

Okruženje i tržišni trendovi u nautičkom turizmu

Gracin, Deni

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:164:198257>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**

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**

DENI GRACIN

**OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDovi U
NAUTIČKOM TURIZMU**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2020.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

STUDIJ: MARKETING U POMORSTVU

**OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDovi U
NAUTIČKOM TURIZMU**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

dr. sc. Eli Marušić

STUDENT:

Deni Gracin

(MB:0171275730)

SPLIT, 2020.

SAŽETAK

U ovom radu se obrađuje tema okruženja i tržišnih trendova u nautičkom turizmu. U Republici Hrvatskoj nautički turizam postaje jedna od najuspješnijih grana turizma u posljednjih 20 godina no njegov puni potencijal još nije ostvaren i tek se očekuje. Stoga se u radu ukazuje na značenje nautičkog turizma i njegova ključna obilježja te konkurentnost Hrvatske u odnosu na druge zemlje na Mediteranu i u svijetu. Tržišni trendovi opisani u radu ukazuju na porast interesa nautičara za razvijenim i sigurnim destinacijama i marinama, destinacijama s očuvanim prirodnim ljepotama, dobrim omjerom kvalitete i cijene te ekološkom osvještanošću. Razvoj nautičkog turizma treba biti u skladu s održivim razvojem kako bi prirodni resursi, koji ističu Hrvatsku i čine ju konkurentom zemljom, ostali i budućim generacijama u nasljeđe.

Ključne riječi: *nautički turizam, konkurentnost, trendovi, okruženje*

ABSTRACT

This paper deals with the environmental and market trends in nautical tourism. In the Republic of Croatia, nautical tourism is beginning its development and has become one of the most successful branches of tourism in the last 20 years, but its full potential is yet to be expected. Thus, the paper points out the importance of nautical tourism and its main characteristics, as well as Croatia's competitiveness in comparison with other countries in the Mediterranean area and the world. The market trends described in the paper suggest that there is a growing interest among boaters in developed and safe destinations and marinas, destinations with beautiful and unspoiled nature, good value for money, and environmental awareness. The development of nautical tourism should be in line with sustainable development so that the natural resources that make Croatia a competitive country remain a heritage for future generations.

Keywords: *nautical tourism, competitiveness, trends, environment*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. OPĆENITO O NAUTIČKOM TURIZMU	2
2.1. NAUTIČKI TURIZAM U HRVATSKOJ	3
2.2. RAZVOJ DESTINACIJE U HRVATSKOJ	4
2.3. AKCIJSKI PLAN ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA	7
2.3.1. Marine	8
2.3.2. Sidrišta	11
3. PONUDA JAHTING TURIZMA U HRVATSKOJ – OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDovi	13
4. DOMAĆI I MEĐUNARODNI KRUIZING – OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDovi	21
4.1. PONUDA I POTRAŽNJA U DOMAĆEM KRUIZINGU	22
4.2. MEĐUNARODNA BRODSKA KRSTARENJA	23
5. MEĐUNARODNA RIJEČNA KRSTARENJA – OKRUŽENJA I TRŽIŠNI TRENDovi	27
6. RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U SKLADU S EKOLOŠKIM PROCESIMA	30
7. ZAKLJUČAK	32
LITERATURA	34
POPIS SLIKA	36
POPIS TABLICA	37
POPIS KRATICA	38

1. UVOD

U radu se obrađuje okruženje i tržišni trendovi nautičkog turizma, kao jednog od najvažnijih grana turizma. Nautički turizam u Hrvatskoj je zadnjih 20 godina doživio procvat no njegov se vrhunac tek očekuje. Svoj potencijal, Hrvatska, može ostvariti prateći i primjenjujući aktualne trendove nautičkog turizma u svoju ponudu. Potražnja za uslugama nautičkog turizma raste iz godinu u godinu svugdje u svijetu i Hrvatska treba biti spremna na nju odgovoriti. Svojim prirodnim ljepotama, znamenitostima, povoljnim geografskim položajem, Hrvatska ima veliki potencijal da bi postala top destinacija nautičkog turizma na svjetskoj razini. Obnova i izgradnja infrastrukture ključna je za daljnji razvoj nautičkog turizma te ima pozitivan utjecaj na razvoj gospodarstva.

Rad je podijeljen na pet cjelina. Nakon uvoda, u drugom dijelu se govori općenito o pojmu nautičkog turizma, njegovom razvoju i razvoju destinacije u Hrvatskoj. U poglavlju je obrađen akcijski plan pomoću kojeg bi Hrvatska trebala postići svoj razvoj na polju te grane turizma. Najveći fokus je stavljen na razvoj marina i sidrišta. Treće poglavlje govori o tržišnim trendovima jahting turizma i o ponudi i potražnji jahtinga u Hrvatskoj. U četvrtom poglavlju obrađuje se domaći i međunarodni kruzing te konkurentnost Hrvatske na Mediteranu u ponudi kružnih putovanja. Peta cjelina obrađuje međunarodna riječna putovanja kao popularnu opciju nautičkog turizma za starije generacije te potencijal razvoja riječnog turizma za gospodarstvo Hrvatske. Na kraju se nalazi zaključak i popis literature.

