

# Mjere za implementaciju strateških ciljeva pomorskog turizma do 2020. godine

---

**Roso, Karmen**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2018**

*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:164:075655>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-06**

*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](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

**KARMEN ROSO**

**MJERE ZA IMPLEMENTACIJU  
STRATEŠKIH CILJEVA POMORSKOG  
TURIZMA DO 2020. GODINE**

**ZAVRŠNI RAD**

**SPLIT, 2018.**

**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

**STUDIJ: POMORSKI MENADŽMENT**

**MJERE ZA IMPLEMENTACIJU  
STRATEŠKIH CILJEVA POMORSKOG  
TURIZMA DO 2020. GODINE**

**ZAVRŠNI RAD**

**MENTOR:**

**dr. sc. Vinko Vidučić**

**STUDENT:**

**Karmen Roso**

**(MB: 0171270937)**

**SPLIT, 2018.**

## SAŽETAK

Sa porastom konkurentnosti na svjetskom turističkom tržištu, porasla je i potreba za ulaganjima i razvojem konkurentnosti pomorskog turizma i u Republici Hrvatskoj. Razvoj različitih proizvoda unutar pomorske turističke djelatnosti povećava diferencijaciju usluge i time jača poziciju destinacije na svjetskom turističkom tržištu. Zbog razvoja ovakvog selektivnog oblika turizma bitno je definirati misiju, viziju i ciljeve razvoja, koji će se implementirati u svrhu poboljšanja i jačanja napredovanja ovog oblika turizma.

Za implementaciju tih istih ciljeva nužno je sprovesti mjere, koje će osigurati sigurno uvođenje i dostizanje ciljeva, kako bi se postigao plan razvoja pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj. Kroz ovaj znanstveni rad se, na temelju Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine i Strategije pomorskog razvitka i integralne pomorske politike RH za razdoblje od 2014. do 2020. godine, utvrdilo jasne ciljeve i mjere za implementaciju istih u svrhu razvoja pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2020.godine, te je dato njihovo pojašnjenje i prijedlog smjernica za budući razvoj.

**Ključne riječi:** *pomorski turizam, mjere razvoja, strategija, održivi razvoj*

## ABSTRACT

With the growth of competitiveness in the world tourism market, the need for investment and the development of the competitiveness of maritime tourism has increased in the Republic of Croatia. The development of different products within maritime tourism activities increases the differentiation of services and thus strengthens the position of destination on the world tourist market. Due to the development of such a selective form of tourism, it is essential to define the mission, vision and development goals that will be implemented in order to improve and enhance the progress of this form of tourism.

To implement these same goals it is necessary to implement measures that will ensure the safe implementation and achievement of the goals in order to achieve the maritime tourism development plan in the Republic of Croatia. Through this scientific paper, based on Croatia's tourism development strategy by 2020, and the maritime

development strategies and integral maritime policy of the Republic of Croatia for the period 2014-2020, there were established clear objectives and measures for their implementation for the purpose of development of maritime tourism in the Republic of Croatia for the period up to 2020, and their explanation and suggestion for future development is given.

**Keywords:** *maritime tourism, development measures, strategy, sustainable development*

# SADRŽAJ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVODNE NAZNAKE.....</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA.....  | 1         |
| 1.2. CILJ ISTRAŽIVANJA .....  | 1         |
| 1.3. STRUKTURA RADA .....   | 2         |
| <b>2. VAŽNOST TURIZMA U HRVATSKOJ .....</b>   | <b>3</b>  |
| 2.1. POJAM POMORSKOG TURIZMA .....  | 3         |
| 2.2. SUBJEKTI POMORSKOG TURIZMA.....  | 4         |
| 2.3. PROMJENE NA TRŽIŠTU PONUDE.....  | 6         |
| 2.4. PROMJENE NA TRŽIŠTU POTRAŽNJE.....   | 6         |
| <b>3. STRATEŠKI CILJEVI POMORSKOG TURIZMA DO 2020. GODINE .....</b>                               | <b>9</b>  |
| 3.1. MISIJA RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA .....   | 9         |
| 3.2. VIZIJA RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA .....   | 10        |
| 3.3. SWOT ANALIZA .....   | 10        |
| 3.4. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA DO 2020..  | 12        |
| 3.4.1. Opći ciljevi razvoja turizma.....  | 13        |
| 3.4.2. Strateški ciljevi razvoja .....  | 14        |
| <b>4. MJERE ZA IMPLEMENTACIJU STRATEŠKIH CILJEVA .....</b>  | <b>17</b> |
| 4.1. STRATEŠKI CILJ: UREDITI I USKLADITI LEGISLATIVU TE UJEDNAČITI SLUŽBENU TERMINOLOGIJU .....   | 18        |
| 4.2. STRATEŠKI CILJ: IZGRADNJA PROMETNE INFRASTRUKTURE.....                                       | 18        |
| 4.3. STRATEŠKI CILJ: PRILAGODITI POREZNU POLITIKU KONKURENTSKIM ZEMLJAMA .....                    | 19        |
| 4.4. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI PRIHVATNE KAPACITETE.....   | 19        |
| 4.5. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI UČINKOVIT SUSTAV ZA UPRAVLJANJE POMORSKIM TURIZMOM.....            | 20        |
| 4.6. STRATEŠKI CILJ: UREĐENJE VLASNIČKIH ODNOSA I OKONČANJE PROBLEMA PRIVATIZACIJE.....           | 21        |
| 4.7. STRATEŠKI CILJ: UVODITI "ZELENE" TEHNOLOGIJE I INOVACIJE U RAZVOJ PONUDE I UPRAVLJANJE ..... | 21        |
| 4.8. STRATEŠKI CILJ: UNAPRIJEDITI PROMOCIJU.....  | 22        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>4.9. STRATEŠKI CILJ: PODIĆI RAZINU VJEŠTINA I KOMPETENCIJE DIONIKA .....</b>                   | <b>22</b> |
| <b>4.10. STRATEŠKI CILJ: ULAZAK POZNATIH HOTELSKIH BRENDOVA U JADRANSKE ŽUPANIJE.....</b>         | <b>23</b> |
| <b>4.11. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI SUSTAV POTREBNIH PODATAKA I NAČINA NJIHOVOG PRAĆENJA .....</b> | <b>23</b> |
| <b>4.12. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI UČINKOVIT SUSTAV ZAŠTITE OKOLIŠA I PRIRODE.....</b>            | <b>24</b> |
| <b>4.13. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI POTROŠNJU TURISTA .....</b>                                     | <b>24</b> |
| <b>4.14. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI DOMAĆU PROIZVODNJU PLOVILA I OPREME ZA PLOVILA .....</b>        | <b>24</b> |
| <b>4.15. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI SIGURNOST PLOVIDBE I SPAŠAVANJA NA MORU.....</b>                | <b>25</b> |
| <b>5. ZAKLJUČAK.....</b>  | <b>26</b> |
| <b>LITERATURA .....</b>   | <b>27</b> |
| <b>POPIS SLIKA .....</b>  | <b>29</b> |
| <b>POPIS TABLICA.....</b>   | <b>30</b> |
| <b>POPIS KRATICA .....</b>  | <b>31</b> |

## **1. UVODNE NAZNAKE**

Suvremeni turizam u svojem razvoju je kroz posljednjih nekoliko godina napustio tradicionalni 3S (sunce, more, pijesak) oblik, te svoju ponudu sve više usmjerava na selektivne oblike turizma. Razvojem takvih oblika turizma, podiže se kvaliteta ponude te se jača položaj destinacija na međunarodnom turističkom tržištu.

Među različitim selektivnim oblicima turizma se nalazi i pomorski turizam, nastao kao odgovor na potražnju srednje i visoke klase potrošača, kojima tradicionalni oblici turizma nisu mogli zadovoljiti potrebe. Istina je da pomorski turizam, kao jedna od okosnica razvoja turizma, u Republici Hrvatskoj nije u potpunosti nerazvijen, ali faza razvoja u kojoj se on trenutno nalazi nije dovoljna da u potpunosti zadovolji potrošačke potrebe. Sasvim je jasno da je razvijena obala koju ova država ima, jedan od početnih faktora razvoja pomorskog turizma, no to nije i ne može biti jedino što čini ponudu u ovoj vrsti selektivnog turizma. Kako bi Republika Hrvatska postala ozbiljnija turistička destinacija te privukla veći broj korisnika pomorskog turizma, mora odgovoriti na specifične potrebe te ciljane skupine, te im omogućiti ostvarivanje vrijednosti za novac.

### **1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA**

Predmet istraživanja ovog rada proizlazi iz samog naslova rada „Mjere za implementaciju strateških ciljeva pomorskog turizma do 2020.“, dok se problematika rada razvija kroz potrebu razumijevanja u kojoj fazi je provođenje istih te određivanje prioriteta u svezi toga.

### **1.2. CILJ ISTRAŽIVANJA**

Na temelju predmeta istraživanja definirani su svrha ovog rada i ciljevi koji se trebaju postići. Cilj samoga rada je dati teorijski doprinos istraživanju mjera za implementaciju strateških ciljeva, te kroz taj put doći do zaključaka koji će biti relevantni za daljnji razvoj pomorskog turizma. Svrha rada je jasno utvrditi te ciljeve, razinu njihove implementacije u svrhu razvoja pomorskog turizma te njihovu ulogu u razvoju istoga. Na ovaj način su točno utvrđene mjere za implementaciju strateških ciljeva i date su daljnje smjernice za njihovu dugoročnu uporabu i održivi razvoj pomorskog turizma.



