

# Razvoj novih usluga i sadržaja u marinama

---

**Terze, Davorka**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*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:164:731496>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-03**

*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**

**DAVORKA TERZE**

**RAZVOJ NOVIH USLUGA I SADRŽAJA U  
MARINAMA**

**ZAVRŠNI RAD**

**SPLIT, 2019.**

**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

**STUDIJ: POMORSKE TEHNOLOGIJE JAHTA I MARINA**

**RAZVOJ NOVIH USLUGA I SADRŽAJA U  
MARINAMA**

**ZAVRŠNI RAD**

**MENTOR:**  
**doc.dr.sc. Eli Marušić**

**STUDENT:**  
**Davorka Terze**  
**(MB:0171059137)**

**SPLIT, 2019.**

## SAŽETAK

U ovom radu se obrađuje tematika razvoja novih usluga i sadržaja u marinama, osobito gastro ponuda. Nautički turizam danas igra jednu od najvažnijih uloga u turizmu ali i u ukupnom gospodarstvu Republike Hrvatske. Najvažnije obilježje nautičkog turizma nakon plovila su svakako marine čije su usluge i razvoj istih analizirane u ovom radu. Statističkim podacima nastoji se steći uvid u vrstu ponude i potražnje usluga marina te njihovom kvalitetom i kvantitetom.

**Ključne riječi:** *marina, nautički turizam, gastro ponuda, kvaliteta, restoran*

## ABSTRACT

This paper deals with the topic of development of new services and facilities in marinas, especially gastronomic offerings. Nautical tourism today plays one of the largest roles in tourism in the Republic of Croatia. The most important feature of nautical tourism after the vessels are certainly the marinas whose services and development were analyzed in this paper. Statistics seek to gain insight into the type and supply of marina services and their quality and quantity.

**Keywords:** *marina, nautical tourism, gastronomic offer, quality, restaurant*

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2. POJAM I SADRŽAJ U MARINAMA</b> .....	<b>2</b>
2.1. NAUTIČKI TURIZAM I NJEGOVE USLUGE .....	2
2.2. PRAVILNIK O RAZVRSTAVANJU I KATEGORIZACIJI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA.....	4
2.3. USLUGE I SADRŽAJI U MARINI.....	8
<b>3. MARINE U REPUBLICI HRVATSKOJ</b> .....	<b>10</b>
3.1. DESKRIPTIVNA STATISTIKA .....	10
3.2. MARINE U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	13
3.3. O STRATEŠKIM PLANOVIMA NAUTIČKOG TURIZMA RH .....	15
<b>4. GASTRO PONUDA</b> .....	<b>17</b>
4.1. STATISTIČKI PODACI.....	17
4.2. KATEGORIZACIJA RESTORANA U MARINAMA .....	22
4.3. GASTRO PONUDA RESTORANA U ACI MARINAMA.....	23
4.3.1. Specifičnosti gastro ponude u ACI marini Cres .....	24
4.4. RESTORANI U MARINI FRAPA.....	27
<b>5. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>29</b>
<b>LITERATURA</b> .....	<b>30</b>
<b>POPIS SLIKA</b> .....	<b>32</b>
<b>POPIS TABLICA</b> .....	<b>33</b>
<b>POPIS GRAFIKONA</b> .....	<b>34</b>

## 1. UVOD

U ovom radu se opisuju aspekti industrije marina i njihove gastro ponude. Kao jedna od najuspješnijih i najvažnijih grana turizma, nautički turizam raste nevjerojatnom brzinom iz godine u godinu. Primarne usluge prihvata plovila, njihovih posada i tereta nisu više dovoljne za korisnike nautičkog turizma. Iako su nautičari vrsta gostiju koji teže prirodi, u marinama traže maksimalnu udobnost i ugodu: raznovrsne trgovine, kafiće, parkinge ali prije svega restorane.

Rad je podijeljen na pet tematskih cjelina. Uvodni dio prikazuje temu rada, ciljeve koji se žele postići njime te metodologiju. Potom slijedi teorijsko poglavlje koje objašnjava definicije i općenite pojmove vezane za nautički turizam i marine te se detaljno nabrajaju i opisuju usluge i sadržaji u marini. Treće poglavlje prikazuje deskriptivnu statistiku najznačajnijih podataka. Uz kratki opis marina Republike Hrvatske, rad se dotiče i strateških planova na razini države vezane za nautički turizam i marine. Četvrto poglavlje prikazuje gastro ponudu marina, njenu definiciju, obradu povratnih informacija gostiju, grafičke prikaze te objašnjenja istih. Za primjer su uzete određene skupine marina poput najvećih, ACI marine, i sl. Na kraju rada nalazi se zaključak te popis literature.

Cilj ovoga rada je istražiti i opisati ulogu te mogućnosti unapređivanja ponuda marina dok je fokus na gastro ponudi. Jedan od najzanimljivijih i svakako najrelevantnijih aspekata svake marine je njena gastronomska ponuda. Kakva god jela sadržavala, najbitniji su kvaliteta i standard. Njegovanje tradicije je podjednako važno kao i uvođenje stranih kuhinja te njihov spoj. Raznolikost ponude doprinosi većem zadovoljstvu gostiju i njihovom povratku.

## 2. POJAM I SADRŽAJ U MARINAMA

U ovom poglavlju se navode definicije te se pobliže opisuju pojmovi nautičkog turizma i njegovih usluga. Također, navodi se i pravilnik o kategorizaciji te se pojašnjavanju neki pojmovi iz njega. Na kraju se iznosi definicija marine te se detaljnije ulazi u opis njenih usluga.

### 2.1. NAUČKI TURIZAM I NJEGOVE USLUGE

Nautički turizam je grana turizma koja se kroz posljednje desetljeće najviše razvija. Postojeći stupanj njegovog razvoja u Hrvatskoj nije dostatan, prije svega kvalitetom, naspram potražnje. Uzevši u obzir činjenicu da je je turizam žila kucavica hrvatskog gospodarstva, od krucijalne je važnosti posvetiti nautičkom turizmu više pažnje i unaprjeđivati ga.

U Zakonu o turističkoj djelatnosti (NN, br. 8/96), članku 52., definicija nautičkog turizma glasi: „*Nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima (jahta, brodica i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.*“ [20]

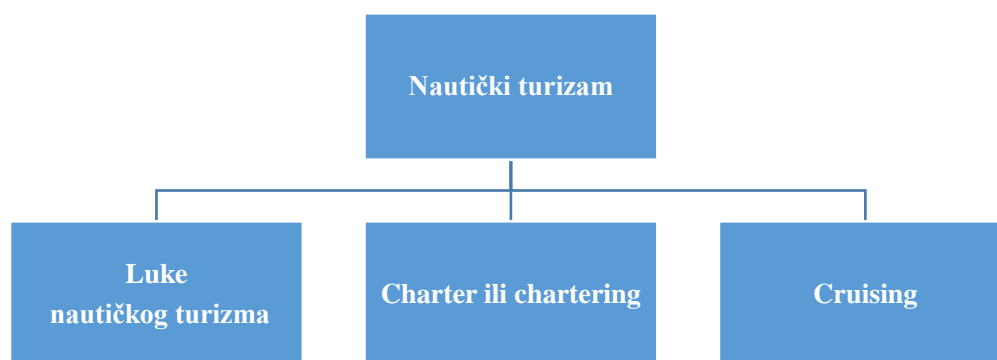
Ova definicija regulira i definira nautički turizam kao gospodarsku djelatnost. Idući članak 53. istog Zakona definira i sortira usluge nautičkog turizma u svrhu pojašnjenja njegovih djelatnosti:

- Iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu (u daljem tekstu: vez) za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima.
- Iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, cruising i sl.).
- Usluge skipera.
- Prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i na suhome vezu.
- Usluge opskrbe nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.).
- Uređenje i pripremanje plovnih objekata.
- Davanje različitih informacija nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.).

- Škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodica.
- Druge usluge za potrebe nautičkog turizma.

Šamanović [4] navedenu definiciju malo proširuje i definira detalje: „*Pod nautičkim turizmom podrazumijeva se ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode.*“

Postoji mnogo kriterija po kojima se nautički turizam može podijeliti a za potrebe ovog rada izabrane su samo dvije: osnovni pojavni oblici i prema veličini plovila. [3]



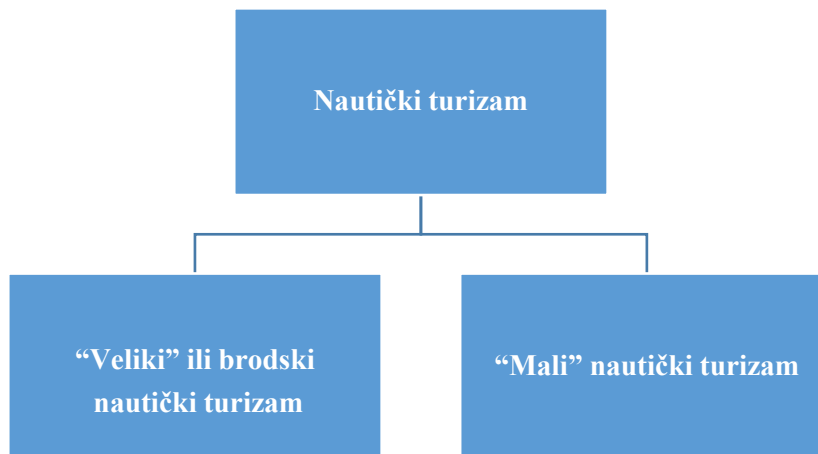
**Slika 1. Podjela nautičkog turizma prema osnovnim pojavnim oblicima [3]**

Luke nautičkog turizma podrazumijevaju poslove vezane uz smještaj plovila i nautičara te pružanje niza usluga istima. Način poslovanja u ovoj grupi je poslovanje marine koje je ujedno i najsloženiji oblik luka nautičkog turizma.

Charter ili chartering podrazumijeva iznajmljivanje plovila nautičarima. Formiranje flote je kompleksan posao koji se sastoji od kupnje brodova koji na taj način postaju vlasništvo tvrtke; najma brodova od fizičkih ili pravnih osoba; zajedničkog poslovanja s drugim charter tvrtkama.

Cruising je organizirano kružno putovanje plovilom cruising tvrtke ili plovilom pripremljenim i nabavljenim u tu svrhu. Ovaj način poslovanja je posebno razvijen u zapadnim zemljama Europe i svijeta.





**Slika 2. Podjela nautičkog turizma prema veličini plovila [4]**

„Veliki“ ili brodski nautički turizam se najčešće javlja kao kružna putovanja i izleti te kao pružanje ugostiteljskih usluga dok je brod vezan uz obalu: smještaj, prehrana i piće. Vrste plovila na kojima se odvija su putnički brodovi, trajekti, boteli i sl.

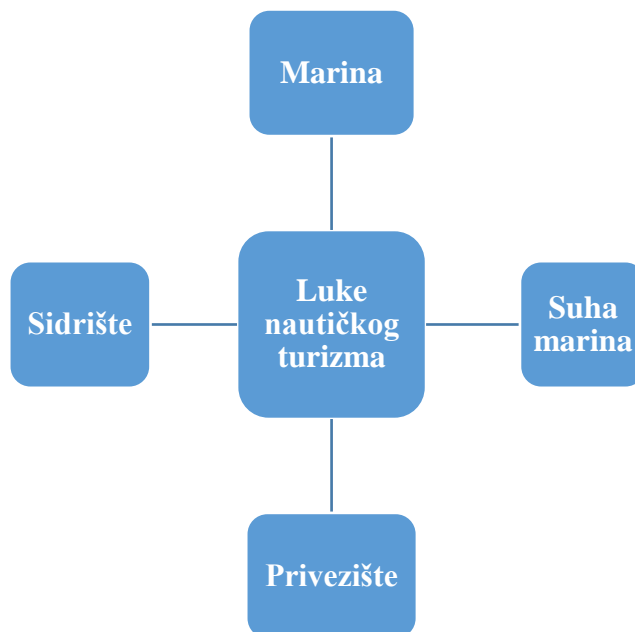
„Mali“ nautički turizam je oblik turizma koji prevladava u današnje vrijeme, ponajviše zbog razvijanja svijesti o „čistijem i zelenijem“ životu te okretanju prirodi. Odlike su mu navigacija kao zabava i sportsko natjecanje. Vrste plovila na kojima se odvija su manjih dimenzija poput jedrilica, jahti, glisera, čamaca i sl.

Nautički turizam omogućava prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i pretrpanih plaža. Suvremeni turist teži aktivnom provođenju slobodnog vremena i to pronalazi u ovom vidu turizma. Kako ova vrsta turizma evoluirala tako je potrebno unaprijediti ponudu u svakom smislu, ponajprije u marinama.

## **2.2. PRAVILNIK O RAZVRSTAVANJU I KATEGORIZACIJI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA**

*„Luka nautičkog turizma je poslovno funkcionalna cjelina u kojoj pravna ili fizička osoba posluje i pruža turističke usluge u nautičkom turizmu te druge usluge u funkciji turističke potrošnje (trgovačke, ugostiteljske i dr.).“ [18]*

Razvrstavaju se prema vrsti usluga koje pružaju. Prema starijoj verziji Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji nautičkih luka postoje četiri vrste:



**Slika 3. Razvrstavanje luka nautičkog turizma prema starom Pravilniku [18]**

*Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za pružanje usluga veza, smještaja turista u plovnim objektima te ostalih usluga [18]. Imaju svoju daljnju kategorizaciju. Prema starom Pravilniku kategorizirale su se po brojevima od 1 do 3 dok se po novome kategoriziraju po broju sidara, od dva do maksimalno pet.*

*Suha marina je dio kopna ograđen i uređen za pružanje usluga skladištenja plovnih objekata na suhom te pružanje usluga transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnog objekta [18]. Suha marina dopušta boravak u svojim prostorijama i plovnim objektima.*



**Slika 4. Suha marina Matušić d.o.o., Ičići [12]**

Privezište može biti dio vodenog ili morskog akvatorija, ali i obale tamo gdje postoji sustav privezivanja brodova koji stižu na već privezane brodove. Nema vremenskog ograničenja, ali se plaća naknada za održavanje veza i plovila na njemu. Obzirom da ima doticaja s obalom, podrazumijeva se da ima kakvu-takvu infrastrukturu.



