIZMA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

dr. dc. Eli Marušić

STUDENT:

**Ana Ercegović
(MB:017278160)**

SPLIT, 2023.

SAŽETAK

Nautički turizam i njegova politika održivog razvoja igraju veliku ulogu u gospodarstvu. Kroz rad se definira pojam nautičkog turizma, njegova povijest i čimbenici razvoja. Za definirati nautički turizam, potrebno je uključiti sve njegove elemente, počevši od prirodnih resursa, luka nautičkog turizma, plovila, infrastrukture i ugostiteljske usluge. Cilj je održavati kvalitetnu ponudu i isticati se od konkurencije. Kroz primjer nautičkog turizma Republike Hrvatske prikazuje se njegov utjecaj na gospodarski sustav i financijske aspekte. Razvoj nautičkog turizma nosi brojne pozitivne posljedice na pomorstvo, gospodarstvo, ali i razne druge gospodarske sektore, ali i također sa sobom nosi određene posljedice koje se trebaju i mogu kontrolirati kvalitetnim upravljanjem i strategijama održivog razvoja.

Ključne riječi: *nautički turizam, nautička luka, trendovi, održivi razvoj, gospodarstvo*

ABSTRACT

Nautical tourism and its sustainable development policy play a significant economic role. This paper defines nautical tourism, its history, and development factors. To define *nautical tourism*, it is important to include all the elements, starting with natural resources, ports of nautical tourism, vessels, infrastructure, and hospitality service. The goal is to maintain the quality of the supply and stand out from the competition. The example of nautical tourism in the Republic of Croatia shows its influence on economic and financial systems. The development of nautical tourism brings many advantages to seafaring, the economy, and many other economic sectors, but it also brings certain disadvantages that have and need to be controlled by the quality of the management and by strategies of sustainable development.

Key words: *nautical tourism, nautical port, trends, sustainable development, economy*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. NAUTIČKI TURIZAM	2
2.1. ODREĐIVANJE POJMA NAUTIKE I NAUTIČKOG TURIZMA	2
2.2. POVIJESNI ELEMENTI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA.....	3
2.3. UVJETI I FAKTOR RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA	4
3. ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA	5
3.1. PRIRODNI RESURSI KAO ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA.....	6
3.2. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA.....	8
3.2.1. Sidrišta, marine, suhe marine, privezišta	9
3.2.2. Poslovni sustav luke nautičkog turizma.....	10
3.2.3. Plovila nautičkog turizma	12
4. NAUTIČKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ	15
4.1. LUKE I RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA NA HRVATSKOJ OBALI ..	16
4.2. POTENCIJALI NAUTIČKE TURISTIČKE PONUDE NA OBALI REPUBLIKE HRVATSKE	18
5. TRENDОВI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA	19
5.1. EUROPKI NAUTIČKI TURIZAM	19
5.2. PROMOCIJA NAUTIČKOG TURIZMA	21
6. ODRŽIVI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA	24
6.1. NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA	25
6.2. ORIJENTACIJA REPUBLIKE HRVATSKE NA NAČELO ODRŽIVOG RAZVOJA.....	27
6.3. UTJECAJ NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO ZEMLJE ...	29
ZAKLJUČAK	31
LITERATURA	32
POPIS SLIKA	34
TABLICE	35

1. UVOD

Nautički turizam predstavlja specifičan oblik turizma obilježen kretanjem po moru/rijekama i uključuje pristajanje u nautičke luke i marine. Smatra se jednim od najperspektivnijih i najunosnijih oblika turizma za neku turističku zemlju. Problem ovoga rada je nautički turizam kroz njegov održivi razvoj. Pojam održivi razvoj podrazumijeva ravnotežu i povezanost njegovih temeljnih sastavnica: društva, okoliša i gospodarstva.

Istraživanje rada obuhvaća pretraživanje podataka vezanih za utjecaj nautičkog turizma na gospodarstvo države, kao i potencijale nautičke ponude i razvoj istoga u Republici Hrvatskoj. Cilj rada je prepoznati trendove razvoja i promociju nautičkog turizma te koja je uloga politike održivoga razvoja u tome.

Završni rad sastoji se od šest (6) poglavlja. Nakon uvodnog poglavlja, slijedi određivanje glavnih pojmova rada kao što su nautika, odnosno nautički turizam. Potrebno je i definirati povijest te faktore koji su utjecali do njegovoga nastanka.

U trećem poglavlju slijede ključni elementi potrebni za nautički turizam, prvotno prirodni resursi koji su i zaduženi za njegov nastanak. Zatim je potrebno definirati pojam nautičke luke i njene uloge u nautičkom turizmu kroz pravne okvire poslovanja.

U četvrtom poglavlju predstavlja se pregled razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske kroz potencijale turističke ponude i praćenja, također razvoj hrvatskih nautičkih luka i njihovu ulogu.

Peto poglavlje obuhvaća turističke trendove kroz primjere najunosnijeg, europskog nautičkog turizma, a i kako promoviramo određenu turističku ponudu.

U posljednjoj tematskoj cjelini, obrađena je, konkretno, sama tema rada, odnosno politika održivog razvoja, načini i načela provođenja, te orijentacija Republike Hrvatske na istu. U zaključku je predstavljena sinteza cjelokupnog rada.

2. NAUTIČKI TURIZAM

Turizam predstavlja skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljenja čovjekovih potreba, koji se obično nazivaju turističke potrebe, iz čega slijedi definicija: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost”[2]. Razna psihološka istraživanja uočavaju da je hedonizam, odnosno uživanje koje traži posjedovanje i trošenje dobara, osnovna pokretačka snaga i čovjekova potreba. Turizam sve više zauzima to mjesto čovjekovoga „bijega u potrošnju”.

Ono što je specifično vezano uz nautički turizam, u odnosu na druge vrste turizma, jest što uključuje kretanje plovilom, a prostorno je definiran vodom, morskom, riječnom ili jezerskom [3].

2.1. ODREĐIVANJE POJMA NAUTIKE I NAUTIČKOG TURIZMA

Nautika je pojam koji povezuje pojmove brod i upravljanje brodom. „Potječe od grčke riječi *naus*, što znači *brod, lađa, ali i vještina plovidbe*. U suvremenom značenju riječju ili pojmom *nautike, ili navigacije koja se danas češće upotrebljava, označava se skup svih praktičnih i teorijskih znanja koja su potrebna mornaru, voditelju broda ili navigatoru, da bi sigurno i najkraćim putem mogao prevesti brod preko mora od polazišta do odredišta. Najširi smisao ovih pojmova uključuje i pomorstvo u cjelini, plovidbu, brodarenje i sl.*”[3].

Da bi se definirao pojam nautičkog turizma, ključno je obuhvatiti sve elemente nautičkog turizma, a to su [3]:

- Nautički turistički proizvod - skup različitih usluga i ponuda koje mogu zadovoljiti potrebu nautičara, može se javiti u jako puno oblika, jer su potrebe raznovrsne.
- Nautička turistička ponuda - sposobnost ekonomskih subjekata da ponude određenu uslugu/proizvod, može biti izravna i neizravna.
- potrošači.

Različite su definicije nautičkog turizma, no do toga dolazi od različitih pristupa u leksikografiji, ti pristupi su [3]:

- s aspekta prihvaćenih definicija turizma kao šireg pojma
- s aspekta zadovoljavanja nautičkih turističkih potreba
- s aspekta uporabe plovila i načina putovanja.

Proizlazi definicija nautičkog turizma „*da je to skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja plovnim jedinicama i boravka posjetilaca na priobalnim prostorima i naseljima u svrhu rekreacije, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost*” [3].

Može se i pridodati i jedna od zakonskih definicija - „*Hrvatski zakon o turističkoj djelatnosti nautički turizam smatra plovidbom i boravkom turista-nautičara na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije*” [3].

Iz svega navedenog može se zaključiti da je nautički turizam jedan od najsloženijih i najraznovrsnijih oblika turizma.

2.2. POVIJESNI ELEMENTI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

Povijest nautičkog turizma veže se s poviješću pomorske plovidbe, odnosno navigacije. Čovjek je oduvijek imao potrebu kretati se po vodi, već u starome vijeku nalaze se brojni zapisi o pomorskim putovanjima (npr. ep „Odiseja” i Homerovo putovanje). Centar pomorstva se u vrijeme velikih otkrića pomakao iz središta Sredozemlja u Portugal, gdje se sredinom 15.stoljeća osniva prva pomorska škola i opservatorij. Jahting se razvija na kanalima i morima Velike Britanije, oko 1700. godine englesko je plemstvo na Temzi imalo oko 300 jahti, a prvo društvo za športsko jedenje je osnovano u Irskom mjestu Corku.(1720.g.). Prva jedriličarska regata je također održana na Temzi. Praktički se iz Engleske širila zabavna navigacija i natjecanja, tako se nastavljaju otvarati klubovi u Švedskoj, Francuskoj i u Portugalu [3]. Suvremeni turizam, kakav je poznat danas, počeo se razvijati 60-ih godina prošloga stoljeća, između dva svjetska rata širio se nautički turizam manjim plovnim objektima, ali nije imao masovno obilježje. U godinama pred prvi svjetski rat i između dva rata se vodila utrka u povećanju brzine i komfora brodova, a simbol te borbe je tragična sudbina broda Titanik. Kada je u modu ušao avion i njegovo korištenje postalo stvar prestiža, počinje novo doba, odnosno nova namjena putničke Atlantske flote - razvoj flote za turistička krstarenja. Izgradnja brodova za turistička putovanja prošla je niz faza. U

periodu 1970.-1975. godine je izgrađeno 25 brodova, a 1980. godine Loidov registar je brojao 46 brodova namijenjenih turističkom krstarenju. Bitno je i za istaknuti da se broj narudžbi brodova za krstarenje iz godine u godinu povećava, a uz to i prosječna veličina broda [3].