### **1.3. STRUKTURA RADA**

Ovaj rad je podijeljen u pet temeljnih poglavlja.

Prvo poglavlje rada se odnosi na uvodne naznake, u kojima se uvodi čitatelja u tematiku rada, definira se predmet istraživanja i cilj izrade znanstvenog rada.

Kroz drugo poglavlje rada se objašnjava dosadašnji razvoj turizma u Republici Hrvatskoj i njegova važnost u gospodarstvu RH. Nadalje se uvodi pojam pomorskog turizma, okosnice njegova razvoja, subjekti koji proizlaze iz definicije pomorskog turizma, a koji se koriste uslugama turističkog proizvoda pomorskog turizma. Definiraju se i promjene na tržištu ponude i potražnje, koje utječu na pomorski turistički proizvod.

Treće poglavlje rada sa sobom nosi konkretnije definicije misije, vizije i ciljeva, koje Republika Hrvatska postavlja kao potencijal i temelj razvoja pomorskog turizma, i pozicioniranja sebe na svjetsko tržište. U ovom poglavlju se kroz SWOT analizu dolazi do jasno definiranih ciljeva, da bi se u četvrtom poglavlju rada referiralo na mjere implementacije tih istih ciljeva, što je i sama tematika ovog rada. Mjere implementacije ciljeva su jedna od temeljnih značajki, čak i najbitnijih, kako bi se maksimalno mogle iskoristiti politike i načini provođenja ciljeva, koji vode ispunjenju općeg cilja Republike Hrvatske u razvoju pomorskog turizma.

Peto poglavlje rada, ujedno i zadnje poglavlje, daje zaključna razmišljanja o svemu prethodno obrađenom u ovom znanstvenom radu.

## **2. VAŽNOST TURIZMA U HRVATSKOJ**

Pomorski turizam, kao i svaki drugi oblik turizma u Hrvatskoj od iznimne je važnosti za cjelokupno gospodarstvo države, s obzirom na činjenicu da turizam čini okosnicu razvoja te je glavni nositelj proračuna države. Kao takav, zahtijeva konstantna ulaganja u sve grane turizma te u prateće djelatnosti.

Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije obilježen svim problemima, te noseći teret naslijeđene i razmjerno neefikasne poslovne strukture, suočavajući se s posljedicama rata i s efektima različiti modela privatizacije, ipak pokazao svoju vitalnost zahvaljujući snazi i interesu inozemnog tržišta, atraktivnosti zemlje, i osobito, otpornosti turizma kao fenomena na povremene globalne poremećaje.[13]

Unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju, turizam je značajno podigao svoje poslovne rezultate, a izvjesno je da se Hrvatska s ulaskom u EU suočava s novim izazovima, ali i s novim prilikama u turizmu. Europska unija prepoznaje Hrvatsku kao turističku destinaciju s potencijalom, pa je naša zadaća da ih maksimalno iskoristimo u interesu rasta vlastitog blagostanja, a koristeći vrijednosni sustav održivog razvoja i konkurentne strategije EU na području turizma.[1]

Prema svim analitičkim podacima u posljednjih nekoliko godina, Europa predvodi u turističkom razvoju u svjetskom turizmu. Još od osnivanja Europske unije, kao zajednice država, turizam predstavlja jednu od grana nositelja razvoja i jedan od najvažnijih ekonomskih segmenata unutar sustava Europske unije. Usprkos implementaciji različitih mjera u razvoju turizma unutar unije, stalno se pojavljuju novi problemi, s obzirom da turizam predstavlja promjenjivu i živu aktivnost s novim oblicima, a koji se razvijaju u proporciji s ljudskim napretkom.[2]

### **2.1. POJAM POMORSKOG TURIZMA**

Svaka definicija, odnosno poimanje turizma se razlikuje od autora do autora, te je, s obzirom da je pomorski turizam jedan od selektivnih oblika turizma, moguće iznijeti mnoge definicije istoga. Sam pojam turizma se, prema Svjetskoj turističkoj organizaciji definira kao skup aktivnosti ljudi tijekom njihovog putovanja, te boravka van svog mjesta boravišta, ne duže od jedne godine i bez prekida, a radi odmora i drugih razloga, a koji se događa na njihovu vlastitu inicijativu.

Pojam pomorskog, turizma označava aktivnost, odnosno, to je specifičan oblik turizma koji označava kretanje turista raznim plovilima po moru ili rijekama, uključujući njihovo sidrenje u lukama pomorskog turizma. On ujedno obuhvaća svu potrebnu infrastrukturu i suprastrukturu, kako bi se neometano mogle odvijati aktivnosti u pomorskom turizmu.[9]

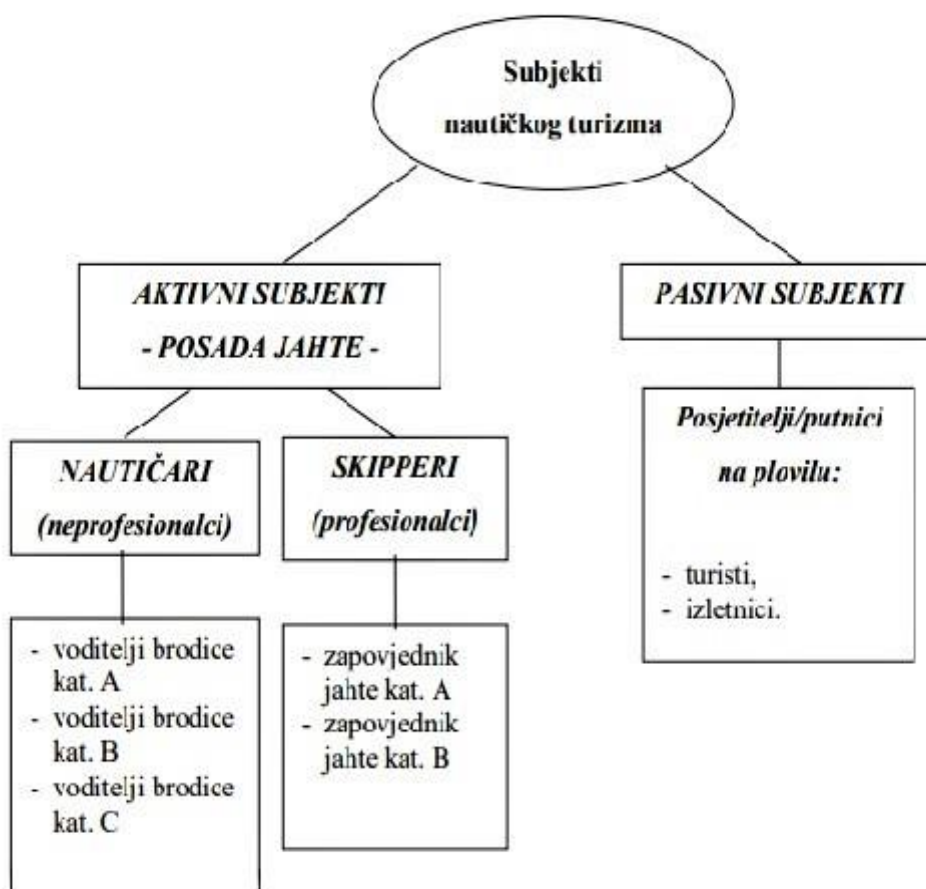
Koristeći sve osnovne funkcije i kvalitativne pojmove vezane uz objašnjenje turizma, pomorski, odnosno pomorski turizam se može definirati kao *zbroj svih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama pomorskog turizma ili izvan njih i korištenjem plovila te drugih objekata povezanih za turističku djelatnost, a radi razonode, rekreacije, športa i drugih potreba potrošača*. [17]

Neki od brojnih autora znanstvenih radova pomorski turizam smatraju putovanje morima raznim plovnim sredstvima poput putničkih, teretnih brodova, jahtama, jedrilicama, te uključujući brojne razonode na vodi.

## **2.2. SUBJEKTI POMORSKOG TURIZMA**

Iz definicija navedenih u prethodnom podnaslovu, proizlazi da se korisnici usluga pomorskog turizma dijele na subjekte, i to aktivne i pasivne subjekte u pomorskom turizmu. Aktivni subjekti su turisti, tj. nautičari, a dijele se na one koji su vlasnici broda, one koji su u charteru, te skipere. U pasivne subjekte se ubrajaju svi turisti koji se nalaze na plovnim objektima.

Slika 1. Podjela subjekata autičkog turizma subjekata [7]



Subjekti nautičkog turizma se, kao osnovnog dijela pomorskog turizma, se mogu definirati kao svi posjetitelji koji se nalaze na plovnim objektima i koriste se svim sadržajima na obali, a kako je prije navedeno, u svrhu rekreacije, rasonode, krstarenja, sportske aktivnosti, te za potrebe smještaja i dr. Bitno je naglasiti, da u svrhu pomorskog turizma nije nužno da plovni objekt, odnosno turisti koji se nalaze na njemu moraju isploviti, bitno je da ispunjaju aktivnosti odmora, rekreacije, rasonode i dr., odnosno one aktivnosti zbog kojih ih se svrstava u kategoriju turista.

U svrhu ostvarivanja pomorskog turizma, tj. što većeg razvoja i implementacije destinacije i jačanju njene pozicije na međunarodnom pomorskom tržištu, nužno je pratiti trendove turističke ponude i potražnje te se prilagođavati istima. Postoji potreba za sustavnim razvojem svih pratećih subjekata pomorskog turizma (objekti za prihvat plovila, objekti za smještaj turista, objekti za prehranu, sport, rekreaciju i dr.), kako bi se moglo težiti održivom razvoju.