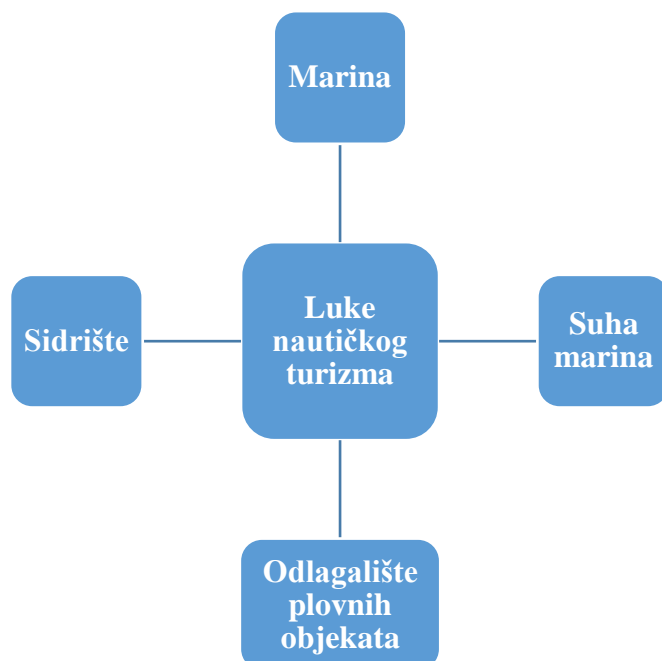
**Slika 5. Privezište Jakišnica/Novalja [13]**

*Sidrište je dio morskog ili vodenog prostora pogodnog za sidrenje plovnih objekata opremljeno napravama za sigurno sidrenje [18]. Boravak može trajati od nekoliko sati do nekoliko dana. Nema neke posebne infrastrukture.*



**Slika 6. Sidrište Bobovišća, otok Brač [10]**

Prema novom Pravilniku (NN, 72/08) [18], ukinuta je vrsta privezišta te je navedena nova vrsta.



**Slika 7. Razvrstavanje luka nautičkog turizma prema novom Pravilniku [18]**

*Odlagalište plovnih objekata je dio kopna ograđen i uređen za pružanje usluga odlaganja plovnih objekata na suhom te pružanje usluga transporta, spuštanja u vodu i*

*dizanja iz vode plovnog objekta* [18]. U njemu turisti ne mogu boraviti te se ne može obavljati priprema plovnog objekta za plovidbu.



**Slika 8. Odlagalište plovnih objekata, Krk [15]**

### **2.3. USLUGE I SADRŽAJI U MARINI**

Kako je već ranije navedeno, marina ima svoju vlastitu kategorizaciju. Bez obzira na visinu kategorije tj. broj sidara, svaka marina podliježe zakonski propisanim uvjetima koje mora ispunjavati [18]:

- Iznajmljivanje veza u lukama nautičkog turizma za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima
- Iznajmljivanje plovnih objekata s posadom ili bez posade, s pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja, radi odmora, rekreacije i krstarenja turista nautičara (charter, cruising i sl.)
- Usluge upravljanja plovnim objektom turista nautičara
- Prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu
- Usluge opskrbe turista nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.)
- Uređenje i pripremanje plovnih objekata
- Davanje različitih informacija turistima nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.)
- Druge usluge za potrebe nautičkog turizma

Uz zakonski propisane uvjete, marine imaju dodatne uvjete koje moraju ispuniti kako bi dobile odgovarajuću kategorizaciju kroz broj sidara. Oni uključuju standard

usluga, kvalitetu opreme i uređaja, raznolikost dodatnih usluga i sadržaja u samoj marini i u njenoj neposrednoj blizini te kvalitetu cjelovitog održavanja marine.

Detaljni popis uvjeta je prevelik za ovaj rad tako da su nabrojani samo neki od najosnovnijih koje moraju ispunjavati sve kategorije.[18]:

- zaseban prostor recepcije s recepcijskim pultom, sa znakom zabrane pušenja i kutiju prve pomoći
- osiguranu osobu koja obavlja usluge recepcije i portirске službe
- mornarsko- čuvarsku stražu koja radi 24 sata na dan
- meteorološka izvješća, informacije, mogućnost poziva hitne pomoći
- telefonsku centralu s najmanje dvije linije
- parkirališna mjesta za najmanje 10% vezova u moru
- čisto i neoštećeno stanje recepcije i sanitarnog čvora
- vezove sa svom osnovnom opremom
- odvojene sanitarne čvorove za žene i muškarce sa svom potrebnom opremom
- minimalan broj potrebnih bodova za ispunjavanje svih ekoloških elemenata
- sanitarni čvor i garderobu za zaposleno osoblje sa svom potrebnom opremom
- potrebnu kvalitetu uređenja, opreme i održavanja marine.

Uz ove osnovne uvjete, svaka marina koja želi veći broj sidara mora ispuniti čitav niz striktnih uvjeta i pravila kao npr. veći broj vezova, ali i njihovu bolju opremljenost, raznovrsniji i kvalitetniji dodatni sadržaji, što bolja prometna povezanost i infrastruktura općenito, prikladni parkinzi i sl.

### 3. MARINE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Nautički turizam u Hrvatskoj raste iz godine u godinu. Ljudi uživaju u prekrasnom moru i prirodi ali oni nisu dovoljni za dugoročan i održiv razvoj nautičkog turizma. Ljudima više nisu dovoljni samo more i sunce da ih privuku negdje, pa tako ni na Jadran.

Marine više ne mogu nuditi samo svoje primarne usluge ako žele ostati konkurentne. Iz tih razloga svake sezone pokušava se osmisliti nešto novo, kvalitetnije i što je najbitnije od svega, nešto što će nautičare privući da dođu baš u njihovu marinu.

Kako broj i vrsta ponuđenih usluga utječu na kategorizaciju, većina marina se zaista trude uvesti novosti u svoju ponudu. Isto tako, marinama konkuriraju svi ponuđači vezova kao što su županijske luke i lučice tako da je to konstantna borba za svakog gosta.

#### 3.1. DESKRIPTIVNA STATISTIKA

Točan broj marina u Hrvatskoj nije lako navesti jer varira od izvora do izvora. Po jednim broju iznosi 51 dok po drugima iznosi 72. Zbog toga su prikazani podaci s nekoliko stranica koji pokazuju neusklađenost vođenja točnih podataka.