Turizam je, općenito, kroz povijest prolazio klasične faze razvoja: radoznalost, nepovjerenje i oprez, zatim afirmaciju i za neke neočekivani uspjeh, no konačno se ispostavio kao pojava osobite važnosti za čovječanstvo. U početku se tu radilo o, statistički, jako skromnim brojevima te su stvarna ulaganja često bila neproporcionalna rezultatima [7].

2.3. UVJETI I FAKTOR RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

More i obalni prostor predstavljaju najznačajniji preduvjet za razvoj nautičkog turizma, no riječni tokovi su također područja nautičkog turizma i njegove aktivnosti kao što su kajakaštvo, jedrenje, veslačke regate, rafting i sl. [3].

Nautički turizam privlači turiste veće platežne moći, jer takvi oblici turističke ponude iziskuju veće svote novca. Tako je za razvoj nautičkog turizma, osim prirodnih elemenata, potrebno mnogo više, adekvatna infrastruktura i kvaliteta smještajnih jedinica, marina, luka i sl. Povećanjem stupnja obrazovanja i platežne moći nautičkog turista, iziskuje podizanje turističke ponude na veću razinu, potrebno je obrazovati lokalno stanovništvo, pratiti svjetske trendove, fleksibilnost.

Tržište je u svakom slučaju preduvjet koji odlučuje što, kako i za koga će proizvoditi, a odgovori na ta pitanja definiraju se kroz odnose ponude i potražnje[3].

Glavni element turizma je, naravno, turist, stoga je potrebno upoznati njihove karakteristike, motive i potrebe, tako se, na primjer, turisti mogu segmentirati prema raznim kriterijima, kao što su [3]: fizičke osobine - starost i spol, socijalne osobine (najčešće prema zanimanju), kulturne osobine, nacionalni sastav nautičkih turista dijeli ih prema zemlji porijekla/zastavi gdje je brod registriran, korištenje prometnih sredstava (plovila), objektima za smještaj koje koriste za vrijeme boravka. Sve to služi kako bi se kreirali preduvjeti održivog razvoja i gospodarskih benefita koje nosi nautički turizam.

3. ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA

U nautičkom turizmu se mogu jasno izdvojiti njegovi subjekti djelovanja i podijeliti na aktivne i pasivne [5]:

- aktivni subjekti - posada (nautičari i skiperi)
- pasivni subjekti - posjetitelji i putnici na plovilima (turisti i izletnici).

Nautičko tržište može se definirati kao skup odnosa ponude i potražnje u skladu i pod utjecajem turističkih potreba i kretanja. Potražnja se oblikuje različitim, ekonomskim, prometnim i kulturološkim čimbenicima. Općenito, može se kazati kako se gospodarske djelatnosti poduzimaju zato da bi zadovoljili raznovrsne ljudske potrebe, definirale nove vrijednosti i ostvarile razvoj. Tako se kreira ponuda nautičkih turističkih usluga [3].

Prema kriterijima odnosa subjekta i objekta nautičkog turizma, mogu se izdvojiti tri temeljne skupine nautičke potražnje [3]:

- nautički turisti orijentirani na individualnu plovidbu ili plovidbu u manjim grupama (jahte, brodice)
- nautički turisti orijentirani na masovna krstarenja
- nautički turisti orijentirani na sportove na vodi/doživljaj mora, podmorja.

Potražnja se može segmentirati i prema sljedećim kriterijima [3]:

1. Vlasničko-pravni odnos turista i plovila:
 - nautički turisti koji su ujedno i vlasnici plovila
 - nautički turisti koji koriste plovila klubova, udruženja, tvrtki i sl.
 - nautički turisti koji koriste plovila u najmu, čarteru temeljem ugovora.
2. Način vođenja i upravljanja plovilom:
 - nautički turisti koji sami upravljaju plovilom
 - nautički turisti koji sami upravljaju plovidbom, ali u konvoju i pod nadzorom voditelja
 - nautički turisti koji koriste usluge skipera.
3. Način na koje plovilo dolazi:
 - nautički turisti koji dovoze plovila kopnom
 - nautički turisti koji dolaze morem
 - nautički turisti koji koriste plovila koja stacioniraju na područje.

4. Vrste plovila (tu se mogu obaviti razne segmentacije; prema svim tipovima, dužinama i karakteristikama), no važno za istaknuti je:
 - nautičke turiste koji koriste plovila za višednevni boravak (npr. jahte)
 - nautičke turiste koji koriste manja plovila za dnevni boravak na vodi/izlete.

Općenito, turistička ponuda i elementi nautičkog turizma jesu prirodni resursi neke zemlje, ali i plovila te luke i ostali subjekti nautičkog turizma i pomorstva.

Podjela resursa, odnosno elemenata nautičkog turizma koji određuju razvojnu ulogu, može razlikovati [3]:

- prirodna dobra koja imaju karakter slobodnih dobara (formiraju okoliš)
- prirodna dobra koja imaju karakter slobodnih dobara, ali su vlasnici ograničeni
- spomenici prirode, dobra javnog karaktera, prirodno ili vlasnički ograničena
- prostor kao temeljno prirodno dobro ograničenih kapaciteta .

Spektar pojma okoliša kao elementa nautičkog turizma dijeli se na [3]:

- Sociokulturni okoliš kojeg oblikuje materijalni aspekt stanovništva, odnosno slika socijalne strukture, povijesne pozadine, vrijednosti koje promiče lokalna zajednica, religija i način života stanovništva. Sve to može privući, odnosno odbiti turista da posjete određenu lokaciju.
- Fizički okoliš koji, u najopćenitijem smislu, označava prostor, vodu i atmosferu.

3.1. PRIRODNI RESURSI KAO ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA

Karakteristike resursa su specifične s obzirom na karakter vode o kojoj je riječ (morska, riječna, jezerska). More i obalni prostor predstavljaju najznačajniji prirodni element u razvoju nautičkog turizma, zatim slijede riječki tokovi, značajni u izletničkom i stacionarnom obliku turizma. Postoji i simbioza ta dva resursa- na rijekama morskog sliva, a najbolji primjeri su plovni tokovi rijeka poput: Dunava, Rhone, Rajne, Loire, Temze i dr. Mnoge svjetske metropole su se gradile upravo uz riječne tokove. Kod jezera se naglašava njihova podjela s obzirom na nastanak: tektonska, glacijalna i umjetna (akumulacijska). U kontekstu nautičkog turizma, značajni za izdvojiti su Alpsko jezersko; područje Švicarske, Austrije, Italije, Francuske, Slovenije i dr. [3].

Općenito, prirodno-resursnu osnovu razvitka nautičkog turizma formiraju [3]:

- prirodno-geomorfološke forme, reljef priobalja,
- hidrografski elementi, odnosno sve osobine vode, i
- klima (posebno temperatura zraka, oborine i insolacija).

Bogatstvo reljefnih oblika i obale jedan je od najprivlačnijih elemenata nautičko-turističkog boravka. Reljef nastaje djelovanjem egzogenih i procesa i endogenih sila, a formira različite tipove obala kao što je navedeno u tablici 1.

Tablica 1. Tipovi obale [8]

TIP OBALE	KOEFICIJENT RAZVIJENOSTI
Fjordovski	20.0
Hrvatska obala	11.0
Grčki tip obale	6.0
Rijaski tip obale	5.0
Limanski tip obale	4.0
Nerazvedeni tip (npr. istočna jadranska obala Italije)	/

Jako je bitno istaknuti oceanografske karakteristike vode, kao što su [3]:

- fizičke osobine - valovi, morske struje, plime i oseke, dubina akvatorija i prostorni kapacitet
- termičke osobine - temperatura, providnost i boja
- kemijske osobine - kemijski sastav i salinitet.

I na kraju, klima kao element predstavlja najznačajniji uvjet za razvoj turizma, jer o njoj ovise uvjeti plovidbe, boravak i raznovrsnost rekreacijskih aktivnosti.

Govoreći o turističkom okolišu, mora se naglasiti da njegova percepcija uvijek zavisi od osobnog i doživljenog, tako da se standardi kvalitete i ljepote uvelike kreiraju u odnosu i pod utjecajem trendova, ekoloških pokreta i strategija.

3.2. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

Luka se u najširem smislu definira kao „*prirodno ili umjetno zaštićen morski, riječni, kanalski ili jezerski bazen, gdje brodovi nalaze zaklon od valova, struja, morskih mijena i leda; zaštitu od djelovanja neprijateljskih napadaja, gdje mogu krcati gorivo, vodu i hranu; izvršiti popravke na brodskom trupu, strojevima i uređajima ili izvršiti čišćenje svih dijelova; gdje mogu sigurno i brzo iskrcati, ukrcati ili prekrcati teret i putnike i gdje se mogu odmoriti posade*” [3].

Pomorski zakonik Hrvatske definira luku kao „*vodeni i s vodom izravno povezani kopneni prostor s izgrađenim i neizgrađenim obalama, lukobranima, uređajima, postrojenjima i drugim objektima namijenjenim za pristajanje, sidrenje i zaštitu morskih brodova, ukrcavanje i iskrccavanje stvari i putnika, uskladištavanje i ostala manipuliranja robom, proizvodnju, oplemenjivanje i doradu robe, te ostale privredne djelatnosti koje su s tim djelatnostima u međusobnoj, gospodarskoj, prometnoj i tehnološkoj vezi*” [3].

Sa stajališta međunarodnog prava, da bi neka luka imala status luke otvorene za međunarodni promet, potrebno je da strani brodovi u nju imaju pravo pristupa. Lučko područje uključuje vodeni i kopneni prostor, a granica na kopnu se utvrđuje na onom dijelu obale gdje se obavljaju lučke djelatnosti.