### **2.3. PROMJENE NA TRŽIŠTU PONUDE**

Usprkos oscilacijama u svjetskoj ekonomiji i raznim događajima koji narušavaju globalnu stabilnost, turizam pokazuje fascinantnu otpornost na promjene u ekonomskom i društvenom okruženju, što dokazuje činjenica da dosad nisu zabilježene negativne stope rasta. Prema izvještajima WTO-a, ukupni svjetski prihod od turizma za 2010. godinu iznosio je 500 milijarde US \$, sa udjelom u svjetskom izvozu od oko 8%. U istom periodu, nešto manje od 11% svih kapitalnih investicija na svijetu usmjereno je u turizam. Evidentirano je oko 700 milijuna međunarodnih dolazaka, a stopa rasta iznosila je oko 4% godišnje. [4]

Važnost informacijsko-komunikacijskih tehnologija posebno dolazi do izražaja u lukama, odnosno na kontejnerskim terminalima gdje se susreće velik broj sudionika te velike količine tereta i brojni operativni postupci luke. Primjena informacijsko-komunikacijskih tehnologija očituje se u optimalnom povezivanju svih subjekata i aktivnosti prisutnih u luci te razvitku automatizacije lučkog sustava, podrazumijevajući usklađenost djelovanja mreže lučkih aktivnosti i njene integracije s okolinom. [2]

Turistička ponuda se može podijeliti kroz obuhvat raznih vrsta usluga. Dok je sam teritorijalni aspekt ponude usmjeren na prikazivanje lokacijskih karakteristika, strukturni aspekt je usmjeren na određene vrste usluga, a one se mogu prikazati kroz sadržaje koji privlače turiste. Nadalje, ponuda se može izraziti i kroz atraktivne, komunikativne i receptivne elemente. Pri tome, atraktivni elementi se definiraju kroz društvene i prirodne uvjete destinacije, komunikativni elementi se definiraju kroz lokaciju luka pomorskog turizma, dok se receptivni elementi definiraju kroz formiranje raznih sadržaja u svrhu služenja nautičarima. [13]

### **2.4. PROMJENE NA TRŽIŠTU POTRAŽNJE**

Promjene na tržištu potražnje dolaze sa ponudom kompleksnijih paketa. Uz glavni motiv turista za odlazak na putovanje (kupanje, odmor, kultura), pojavljuju se novi motivi za odlazak na putovanje, te sve kompleksnije potrebe turista, u koje spadaju između i emocije, osobni užitak, potreba za doživljajima, aktivnosti u prirodi, rekreacija te zdravlje i dr. Turisti su u sve većoj potrebi za posjećivanjem svjetova koji se razlikuju od njihovog svakodnevnog okruženja i uobičajenih životnih okolnosti, te im pružaju nove sadržaje i doživljaje.

Veća očekivanja turista potpomognuta povećanom promocijom u medijima i naprednim telekomunikacijskim vještinama destinacijskih menadžment organizacija koje u javnost plasiraju određenu sliku i doživljaj pojedine destinacije. Također, obilježene su i prethodnim osobnim iskustvom i znanjem. Isti faktori utječu i na brže prenošenje informacija i sve veću moć promocije od usta do usta, koja je u današnje vrijeme postala jedan od najjačih promocijskih metoda.

Turisti dolaskom u destinaciju dobivaju dodatnu emocionalnu korist. Rastom životnog standarda, ljudi raspolažu sa sve više dodatnog novca, a sve manje slobodnog vremena, što čini dva osnovna preduvjeta za uključivanje u turističke tokove i planiranje putovanja. Rezultat tih promjena je sve veća popularnost kratkih i kružnih putovanja. Kao odgovor na brzi ritam suvremenog urbanog načina života i sve većeg razvoja gradova, raste potražnja za nedirnutim, ekološki čistim područjima, koja pružaju odmor i mir.[4]

Osobna sigurnost postaje jedna od glavnih kriterija odluke, a sve je veći trend brige za vlastito zdravlje (wellness, fitness).

Dolazi do diversifikacije ciljnih skupina. Pripadnost socijalnim i demografskim skupinama se u međuvremenu pokazala kao pregrubo klasifikacijsko obilježje turističkog tržišta, iako se trend demografskog starenja ne može zanemariti. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima,

Pomorska turistička potražnja se može promatrati kroz nacionalnu i međunarodnu potražnju, a izdvaja se iz ukupne turističke potražnje svojim specifičnim karakteristikama. Može se definirati kao *ona količina turističkih usluga i roba, koju su pomorski turisti spremni posjedovati kako bi zadovoljili svoje potrebe boravka na plovilu, uz određenu cijenu.*[8]

Nositeljima pomorske turističke potražnje smatraju se oni turisti koji kao skupina poprimaju značaj pomorskih turista, kroz heterogenost svih obilježja, socijalnih, kulturnih, fizičkih, nacionalnih, ekonomskih i dr.

**Tablica 1. Dolasci domaćih i stranih turista, Hrvatska, mjesečno [10]**

|                 | 2012      | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                 | Ukupno    | Ukupno    | Ukupno    | Ukupno    | Ukupno    | Ukupno    |
|                 | Dolasci   | Dolasci   | Dolasci   | Dolasci   | Dolasci   | Dolasci   |
| <b>Svibanj</b>  | 905.361   | 1.023.563 | 1.025.133 | 1.182.174 | 1.207.232 | 1.256.710 |
| <b>Lipanj</b>   | 1.566.607 | 1.635.895 | 1.808.288 | 1.889.597 | 1.893.488 | 2.526.241 |
| <b>Srpanj</b>   | 2.846.525 | 2.883.024 | 2.916.656 | 3.299.541 | 3.889.172 | 4.346.419 |
| <b>Kolovoz</b>  | 2.994.425 | 3.294.845 | 3.556.657 | 3.821.269 | 3.962.306 | 4.346.419 |
| <b>Rujan</b>    | 1.419.719 | 1.426.123 | 1.437.732 | 1.620.777 | 1.862.611 | 4.205.544 |
| <b>Listopad</b> | 519.953   | 574.212   | 641.239   | 668.941   | 756.412   | 850.333   |

Tablica 1. daje nam uvid u broj dolazaka i noćenja svih turista, tj. hrvatskih državljana te inozemnih turista. Povećanje se uočava iz godine u godinu postepenim rastom, te se ove godine očekuje znatan rast noćenja. Budući da je potražnja za Hrvatskom, kao destinacijom, u svojoj ekspanziji, potrebno je uskladiti i obnoviti postojeću ponudu sa eventualnom izgradnjom nove, kako bi Hrvatska bila na višem rangu.

Izgradnjom dodatnih sadržaja, omogućava se širi spektar ponude koji je u mogućnosti zadovoljiti cijeli niz potreba turista. Time se omogućava pozitivni ciklus dolazaka turista i potrošnje u destinaciji. Time se otvara mogućnost za dodatne investicije i jačanje turističkih destinacija i njihove ponude, a samim time i pomorskog turizma.

### **3. STRATEŠKI CILJEVI POMORSKOG TURIZMA DO 2020. GODINE**

Turizam značajno doprinosi gospodarskom rastu Republike Hrvatske. Devizni prihod od turizma se kreće oko 20 posto od BDP-a, a turizam pokriva deficit od robne razmjene od 52 do 68 posto u posljednjih desetak godina.[13]

Ciljevi koji se postavljaju u ovom radu, proizlaze iz misije i vizije razvoja pomorskog turizma, a očituju se u utvrđivanju pomorskog turizma kao jednog od najvažnijih selektivnih oblika turizma, koji iz godinu u godinu ima tendenciju rasta, i razvoja, uz primjenu načela održivog razvoja. Uz sve to, kao što je ranije navođeno, bitan naglasak treba staviti na zaštitu reljefnih, klimatoloških, okolišnih posebnosti obalnog područja Jadranskog mora, utvrđivanje trenutnog stanja svih luka za pomorski turizam u RH, te na strateško usmjerenje pomorskog turizma temeljeno na Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.

#### **3.1. MISIJA RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA**

Misiju razvoja pomorskog turizma u Republici može se definirati kao potrebu za osnaživanjem konkurentnog položaja RH na svjetskom pomorskom tržištu, kroz različite politike, usvojene sposobnosti i tradicionalna znanja. Pri tome je nužno voditi računa o diferencijaciji turističkog proizvoda i prilagodbi istoga različitim segmentima turista.

Jedna od bitnih okosnica razvoja pomorskog turizma je implementacija bitnih strateških ciljeva u razvoj turističkog proizvoda u Republici Hrvatskoj, iskorištavanje geografskog položaja Republike Hrvatske, tj. Jadranskog mora i svih njegovih ekoloških prednosti, prenamijeniti imovinu i raditi na obnovi i poboljšavanju iste u svrhu razvoja pomorskog turističkog proizvoda.[7]

Nadalje, veoma je bitno pojačati marketinške aktivnosti na stranim tržištima, kako bi se Hrvatska plasirala na međunarodno tržište te postala najpoznatija i najposjećenija destinacija na svijetu, ali sa kontroliranim i dugoročno održivim razvojem.