**Tablica 1. Broj marina prema različitim stranicama**

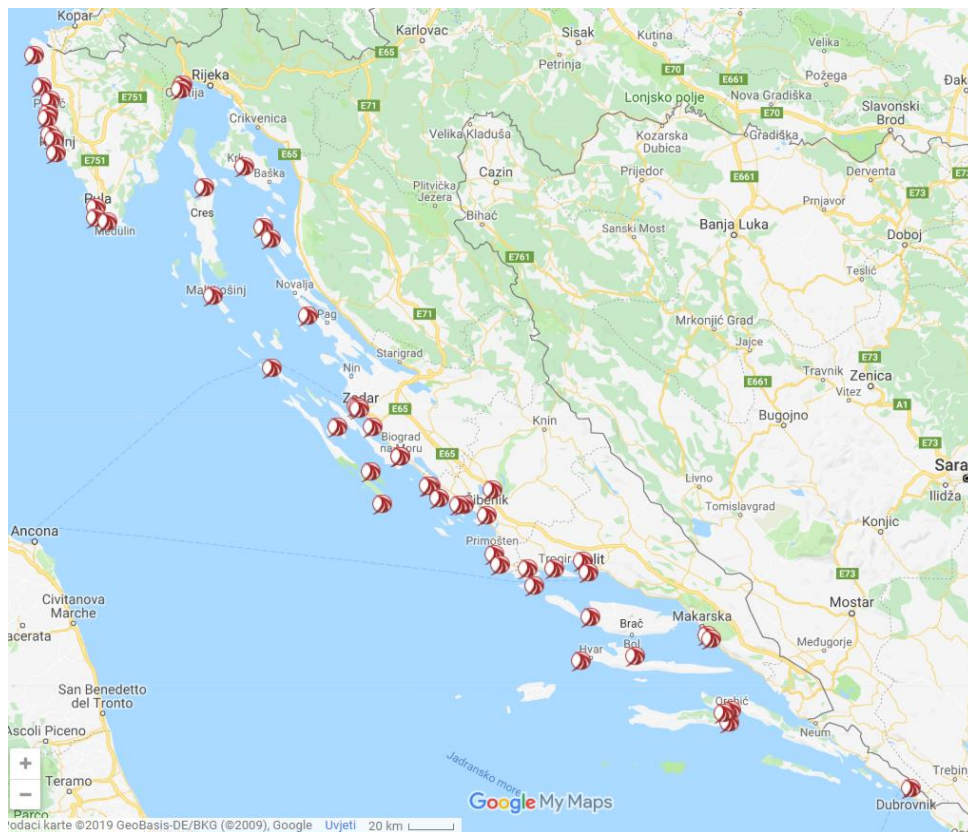
<b>Udruženje marina HGK</b>	<b>Novak Yacht Charter</b>	<b>Croatia Yachting Charter</b>	<b>Državni zavod za statistiku</b>
51	61	52	72

Po navedenim podacima, svakako postoji više od 50 marina. To znači da se u prosjeku, uzevši u obzir dužinu jadranske obale (ne uključujući obalu otoka) koja iznosi 1777 km, svako 35,54 km nalazi po jedna marina. U stvarnosti, raspodjela marina se bitno razlikuje što je vidljivo iz niže navede tablice i karte. Najveća koncentracija marina nalazi se na zapadnoj obali Istre te u sjevernoj i srednjoj Dalmaciji.



**Tablica 2. Broj marina po regijama, od sjevera prema jugu, prema Novak Yacht Charteru [6]**

<b>REGIJA</b>	<b>BROJ MARINA</b>
Istra	13
Kvarner/Sjeverno primorje	10
Sjeverna Dalmacija	21
Srednja Dalmacija	14
Južna Dalmacija	3



**Slika 9. Prikaz marina na hrvatskoj strani jadranske obale [7]**

Prema podacima iz istraživanja koje je proveo Institut za Turizam [1] pod nazivom Tomas Nautika nalazi se izvješće o kapacitetima luka nautičkog turizma u RH za 2018. godinu [1]:

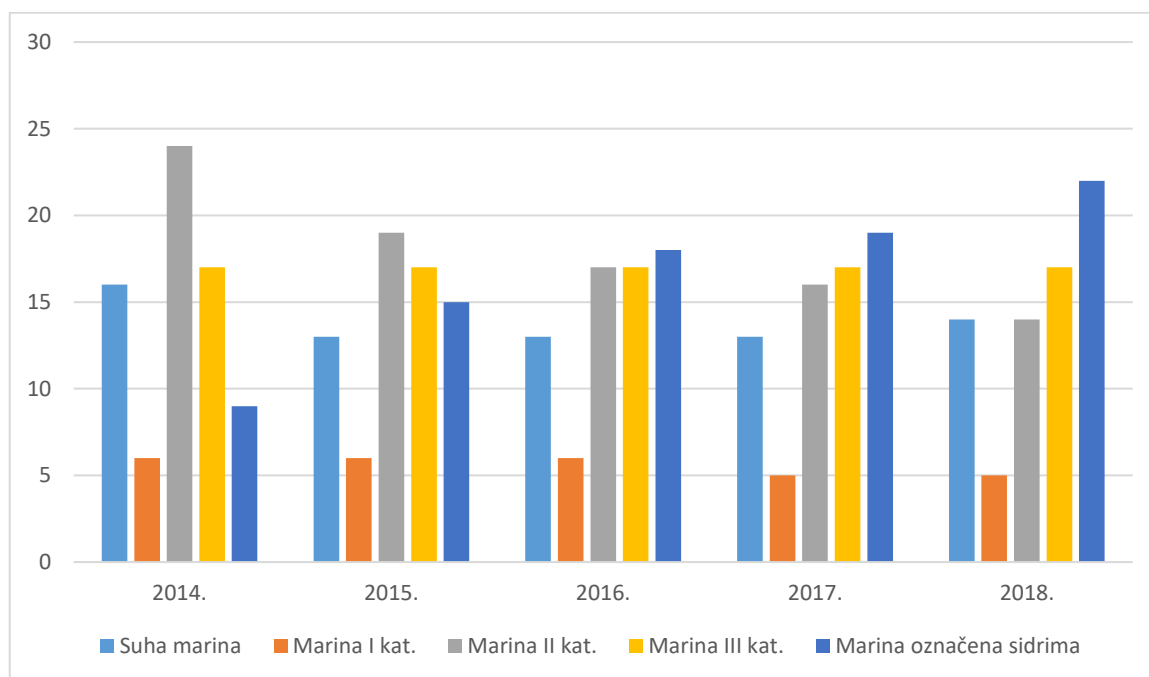


**Tablica 3. Podjela i broj luka nautičkog turizma u RH 2018. [1]**

Ukupan broj	Sidrište	Privezište	Marine					Nerazvrstane luke
			Suha	marina I kat.	marina II kat.	marina III kat.	marina označena sa sidrima	
142	62	6	14	5	14	17	22	2

Kako je vidljivo iz prikazane tablice, marine su najzastupljenija vrsta luka – 72.

Obzirom na konstantan rast turizma u RH, time i nautičkog, neminovan je i rast broja marina. Niže je naveden grafikon koji opisuje rast broja marina u posljednjih 5 godina prema podacima Državnog zavoda za statistiku.



**Grafikon 1. Vrste i broj marina u posljednjih 5 godina na Jadranu [1]**

Promatrajući podatke o vrsti i broju marina (Grafikon 1.) vidljivo je da su konstantan rast imale marine kategorizirane i označene sidrima. To znači da su usluge koje su implementirale u svoju ponudu polučile uspjehom. Razina i ponuda usluga se podigla te su time same marine poboljšale svoju kvalitetu.