Iz zakonskih propisa zaključuje se da [3]:

- utvrđivanje granica luke na moru ili kopnu određuje lučko područje kao dio pomorskog dobra
- na lučkom području obavljaju se lučke djelatnosti
- prije utvrđivanja granica lučkog područja, potrebno je odrediti granice pomorskog dobra sukladno Pomorskom zakoniku.

U lučke djelatnosti spadaju [3]:

- privez i odvoz brodova te drugih plutajućih objekata
- ukrcaj, iskrcaj i prekrcaj robe
- ukrcaj i iskrcaj putnika
- skladištenje i prenošenje robe
- ostale gospodarske djelatnosti koje su s navedenima u nekoj svezi.

Podjela luka otvorenih za javni promet u Republici Hrvatskoj dijeli se na [3]:

- luke osobitog međunarodnog gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku gdje spadaju; luka Rijeka, luka Split, luka Ploče i putničke luke Zadar i Gruž u Dubrovniku

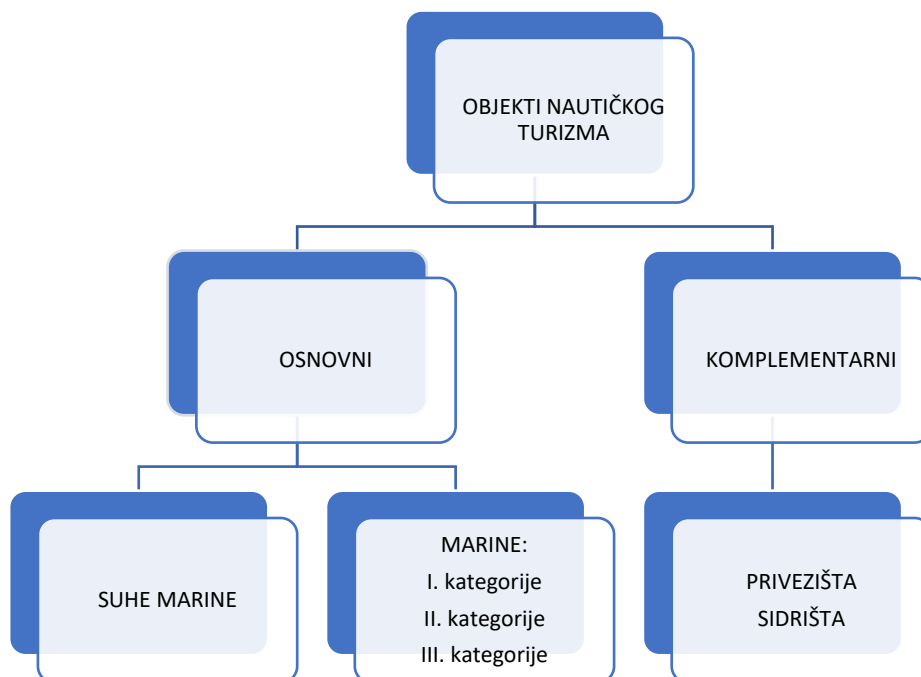
- luke županijskog značaja
- luke lokalnog značaja.

Prema djelatnostima koje obavljaju, luke posebne namjene razvrstavaju se na [3]:

- vojne luke
- luke unutarnjih poslova
- luke nautičkog turizma
- industrijske luke
- sportske luke
- ribarske luke.

3.2.1. Sidrišta, marine, suhe marine, privezišta

Luke nautičkog turizma uglavnom se razvrstavaju na: sidrišta, privezišta, turističke luke, suhe marine i marine. Taj razvrstaj svoje uporište ima u Zakonu o turističkoj djelatnosti i stoga je tu upitna primjena pravnog režima pomorskog dobra. Tako, na primjer, u marinama hotelske i ugostiteljske sadržaje ne treba uključivati u lučko područje jer luku (pomorsko dobro) koriste samo posredno, a svoju djelatnost bi mogli obavljati i negdje drugo. Na slici je prikazana osnovna podjela objekata nautičkog turizma [3].



Slika 1. Pregled osnovne strukture nautičkog turizma [3]

Naknada za koncesiju kod luka posebne namjene određuje se u dva dijela [3]:

- stalni dio, vezan uz veličinu lučkog područja i
- promjenjivi dio koji se određuje u postotku vezanom uz ukupni godišnji prihod.

Sidrište se može definirati kao dio vodenog prostora opremljen plutačama za privez plovila u uvali zaštićenoj od nevremena.

Privezište podrazumijeva dio vodenog i kopnenog prostora namijenjen za pristajanje vozila koji sadrži privezni sustav. Mora posjedovati priključak električne struje od 220 V na svakih 20 vezova, priključak za higijenski ispravnu vodu, trgovinu namirnicama u udaljenosti od najviše 500 m i zahodsku grupu na svakih 50 vezova.

Suha marina je dio kopnenog prostora posebno uređen za pružanje usluga ostave i čuvanja plovila i pružanje usluga transporta iz/u vodeni prostor.

Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen za pružanje usluga veza, ali i smještaj nautičara u smještajnim objektima [3].

Marine predstavljaju najznačajnije komercijalne luke nautičkog turizma te se u Republici Hrvatskoj kategoriziraju u tri kategorije [3]: prva kategorija - marina s pet zvjezdica, druga kategorija - marina s četiri zvjezdice, treća kategorija - marina s tri zvjezdice.

Osnovni tehnički uvjeti koje mora zadovoljiti svaka nautička turistička luka koja se deklarira kao marina mora uključivati sljedeće: priključak električne struje 220 V/svakih 20 vezova, priključak za higijenski ispravnu vodu, uređaj za dizanje (najmanje 50 kn), servisnu radionicu, trgovinu - ne dalje od 500 m, prostor za odlaganje brodova na kopnu, zahodsku grupu na svakih 50 vezova, VHF pomorsku radio-stanicu, opremu prve pomoći, automobile, spust za prikolice, radni čamac, čuvare, telefon, opremu za sprečavanje širenja zagađenja mora, mjenjačnicu, recepciju i opskrbu plinom [3].

3.2.2. Poslovni sustav luke nautičkog turizma

Prema postojećoj praksi zapadnoeuropskih zemalja, lukom ili marinom se može upravljati [3]:

- direktno, odnosno preko javne udruge
- preko komore
- posredovanjem sportskog kluba
- preko posebnog udruženja za upravljanje, te

- lukom kao trgovačkim društvom.

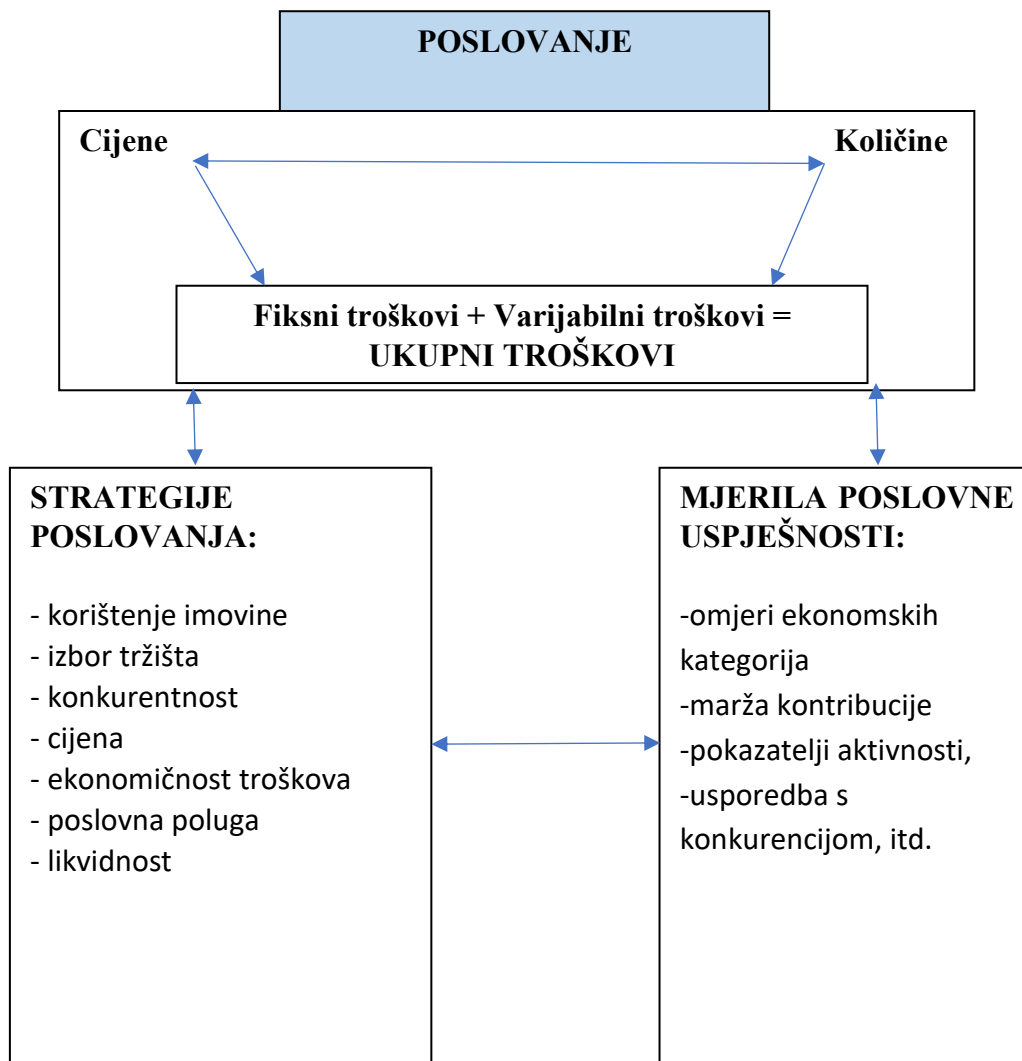
Da bi luka poslovala i ostvarivala profit, potrebno je upravljati poslovnim procesima, što znači niz ekonomskih izbora i odluka o aktiviranju resursa u funkciji poslovanja luke i tu su tri ključna područja [3]:

- izbor na području angažiranja ljudskih resursa
- izbor koji se odnosi na kupovanje opreme/ angažiranje kapitala
- izbori o tijeku tekućih poslova.