### **3.2. VIZIJA RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA**

Vizija razvoja pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj se može definirati kroz više smjernica. Sažeto i precizno definirano, vizija razvoja može glasiti da *Republika Hrvatska želi biti prepoznata kao razvijena, sigurna i prepoznatljiva pomorska država.* [12]

Iz tako postavljene vizije može proizaći dublje obrazloženje da se Republika Hrvatska želi pozicionirati i biti prepoznata kao jedna od najpoželjnijih destinacija u pomorskom turizmu, kako za plovidbu malim i velikim plovilima, sigurnost plovidbe, sa prepoznatljivim lukama za pomorski turizam, bogatim kulturnim naslijeđem i ponudom za užitak ne samo na moru već i na kopnu. Pri takvom razvoju pomorskog turizma, bitno je voditi kontrolu o minimalizaciji utjecaja turista na okoliš te o maksimalizaciji svih pozitivnih utjecaja.

Republika Hrvatska već u 2020. godini treba biti prepoznata na globalnom turističkom tržištu, kao konkurentna destinacija sa održivim razvojem, pogodna za investicije i razvoj pomorskog turističkog proizvoda, te kao destinacija koja nudi jedinstvenost doživljaja i sadržaja kroz svoju turističku ponudu.

### **3.3. SWOT ANALIZA**

Poslovanje na suvremenom pomorskom turističkom tržištu se u novije vrijeme sve više temelji na specijalizaciji turističkog proizvoda koji je sastavljen od elemenata ponude prepoznatljive točno određenom i željenom segmentu turističke potražnje, odnosno turistima koji su zainteresirani uživati ponudu pomorskog turizma.

Svi pristupi u upravljanju turističkim proizvodima na receptivnom području, odnosno u destinaciji, uključuju jasnu definiciju i okvir turističke destinacije, njezinu primarnu, sekundarnu i tercijarnu ponudu, međudnose sudionika u turističkim procesima, vizualni identitet, koordinaciju 4P, ulaganja u infrastrukturu, obrazovanju kadrova i sl. [11]

Svemu tome treba prethoditi stručna priprema i izradba razvojne strategije destinacije predvođena kvalitetno odrađenom SWOT analizom okruženja turističke destinacije, koja pomaže pri minimalizaciji opasnosti od vanjskih utjecaja i snaženju svih prednosti i vrijednosti koje određena turistička destinacija posjeduje.

**Tablica 2. SWOT analiza pomorskog turizma [13]**

| <b>SWOT analiza</b>   |  |
|---|--|
| <b>SNAGE</b>  | <b>SLABOSTI</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- geografski položaj</li> <li>- razvedenost obale</li> <li>- visoko očuvan okoliš mora i priobalja</li> <li>- uspostavljen sustav sigurnosti plovidbe</li> <li>- znanje i tradicija u pomorskom gospodarstvu</li> <li>- neizgrađenost obale</li> <li>- očuvan krajolik</li> <li>- povoljni klimatski uvjeti</li> <li>- uključenost državnih prometnih pravaca u europsku i svjetsku prometnu mrežu</li> <li>- kvalitetan sustav obrazovanja pomoraca, usklađen sa svim svjetskim standardima</li> <li>- pomorska infrastruktura</li> <li>- gostoljubivost</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- nedovoljni kapaciteti u lukama pomorskog turizma</li> <li>- nedovoljni kapaciteti ljudi i opreme u slučaju ekološke štete</li> <li>- nedostatak vezova za velike jahte</li> <li>- izražena sezonalnost potražnje</li> <li>- sadržaji i ponuda u lukama i marinama</li> <li>- neusklađenost zakona i nadzora nad pomorskim sektorima</li> <li>- procesi problem ostvarivanja i promjena nad koncesijama na pomorskom dobru</li> <li>- neučinkovitost javnih usluga</li> <li>- neusklađenost kriterija za odobravanje prioriteta za ulaganje u veće infrastrukturne projekte</li> <li>- nedostatak kontinuirane kontrole</li> </ul> |
| <b>PRILIKE</b>  | <b>PRIJETNJE</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- atraktivnost priobalja za odmor i življenje</li> <li>- trendovi u razvoju pomorskog turizma</li> <li>- širenje tržišta na EU</li> <li>- jačanje konkurentnosti na svjetskom tržištu</li> <li>- mogućnost razvoja dodatnih kapaciteta</li> <li>- klimatski uvjeti povoljni za produljenje sezone</li> <li>- mogućnosti financiranja projekata iz fondova</li> <li>- poboljšanje komunikacije i razvoj novih tehnologija</li> <li>- primjena naučenih i novih znanja</li> <li>- potražnja za dodatnim uslugama</li> <li>- povećana potražnja za pomorcima</li> <li>- poticajna porezna politika</li> <li>- siguran način transporta i prijevoza</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- velika opasnost od onečišćenja mora i priobalja</li> <li>- povećanje konkurencije na tržištu radne snage zbog otvaranja tržišta</li> <li>- rizici razvoja brodogradnje i krize</li> <li>- opasnosti neusklađene porezne i zakonske regulative</li> <li>- neusklađenost razvoja prometnica i željeznice sa razvojem pomorskog turizma</li> <li>- neusklađenost domaćeg stanovništva s turistima</li> <li>- veća opasnost zbog povećanih aktivnosti na moru</li> <li>- terorizam i politička nestabilnost regije</li> </ul>   |

Analizom svega navedenog u tablici, jasno je utvrditi da se sustavan razvoj pomorskog turizma treba temeljiti na postulatima održivog razvoja, dugoročne stabilnosti, visoke kvalitete usluga i jačanju pristupačnosti domaće politike prema ovom vidu turizma.

Bitno je pokušati ukloniti nedostatke koji koče i usporavaju razvoj pomorskog turizma, te na vrijeme prepoznati sve nestabilnosti u razvoju, a na koje mogu utjecati

prijetnje koje su definirane u SWOT analizi. Za prijetnje koje se na vrijeme prepoznaju, postoji mogućnost kvalitetnog i brzog odgovora na smanjivanju njihova utjecaja.

Republika Hrvatska treba iskoristiti sve snage i prilike, i okrenuti ih u svoju korist kako bi se diferencirala na tržištu ponude, te samim time ušla u vrh svjetskog turizma.

### **3.4. STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA POMORSKOG TURIZMA DO 2020.**

Iz jasno definirane SWOT analize proizlaze ciljevi razvoja, koji daju jasne smjernice čemu određena turistička destinacija teži, te u kojem smjeru se ona želi razvijati. Potrebno je naglasiti da usko definirani turistički proizvodi, za specifične skupine potrošača, donose punu više mogućnosti i nose održivi i dugoročni razvoj destinacije.

Moguće je definirati jasni opći cilj razvoja pomorskog turizma u RH, a to je *razvijene i konkurentne destinacije za pomorski turizam Republike Hrvatske.*[3]

Iz tako postavljenog općeg cilja, proizlaze različiti strateški ciljevi, čijom se implementacijom može dostići glavni cilj o pozicioniranju Republike Hrvatske u pomorskom turizmu.

Hrvatska kao najpoželjnija pomorska destinacija na Sredozemlju, zahtjeva dobar program razvoja i zaštitu okoliša, koji se može provesti kroz sljedeće strateške ciljeve. Ciljevi su u skladu sa strateškim ciljevima *Strategije razvoja pomorskog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009-2019.*[6] i *Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.*[5]

Ciljevi razvoja turizma do 2020. godine su: [5,6]

- dugoročno održiv razvoj,
- podizanje razine blagostanja stanovništva,
- razvoj s pozitivnim utjecajem na stanovništvo.

Strateški ciljevi razvoja su:

- urediti i uskladiti legislativu te ujednačiti službenu terminologiju,
- izgradnja prometne infrastrukture,
- prilagoditi poreznu politiku konkurentskim zemljama,
- povećati prihvatne kapacitete (broj vezova),
- ustrojiti učinkovit sustav za upravljanje pomorskim turizmom,
- uređenje vlasničkih odnosa i okončanje problema privatizacije,
- uvoditi 'zelene' tehnologije i inovacije u razvoj ponude i upravljanje,
- unaprijediti promociju,

- podići razinu vještina i kompetencije dionika,
- ulazak poznatih hotelskih brandova u jadranske županije,
- ustrojiti sustav potrebnih podataka i načina njihovog praćenja,
- ustrojiti učinkovit sustav zaštite okoliša i prirode ,
- povećati potrošnju turista,
- povećati domaću proizvodnju plovila i opreme za plovila,
- povećati sigurnost plovidbe i spašavanja na moru.

### 3.4.1. Opći ciljevi razvoja turizma

Održivi razvoj se smatra najbitnijim konceptom razvoja, koji u sebi sadrži usklađenje koncepta nosivosti destinacije, koncepta unapređenja okoliša i zaštite okoliša i domaćeg stanovništva od negativnih utjecaja. To je temelj preživljavanja destinacije koji omogućuje i turistima i domicilnom stanovništvu zadovoljenje svojih potreba, kroz tri različita aspekta, a to su interakcija između turista i okoline kroz različita iskustva i doživljaje, zatim ovisnost turista o neistraženom i netaknutom okolišu, te svijest turista i lokalnog stanovništva o problematici očuvanja okoliša i umanjenju djelovanja na isti.[3]

Održivi razvoj turizma se zasniva na četiri glavna načela održivog razvoja na kojima treba počivati svaka aktivnost u razvoju i unapređivanju turizma:[15]

- *Ekonomska održivost*

Ekonomska održivost se temelji na zadovoljavanju i ispunjenju ekonomskih ciljeva, te pronalasku optimalnog rješenja za zadovoljenje potreba turista i domicilnog stanovništva. Cilj joj je razviti dobit od ekonomske aktivnosti, koja je dovoljna da pokrije troškove osiguranja smanjenja utjecaja turista na okoliš ili da ponudi svojevrsnu dobit koja bi ublažila negativan utjecaj turista na pojedinu destinaciju.