Cilj ovog rada je istražiti utjecaj okruženja i trendova na nautički turizam kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Takvim istraživanjem možemo dobiti čišću sliku o tome je li Hrvatska odgovara na aktualne trendove koje postavlja tržište. Razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj treba odgovarati kriterijima održivog razvoja kako bi imao pozitivan utjecaj na gospodarstvo i ostao u nasljeđu generacijama koje slijede.

2. OPĆENITO O NAUTIČKOM TURIZMU

Nautički turizam je gospodarska djelatnost koja se zasniva na sadržajima vezanima uz turističku i rekreativnu plovidbu morem, rijekama i jezerima [22].

Posljednjih dvadeset godina, nautički turizam se pokazao kao jedan od najbitnijih i stabilnijih oblika turizma. Posebnost nautičkog turizma je u mogućnosti kombiniranja uobičajenog, tradicionalnog turizma, koji se sastoji od aktivnosti poput razgledavanja znamenitosti na kopnu, s aktivnostima na vodi. Ovaj tip turizma je najpopularniji u ljetnim razdobljima, pogotovo u Europi, te općenito čini bitan dio turističke sezone i gospodarskog razvoja. Nautički turizam zadire i u druge gospodarske grane i djelatnosti kao što su: pomorstvo, smještaj plovila, ugostiteljstvo, prodaja i servis plovila. Uspješnost nautičkog turizma je također povezana sa stupnjem izgrađenosti nautičke infrastrukture, lukama. Razvoj ove vrste turizma doprinosi napredovanju pomorskog i gospodarskog sustava te također utječe na ostale turističke djelatnosti jedne države. Ojačavanje nautičkog turizma potiče veći razvoj destinacije, a rast destinacije djeluje na izgradnju i razvoj nautičke luke [15].

Nautičari u kružnim putovanjima ili jahtingu kratko borave na jednom mjestu, najviše dan ili dva, a na ukupnom putovanju provedu tjedan do dva ili više. Baš ta mobilnost i posjećivanje više mjesta daje prednost Hrvatskoj koja sa svojom razvedenom obalom može pružiti nautičarima mnogo predivnih i prirodno očuvanih destinacija. Takve destinacije pružaju mir, bijeg od pre velike mase ljudi i potpuno opuštanje u uživanje u prirodi.

Za sigurnost plovidbe i dostupnost informacija brine se Hrvatski hidrografski institut. Između ostalih jedan od odjela planira izradu i izdavanje pomorskih navigacijskih priručnika i karata u skladu s potrebama pomorskog gospodarstva [13].

Nautički turizam se dijeli na:

- jahting turizam: ova vrsta turizma rastuća je najviše na području Mediterana te ima pozitivan gospodarski utjecaj na obalne regije i doprinosi značajno lokalnom gospodarstvu. Jahting je aktivnost koja podrazumijeva plovidbu i boravak turista na

brodicama ili jahtama kojima upravljaju sami, uz pomoć skipera ili posade [12]. Termin jahting dolazi od Danske riječi jacht (lov) i označavala je lagano i brzo prijevozno sredstvo koje je danska mornarica koristila za borbu protiv pirata. Tek je pojavom parobroda postala rekreacijsko prijevozno sredstvo.

- kruzing turizam: Kao i jahting turizam, kruzing turizam, također, povoljno utječe na gospodarstvo regije u kojoj je razvijen. Odvija se na velikim plovilima – kruzerima. Na takvoj vrsti plovila, u većini slučajeva, putnici se ne poznaju te plovilom upravlja profesionalna posada. Putovanja kruzerima u pravilu imaju svoju rutu i raspored posjeta određenim destinacijama.

2.1. NAUTIČKI TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatski dio Jadrana ima idealne uvjete za razvoj nautičkog turizma, sa svojom razvedenom obalom, dugom 5.790 km i 66 naseljenih otoka i grebena. Unatoč čistom moru, ugodnoj klimi, bogatstvu flore i faune te obilovanju uvalama, zaljevima, plažama i lukama, nautički turizam se u Hrvatskoj razvijao mnogo sporije no što se razvijao na ostatku zapada [2].