Glavna investicijska ulaganja i izdaci za izgradnju nautičke luke se sastoje od [3]:

- troškova otkupa terena
- radovi u moru (jaružanje, zasipavanje, podizanje gatova i popločavanje, priprema mostova za sidrišta)
- ostala struktura i infrastruktura (kapetanija, carina, distribucija vode i električne energije, rezervoari za gorivo, dućani, barovi, restorani, bazeni, kanalizacija, parkirališta itd.)
- opći izdaci projekta (vođenje poslova, osiguranje, kontrole, računovodstvo, tajništvo).

Slika 2 prikazuje osnovne komponente poslovanja i tok poslovnog procesa koji se može primijeniti i na luku nautičkog turizma.



Slika 2. Vođenje poslovnog procesa [3]

Ključna su pitanja s financijskog aspekta u vođenju poslovnog procesa:

- Kako financirati poslovni proces koji se odvija u luci nautičkog turizma?
- Kako rasporediti dobit iz poslovanja luke (ili pokriti gubitak)?

3.2.3. Plovila nautičkog turizma

Kod plovila nautičkog turizma, hrvatski propisi koriste termin [3]:

- Brod - plovilo duže od 12 metara, odnosno iznad 15 BT.
- Brodica - plovni objekt dužine manje od 12 metara, odnosno do 15 BT, dalje se razvrstavaju prema pogonu.
- Pomoćna brodica - plovni objekt koji služi za plovidbu između sidrišta i obližnje obale, kreće od 3 metra/ ne koriste snažniji pogon od 4 kw.

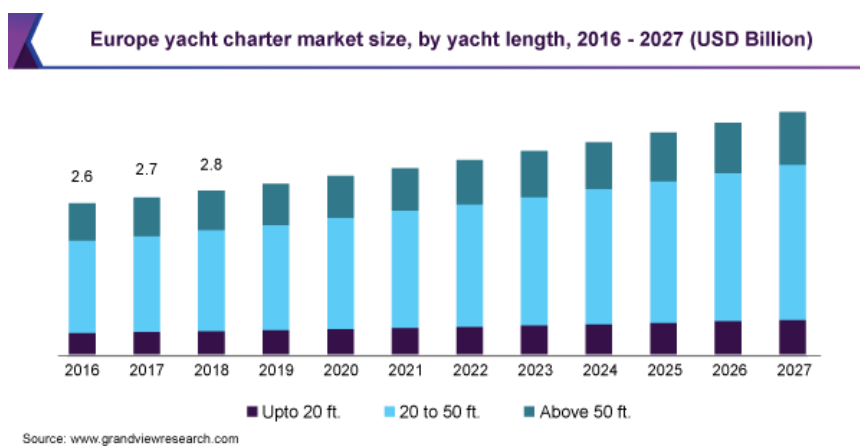
Brodovi se prema namjeni mogu podijeliti na teretne brodove, odnosno brodove trgovačke flote prilagođeni vrsti tereta koji prevoze i na putničke brodove koji se koriste u svrhu nautičkog turizma, a tu spadaju [3]:

- jahte
- veliki brodovi, poznati kao i plivaći hoteli, namijenjeni kružnim turističkim putovanjima
- putnički brodovi na redovnim i izletničkim linijama.

Hrvatski registar brodova određuje sposobnost broda za plovidbu i izdaju odgovarajuće isprave za to. Prema državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske, plovila koja su namijenjena razonodi i športu, razvrstavaju se na [3]:

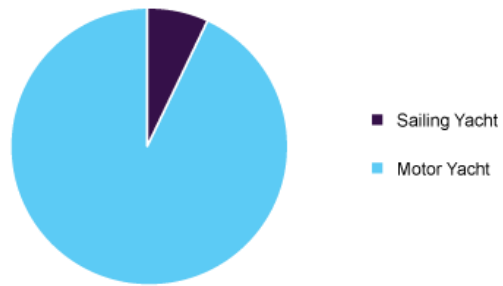
- Motorne jahte - plovila na motorni pogon namijenjena razonodi, športu ili rekreaciji, imaju kabinu s najmanje dva ležaja, WC i uređaj za kuhanje.
- Jahte za jedrenje - plovila za šport, razonodu ili rekreaciju, osnovno pogonsko sredstvo je vjetar, također imaju kabinu s dva ležaja, WC i uređaj za kuhanje.
- Ostala plovila - čamci od drva, plastike, gume i drugih materijala, veći su od 3 metra ili manji od 3 metra ako imaju motor, tu se nekad uključuju i gliseri.

Važnost motornih jahti kao sredstvo nautičkog turizma prikazana je na slici 3 i 4.



Slika 3. Tržište jahtinga u Europi [10]

North America yacht charter market share, by yacht type, 2019 (%)



Source: www.grandviewresearch.com

Slika 4. Tipovi jahta na sjevernoameričkom tržištu [10]

4. NAUTIČKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Jadranska obala Hrvatske nalazi se u mediteranskom bazenu, gdje je koncentrirano preko pola svjetskog turizma. Obalna linija Sredozemlja iznosi 26.000 km. Jadransko more kao veliki zaljev Sredozemnog mora, usjeklo se u europsko kopno i tako postalo veliko turističko tržište Europe. Površina Jadrana iznosi 138.595 km², odnosno 4,6 % ukupne površine Sredozemlja. Obala hrvatskog Jadrana spada u najrašćlanjenije obale svijeta, tako se i u stručnoj literaturi upotrebljava izraz „dalmatinski” ili hrvatski tip obale [3]. Razvoj na Sredozemlju potaknut je suvremenim procesom litoralizacije europskog gospodarstva koja je proizvela mnogo dobrih, ali i negativnih posljedica, naročito na okoliš. Tablica br. 2. prikazuje karakteristike državnih obala u okviru Jadranskog mora.

Tablica 2. Duljina i razvedenost državnih obala u okviru Jadranskog mora [3]

Država	Duljina koptene obale u km	%	Duljina otočne obale u km	%	Ukupno km	Zračna crta	K
Hrvatska	1777,0	48,0	4058,0	97,2	5835,5	526	11,10
Italija	1249,0	33,0	23,0	0,5	1272,0	926	1,37
Albanija	396,0	11,0	10,0	0,3	406,0	265	1,53
Grčka	-	-	73,0	1,7	73,0	19	3,84
Ostale države	314,5	8,0	-	0,3	325,5	111	-
UKUPNO	3737,0	100,0	4175,0	100,0	7912,0	1847	4,28

4.1. LUKE I RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA NA HRVATSKOJ OBALI

Razvoj nautičkog turizma počeo je sredinom 60-ih godina i tada je postojao vrlo mali broj športskih turističkih luka - Pula, Punat, Split i Dubrovnik, s malim brojem vezova i skromnim prometom turističkih plovila. Od početka 70-ih godina promet nautičara u stalnome je porastu i već 1978. godine je registrirano 8 nautičkih turističkih luka u Hrvatskoj. Tako je 80-ih, odnosno u periodu od 1975. do 1985. godine postignuta prosječna stopa rasta od 20.3 % godišnje. 1984. godine nautičko-turistička ponuda sastojala se od 19 nautičkih turističkih luka s ukupno 4 466 vezova za plovila u moru i oko 1000 mjesta za plovila u kopnu, 60 % ih je bilo na sjevernom dijelu Jadrana. Istodobno je taj brzi razvoj ukazao na brojne nedostatke u razvoju i njegovom održavanju kao što su; neravnomjeran raspored luka duž obale, mali broj luka i sadržaja, turistička ponuda po kvantiteti i kvaliteti nije pratila potrebe potražnje na nautičkom tržištu, turističke luke još nisu raspolagale vlastitom čarter flotom i nije bio razvijen organizirani sustav luka koji bi ostvario veću efikasnost usluge [3].

Ubrzo dolazi do izrade- *Programa razvoja nautičkog turizma na istočnoj obali Jadrana 1983.-1990. godine* kada je osnovan ACY - Adriatik klub Jugoslavija, državno specijalizirano poduzeće za razvoj nautičke ponude. ACI je ostvario veliki rast nautičkog prometa, 15-20 % godišnje. 1987. godine ACI osniva i svoj jedriličarski klub, danas YachtClub Croatia, jedan od najznačajnijih projekata bio je Aci Match Race Cup koji se održavao svake godine mijenjajući lokacije. 1991. godine poduzeće je pri osamostaljenju Republike Hrvatske promijenilo ime u Adriatic Yacht Club Opatija, a od 2017. službeno ime je ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB, za djelatnost marina d.d., skraćeno ACI d.d. U početnoj fazi razvoja sagrađeno je i pušteno u rad 16 luka, odnosno marina - Umag, Rovinj, Pula, Pomer, Supetarska Draga, Rab, Žut, Piškera, Jezera, Vodice, Skradin, Trogir, Split, Milna, Vrboska i Palmižana. U kolovozu 2016. ACI lanac je dobio novu članicu- ACI marinu „Veljko Barbieri” Slano na Dubrovačkom primorju, što je čini 22. po redu. Svaka od tih marina nalazi se u samom središtu drevnih gradova ili neposrednoj blizini, što privlači gotovo 400 tisuća nautičara godišnje [11].

Primjer efikasnog razvoja nautičke luke u Republici Hrvatskoj je marina Punat smještena na otoku Krku, a primjeri njene prednosti za nautičare jesu [3]: povezanost otoka Krka i obale mostom, zaštićen položaj u Puntarskoj uvali, nedaleko od omiljenog izletišta Kornati, blizina zračnoj luci-Rijeka.