- *Ekološka održivost*

Ekološka održivost se očituje kroz zaštitu prirode, kako od neodgovornih turista tako i od domicilnog stanovništva. Temelj joj je na smanjenju utjecaja velikog broja posjetitelja na održavanje osnovnih ekoloških procesa i očuvanje resursa.

- *Sociokulturna održivost*

Sociokulturna održivost se zasniva na osiguranju zaštite sposobnosti lokalne zajednice da očuva svoj identitet i svoje vrijednosti od utjecaja turista, te da se zaštiti od nametanja tuđih običaja i kulture turista na domicilno stanovništvo. Također, zasniva se i

na sposobnosti zajednice da se prilagodi promjenama u okolini te nastavi funkcionirati normalno u vrijeme veće turističke aktivnosti.

- *Tehnološka održivost*

Kao što joj samo ime govori, tehnološka održivost se zasnivana razvoju novih tehnologija i primjenu istih unutar turističke aktivnosti. Zasniva se na rješenjima za održivo korištenje voda, održivo gospodarenje otpadom, pročišćavanje otpadnih voda, te ostalim tehnološkim rješenjima koji smanjuju negativni utjecaj turizma na okoliš i društvo.

Kao jedan od općih ciljeva se nameće i podizanje razine blagostanja stanovništva kroz zapošljavanje i povećanje prihoda. Negativna strana toga je što zbog prevelike sezonalnosti turizma, dolazi do značajnih oscilacija u ostvarivanju prihoda od turističke djelatnosti te zaposlenosti kroz godinu. Takav negativan utjecaj se može smanjiti kroz poticanje zapošljavanja na duža razdoblja, različitim djelovanjem i politikom države i centra za zapošljavanje. Potrebno je raditi na smanjenju sezonalnosti turizma, te poticati razvoj turističke aktivnosti kroz godinu, razvojem selektivnih oblika turizma, kao što je i pomorski turizam, kako bi se utjecalo na povećanje prihoda i jednakost u ostvarivanju istih kroz godinu.

Potrebno je utjecati i na razvoj koji ne izaziva konflikte u društvu, koji je vidljiv i potiče na uključenje. Kao što je već navedeno kroz temu održivog razvoja, iznimno je bitno koristiti tehnološke, ekonomske, sociokulturne i ekološke mjere kako bi se smanjila negativnost utjecaja turizma, kako na okoliš tako i na domicilno stanovništvo i kulturu življenja prihvatne destinacije.

### **3.4.2. Strateški ciljevi razvoja**

Kroz ispunjenje strateških ciljeva razvoja dolazi se do ispunjenja općih ciljeva razvoja pomorskog turizma. Strateški ciljevi su usko definirani ciljevi razvoja koji se kroz različite programe i politike trebaju ispuniti kako bi se zadovoljili i osigurali temeljni uvjeti za razvoj održivog pomorskog turizma u RH. Mnogi od tih ciljeva su definirani kroz temeljne strategije razvoja turizma RH, te su brojni autori u svojim radovima objašnjavali koji su to ciljevi i kroz koje mjere se oni implementiraju. U daljnjem tekstu je dato kratko pojašnjenje svakog od strateških ciljeva.

Neusklađena i neprimjerena legislativa često otežava poslovanje postojećim gospodarskim subjektima na tržištu, a ponekad u potpunosti onemogućava ulazak novih konkurenata na tržište i samim time koči razvoj i lojalnu konkurenciju. Na taj način se i umanjuje diferencijacija ponude i konkurentnost na svjetskom tržištu.[7] Među ostalim,

iznimno je bitno prilagoditi porezne politike susjednim zemljama, te uskladiti zakone sa smjernicama, uredbama i legislativom EU, kako bi se povećala konkurentnost destinacija pomorskog turizma.

Povećanjem kapaciteta pridonosi proširenju ponude i privlačenju novih struktura turista nautičara. Pri tome treba voditi računa o održivom razvoju i kontroli opterećenosti pojedine destinacije, kako bi se smanjio negativan utjecaj turizma. Da bi se ostvario ovaj cilj, potrebno je ispuniti i cilj o izgradnji dostatne i isplative infrastrukture, izgradnje novih prometnica, obnove željeznica i uvođenja novih linija, kako bi se osigurala dostatna ponuda istih i osigurao neometan protok turistima i domicilnom stanovništvu.[3]

Potrebno je ustrojiti sustav potrebnih podataka i njihova praćenja kako bi se omogućio pravovremen odgovor na podražaje iz okoline, te kako bi se osiguralo odgovarajuće upravljanje i nadzor nad cjelokupnim sustavom. Trebaju se jasno definirati baze podataka, te unaprijediti statistike praćenja ponude i potražnje u pomorskom turizmu, te se trebaju definirati baze podataka sa informacijama o pojedinoj destinaciji, prihvatnim kapacitetima iste, tvrtkama koje djeluju na tom području, razvoju, plovilima kojima raspolaže i drugo. Na taj način se osigurava sigurno i održivo praćenje i upravljanje pomorskim turizmom.

Temeljem činjenice da se cjelokupni razvoj pomorskog turizma bazira na netaknutoj prirodi i neistraženom okolišu, nužno ih je definirati kao turističke resurse na kojima se zasniva sva ponuda i potražnja. Uvođenjem novih "zelenih" tehnologija, unapređenjem promocije i podizanjem svijesti potrošača i domaćeg stanovništva uvodi se osigurana zaštita i očuvanje istih. To je jedna od okosnica održivog razvoja, kako pomorskog, tako i turizma općenito.[13]

Podizanje razine kompetencija, vještina i znanja svih dionika u turizmu osigurava temelj za održiv razvoj pojedine destinacije. Kroz učenje i primjenu novih znanja, podiže se razina svijesti svih dionika u pomorskom turizmu o važnosti očuvanja okoliša i prirode, te se razvija potreba za osiguranjem učinkovitog sustava osiguranja zaštite. Među ostalim, na taj način se osigurava i povećanje sigurnosti plovidbe i zaštite na moru, te se umanjuje negativno djelovanje na dionike u pomorskom turizmu. Nužno je izraditi nove programe edukacije kako bi se postigla određena razina svijesti o svim pozitivnim i negativnim učincima koje razvoj ovakve vrste turizma nosi sa sobom.[13]

Kako bi se osiguralo povećanje potrošnje turista, nužno je omogućiti im takvu razinu ponude koja će ih privući i omogućiti potrošnju. Potrebno je razviti održiv sustav domaće proizvodnje plovila i opreme zaplovila, kako bi se isti uvrstili u ponudu turistima,

te se na taj način povećala kvaliteta i omogućila vrijednost za novac. Jedna od okosnica privlačenja turista s većom platežnom moći jest i omogućavanje ulaska poznatih brendova hotelijera na domaće tržište, koji bi podigli razinu usluge na svjetski prepoznatljivu, te samim time omogućila turistima prepoznavanje domaćeg tržišta kao konkurentnog u svjetskim razmjerima.[11]

Jedan od najbitnijih strateških ciljeva jest i rješavanje problema privatizacije i uređenje vlasničkih odnosa. Brojni ugostiteljski objekti i poduzeća se još uvijek nalaze u državnom vlasništvu, te su samim time u različitim fazama razvoja te imaju različite aspekte financijskog razvoja, strukture bilance, poslovne rezultate i konkurentnost proizvoda. Nužno je potaknuti proces privatizacije te uspostaviti institucionalni okvir za razvoj ovakvih poduzeća i povećavanje njihove konkurentske prednosti, kako na domaćem, tako i na svjetskim tržištima.

**Slika 2. Marine u Hrvatskoj [14]**



Kroz sljedeće poglavlje ovog rada se dalo uvid u različite mjere kojima se ovi ciljevi implementiraju i time utječu na održivi razvoj cjelokupnog sustava pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj.

#### **4. MJERE ZA IMPLEMENTACIJU STRATEŠKIH CILJEVA**

Mjere za implementaciju ciljeva se provode kroz različite programe i aktivnosti, te imaju nositelje koji su odgovorni za njihovu provedbu. Kako postoje brojni znanstveni radovi različitih autora, tako postoje i brojna objašnjenja tih ciljeva i mjera za njihovo provođenje. U ovom znanstvenom radu je kao baza za izradu ciljeva i mjera za njihovo provođenje korištena Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine te Strategija pomorskog razvitka i integralne pomorske politike RH za razdoblje od 2014. do 2020. godine, čije su smjernice usklađene sa međunarodnim i europskim standardima i direktivama, te sa svim nacionalnim i europskim strateškim dokumentima, te su izrađene u zakonskim okvirima. [13]

U ovom poglavlju je dat detaljan osvrt na mjere kojima se strateški ciljevi, prethodno definirani, provode i implementiraju u strateške dokumente. Postoje brojni programi i aktivnosti kojima se omogućava i osigurava njihova sigurna implementacija i njihovo provođenje. Jedino se aktivnim i sustavnim ispunjanjem strateških ciljeva može osigurati dugoročan i stabilan rast i razvoj turizma na pojedinom području. Ujedno, iznimno je bitno aktivno pratiti tržište, nove strateške smjernice, direktive i dokumente te se pravovremeno i kvalitetno prilagođavati svim promjenama na tržištu.