### 3.2. MARINE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Marine igraju najveću ulogu u nautičkom turizmu. Od malih i velikih do privatnih i državnih – svakoj je cilj zadržati postojeće i stvoriti nove korisnike. Svaka se trudi to ostvariti na svoj način.

U Hrvatskoj je većina marina privatno vlasništvo, bilo domaće ili inozemno. U vječnoj utrci za klijentima, ulaže se u nove vezove, raznovrsniju dodatnu ponudu i sadržaje te poboljšanje postojećih.

Jedan od boljih primjera ulaganja u marinu i podizanja kvalitete usluge je svakako marina Frapa Resort u Rogoznici [11]. Ima 10 gatova sa 462 opremljena veza i prostor za još stotinjak suhih vezova. Sadrži 2 restorana, sushi bar, pizzeriu, slastičarnu i nekoliko barova od kojih je najveća atrakcija podvodni bar. Tri puta je osvojila nagradu „Zlatno jedro“ za najbolju jadransku marinu, zatim „Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“ te „Kristalni cvijet“ u kategoriji najbolje marine na Jadranu. 2018. je dobila titulu najbolje velike marine u Hrvatskoj a time je proglašena i najboljom marinom u Hrvatskoj. Partner je međunarodnom ekološkom programu Plava zastava a od 2018. postala je partnerom Green Sail-a koji promiču održivi razvoj turizma.



Slika 10. Marina Frapa [11]



**Slika 11. Podvodni *Dragon's bar* u marini Frapa [11]**

Potrebno je spomenuti i ACI (Adriatic Croatia International Club d.d.) u državnom vlasništvu. To je najveći sustav marina na Mediteranu [5] i vodeća hrvatska nautička tvrtka. U svom sklopu ima 22 marine rasprostranjene duž cijele obale.



**Slika 12. ACI marine na Jadranskoj obali [5]**

Marina Rovinj otvorena u ožujku 2019. godine nakon skoro dvije godine rekonstrukcije je njihova najluksuznija marina i prva koja je dobila kategoriju 5 sidara. U svibnju iste godine njihova marina Cres je druga koja je dobila 5 sidara.

### **3.3. O STRATEŠKIM PLANOVIMA NAUTIČKOG TURIZMA RH**

Nautički turizam je brzorastuća grana turizma u Hrvatskoj. To zahtijeva adekvatan pristup svim segmentima njegove ponude i potražnje. Osnovne predispozicije, more i plovila, je potrebno sustavno pratiti u svrhu njihove promocije, zaštite i unapređenja.

Marketing je polazna točka svakog poslovanja. Na njemu je potreban kvalitetan i ustrajan rad. On je prvi doticaj potencijalnih kupaca s proizvodom. Medijski prostor je neizostavan dio dobrog marketinga ali nije dovoljan. Najbolji marketing je usmena predaja. Da bi se postigla pozitivna usmena predaja tj. preporuka, potrebno je jako mnogo truda, rada i ulaganjan u samom poslovanju.

Odgovorno poslovanje je jedino koje može stvoriti i održati kvalitetu ponude. U nautičkom turizmu, naglasak u odgovornom poslovanju je siguran, kontroliran i nadasve održiv rast. Rast marina i luka općenito ne smije biti nauštrb prirode jer se time gubi sama osnova zbog koje turisti naposljetku i dolaze.

Za postizanje kvalitete i održivosti prije svega je potrebna strategija. Dobro osmišljena i orijentirana strategija dovodi do konačnog cilja svakog poslovanja, tako i nautičkog turizma – zadovoljnog korisnika koji će se vratiti i pozitivnom usmenom predajom dovesti nove korisnike.

Hrvatska ima odlične predispozicije za kvalitetnu konkurenciju ostalim nautičkim državama, samo je pitanje kakvu će strategiju izabrati. Ona mora biti takva da ostvari cilj – stvoriti ali nadasve zadržati tu kvalitetu.

Autori su naveli [2] jednostavna i svrsihodna pitanja koja bi mogla usmjeriti na ispravan i kvalitetan odabir strategije:

- Koji je najbolji način nadilaženja konkurencije i povećanja svoga tržišnog djela?
- Kako stvoriti bazu obožavatelja i razviti predani partnerski lanac vrijednosti?

- Kako stvoriti moćan i trajan brend?
- Kako stvoriti inovativne proizvode, usluge i iskustva?
- Kako se uspješno povezati i ući na međunarodna tržišta visokog rasta?
- Kako se može ostvariti rast prepoznavanjem atraktivnih prilika za partnerstva putem spajanja, preuzimanja, strateških saveza i zajedničkih ulaganja?
- Kako poboljšati vlastiti društveni karakter da bismo dobili više poštovanja i podrške od svojih dionika i šire javnosti?
- Kako pronaći prilike za suradnju sa vladom i nevladinim organizacijama u svrhu zadovoljavanja javne, društvene i privatne potrebe?

Hrvatskoj je potrebna kvalitetna i stručna procjena postojećeg stanja u nautičkom turizmu prije bilo kakvih novih projekata. Stihijsko i neplanirano širenje poslovanja možda ima koristi ali to je najčešće kratkoročno. Za dugoročan i održiv uspjeh potrebno je utvrditi što preciznije podatke o broju luka, vezova, plovila i zaposlenih, utvrditi stanje mora, podmorja i obale. Nakon obrade tih podataka, bilo kakva strategija koja bi se odnijela morala bi biti u skladu s mogućnostima koje neće naštetiti okolišu.

Devastirana obala, onečišćenje mora i njegova prekomjerna okupiranost sasvim sigurno neće polučiti povratkom turista a time ni onoga čemu bi se trebalo težiti – dugoročno, kvalitetno i profitabilno poslovanje.

## 4. GASTRO PONUDA

Uz raznorazne vrste trgovina, dodatnih sadržaja poput praonica rublja i sl., okosnica svake marine je svakako njena gastro punda. Restorani u marinama su pomogli izdići marine iz puke luke u mjesto gdje se može otići tokom cijele godine, ne samo u sezoni.

Marina je prije svega ponuđač veza. To više nije dovoljno da bi zadovoljilo sve zahtjevniju potražnju nautičara. Nautički turizam je grana turizma koja iziskuje prilična financijska sredstva pa samim time klijentela koja se njime bavi je imućnija. To povlači za sobom činjenicu da ti gosti zahtijevaju ono na što su navikli – uslugu visoke kategorije.

Početni pokazatelj kvalitete u marini je njena gastro ponuda. Kada se brod veže u marini, vjerojatnost da će njegovi gosti otići u restoran je prilično velika. Zato većina marina pozicionira restorane u sklopu nje na što atraktivnijim pozicijama. Po svojoj definiciji, marina mora imati restoran a kakav će on biti utječe na kategorizaciju.

U *Michelin Guide Croatia 2018./2019.* [16] se nalaze 63 hrvatska restorana od kojih pet ima po jednu Michelin zvjezdicu. Ta razine kvalitete je odlična promocija Hrvatske na globalnoj sceni kao vrhunske gourmet destinacije i bi trebala biti poticaj za daljnje kontinuirano usavršavanje domaće gastronomije.

Razina kvalitete restorana doprinosi ukupnom razvoju usluge te su stoga neophodni novi segmenti gastro ponude. Ona dodaje vrijednost prije svega kroz fuziju tradicije i baštine te predstavlja ključni aspekt poslovanja.