Prvi gost je bio Amerikanac sa prebivalištem u Njemačkoj, 1962. saznao je da brodogradilište u Puntu gradi nove brodove u drvu i tada je naručio tri brodice, to su bili prvi

strani brodovi koji su ostali na čuvanju u Hrvatskoj. 1974. godine marina je izgradila nove vezove, na svakom je bio instaliran priključak struje i vode, a potražnja je bila toliko velika da je svaki novoizgrađeni vez odmah bio popunjavao. 1994. godine marina je registrirana kao dioničko društvo i time je osnovan novi kvalitetniji, poduzetnički mentalitet. Brodovi koji posjećuju marinu registrirani su u sljedećim državama; 40,73 % Austrija, 33,02 % Njemačka, 6,90 % Hrvatska, 6,55 % Slovenija, 12,80 % Italija, zatim Francuska, Belgija, Nizozemska, Švicarska, Češka, Slovačka, Mađarska, Skandinavske zemlje i ostale [2].

Marina Punat je predstavica i primjer pionira u razvoju nautičkog turizma na hrvatskoj obali te je prva dobila Plavu zastavu za marine i plaže 1998. godine. Plava zastava predstavlja međunarodni ekološki program zaštite mora i priobalja, čiji je cilj gospodarenje morem i obalnim pojasom, dodjeljuje se plažama i marinama kao priznanje za jednu sezonu. 2023. godine na popisu su se našle 69 plaža i 28 marina od čega, 1 plaža u gradu Zagrebu, 43 plaže u Istarskoj županiji, 13 plaža u Primorsko-goranskoj županiji, 2 plaže u Ličko-senjskoj županiji, 5 plaža u Zadarskoj županiji, 2 plaže u Šibensko-kninskoj županiji, 1 plaža u Splitsko-dalmatinskoj županiji i 2 plaže u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Popis marina s nagradom plave zastave u 2023. je sljedeći: ACI marina Umag, Marina „Parentium” Poreč, ACI marina Rovinj, „Tehnomont- Marina Verdura” Pula, ACI marina Pula, ACI marina Pomer, Medulin, Marina „Punat”, ACI Marina Opatija, ACI marina Cres, ACI marina Rab, ACI marina Supetarska Draga, ACI marina Šimuni, D-marina Borik, D-Marin Marina Dalmacija, Bibinje-Sukošan, Marina „Kornati”, D-marin Tribunj, ACI marina „Jezera”, ACI marina „Vodice”, ACI marina Skradin, D-Marin Marina Mandalina Šibenik, ACI marina Trogir, ACI marina Split ACI marina Milna, ACI marina Vrboska, ACI marina Korčula, ACI marina Dubrovnik, ACI marina Veljko Barbieri i Marina Korkyra, Vela luka [12].

4.2. POTENCIJALI NAUTIČKE TURISTIČKE PONUDE NA OBALI REPUBLIKE HRVATSKE

Prirodni potencijale Republike Hrvatske, kada je riječ o nautičkom turizmu, mogu biti kvantificirati sljedećim brojkama [3]:

- Površina Jadranskog mora iznosi 138.595 m², odnosno 34.977 m³ vodene mase. Dužina iznosi 783 km (422 nautičke milje), a prosječna širina oko 248 km.
- Razvedenost hrvatske obale jako je jedinstvena i atraktivna. Obalna crta Republike Hrvatske dugačka je oko 5079 km, obalna linija kopna je dugačka 1778 km (31 %), a obalna crta otoka 4012 km (69 %).
- 718 otoka, 389 hridi i 78 grebena, prosječna površina otoka je 4.6 km², a ukupna površina svih otočnih skupina 3290 km².
- Hrvatska ima 78 otoka površinom većim od 1 km².
- Iznimna prirodna, klimatska, kulturološka obilježja jadranske obale privuku svake godine oko 4/5 stranih turista koji dolaze u Hrvatsku.
- Osim morske obale, kada se govori o interesima nautičara, valja naglasiti hrvatska jezera kao što su: Vransko jezero (5,8 km²), na Cresu, Mljetska jezera (3,1 km²) i Omladinsko jezero (2,1 km²) na području Gorskog Kotara.
- Jadransko obalno područje također je bogato nacionalnim parkovima i parkovima prirode.

5. TRENDOVI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

Međunarodne usporedbe ponude i potražnje nautičkog turizma u svijetu, Europi i Mediteranu su otežane zbog nedostatnih podataka ali i različitih metodologija prikupljanja. Lista kompanija koji su glavni akteri nautičkog turizma na globalnoj razini jest sljedeća [13]:

- Carnival Corporation
- Royal Caribbean
- Norwegian Cruise Lines
- MSC Cruises
- Genting Hong Kong
- Disney Cruise
- Silversea Cruises (Royal)
- Dream Yacht Charter.

U 2019. godini tržište nautičkog turizma na svjetskoj razini je procijenjeno na vrijednost od 67 440 milijuna američkog dolara (\$) i očekuje se porast na 106 720 milijuna američkog dolara (\$) do kraja 2026. godine [13].

Prema svjetskoj turističkoj organizaciji, 80 % ukupnog turizma obavlja se na obalnom području, preko 183 zemlje imaju obalnu liniju i 37 % svjetskog stanovništva živi u tim područjima. Kada se govori o trendovima nautičkog i rekreacijskog turizma, važno je spomenuti njihove učinke na morsku infrastrukturu i okoliš, tako se jedna od analiza usredotočila na dva najosjetljivija morska ekosustava, a to su koraljni grebeni i livade morske trave. Oni su najpopularniji zbog svoje raznolikosti biovrsta i atraktivnosti, što je dovelo do eksponencijalnog rasta u razvoju aktivnosti kao što su sportski ribolov i profesionalno i rekreacijsko ronjenje [14].

5.1. EUROPKI NAUTIČKI TURIZAM

Europa raspolaže s više od 70 000 km obale i 2 700 km unutarnjih voda. Europa također predstavlja vodeću jahting destinaciju, s više od 4 500 marina, gdje je na raspolaganju 1,75 milijuna vezova. 70 % sveukupnog svjetskog jaht-čartera odnosi se na Europu, najveći dio na Mediteranu. Ta gospodarska aktivnost zapošljava oko 280 000 ljudi u Europi i ostvaruje prihode veće od 20 milijardi eura godišnje. EnviroNaut projekt je obavio jednu online anketu vezanu uz nautički turizam fokusirajući se na vještine zaštite okoliša, ali

i na nedostatke u nautičkoj industriji. Tako su 3 njemačke marine izjasnile da im najveći problem predstavlja reguliranje industrije u skladu s političkim zahtjevima, recikliranje i upravljanje otpadom u marinama, također naglašavaju da je potreban stalan rad na treniranju i edukaciji zaposlenih. Rezultati ankete, vezano uz sportske klubove, pokazali su da su zaposleni uglavnom sportske pozadine, trening im traje oko 45 dana, a ispitivači ankete tvrde da bi trening u nekim slučajevima trebao trajati i 2 godine. U globalu, većina kompanija koje su sudjelovale u istraživanju složile su se da je potrebno konstantno raditi na edukaciji i biti više ekološki osviješten te da proizvode velike količine otpada što im donosi troškove [15].

Francuska predstavlja jako značajnu ulogu u europskom nautičkom turizmu, s obalnom duljinom od 3 427 km. Ima dvije različite obale, sredozemnu i atlantsku. Jedrenje je jako popularno te je upravo tu najrazvijenija industrija jedrilica u Europi. Po atlantskoj strani je izazovnije za plovidbu, ali sadrži veći broj prirodnih luka i uvala. Klima je umjerenija i sezona jedrenja traje od proljeća pa do jeseni. Na sredozemnoj strani klima je ugodnija pa i sezona traje duže. Sredozemna strana je namijenjena onima koji će boraviti i na kopnu i uživati prirodnim ljepotama Mediterana, tu su se smjestile marine St. Tropeza i Cannesa gdje su locirane neke od najskupocjenijih jahti na svijetu. Italija ima obalu dugu preko 8 500 km i okružuje je 5 mora: Jadransko, Jonsko, Ligursko, Tirensko i Sredozemno. Zapadna obala Italije je mnogo atraktivnija za plovidbu te je njen sjeverni dio redovno preplavljen turistima. Najbolja mjesta za plovidbu se odnose i na rub Tirenskog mora, oko sardinijskih uvala. Nizozemska, kao zemlja duge pomorske tradicije, ističe se sve modernijim marinama. S obalom izlazi na Sjeverno more, a obala je prepuna riječnih ušća, brana i kanala. Plovidba može biti zahtjevna radi jakih plima i vjetrova. Primjer posebnog nautičkog iskustva jest jedrenje konvojem kroz sam Amsterdam. Njemačka ima obale na Sjevernom i Baltičkom moru, a Nijemci su jedni od nautički najaktivnijih nacija Europe, no valja naglasiti da preferiraju ploviti izvan granica svoje domovine. Njihove marine su također jako moderne i dobro opremljene. Španjolska ima izlaz na istoku i jugu na Sredozemno more, a sjeverna i zapadna obala nalaze se na Atlantskom oceanu i Biskajskom zaljevu. Mediteranska obala Španjolske je jako popularna turistička destinacija ljeti, marine su uglavnom popunjene u ljetnim mjesecima, a španjolski jahtaški klubovi su najčešće jako ekskluzivna mjesta rezervirana za članove. Portugal je zemlja znamenitih moreplovaca i jako razvijenog nautičkog turizma, također ima oceanski i sredozemni dio. Danas broji oko 30 marina, većina u privatnom vlasništvu i to dolazi u kombinaciji s jako bogatom hotelskom ponudom, vrhunskim restoranima i noćnim klubovima. Danska svoju nautičku tradiciju vuče još iz doba Vikinga. To je zemlja koja se sastoji od poluotoka Yutlanda i preko 500 otoka. Kada

je riječ o danskim marinama, važno je istaknuti jako plitko dno, a česte su i nagle promjene vremena, no u ljetnim mjesecima postaju sve više popunjene i popularne među nautičarima. Grčka predstavlja zemlju s bogatom nautičkom, ali i povijesno kulturnom pozadinom. Duljina obale iznosi 13 676 km, a okružuju je Egejsko, Jonsko i Sredozemno more. Najpoznatiji nautički centri locirani su u Pireju [16].