Strategije za uvođenje i provedbu ciljeva utvrđuju niz mjera koje su u nadležnosti Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture, te raznih drugih proračunskih korisnika, koji će svojim planiranjem rashoda izravno utjecati na potrošnju sredstava kako iz proračuna RH, tako i iz korištenja fondova EU i drugih prihoda.[11]

Implementacijom različitih strateških ciljeva, omogućuje se ispunjanje općeg cilja RH u razvoju pomorskog, pomorskog, turizma, a to je da postane razvijena destinacija, sa svim popratim sadržajima, konkurentna na svjetskoj razini. Strateški ciljevi se implementiraju kroz različite mjere i aktivnosti, koje su u nastavku objašnjene prema pojedinom cilju koji se treba implementirati.[12]

Sva financiranja koja će se provesti putem različitih ministarstava pri Vladi RH, izrađeni su akcijski planovi, čije se smjernice trebaju pratiti i kojima se odlučuje važnost pojedinih projekata. Različitim strategijama se omogućuje smanjenje rashoda iz proračuna RH, te se utvrđuje udio financiranja za pojedinog nositelja za provedbu mjera iz akcijskih planova.



#### **4.1. STRATEŠKI CILJ: UREDITI I USKLADITI LEGISLATIVU TE UJEDNAČITI SLUŽBENU TERMINOLOGIJU**

Zakonodavna infrastruktura je temelj i osnovni preduvjet za upravljanje razvojem turizma u RH. S obzirom da su zakonodavni okviri u RH regulirani sa više zakona, propisa i regulativa, potrebno je raditi na njihovu usklađenju. Navedeni propisi i regulative su vrlo često nedorečeni i nisu koncizno predstavljani, te su kao takvi činitelji pravne i zakonske legislative u kojoj se investitori jako teško mogu snaći. S obzirom da su svi planovi i propisi u RH definirani različitim zakonima za čiju su provedbu zadužena različita tijela državne uprave, za njihovu je provedbu potrebno potpuno međuresorno uređenje i usklađivanje.

To bi značilo da je potrebno uskladiti nekolicinu zakona, pod različitim Ministarstvima RH, kao što su Zakon o gradnji i prostornom uređenju, Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu, Zakon o šumama, Zakon o upravljanju državnom imovinom, Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama i dr. Ova mjera se bazira na povećanju funkcionalnosti ovih zakonskih okvira, kroz regulaciju neophodnih postupaka te skraćivanje i jasnije definiranje svih procedura koje se moraju proći. Ovaj cilj je temelj za provedbu svih ostalih strateških ciljeva, što je evidentno i kroz mjere za provođenje istih.[5]

Među ostalim, treba voditi računa i o dodjeli koncesija nad pomorskim dobrom, čija je procedura trenutno jako zamršena i komplicirana, te prečesto dođe do problema dodjele koncesija. Cijeli taj sustav je potrebno unaprijediti, skratiti postupke utvrđivanja granica pomorskog dobra, te usuglasiti odredbe vezane uz obavljanje ugostiteljskih i drugih djelatnosti na pomorskom dobru.

#### **4.2. STRATEŠKI CILJ: IZGRADNJA PROMETNE INFRASTRUKTURE**

Za provođenje pojedinih ciljeva potrebno je osigurati sredstva za investiranje iz državnog proračuna s obzirom da se radi o velikim infrastrukturnim projektima, dok za pojedine ciljeve nije potrebna takva akcija, već ovise o cijelom sustavu i njihovoj spremnosti na promjenu i prilagodbu. Kod velikih infrastrukturnih projekata poželjno je sufinanciranje države, jer se privatni sektor teško može sam nositi sa takvim promjenama. Pojedini projekti ovise isključivo o državi, s obzirom da se radi o ulaganjima u poboljšanje infrastrukture koja je u vlasništvu države, kao što su prometnice, luke, željeznica i dr.

Krucijalno je ulaganje u prometnu povezanost, cestovnu, željezničku, zračnu, da bi se olakšalo kretanje turistima zainteresiranim za pomorski turizam, te lakši, brži i sigurniji dolazak do željene destinacije. Osiguranjem kvalitetne i sigurne prometne povezanosti, osigurava se sustavan razvoj sve ostale infrastrukture i suprastrukture potrebne za razvoj i konkurentnost pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj. Država je duža pronaći i osigurati sredstva za buduća ulaganja u ovako velike infrastrukturne projekte i pri tome ostvariti suradnju među Ministarstvima, kako bi osigurala što kvalitetnije ulaganje i povrat uložениh sredstava, a sve u skladu sa zaštitom okoliša. Na taj način je osiguran dugoročan razvoj destinacija.[13]

#### **4.3. STRATEŠKI CILJ: PRILAGODITI POREZNU POLITIKU KONKURENTSKIM ZEMLJAMA**

U skladu s odredbama Zakona o PDV-u, usluge u pomorskom, tj. pomorskom turizmu su oporezive po sniženoj stopi PDV-a od 13%. Ta stopa je i dalje visoka u odnosu na susjedne zemlje, koje su ujedno i konkurenti u pomorskom turizmu.

U svrhu privlačenja turista, treba razmotriti opravdanost zadržavanja iste razine stope PDV-a ili njeno smanjenje na 5% ili 7%, kao što imaju konkurentske zemlje. Također, treba razmisliti i o smanjenju PDV-a u marinama, što za primjer imamo Italiju, koja na taj način želi sniziti cijenu vezova i privući veći broj posjetitelja.[13]

Ukoliko cijena usluga u RH ostane previsoka, ili dođe do rasta PDV-a, to bi moglo negativno utjecati na razvoj pomorskog turizma i posjećenost destinacija, no svakako treba voditi računa i o visini ostvarenih prihoda od pomorske djelatnosti. Pozitivnim poreznim politikama se uvelike može utjecati na konkurentnost domaćih destinacija na europskom i svjetskom pomorskom tržištu.

Uz navedeno, potrebno je razmotriti i ostale fiskalne i parafiskalne namete, kojima država opterećuje turističke poduzetnike, te time umanjuje njihove mogućnosti za dodatnim ulaganjima u razvoj ponude. Potrebno je razmotriti smanjenje tih nameta (porez na dobit, porez na plaće i druge dohotke, doprinose i dr.) i prilagoditi ih stvarnom korištenju kapaciteta, s obzirom na veliku sezonalnost turizma koja se javlja u RH.

#### **4.4. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI PRIHVATNE KAPACITETE**

Mjera za provođenje i implementaciju ovakvog cilja se veže na mjeru za uređivanje legislative i zakonskog okvira u RH, jer se samo promjenama zakona i usklađivanjem

propisa i uredbi može utjecati na pozitivnu klimu investicija u pomorskom turizmu. Ukidanjem brojnih ograničenja i uređenjem legislative, koja ne bi bila toliko iscrpljujuća za potencijalne investitore, radi se na značajnijem investicijskom ciklusu u pomorskom turizmu.[5]

Donošenjem odgovarajućih dokumenata prostornog uređenja za planiranu i uvažavanjem strateških procjena utjecaja na okoliš, dolazi se do stalog unapređenja sustava prostornog planiranja, koji se temelji na nosivim kapacitetima prostora i održivom razvoju turizma. Određivanjem granica prihvata pojedine destinacije u pomorskom turizmu, može se uskladiti potreba za izgradnjom dodatnih kapaciteta i obnovom i povećanjem postojećih, kako bi se povećalo prihvatne kapacitete RH. Time se sprječava i prenapla izgradnja i negativni utjecaji na okoliš, a i omogućuje se sustavno praćenje i implementacija novih prihvatnih jedinica u okolinu.[5]

U svrhu toga, potrebno je izraditi studije nosivih kapaciteta i analizu planiranih vezova (broj, razmještaj, vrstu i dr.), te razmatrati poticanje pokretanja izgradnje novih sidrišta, privezišta i luka pomorskog turizma. U svrhu što kvalitetnije uspostave sustava, potrebo je napraviti i reviziju postojećih kapaciteta, te raditi na premjerenom opremanju pomorskog dijela luka sa priključcima za opskrbu vodom, električnom energijom, sustavima za upravljanje otpadom te sustavima za prihvati i upravljanje otpadnim vodama.[5]

#### **4.5. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI UČINKOVIT SUSTAV ZA UPRAVLJANJE POMORSKIM TURIZMOM**

Učinkovit sustav za upravljanje pomorskim turizmom proizlazi iz aktivnog statističkog praćenja svih dionika i elemenata pomorskog turizma unutar zemlje. Kontinuirano statističko praćenje aktivnosti u pomorskom turizmu omogućuje i razvoj sustava za upravljanje. Na taj način se može istražiti sve elemente koji utječu na ponudu i potražnju, okoliš i prirodu, pozitivan dugoročan razvoj i omogućiti sustavno upravljanje razvojem pomorskog turizma u RH.[11]

#### **4.6. STRATEŠKI CILJ: UREĐENJE VLASNIČKIH ODNOSA I OKONČANJE PROBLEMA PRIVATIZACIJE**

Sam proces privatizacije poduzeća u većinskom ili potpunom državnom vlasništvu još uvijek nije okončan. To se velikim dijelom događa zbog neriješenih imovinsko-pravnih odnosa na neprivatiziranoj državnoj imovini. Ova mjera se odnosi na rješavanje tih odnosa, privatizaciju poduzeća, kako se ne bi nalazili u različitom tržišnom odnosu s aspekta poslovnih rezultata, strukture bilance i konkurentnosti.