### 4.1. STATISTIČKI PODACI

Istraživanjem sekundarnih podataka u ovom radu nastojalo se prikupiti relevantne informacija vezane za važnosti gastronomske ponude u marinama za njihove goste, turiste nautičare.

Rezultati istraživanja vezanog za stavove i potrošnju nautičara u RH pod nazivom Tomas Nautika Jahting za 2012. i 2017. koje je proveo Institut za turizam [2], ukazuju na važnost gastronomske ponude u ocjenjivanju zadovoljstva ispitanika ukupnom ponudom u marinama. Rezultati su prikazani u Tablici 4.

**Tablica 4. Stupanj zadovoljstava elementima ponude [2]**

<b>2012.</b>		
<b>Rang</b>	<b>Elementi ponude</b>	<b>%</b>
6.	Bogatstvo gastronomske ponude u destinacijama	77,2
18.	Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	65,9

<b>2017.</b>		
<b>Rang</b>	<b>Elementi ponude</b>	<b>%</b>
8.	Bogatstvo gastronomske ponude u destinacijama	83,4
18.	Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	79,6

Rang je postavljen prema zbroju postotaka za ocjene „vrlo dobro“ i „odlično“.

U tablici 4. vidi se petogodišnji porast zadovoljstva gostiju od 6,2% za bogatstvo ponude u destinacijama te 13,7 za kvalitetu ugostiteljskih usluga u marinama. Iz toga proizlazi da je ulaganje u kvalitetu restorana u marinama prepoznato od strane gostiju, odnosno da je dovelo do pozitivnog rezultata.

Nautičari su prilično aktivni gosti te imaju određene navike koje su prikazane u slijedećoj tablici [1]:

**Tablica 5. Aktivnosti gostiju u marinama [2]**

<b>2012.</b>		
<b>Rang</b>	<b>Aktivnosti</b>	<b>%</b>
1.	Odlazak u kupnju	96,9
2.	Odlazak u restorane	95,8
3.	Odlazak u slastičarnice, caffe barove i sl.	94,9

<b>2017.</b>		
<b>Rang</b>	<b>Aktivnosti</b>	<b>%</b>
1.	Odlazak u restorane	95,9
2.	Odlazak u kupnju	84,2
3.	Odlazak u slastičarnice, caffe barove i sl.	53,2

Prema prikazanim tablicama vidljiva je promjena kroz pet godina koliko se promijenila navika u aktivnostima. Odlazak u restorane je postala aktivnost broj jedan za 95,9% gostiju.

Ovisno o dijelu dana kada dolaze u marine, gosti konzumiraju svoje obroke ili na brodu ili u restoranu [1]:

**Tablica 6. Organizacija prehrane [2]**

<b>2012.</b>			
<b>ORGANIZACIJA PREHRANE</b>	<b>DORUČAK %</b>	<b>RUČAK %</b>	<b>VEČERA %</b>
Isključivo na brodu	57,5	27,2	6,1
Pretežno na brodu	36,3	54,7	27
Pretežno u restoranu	5,3	15,8	46
Isključivo u restoranu	0,9	2,4	21

<b>2017.</b>			
<b>ORGANIZACIJA PREHRANE</b>	<b>DORUČAK %</b>	<b>RUČAK %</b>	<b>VEČERA %</b>
Isključivo na brodu	64,3	29,1	8,5
Pretežno na brodu	30,2	47,2	22,1
Pretežno u restoranu	4,8	19,7	47,2
Isključivo u restoranu	0,7	4	22,1

Iz tablica je vidljiva manja promjena u vidu povećanja konzumacije večere i ručka u restoranima. Konzumacija doručka se i dalje većim dijelom odvija na brodu.





**Grafikon 2. Organizacija konzumacije doručka 2012.**



**Grafikon 3. Organizacija konzumacije doručka 2017.**

Prema prikazanim podacima (Grafikon 2. i Grafikon 3.) vidljiv je porast konzumacije doručka isključivo na brodu u 2017. godini za 6,8% te pad od 0,2% konzumacije isključivo u restoranu. Pad su zabilježile i konzumacije pretežno na brodu i u restoranu.

U današnjem vremenu društvene mreže imaju najveći utjecaj na goste te se oni odlučuju otići negdje ili ne na temelju recenzija. U slijedećoj tablici su prikazane ocjene gostiju restorana u 38 marina u Hrvatskoj te broj recenzija.

**Tablica 7. Ocjene i broj recenzija restorana u marina na društvenim mrežama**

<b>RESTORANI /RATINGS</b>	<b>G*</b>	<b>Broj rec.</b>	<b>TA**</b>	<b>Broj Rec.</b>	<b>FB***</b>
ACI marina Dubrovnik	4,7	12			0
ACI marina Korčula	4,7	138	4,5	231	1
ACI marina Milna	4,5	77	4,5	223	1
ACI marina Split	4,4	410	4	295	1
ACI marina Umag	4,4	277	4	62	1
ACI marina Vodice	4,5	42	4	7	1
ACI marina Palmižana	3,6	30	3,5	18	1
ACI marina Piškera	0	0	3,5	8	1
ACI marina Pomer	4,4	192	4	100	1
ACI marina Slano	4,7	44	4,5	77	1
ACI marina Šimuni	5	3	0	0	1
ACI marina Trogir	4,5	80	4,5	111	1
ACI marina Žut	3,1	21	2,5	9	0
ACI Supetarska Draga	4,6	257	4,5	89	1
<b>PROSJEK ZBROJ</b>	<b>4,08</b>	<b>113,07 1583</b>	<b>3,69</b>	<b>189,23 1230</b>	
Mar. Zadar Tankercomerc	0	0	4	5	0
Marina Frapa	3,8	8	3	3	0
Marina Kornati	3,8	12	3,5	38	0
Marina Punat	4,6	86	4	44	0
Marina Tribunj	4,4	12	4	9	1
Marina Agana	4,7	28	4,5	56	1
Marina Baotić	4,3	143	4	104	0
Marina Betina	5	1	0	0	0
Marina Funtana	/	/	4	128	0
Marina Kaštela	4,3	113	3	5	1
Marina Kremik	3,6	44	4,5	4	1
Marina Lav	4,3	80	4	163	0
Marina Lošinj	0	0	0	0	1
Marina Martinis Marchi	4,4	70	4	93	0

Marina Nautica	4	21	4	50	1
Marina Novi	3,8	17	5	6	1
Marina Olive Island	4,7	155	4,5	105	1
Marina Parentium			4	62	1
Marina Ramova	4,3	16	4	11	0
Marina Solitudo	0	0	2,5	34	1
Marina Špinut	4,4	498	4,5	131	1
Marina Veruda Tehnomont	4,2	268	4	107	1
Marina Vrsar	4,6	697	4,5	510	1
Marina Zlatan Otok	4,6	203	4	93	1
<b>PROSJEK</b>	<b>3,72</b>	<b>112,36</b>	<b>3,65</b>	<b>73,37</b>	
<b>ZBROJ</b>		<b>2472</b>		<b>1761</b>	
<b>UKUPNI PROSJEK</b>	<b>3,86</b>	<b>112,64</b>	<b>3,66</b>	<b>80,84</b>	

\*Google; \*\*Tripadvisor; \*\*\*Facebook (0 - nema stranicu, 1 - ima stranicu)

Na temelju prikazane tablice, ACI marine imaju veće ocjene na sve tri društvene mreže, a isto je i s brojem recenzija. Vodeća stranica po kojoj se gosti vode za odlazak bilo gdje je Tripadvisor. Najveći broj recenzija za ACI marine se nalazi na njoj dok se najveći broj recenzija za ostale marine nalazi na Googlu. Najveći broj recenzija na svim stranicama imaju marine van sustava ACI. Iako je po prosjeku veći broj recenzija ima Tripadvisor, gosti više ostavljaju recenzije na Googlu.