Na europskom, ali i svjetskom turističkom tržištu, sve brže se razvijaju novi trendovi i „stari” turizam se oblikuje u nove pojavne oblike, a jedan od ključnih trendova je razviti selektivne oblike turizma, odnosno ponude, jer taj faktor omogućuje zadovoljenje raznog i većeg broja profila turista (sportski događaji, kulturni događaji, kvalitetna kuhinja...). Upravo je nautički turizam najbolji i najunosniji primjer tog selektivnog turizma. S obzirom da brojne europske zemlje, pogotovo mediteranske, raspolažu jako kvalitetnim resursima, opravdano se očekuje trend rasta europskog turizma i Europe kao omiljene destinacije [17]. Sukladno s trendovima svjetskog i europskog tržišta, nautički turizam u Republici Hrvatskoj predstavljat će jako značajan segment razvoja i prometa turizma, ali i gospodarstva u cijelosti.

5.2. PROMOCIJA NAUTIČKOG TURIZMA

Jedan od glavnih elemenata marketinga jest promocija. „*Promocija u širem značenju predstavlja pojam za unaprjeđenje nečega (od lat. Promovere - kretanje naprijed), a u užem smislu promocija kao element marketinškog miksa jest skup aktivnosti kojima se emitiraju različite informacije iz gospodarskog subjekta u okruženje, odnosno u najvećoj mjeri, u tržište*”[8]. U klasičnim literaturama marketinga u turizmu, izdvajaju se ključni elementi promocije [8]:

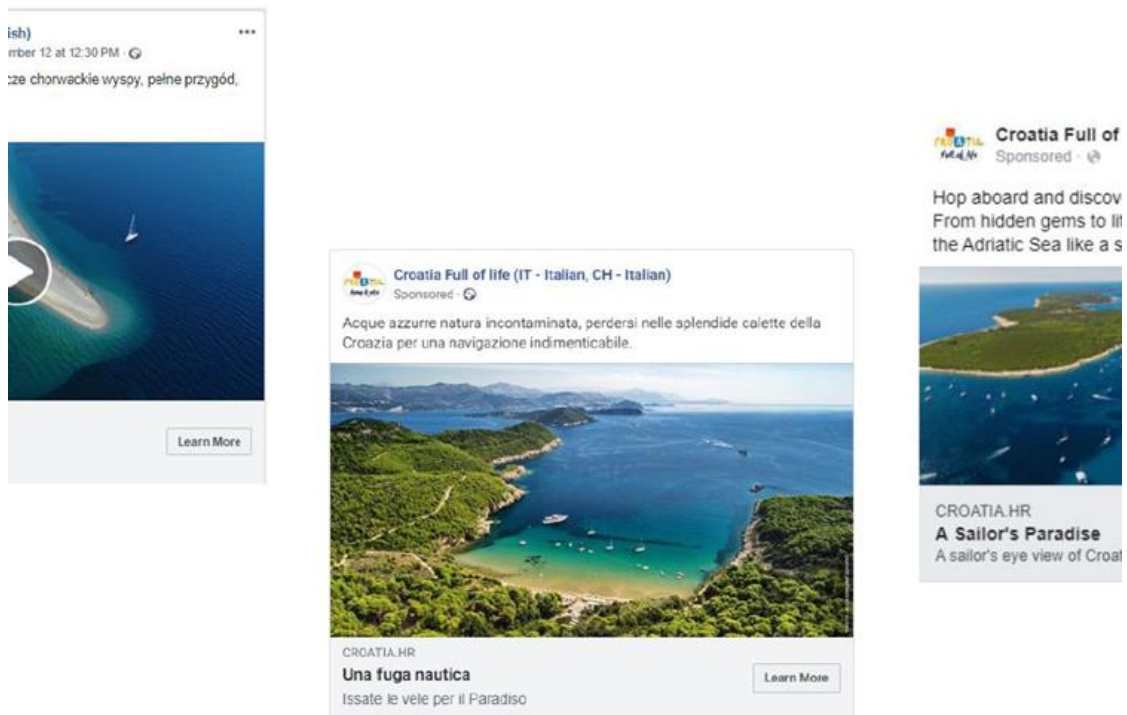
- oglašavanje (eng. advertising)
- osobna prodaja (eng. personal selling)
- unapređenje prodaje (eng. sales promotion)
- odnosi s javnošću i publicitet (eng. public relations)
- izravni (direktni) marketing (eng. direct marketing).

Kada se radi o upravljanju marketingom destinacije, promociju je potrebno vršiti na nacionalnoj, regionalnoj, ali i lokalnoj razini. To uključuje: promociju destinacije (branding i imidž), poticanje poduzetništva u turizmu, uspostavu informacijskog servisa, organizaciju i olakšavanje rezervacija, koordinaciju, davanje informacija, trening i edukaciju, poslovno

savjetovanje, pokretanje novih proizvoda, razvijanje i upravljanje atrakcijama, te strategija, istraživanje i razvoj [18].

Hrvatska turistička zajednica je tako 2020. godine preko emisije „Safe harbour” na Nautical Channelu, praćenog od strane više od 200 milijuna gledatelja diljem svijeta, promovirala nautički turizam. Ukupno se emitiralo 20 petominutnih emisija iz brojnih hrvatskih destinacija, kao što su Split, Dubrovnik, Cres, Korčula, Rovinj, Vis, Mali Lošinj, Primošten, Rab, Brač, Makarska, Skradin, Murter, Omiš, Vodice, Ugljan, Ston, Šibenik i Dugi otok. Istaknute su različite atrakcije, sigurne luke i uvale i, naravno, bogata gastronomska ponuda, a boravak na nautičkim plovilima su istaknuli kao jedan od najsigurnijih oblika smještaja. Nautical Channel nastao je 2011.godine, a usmjeren je na jedriličarske i nautičke sportove, surfanje, kite-boarding, nautičke novosti itd. [19].

Godinu unazad, Hrvatska turistička zajednica je započela još jednu kampanju na devet emitivnih tržišta, odnosno u Njemačkoj, Velikoj Britaniji, Italiji, Austriji, Poljskoj, Francuskoj, Švedskoj, Češkoj i Sloveniji, a aktivnosti su se provodile putem display oglašavanja, što je uključivalo promidžbu putem YouTube kanala i društvenih mreža Facebook i Instagram [20]. Slike u nastavku pokazuju kako je to izgledalo te slogan, odnosno logo pod kojim Republika Hrvatska promovira svoj turizam.



Slika 5. Promocija hrvatskog turizma putem društvenih mreža [20]



Slika 6. Logo hrvatskog turizma „Croatia full of life“ [21]

6. ODRŽIVI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA

Pojam „održivi razvoj“ jezičari promatraju kao oksimoron, jer sadržava proturječje, održivost simbolizira strukturu, a razvoj proces i dinamiku. Zato se tu postavljaju brojna pitanja; što treba biti održivo i kako održivo, te što se treba razviti i kako to razviti? U prijevodu, radi se o sadržaju, ciljevima i metodama [1]. Danas, u kontekstu održivog razvoja, riječ je o višestrukim funkcijama kao što su resursna, zaštitarska (reguliranje klime, sprječavanje erozije, održavanje biološke raznolikosti itd.) i deponijskoj. Ranije je bilo jednostavnije prepoznati subjekta koji iskorištava neki resurs, ali danas je to mnogo teže jer se razvija čitava mreža u koju su uključeni neposredni i posredni iskorištavatelji, a nerijetko se ne radi o samo jednom resursu ili samo jednoj funkciji [1].

„Najčešće citirana definicija održivog razvoja svakako je ona iz Brundtlandinog izvješća koja održivi razvoj opisuje kao- razvoj koji omogućava zadovoljavanje potreba sadašnjih generacija, a bez ugrožavanja potreba budućih generacija” [4]. Takva definicija pomalo teži filozofskome gledanju, te mnogi zato održivi razvoj prihvaćaju kao moralnu obavezu. Kada se misli o ekonomskim aspektima održivosti, uglavnom se prepoznaju dvije osnovne interpretacije održivog razvoja, a prva se odnosi i počiva na poukama neoklasične ekonomike, druga na uvide iz ekološke ekonomike. Mnogim ekonomistima definicija održivosti predstavlja neopadajuće blagostanje, no to dovodi razna pitanja kao što su što je sve blagostanje i što se sve treba sačuvati za buduće generacije? Održivi razvoj predstavlja dinamičan proces s brojim dimenzijama i interpretacijama, te se na njega može gledati kao na cilj, ali kao i na proces. Uglavnom je globalan i politički koncept u osnovi, a jedan od glavnih izazova jest kako ga operacionalizirati i primjenjivati na lokalnoj razini [4].

Bilo koji turistički sustav, pa tako i nautički, ne može funkcionirati bez posebno razvijene strategije razvoja. Time se određuje pozicija turizma kao posebnog sustava u sklopu nacionalnog gospodarstva. Strategijom razvoja turizma vrednuje se [2]:

- nacionalno i međunarodno okružje, odnosno utjecaj na razvoj turizma koji od tuda dolaze
- putovi na kojima se može omogućiti efikasna uporaba resurs
- instrumenti koji su pogodni za upravljanje turističkim sustavom u svrhu ostvarivanja željenih ciljeva, te
- mogućnost turizma da pridonosi ciljevima nacionalnog razvoja.