Analiza takvih poduzeća i požurivanje procesa privatizacije može dovesti do rješavanja ovog problema i pozitivan učinak na pokretanje investicijskog ciklusa. Privatiziranjem poduzeća te konsolidacijom i restrukturiranjem tih poduzeća, može se postići jasno postavljena vizija razvoja istih, što će potaknuti dodatan razvoj i postavljanje koncizno definiranih ciljeva koje vlasnici žele ispuniti. Na taj način se povećava konkurentnost cjelokupnog tržišta u svrhu pomorskog turizma.[11]

#### **4.7. STRATEŠKI CILJ: UVODITI "ZELENE" TEHNOLOGIJE I INOVACIJE U RAZVOJ PONUDE I UPRAVLJANJE**

Iz mjera za razvoj protekla dva strateška cilja, proizlaze i mjere za unapređenje inovacija u pomorskom turizmu i uvođenje "zelenih" tehnologija. Sustavnim praćenjem svih statističkih podataka omogućuje se uvid o utjecaju povećane aktivnosti u pomorskom turizmu na okoliš i prirodu. Na taj način se mogu odrediti elementi djelovanja te doraditi legislativne aktivnosti pri inovacijama i uvođenju novih "zelenih" tehnologija u upravljanje i povećanje ponude pomorskih destinacija.

Uvođenjem različitih nacionalnih programa (npr. Prijatelj okoliša, certifikati Ministarstva turizma i dr.) za eko-certificiranje marina i luka pomorskog turizma, može se aktivno poticati razvoj svijesti o potrebi odgovornog ponašanja, kako nautičara tako i dionika na strani ponude u pomorskom turizmu. U svrhu toga se može i formirati koordinacijsko tijelo koje može povezivati sektore zaštite prirode i turizma, usklađivati razvoj, unaprijediti upravljanje destinacijama pomorskog turizma i olakšati uvođenje "zelenih" tehnologija u sustav ponude u pomorskom turizmu i olakšati prilagodbu istima. Još jedna od mjera koja se može poduzeti jest i usklađivanje Zakona o pomorskom dobru sa Zakonom o prostornom uređenju i Zakonom o zaštiti prirode, kako bi se ostvario cilj zaštite ugrožene flore i faune, kako na moru, tako i na priobalju.[11]

#### **4.8. STRATEŠKI CILJ: UNAPRIJEDITI PROMOCIJU**

Za unapređenje promocije destinacija pomorskog turizma i Republike Hrvatske na svjetskom tržištu, mogu se provesti različite mjere i aktivnosti. Najbitnije bi bile izrada marketing plana razvoja pomorskog turizma, kojim bi se omogućilo razvoj brenda hrvatskog pomorskog turizma.

Da bi se to omogućilo potrebno je kreirati različite on-line i off-line platforme za promociju pomorskog turizma, prodaju usluga u pomorskom turizmu te aktivnosti na olakšanim mogućnostima rezervacije istih. Potrebno je poraditi na uređenju i izgledu web stranica, kreirati sadržaje i odašiljati sliku o pozitivnom doživljaju turizma. Promociju pomorskog turizma se može osnažiti i kroz održavanje različitih međunarodnih regata, putem specijaliziranih posrednika, te kroz različite sajmove i manifestacije. Za sve to je potrebno sustavno djelovanje svih dionika u turističkoj aktivnosti.[5]

#### **4.9. STRATEŠKI CILJ: PODIĆI RAZINU VJEŠTINA I KOMPETENCIJE DIONIKA**

Iako je edukacijski koncept u RH u pomorskim smjerovima jedan od jačih u svijetu, potrebno je raditi na unapređivanju i usklađivanju istoga. Unapređenjem formalnog obrazovanja i aktivnim praćenjem promjena na tržištu i educiranjem kadrova na prilagodbe istima, omogućuje se podizanje razina vještina i kompetencije dionika u pomorskom turizmu.

To je moguće ostvariti različitim programima edukacije i tečajevima zaposlenih u sustavu, te obučavanjem zaposlenih na korištenje novih tehnologija i sustava upravljanja u razvoju turizma. Time se izravno utječe i na podizanje razine svijesti svih dionika i u sustavima upravljanja i u sustavima zaštite okoliša i kontrole prihvatnih kapaciteta destinacije. Znanja stečena samo formalnim obrazovanjem brzo zastarijevaju, te ih je potrebno sustavno obnavljati. Unatoč prepoznatljivosti cjeloživotnog učenja na svjetskim razinama, ono u RH još uvijek nije adekvatno podržano institucionalnim okvirom, te samim time nedostaje i potpora za provođenjem istoga. Različitim mjerama se može uspostaviti institucionalni okvir za unapređenje cjeloživotnog učenja i održavanje različitih tečajeva, kako bi se podigla razina konkurentnosti ljudskih potencijala i kadrova zaposlenih u pomorskom turizmu.[11]

#### **4.10. STRATEŠKI CILJ: ULAZAK POZNATIH HOTELSKIH BRENDOVA U JADRANSKE ŽUPANIJE**

Mjera kroz koju se može ispuniti strateški cilj ulaska poznatih brendova na tržište jest rješavanje svih legislativnih postupaka. Također, kroz privatizaciju brojnih poduzeća i objekata pod državnom vlasti i prodajom ili ustupanjem istih, može se omogućiti ulazak investicijama i razvoju hotelskih smještaja. Jedna od mjera može biti i prenamjena neiskorištenih, zapuštenih i napuštenih vojnih objekata duž obale u nove hotelske objekte.

Da bi se to omogućilo i provelo, potrebno je uskladiti sve odluke, omogućiti jednostavnije procedure i sustavan rad svih ministarstava involviranih u ove aktivnosti. Također, omogućavanjem lojalne konkurencije i ulaskom poznatih hotelskih lanaca na tržište u RH, povećava se konkurentnost domaćeg turizma i omogućuje se aktivnija promocija pomorskog turističkog tržišta kroz indirektno kanale tih hotelskih lanaca. Sve to omogućuje porast konkurentnosti pomorskog tržišta RH u svjetskim razmjerima.[13]

#### **4.11. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI SUSTAV POTREBNIH PODATAKA I NAČINA NJIHOVOG PRAĆENJA**

Sam sustav raspoloživih podataka o pomorskom turizmu u RH nije dostatan za pravilno praćenje i nadzor nad cjelokupnim sustavom, te je stoga potrebno njegovo unapređenje. Ono što se mora jasno definirati jest vrsta podataka koji će se prikupljati i načini a koji će se isti obrađivati, kako ne bi dolazilo do različitih interpretacija jednakih podataka.

U svrhu toga potrebo je unaprijediti statistička istraživanja potražnje i ponude u pomorskom turizmu. Uspostavljanjem sustavnog praćenja omogućilo bi se vođenje jasne evidencije o svim prihvatnim kapacitetima, broju vozila, koncesijama i koncesijskim odobrenjima na pomorskom dobru, broju tvrtki koje imaju registriranu i obavljaju djelatnost u svrhu pomorskog turizma, plovilima i brojni drugi podaci. To bi stvorilo baze podataka na kojima bi se mogla definirati budućnost i potencijal razvoja pomorskog turizma te davati smjernice za budućnost.[5]

Također, takav način praćenja omogućava i praćenje svih ekonomskih i gospodarskih učinaka pomorskog turizma unutar zemlje.

#### **4.12. STRATEŠKI CILJ: USTROJITI UČINKOVIT SUSTAV ZAŠTITE OKOLIŠA I PRIRODE**

Primjenom sustava za upravljanje okolišem, ISO 14000 i ISO 9000 omogućuje se uspostavljanje sustava nadzora u području pomorskog turizma, i to u svrhu zaštite okoliša i prirode. Također, kroz mjeru za donošenje propisa za ugradnju i korištenje spremnika za otpadne vode, uređaja za pražnjenje tih spremnika u lukama pomorskog turizma i nadzorom nad tim postupcima, omogućuje se sustavna kvaliteta u očuvanju okoliša i prirode, kako u periodima povećane turističke aktivnosti, tako i izvan tih perioda.[5]

Nužno je i aktivno ulagati u obrazovanje i podizanje svijesti svih dionika u pomorskom turizmu, kako bi se spriječile katastrofe na moru, koje mogu izravno utjecati na onečišćenje okoliša i prirode.

#### **4.13. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI POTROŠNJU TURISTA**

Kroz različite marketinške sposobnosti i aktivnosti, omogućuje se promocija ponude pomorskog turizma u svrhu privlačenja turista. Da bi se turiste privuklo u neku destinaciju, potrebno je imati razvijen sustav ponude, koja će im omogućiti zadovoljenje osnovnih potreba. Podizanjem kvalitete usluga koje se pružaju na plovilima, u svim objektima za prihvat plovila i okolnim destinacijama, dolazi se do inovacija i razvoja u turizmu. Kako bi se omogućila veća potrošnja turista, mora im se različitim aktivnostima omogućiti dodatne aktivnosti gdje će oni tu potrošnju i ostvariti.

Također, kao što je ranije u tekstu navedeno, pozitivnom fiskalnom politikom i olakšavanjem dostupnosti sadržaja, turistima se omogućuje vrijednost za novac u destinaciji, te se time izravno utječe na podizanje broja turista, konkurentnost turizma i potrošnju turista u destinaciji.

#### **4.14. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI DOMAĆU PROIZVODNJU PLOVILA I OPREME ZA PLOVILA**

Strateški cilj povećanja domaće proizvodnje plovila i opreme za plovila se može povećati kroz mjeru poticaja za proizvodnju, kako u brodogradilištima na obali, tako i na kontinentu, i kroz programe zapošljavanja i edukacije kvalitetnih kadrova kako bi se omogućilo kvalitetno upravljanje sustavima izgradnje i proizvodnje i kako bi finalni proizvod zadovoljavao međunarodne standarde.