#### 4.2. KATEGORIZACIJA RESTORANA U MARINAMA

U Hrvatskoj su kriteriji za kategorizaciju ugostiteljskih objekata u marinama utvrđeni Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (NN, 72/08), člancima 18 i 19 [18]:

- *Ukoliko se u luci nautičkog turizma pripremaju i uslužuju pića, napici i hrana tada ona mora imati odgovarajuće ugostiteljske sadržaje za pružanje tih usluga (točionik, prostorija ili prostor za usluživanje, kuhinja), sukladno odredbama ovog Pravilnika. Ugostiteljski sadržaji iz stavka 1. ovog članka moraju svojim*

*kapacitetom odgovarati potrebama ponude te uobičajenom broju konzumenata u luci nautičkog turizma. Kuhinja je funkcionalna cjelina u kojoj se tehnološki proces pripreme hrane mora odvijati unutar te funkcionalne cjeline odnosno na način da osoblje kod pripreme hrane ne prolazi prostorijama namijenjenim gostima.*

- *Usluge: pića, napitaka, hrane, trgovačke, sportske, servis, opskrbu gorivom i slično, u luci nautičkog turizma može pružati pravna ili fizička osoba koja posluje lukom ili druga pravna ili fizička osoba sukladno posebnom propisu. Ukoliko usluge iz stavka 1. ovog članka u luci nautičkog turizma pruža druga pravna ili fizička osoba tada objekti u kojima se pružaju usluge moraju kvalitetom usluge, uređenjem i održavanjem ispunjavati uvjete sukladno kategoriji luke. Kvaliteta usluga, uređenje i održavanje objekata iz stavka 2. ovog članka podliježu provjeri u postupku razvrstavanja i kategorizacije luke nautičkog turizma.*

Osim zakonima države u kojoj se nalaze, restorani podliježu i Europskom standardu za restorane (EuRS) [8]. Popis karakteristika je predug za ovaj rad pa su navedene samo neka obilježja.

Prema EuRS-u, svrstavanje u neku od kategorija se vrši za jednu godinu. Oznake koje više nisu aktualne se moraju ukloniti najkasnije do 31.03. slijedeće godine. Objekti koji se nalaze između dvije kategorije se uvrštavaju u nižu. Objekti koji nude posebne usluge koje znatno nadilaze kriterije kategorizacije 5 zvjezdica mogu dobiti dodatak „*de lux*“.

#### **4.3. GASTRO PONUDA RESTORANA U ACI MARINAMA**

U ovom radu uzete su kao primjer dvije marine iz lanca ACI zbog njihovog visokog standarda i njegovanja lokalne tradicije.

ACI (Adriatic Croatia International Club d.d.), je ulaskom Hrvatske u Europsku uniju pokrenuo projekt „ACI Gastro“ [5]. Cilj projekta je oplemenjivanje, podizanje kvalitete i obogaćivanje ponude u restoranima svih ACI marina od Umaga do Dubrovnika.

Navedeni projekt se ne bi trebao ograničiti samo na ponudu u njihovim restoranima već i na male, ekskluzivne boutique prodavaonice koje bi nudile autohtone gastro proizvode u marinama.

ACI-jevo kontinuirano ulaganje u modernizaciju svojih marina i podizanje standard se isplatilo. Ranije spomenute marine u Rovinju i Cresu su ove godine dobile najveću kategoriju marina – 5 sidara.

#### **4.3.1. Specifičnosti gastro ponude u ACI marini Cres**

ACI marina Cres smjestila se u samom središtu otoka Cresa. Nositelj je Plave zastave, priznanja savršene kakvoće vode i ekološke svijesti menadžmenta. 2009. i 2010. osvojila je drugo mjesto u izboru najbolje marine Jadrana; 2011. proglašena je najboljom marinom u kategoriji iznad 450 vezova; 2013. dobila je priznanje za najbolju veliku marinu na Jadranu.

U svom restoranu „Mistral“, uz moderna, nudi i tradicionalna jela otoka Cresa. Tako se na jelovniku mogu naći zanimljiva i neobična jela otočke janjetine, domaći ovčji sir, pršut, morske plodovi i „olito“ – tradicionalni kolač s Cresa od ovčjeg želuca i loja.



**Slika 13. „Janjeći gulaš s ljubičastim njokima“ [14]**



**Slika 14. Olito – kolač od ovčjeg želuca i loja [14]**



**Slika 15. Janjeća coradella s palentom [14]**

### **Specifičnosti gastro ponude u ACI marini Split**

ACI marina Split je smještena na zapadnoj obali gradske luke te je otvorena cijele godine. Ima 318 vezova u moru te 30 mjesta za smještaj plovila na kopnu. 2013. godine dobila je priznanje „Turističkog cvijeta“ za treće mjesto u kategoriji najbolje srednje marine.

U svom sklopu ima restoran „Zrno soli“ [17] koji je uvršten na „Michellin Guide Croatia 2018./2019.“. Gosti su prepoznali uspješno spojenu tradicionalnu i svjetsku kuhinju te u restoran dolaze, uz nautičare, i stanovnici Splita i obični turisti. Čak su pozvani da pripremaju hranu za gala večeru povodom vjenčanja britanskog princa Harrya i Meghan Markle u organizaciji britanskog veleposlanstva u Hrvatskoj.

U svojoj gastro ponudi nude zanimljiv spoj tradicije s modernim trendovima i zahtjevima koji privlači sve skupine gostiju. Neke od specifičnosti koje se mogu naći na jelovniku su tradicionalne dalmatinske plate, kamenice na posteljici od plave soli i *kuverta* – posebno pripremljeni škampi u vrećici.



**Slika 16. Restoran „Zrno soli“ u ACI marini Split [17]**



**Slika 17. Dalmatinska plata, „Zrno soli“ [17]**



**Slika 18. „Zrno soli“ u Michelin Guide Croatia 2018./2019. [17]**





**Slika 19. Plavo zrno soli & kamenice, „Zrno soli“ [17]**



**Slika 20. Kuverta, „Zrno soli“ [17]**

#### **4.4. RESTORANI U MARINI FRAPA**

Kao najbolja jadranska marina, ima skoro pa najbolju gastronomsku ponudu – 2 restorana, sushi bar, slastičarnu, pizzeriu, vinoteku, 2 bara, champagne bar i catering. Ponuda jela je raznolika i svatko može naći nešto po svom ukusu.