„Iz rečenog se može definirati strategiju turističkog razvoja kao program, ili skup koherentnih akcija koje su usmjerene prilagođavanju turističkog sustava uvjetima u okruženju i kriterijima efikasnog korištenja razvojnih resursa, s ciljem da razvoj turizma daje optimalan doprinos ostvarivanju nacionalnih razvojnih ciljeva” [1].

6.1. NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA

Bit cijeloga pristupa održivosti bazira se na jednoj izjavi: *„Mi znamo ovo: zemlja ne pripada čovjeku, nego čovjek pripada zemlji. Sve su stvari povezane poput krvi koja ujedinjuje familiju. Što se događa zemlji, događa se sinovima zemlje“* [2]. Koncept održivog razvoja, prema izvještaju Bruntland komisije, u sebi sadrži neke temeljne zahtjeve, a to su [2]:

- zahtjev za oživljavanjem rasta
- zahtjev za promjenu kvalitete rasta
- zahtjev za osiguranje osnovnih potreba za radna mjesta, hranu, energiju, vodu i zdravstvene usluge
- zahtjev za osiguravanje održive razine (broja) stanovništva
- zahtjev za zaštitu i unaprjeđenje resursa
- zahtjev za preorijentaciju tehnologije
- zahtjev za povezivanje interesa ekonomije i okoliša kada je riječ o procesu donošenja odluka.

Godine 1990. u Vancouveru je grupa stručnjaka izradila dokument pod nazivom „Strategija djelovanja za postizanje održivog razvoja turizma” i u sklopu tog dokumenta nalazi se sedam osnovnih načela održivog razvoja turizma. To su [2]:

1. Ograničavanje ljudskog utjecaja na zemlji (globalno) i u regiji (lokalno) na razini koja je u skladu s nosivim kapacitetima; broj turista i njihova potrošnja ne smiju prijeći granice lokalnih ekosustava.
2. Zadržati biološko bogatstvo u regiji; to se odnosi na održavanje procesa koji omogućuju zemlji, vodi, zraku i životu da budu produktivni.
3. Minimiziranje iskorištavanja nerazgradljivih materijala; upotreba nerazgradljivih materijala, kao što su plastika i kemikalije, treba svesti na minimum, pronaći prirodne zamjene ako je moguće i provoditi recikliranje.

4. Promovirati dugoročni ekonomski razvoj koji može povećati koristi iz količine resursa kojom se raspolaže i zadržava prirodno bogatstvo; turizam bi trebao raditi na zaštiti i zadržavanju prirodnih bogatstava na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini i na razne načine. Neki od tih načina jesu: promoviranje tehnologija koje racionalno koriste energiju, uvođenje tzv. zelenih poreza, iznosa uključenog u cijene turističkih aranžmana koji bi bio izdvojen za zaštitu prirodnih resursa, uvođenje zakonske kontrole koja bi primorala plaćanje kazne za svaki oblik oštećenja prirodnih resursa i organizacijom ekoturizma, odnosno turističke ponude koja promovira najrazličitije vidove iskorištavanja resursa, a da se time ne zahtijevaju velike intervencije u prostoru.
5. Pravedna raspodjela troškova, odnosno koristi od upotrebe resursa i uvođenje tzv. „environmental managementa“; što je potrebno jer su u turizmu uključeni i privatnici i javni sektor, ali i razne neprofitne organizacije.
6. Osiguravanje participacije društva i interesnih skupina u odlukama koje se odnose na njih; što podrazumijeva ravnopravno sudjelovanje svih aktera.
7. Promoviranje vrijednosti koje bi potakle ostale da prihvaćaju načela održivosti; treba eliminirati svaku aktivnost koja nije u skladu s tim načelima.

Uvjeti koji potiču, odnosno ograničavaju održivi razvoj nautičkog turizma na nekom području se mogu promatrati na nekoliko osnovnih područja. To su [2]:

- Pravni režim korištenja pomorskog javnog dobra, nevažno je li riječ o obali ili moru,
- Pravni uvjeti poslovanja nautičkih luka koje svoje usluge realiziraju upravo koristeći javno pomorsko dobro,
- Korisnici nautičkih usluga jesu plovila i putnici, stoga je potrebno i definirati zakonski okvir u kojem se obavlja promet,
- Posebno područje ključno za razvoj nautičkog turizma jest sigurnost prometa, što zahtijeva formiranje mreža institucija koje vrše te usluge.

Održivo korištenje obalnog bogatstva je moguće ako se kombiniraju ekonomska i ekološka načela, dakle treba poticati ulaganja koja su ekološka (očuvanje okoliša), gospodarska (vraćanje uloženog), tehnološka (ostvarenje predviđene proizvodnje) i

društvena (pogotovo na otocima). Tako se npr. u *Nacionalnom programu razvoja otoka* ističu sljedeća načela koja bi trebala poticati održavanje razvoja tih područja [2]:

- Prilagođavanje institucionalnog okvira u kojem djeluju korisnici otočkog bogatstva, što podrazumijeva da će se stalno raditi na promjenama u propisima koji uređuju zabrane, dozvole, prostornoplanske dokumente i sl.
- Državne investicije u infrastrukturne sustave, što bi trebalo poboljšati uvjete otočnog života, rada i ulaganja u održivi razvoj.
- Unaprjeđenje zdravstvenih, školskih i sustava kulturnih djelatnosti, gdje se treba voditi računa o lošoj povezanosti s regionalnim središtima.
- Izrada otočne razvojne dokumentacije i njeno promicanje, odnosno podjela zainteresiranim poduzetnicima.

Priroda se često vrednuje u dvojakom smislu: etičko-normativnom i ekonomskom, što zna izazvati izvjesnu napetost pa čak i konfrontaciju. Ekonomsko vrednovanje se temelji na neposrednu korisnost gdje se priroda gleda kao resurs, a etičko normativna se temelji na sposobnosti čovjeka da reflektira prirodu i shodno tome prosuđuje o njoj. Smisao spoznaje prirode trebao bi biti u njezinom održanju, jer je dio nje i sam čovjek [1].

6.2. ORIJENTACIJA REPUBLIKE HRVATSKE NA NAČELO ODRŽIVOG RAZVOJA

Još 1993. godine Republika Hrvatska krenula je u postavljanju strateških dugoročnih ciljeva preko neposrednih kratkoročnih kao što su poboljšanje i razvoj infrastrukture, održavanje resursa, klasifikacija turističkih proizvoda, školovanje i razvoj ljudskih resursa te optimalna politička podrška k tome sektoru [6].

Razvoj nautičkog turizma na prostoru Republike Hrvatske može se podijeliti na tri faze [2]:

- Prva faza je razdoblje do 1984. godine kada su započete razvojne inicijative, ali na malome broju lokacija, te kada nije još ispravno oblikovan sustav nautičke turističke ponude.
- Druga faza je nakon 1984. godine, odnosno započinje izgradnjom ACI marina i ostalih nautičkih luka, to razdoblje označava početak planskog razvoja.

- Treća faza počinje nakon 1993. godine kada je došlo do privatizacije marina, što je privuklo interese novih vlasnike. Kada je riječ o razvoju, karakteristike sustava bi trebale biti efikasno prožanje nautičkih usluga duž cijele obale. Potrebno je formirati dužobalni sustav, jer je smisao nautičkog turizma kretanje.

U Republici Hrvatskoj neki kulturno povijesni gradovi, kao npr. Dubrovnik, Korčula, Hvar i sl. odabiru scenarije intenzivnog razvoja, što ne bi trebalo biti prihvatljivo jer se time događa nekontrolirani razvoj u svim njegovim aspektima što omogućava poduzetnicima koji su zainteresirani samo za profitne interese da djeluju loše i ostavljaju dugoročne posljedice. Većina Jadranskih otoka bi trebala izabrati alternativni turizam, jer su to zatvorene i osjetljive zone u svim aspektima, ekološkom, demografskom, a i socio-kulturnom [2].

Godine 2022. u lukama nautičkog turizma Republike Hrvatske bilo je 234 496 plovila, što donosi porast broja plovila u tranzitu za 11,6 % u odnosu na 2021. Najviše plovila je bilo pod zastavom Hrvatske (50,2 %), zatim slijede Njemačka (12,9 %), Italija (12,2 %), Austrija (6,2 %) i Slovenija (5,2 %). Pod zastavama svih navedenih zemalja, uočava se porast brodova u tranzitu u određenom postotku. Najviše je bilo jahti na jedra (59,5 %), motornih jahti (32,5 %), a ostala plovila čine 8 %. Najviše plovila u tranzitu za koje je korišten vez u moru bilo je u Splitsko-dalmatinskoj županiji (28,1 %). Na stalnome vezu u lukama nautičkog turizma je u 2022. bilo 16 176 plovila, što čini porast od 9,3 % u odnosu na 2021. Od toga 78,1 % plovila je koristilo vez u moru, mjesto na kopnu 21,9 % plovila. Na stalnom vezu bilo je najviše motornih jahti (48,9 %), zatim jahti na jedra (45,7 %), a ostalih plovila 5,4 %. Na stalnom vezu bilo je najviše brodova pod zastavom Hrvatske (44,2%), zatim plovila pod zastavom Njemačke (17,0%), Austrije (15,4%), Slovenije (5,6 %), te Italije (3,1 %). Najviše je bilo plovila duljine 12 do 15 metara (32,4 %), zatim plovila duljine 10 do 12 metara (28,0 %). U 2022. je, između ostalog, najveći broj plovila na stalnom vezu u moru bio u Šibensko-kninskoj županiji (23,1 %), odnosno 2 918 plovila [22].