To se može provesti kroz razne aktivnosti, kao što su potpore za istraživanje, potpore za zapošljavanje, potpore za zaštitu okoliša, potpore za uvođenje novih tehnologija i razvoj novih sustava i brojne druge.[13]

#### **4.15. STRATEŠKI CILJ: POVEĆATI SIGURNOST PLOVIDBE I SPAŠAVANJA NA MORU**

Da bi se povećala sigurnost plovidbe i spašavanja na moru, nužno je provesti mjeru poticanja razvoja mreže Obalne straže i unapređenje službe za spašavanje na moru. Također, nužno je i razviti poboljšane mogućnosti opskrbe plovila gorivom, te izgraditi dodatke kapacitete za održavanje i popravak plovila u slučaju potrebe., i to raspoređenih duž obale Jadranskog mora, kako bi se turistima omogućilo što brži i lakši dolazak do istih.

Potrebno je uložiti i dodatne napore u unapređivanje svih elemenata sustava sigurnosti plovidbe na moru, i to u svrhu kreiranja uvjeta za sigurnu plovidbu i zaštitu okoliša od negativnih utjecaja i nezgoda na moru. Također, potrebo je ulagati i u informatičko umrežavanje u sustave za upravljanje. Sve se to može postići kroz različite aktivnosti, kao što su pojačani inspekcijski nadzori nad plovilima, , dodatne edukacije, ulaganje u razvoj sustava za traganje i spašavanje na moru, ulaganje u uspostavu informatičkih baza i drugo.[5]



## 5. ZAKLJUČAK

Republika Hrvatska, osim nedvojbenih prostornih i prirodnih uvjeta za razvoj pomorskog turizma, posjeduje i povijesne i tradicijske uvjete, koje treba uključiti u osnovni razvoj i promociju ovog selektivnog oblika turizma. Uz razvoj pomorskog turizma, RH treba ulagati i u ostale oblike selektivnog turizma, kao popratne sadržaje koji se mogu nuditi turistima. Sve to treba počivati na temeljima održivog razvoja, postojećeg kulturnog nasljeđa i mogućnostima i prihvatnim kapacitetima pojedinih destinacija.

Kroz posljednjih nekoliko desetljeća, turizam se razvio u jedan od glavnih sektora ekonomije na globalnoj razini. Činjenica jest da se u turizmu ostvaruju glavni prihodi brojnih zemalja, on povećava BDP per capita, generira zaposlenost, ali uz to sa sobom nosi brojne druge pozitivne i negativne čimbenike. U novije vrijeme turizam više nije okrenut samo zadovoljavanju potreba velikih masa, već se sve više okreće zadovoljavanju potreba pojedinaca i malih grupa. U tome veliku ulogu igraju destinacije koje prednjače u razvoju selektivnih oblika turizma, koji imaju tendenciju ostavljanja pozitivnog doživljaja kod posjetitelja, te ih potaknuti na ponovno vraćanje u destinaciju. Na što kvalitetnijem razvoju cjelokupne ponude pomorskog turizma, kako na moru tako i na obali, počiva dojam koji destinacija ostavlja kod svojih ostvarenih i potencijalnih posjetitelja.

U svrhu što kvalitetnijeg razvoja pomorskog turizma, potrebno je ulagati u sustave zaštite okoliša i prirode, očuvanja morske flore i faune i kontrole turističke aktivnosti na Jadranskom moru, u razvoj novih hotelskih kompleksa, jačanje kvalitete ugostiteljske ponude i svih ostalih sadržaja na obali. Bitno je ulagati u kvalitetu ponude i očuvati povijesne i kulturne elemente, koji ojačavaju konkurentnost pomorskih destinacija na svjetskom tržištu.

Za adekvatan razvoj, nužno je i povećati investicije u razvoj infrastrukture, pojačati edukacijske aktivnosti i raditi na velikim infrastrukturnim projektima, od visoke važnosti za razvoj pomorskog turizma. Postoji vidljiva potreba za ulaganjem u povećanje prihvatnih kapaciteta, ali istovremeno i u poboljšanje kvalitete postojećih.

Da bi strategija razvoja pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj bila održiva, potrebno je provesti sve mjere i aktivnosti za njezino provođenje. Preciznim određivanjem strateških ciljeva i maksimalnim i učinkovitim provođenjem istih, može se omogućiti dugoročno upravljanje razvojem destinacija i pomorske djelatnosti u njima. Na tim principima treba počivati razvoj pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj.

## LITERATURA

### Knjige:

- [1] Alkier, R. et al.: *Promocija kao faktor ojačanja konkurentske pozicije pomorskog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu*, Pomorski zbornik, 49 (50), 2015.
- [2] Dulčić, A.: *Pomorski turizam i upravljanje lukom pomorskog turizma*, EKOKON d.o.o., Split, 2002.
- [3] Dulčić A., Petrić L.: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, 2001.
- [4] Dundović, Č., Poletan, T., Kolanović, I.: *Implementacija informacijsko-komunikacijskih tehnologija u lukama*, Scientific Journal of Maritime Research, Vol. 19., No. 1., prosinac 2005., str. 115
- [5] Horak S. et al.: *Akcijski plan razvoja nautičkog turizma*, Institut za turizam, Zagreb, 2015.
- [6] Jadrešić, V.: *Janusovo lice turizma – od masovnog do selektivno – održivog turizma*, Plejada d.o.o., Zagreb, 2010.
- [7] Kesar, O.: *Razvoj turističke destinacije prema specifičnim oblicima turizma*, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2012.
- [8] Pirjevec, B.; Kesar, O.: *Počela turizma*, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2002.

### Časopisi:

- [9] Luković, T.: *Pomorski turizam Europe: kako ga definirati i razvrstati?*, Acta Turistica Nova, Vol.1. No.2. Listopad 2007.

### Edicije:

- [10]        Državni zavod za statistiku  
            URL: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 27.7.2018.)
- [11]        Ministarstvo turizma: *Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine*, Zagreb, 2013.  
            URL: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html)  
            (pristupljeno 5.8.2018.)
- [12]        Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture i Ministarstvo turizma:  
            *Strategija razvoja nautičkog turizma RH za razdoblje 2009.-2019.*, Zagreb, 2008.

URL:<http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf> (pristupljeno 18.8.2018.)

- [13] Vlada Republike Hrvatske, Strategija pomorskog razvitka i integralne pomorske politike RH za razdoblje od 2014. do 2020. godine, Zagreb, 2014.  
URL:[http://www.mppi.hr/UserDocsImages/POMORSKA%20STARTEGIJA%20V RH%202207201%20web%2026-7\\_14.pdf](http://www.mppi.hr/UserDocsImages/POMORSKA%20STARTEGIJA%20V RH%202207201%20web%2026-7_14.pdf) (pristupljeno 10.8.2018.)

**Internet:**

- [14] CroMaps navigator, Marine i luke  
URL: <https://www.cromaps.com/assets/Promet/kartamarinelukekromaps.jpg>  
(pristupljeno 1.8.2018.)
- [15] Križman Pavlović D., Živolić S., *Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u Republici Hrvatskoj*, 2008.  
URL:[http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fhrcak.srce.hr%2Ffile%2F59982&ei=mnAkUsroHoXPsgafzYD4CQ&usg=AFQjCNFQt7BxCNipSt15H1bQDo8cAcI3\\_g&bvm=bv.51495398,d.Yms](http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fhrcak.srce.hr%2Ffile%2F59982&ei=mnAkUsroHoXPsgafzYD4CQ&usg=AFQjCNFQt7BxCNipSt15H1bQDo8cAcI3_g&bvm=bv.51495398,d.Yms) (pristupljeno 10.8.2018.)
- [16] Madjar L. M., Sladoljev, J.: *Strateški plan razvoja hrvatskog turizma*, Zagreb, 2011.  
URL:<http://www.vijesti.hssd.hr/attachments/Strateski%20plan%20arzvoja%20hrvt skog%20turizma.doc> (pristupljeno 5.8.2018.)
- [17] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17) glava I., članak 84., Definicija pomorskog turizma,  
URL: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu>  
(pristupljeno 10.8.2018.)

## **POPIS SLIKA**

|   |    |
|---|----|
| Slika 1. Podjela subjekata autičkog turizma subjekata ..... | 5  |
| Slika 2. Marine u Hrvatskoj .....                           | 16 |

## **POPIS TABLICA**

|  |    |
|--|----|
| Tablica 1. Dolasci domaćih i stranih turista, Hrvatska, mjesečno ..... | 8  |
| Tablica 2. SWOT analiza pomorskog turizma .....                        | 11 |

## POPIS KRATICA

|        |   |   |
|--------|---|---|
| 3S     | (engl. <i>three S - sun, sea, sand</i> )                      | tri S - sunce, more, plaža                            |
| SWOT   | (engl. <i>strengths, weaknesses, opportunities, threats</i> ) | snage, slabosti, prilike, prijetnje                   |
| WTO    | (engl. <i>World Trade Organization</i> )                      | Svjetska trgovinska organizacija                      |
| EU     | (engl. <i>European Union</i> )                                | Europska unija  |
| UNWTO  | (engl. <i>World Tourism Organization</i> )                    | Svjetska turistička organizacija                      |
| 4P     | (engl. <i>product, place, price, promotion</i> )              | proizvod, prodajno mjesto, prodajna cijena, promocija |
| RH     |   | Republika Hrvatska                                    |
| BDP    |   | Bruto domaći proizvod                                 |
| et al. | (lat. <i>et alii</i> )  | i drugi   |
| PDV    |   | porez na dodanu vrijednost                            |