**Slika 21. Restoran Ancora, Frapa [11]**



**Slika 22. Pizzeria Domina, Frapa [11]**



**Slika 23. Serviranje suhi-ja u Sushi & Tepannyaki baru, Frapa [11]**

## 5. ZAKLJUČAK

Prikupljanjem podataka iz više izvora i njihovom obradom, u radu je opisana problematika u industriji marina kroz važan segment gastro ponude. U drugom dijelu su navedene definicije obrađenih pojmova, u trećem statistički podaci dok su u četvrtom navedeni konkretni primjeri. Rad je najvećim dijelom potkrijepljen sekundarnim podacima. Razmatranje gastro ponude se temelji na empirijskom podacima jer autorica rada ima dugogodišnje iskustvo rada u ugostiteljstvu te joj je jako dobro poznata problematika teme.

Nije bilo moguće usporediti sve marine po svim paramterima te su stoga uzete neke najosnovnije i najrelevantnije za temu. Uzevši u obzir karakteristike klijentele i same teme dolazi se do zaključka da nautički turizam ne može funkcionirati bez gastro ponude. Restorani u marinama su često skupi ali velik broj njih je dostupan široj javnosti. Na taj način se marine puno bolje integriraju u zajednicu te generiraju razvoj iste.

Usluga koju nude uvijek može biti bolja. Uspoređujući se s marinama u drugim zemljama, prostora za rast i unapređenje ima napretek. Sve više raste broj gostiju židovske i muslimanske vjeroispovijesti koji su limitirani hranom koju smiju konzumirati. Treba se poraditi na dobivanju certifikata „halal“ i „košer“. U Europi se zadnjih godina znatno povećao broj navedenih restorana, bilo luksuznih ili običnih objekata brze hrane. To je potpuno neiskorišten segment ponude koji bi, ako se realizira, privukao puno veći broj navedenih gostiju koji su redom gosti dubljega džepa a to pak dovodi do krajnjeg cilja bilo kojeg poslovanja – financijske koristi.

## LITERATURA

- [1] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2014., 2015., 2016., 2017. i 2018., Priopćenje, 4.3.4., 2019.
- [2] Institut za turizam: Tomas nautika Jahting 2017., „Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj“, Zagreb, 2018.
- [3] Kotler, P. ; Kotler, M.: Marketingom do rasta, John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2013., str 26-27. (strategija)
- [4] Luković, T.: Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje. Ekonomski pregled, 58 (11) 689-708, 2007.
- [5] Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002.
- [6] <https://www.aci-marinas.com/> (pristupljeno 05.09.2019.)
- [7] <http://charter-novak.com/hr/informacije/popis-marina-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [8] <http://www.croatia-yachting-charter.com/hr/Marine%20u%20Hrvatskoj/> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [9] - <http://www.european-economic-chamber-eeig.eu/documents/Standards/Europaeischer.Restaurant-Standard.pdf> (pristupljeno 04.09.2019.)
- [10] <https://www.hgk.hr/documents/popis-marina580ddc3bd5cbf.pdf> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [11] <https://www.holiday-link.com/ba/hrvatska/brac/bobovisca/trgovine-usluge> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [12] <https://www.marinafrapa.hr/> (pristupljeno 05.09.2019.)
- [13] [https://www.moja-djelatnost.hr/suha-marina-smjestaj-odrzavanje-i-popravak-plovila-opatija/matusic-doc/MMxSG\\_Jd](https://www.moja-djelatnost.hr/suha-marina-smjestaj-odrzavanje-i-popravak-plovila-opatija/matusic-doc/MMxSG_Jd) (pristupljeno 02.09.2019.)
- [14] <https://morski.hr/2019/03/31/jakisnica-vise-nema-status-luke-vec-privezista/> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [15] <https://www.menu.hr> (pristupljeno 05.09.2019.)
- [16] <https://www.njuskalo.hr/nekretnine/gradevinsko-zemljiste-krk-3200-m2-oglas-18547332> (pristupljeno 02.09.2019.)
- [17] <https://www.viamichelin.com> (pristupljeno 05.09.2019.)

- [18] <http://www.zrnosoli.hr/> (pristupljeno 05.09.2019.)
- [19] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (NN, br. 72/08)
- [20] Narodne novine (br. 68/07)
- [21] Zakon o turističkoj djelatnosti (NN, br. 8/96, 19/96, 76/98)
- [22] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN, br. 130/17, 25/19)

## POPIS SLIKA

Slika 1. Podjela nautičkog turizma prema osnovnim pojavnim oblicima [3] .....	3
Slika 2. Podjela nautičkog turizma prema veličini plovila [4] .....	4
Slika 3. Razvrstavanje luka nautičkog turizma prema starom Pravilniku [18] .....	5
Slika 4. Suha marina Matušić d.o.o., Ičići [12] .....	6
Slika 5. Privezište Jakišnica/Novalja [13] .....	6
Slika 6. Sidrište Bobovišća, otok Brač [10] .....	7
Slika 7. Razvrstavanje luka nautičkog turizma prema novom Pravilniku [18] .....	7
Slika 8. Odlagalište plovnih objekata, Krk [15] .....	8
Slika 9. Prikaz marina na hrvatskoj strani jadranske obale [7] .....	11
Slika 10. Marina Frapa [11] .....	13
Slika 11. Podvodni <i>Dragon's bar</i> u marini Frapa [11] .....	14
Slika 12. ACI marine na Jadranskoj obali [5] .....	14
Slika 13. Janjeći gulaš s ljubičastim njokima [14] .....	24
Slika 14. Olito – kolač od ovčjeg želuca i loja [14] .....	25
Slika 15. Janjeća coradella s palentom [14] .....	25
Slika 16. Restoran „Zrno soli“ u ACI marini Split [17] .....	26
Slika 17. Dalmatinska plata, „Zrno soli“ [17] .....	26
Slika 18. „Zrno soli“ u <i>Michelin Guide Croatia 2018./2019.</i> [17] .....	26
Slika 19. <i>Plavo zrno soli &amp; kamenice</i> , „Zrno soli“ [17] .....	27
Slika 20. <i>Kuverta</i> , „Zrno soli“ [17] .....	27
Slika 21. Restoran Ancora, Frapa [11] .....	28
Slika 22. Pizzeria Domina, Frapa [11] .....	28
Slika 23. Serviranje suhi-ja u Sushi & Tepannyaki baru, Frapa [11] .....	28

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Broj marina prema različitim stranicama .....	10
Tablica 2. Broj marina po regijama, od sjevera prema jugu, prema Novak Yacht Charteru [6] .....	11
Tablica 3. Podjela i broj luka nautičkog turizma u RH 2018. [1].....	12
Tablica 4. Stupanj zadovoljstava elementima ponude [1].....	18
Tablica 5. Aktivnosti gostiju u marinama [1].....	18
Tablica 6. Organizacija prehrane [1] .....	19
Tablica 7. Ocjene i broj recenzija restorana u marina na društvenim mrežama.....	21

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Vrste i broj marina u posljednjih 5 godina na Jadranu .....	12
Grafikon 2. Organizacija konzumacije doručka 2012.....	20
Grafikon 3. Organizacija konzumacije doručka 2017.....	20