Ove godine održana je velika konferencija Ministarstva turizma i sporta pod nazivom „Održivi nautički turizam” u zagrebačkom hotelu Westin. Okupila je vodeće predstavnike institucija, ponajviše iz gospodarskog, energetskeg i turističkog sektora. Ta konferencija dio je programa hrvatskog predsjedanja Strategijom Europske unije za jadransku i jonsku regiju, a Hrvatska već odavno ističe temu održivog turizma gdje se glavni fokus stavlja na važnost zaštite i očuvanja mora kao ključnog resursa. Jedan od glavnih zaključaka je imperativ

korištenja mjerljivih indikatora, kako bi veća izloženost Hrvatske globalnoj turističkoj ponudi omogućila zaštitu prirodnih i kulturnih resursa. Ministrica Brnjac priopćila je da će se osigurati dekarbonizacija turističke infrastrukture i zelena tranzicija turističke flote, ponajviše radi smanjivanja emisija stakleničkih plinova. Sveukupni zaključak konferencije jest da je održivi način najbolji u razvoju turizma budućnosti, te korištenje obnovljivih izvora energije kao glavni pomagač u tome cilju [23].

Pri biranju strategije održivog razvoja, značajno je opredijeliti se za slabu ili jaku održivost i definirati kakvi kriteriji se zastupaju u određenim područjima. Konkretno, u Republici Hrvatskoj je zastupljena uglavnom slaba održivost, koja označava veću mogućnost upotrebe prostora. Hrvatska treba prihvatiti ekološko moderniziranje da bi se moglo provoditi strukturno ekologiziranje, sukladno tome se oblikuju dugoročni ciljevi zaštite i instrumenti provedbe [1].

6.3. UTJECAJ NAUTIČKOG TURIZMA NA GOSPODARSTVO ZEMLJE

Povijesno gledano, vrlo rano se uočilo da aktivnosti vezane uz turističku potrošnju stvaraju ekonomske efekte i jak utjecaj na gospodarski razvitak. K. Krapf je o tim stvarima napisao studiju iz koje se navodi nekoliko primjera [6]:

- Turizam omogućuje da se valoriziraju slobodna prirodna dobra i tako dobiju na ekonomskoj vrijednosti.
- Turizam u nedovoljno razvijenim područjima budi gospodarsko gibanje i na tržište stvara lokalne proizvode, koji inače to ne bi uspjeli.
- Turizam je izvoz i uvoz stranih valuta.
- Povećani promet kojemu pridonosi turizam, omogućava državi povećane prihode od poreza i taksa.

Nautički turizam je najunosniji oblik selektivnog turizma u gospodarstvu neke zemlje, jer privlači goste najveće platežne moći. Njegov razvoj traži adekvatne kadrove i obrazovanje. Poslovni i financijski rezultati su iz godine u godinu sve veći i od iznimnog interesa za nacionalno gospodarstvo i stoga se posebno definiraju u službenim statistikama. Konkretno, na primjeru Republike Hrvatske, luke nautičkog turizma u 2022. ukupno su ostvarile 1,1 milijardu kuna prihoda bez PDV-a, a to čini porast od 14,1 % u odnosu na 2021. Sve županije su ostvarile porast ukupnih prihoda, i to sljedećim redom: Splitsko-dalmatinska

za 23,0 %, Dubrovačko-neretvanska za 19,9 %, Istarska za 18,8 %, Zadarska za 10,7 %, Šibensko-kninska za 10,3 % i Primorsko-goranska za 7,3 %. Također, kada se radi o 2022. godini, luke nautičkog turizma u Šibensko-kninskoj županiji su ostvarile najveći prihod od 276 milijuna kuna, što čini 25,5 % ukupnog prihoda nautičkih luka Hrvatske. Najviše je prihoda ostvareno od iznajmljivanja vezova (169 milijuna kuna) [24].

Konačno, u turizmu se ipak stvari ne mogu promatrati kroz prizmu crno-bijelo, jer nikada nije postojao linearni odnos između rasta turizma i ekonomskih koristi za lokalnu zajednicu. Stoga se, pri velikom porastu i razvoju nautičkog turizma, uz velike gospodarske benefite, ne smije nikada zanemariti opasnost od pojave sve većih negativnih posljedica, a to podrazumijeva preveliko iskorištenje resursa i zagađivanje [6].

ZAKLJUČAK

Nautički turizam u velikome je i rapidnom usponu, a definira se kao skup različitih aktivnosti i odnosa u boravku nautičara u lukama nautičkog turizma te korištenjem plovila vezano uz svrhu nautičke turističke djelatnosti. Prirodni resursi neke države, u slučaju nautičkog turizma - voda (more, rijeka, jezera) predstavljaju ključan resurs i podlogu u njegovom razvitku. Nadalje, ključni elementi od kojih je satkan nautički turizam jesu plovila i luke nautičkog turizma, u što ubrajamo privezišta sidrišta te suhe i obične marine. Kroz primjere nautičkog turizma Republike Hrvatske, istražen je razvoj nautičkih luka i općenito potencijali ponude hrvatskog turizma koja se stavlja na svjetsko tržište. Da bi nautički turizam opstao kao sektor, potrebno je ispunjavati razne zahtjeve svojih korisnika, što predstavlja pružanje kvalitetne i raznovrsne usluge, odnosno ponude. Ključno je pratiti svjetske trendove koji su jako promjenjivi i specifični. Europa i Sredozemlje predstavljaju najunosnije svjetsko nautičko tržište, stoga je istražena i njegova ponuda i glavne lokacije provođenja.

Politika održivog razvoja predstavlja najbolji način vođenja turizma i na nju se može gledati kako na cilj, tako i na dugoročan proces. To je razvoj koji bi trebao omogućiti zadovoljavanje potreba sadašnjih generacija, bez ugrožavanja potreba budućnosti. Prepunjeni kapaciteti i privatnici koji gledaju isključivo vlastiti profit predstavljaju neke od prepreka na tome cilju, te je jedan od najvećih problema globalnog turizma zagađenje okoliša, u ovom slučaju pomorskog dobra. Ciljevi održivog razvoja jesu zadržati biološko bogatstvo u regiji, minimiziranje iskorištavanja nerazgradivih materijala, te raditi na promoviranju dugoročnog ekonomskog razvoja. Toj politici teži i Republika Hrvatska, stoga je prikazana njena orijentacija i održavanje iste.

Nautički turizam bi se trebao dugo zadržati u svjetskoj turističkoj ponudi kao i njegov uspon i doprinos. Ključno jest provoditi razvijene strategije, raspolagati dobrim upravljačkim menadžmentom, a cijeli proces voditi u svrhu održavanja njegovog razvoja i očuvanja okoliša.

LITERATURA

- [1] Cifrić, I.: *Okoliš i održivi razvoj*, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2002.
- [2] Dulčić, A. : *Upravljanje razvojem turizma*, Biblioteka Gospodarska misao, Zagreb, 2001.
- [3] Dulčić, A. : *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Ekokon, Split, 2002.
- [4] Kordei-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M. : *Participativno upravljanje za održivi razvoj*, Ekonomski institut, Zagreb, 2009.
- [5] Luković, T. : *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Ekonomski pregled, 2007.
- [6] Pirjevec, B.: *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing, Zagreb, 1998.
- [7] Vukonić, B.: *TURIZAM budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola za turistički i hotelski menadžment Utilus Plejada, Zagreb, 2010.
- [8] Weber, S., Boranić, S.: *Marketing u turizmu*, Varaždin, Vadea, 2000.
- [9] Žabica, T. : *Nautički turizam*, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 2000.
- [10] <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/yacht-charter-market> (26.7.2023.)
- [11] <https://aci-marinas.com/hr/aci-history/> (30.7.2023.)
- [12] <https://www.lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (31.7.2023.)
- [13] <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/05/25/2450373/0/en/Maritime-tourism-Market-2022-to-Showing-Impressive-Growth-by-CAGR-of-6-7-No-of-pages-95-Industry-Trends-Share-Size-Top-Key-Players-Analysis-and-Forecast-Research-by-proficient-mark.html> (3.8.2023.)
- [14] <https://enveurope.springeropen.com/articles/10.1186/s12302-022-00614-2> (4.8.2023.)
- [15] <https://www.europeanboatingindustry.eu/about-the-industry/studies-and-reports> (4.8.2023.)

- [16] <https://www.wish.hr/zelim-putovati-2/nauticki-turizam/nauticki-turizam-u-europi/> (6.8.2023.)
- [17] <https://hrcak.srce.hr/138210> (8.8.2023.)
- [18] <https://hrcak.srce.hr> (14.8.2023.)
- [19] <https://gorgonija.com/2020/09/22/promocija-nautickog-turizma/> (14.8.2023.)
- [20] <https://mint.gov.hr/vijesti/promocija-nautickog-turizma-na-devet-europskih-trzista/20679> (16.8.2023.)
- [21] <https://hrvatska-danas.com/2017/06/28/hrvatska-dobiva-novi-turisticki-slogan-pitanje-je-koliko-ce-on-kostati/> (16.8.2023.)
- [22] <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29510> (16.8.2023.)
- [23] <https://dalmatinskiportal.hr/turizam/odrzivi-nauticki-turizam--hrvatska-raspolaze-impresivnim-brojem-turistickih-kompanija/172802> (21.8.2023.)
- [24] <https://podaci.dzs.hr> (28.8.2023.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Pregled osnovne strukture nautičkog turizma [3].....	9
Slika 2. Vođenje poslovnog procesa [3].....	12
Slika 3. Tržište jahtinga u Europi [10]	13
Slika 4. Tipovi jahta na sjevernoameričkom tržištu [10]	14
Slika 5. Promocija hrvatskog turizma putem društvenih mreža [20]	23
Slika 6. Logo hrvatskog turizma „Croatia full of life“ [21]	23

TABLICE

Tablica 1. Tipovi obale	7
Tablica 2. Duljina i razvedenost državnih obala u okviru Jadranskog mora	15