Razvoj nautičkog turizma u svijetu se dogodio početkom 17. i 18. stoljeća, a u Hrvatskoj tek 60-ih godina 20. stoljeća. Marine i udruge nautičara se razvijaju tek osamdesetih godina dvadesetog stoljeća i to uvelike pridonosi većem razvoju nautičkog turizma. Domovinski rat i agresija koja je pogodila Hrvatsku, usporila je razvoj nautičkog turizma, rast od 14% koji se pratio prošlih godina je počeo opadati. Kako bi se potakao oporavak i ponovni razvoj nautičkog turizma, 1991. godine je osnovana Udruga hrvatskih marina, 1994. godine, Udruženje nautičkog turizma pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. 2001. godine i 2006. godine Hrvatska udruge brodara.. Iako je došlo do značajnog pada u njegovom razvoju ipak je oporavak došao brže nego drugim vrstama turizma pa se njegov intenzivniji razvoj može primijetiti u zadnjih petnaest godina, a vrhunac mu tek slijedi [15].

Danas, nautička ponuda u Hrvatskoj nudi mnogo usluga: siguran vez, prodaju plovila, najam plovila, ronjenje, ribolov, vodiče, službu za spašavanje na moru i mnoge druge. Veća količina usluga, fokusiranje na dobru infrastrukturu i praćenje trendova su omogućili

Hrvatskoj da bude jedna od top nautičkih destinacija na svijetu. Zemlje kao što su Italija, Francuska i Španjolska, spadaju u turistički razvijenije sredozemne zemlje zbog veće ponude nautičkog turizma. Iako su razvijene, te zemlje nemaju toliko privlačnu i zanimljivu obalu kao što ima Hrvatska, Grčka i Turska. Zbog ovih općih čimbenika (klima obala, čistoća mora...) Hrvatska ima veliki potencijal za razvitak nautičkog turizma [5].

U Hrvatskoj nautički turizam dijelimo u četiri podvrste: [12]

- jahting turizam ili jahtarenje na vlastitim ili unajmljenim brodicama
- domaći kruzing ili višednevna domaća krstarenja na moru pod hrvatskom zastavom
- međunarodni kruzing na malim srednjim ili velikim brodovima pod stranom zastavom
- riječni kruzing ili međunarodna riječna krstarenja pod stranim zastavama.

2.2. RAZVOJ DESTINACIJE U HRVATSKOJ

Utjecaj nautičkog turizma na destinaciju je vidljiv kroz istraživanje „TOMAS NAUTIKA Jahting“ kojeg objavljuje „Institut za turizam.“ Istraživanje ukazuje da razvoj nautičkog turizma povoljno utječe na gospodarski razvoj destinacije. Pokazatelji razvoja su zapošljavanje, izgradnja i veća naseljenost tj. veći broj stanovništva [15]. Nautički turizam spada u elitni turizam te da bi se mogao razviti u određenoj državi, trebaju se ispuniti uvjeti kao što su: marine, privezišta, vezovi i sav popratni sadržaj.

Kao što je već istaknuto, nautički turizam ovisi o prirodnim resursima, razvijenosti obale i čistoći mora te kao takav u Hrvatskoj iz godine u godinu je u stalnom porastu. Razvojem nautičkog turizma, povećava se i nautička potražnja i potrošnja koja se pozitivno odražava na nautičku industriju tj. proizvodnju plovih jedinica, opreme, održavanje te izgradnju novih luka. Uz nautičku industriju, također je posebno važno i pružanje određenih usluga nautičarima i njihovim plovilima. Te usluge se sastoje od iznajmljivanja prostora, prihvata, čuvanja i održavanja plovila, iznajmljivanja plovila te opskrbljivanja nautičara hranom, rezervnim dijelovima itd. Dakle što su luke više razvijenije i što postoji više usluga koje zadovoljavaju potrebe nautičara, to će i destinacija biti razvijenija. Kako bi se destinacija razvila u nautičko – turističku lokaciju, mora imati

određene predispozicije, kao što je dobro osmišljeni razvojni plan i razmještaj luka. Da bi se luka smjestila na određenu destinaciju, treba se zadovoljiti određene kriterije: [15]

- institucionalno – politički
- smještajni i prirodni
- ekološki
- tehničko-tehnološki
- ekonomski
- sociokulturni

Zadnjih godina 21. stoljeća porast kvalitete usluga u marinama se povećala, ali još uvijek nije na istoj razini kao u drugim zapadnim europskim zemljama. Nautičari u Hrvatskoj najviše krstare obalom i otocima, a manji dio njih je smješten u matičnoj luci. Tijekom svog boravka u lukama, najviše posjećuju restorane, trgovine, centre i ostale atrakcije, što ukazuje na to da bi marine trebale biti na atraktivnijim lokacijama koje bi nautičarima mogle ponuditi veći izbor mogućnosti [9].

Nautički turizam u Hrvatskoj trenutno doživljava uspon i zbog toga je potrebno njegov razvoj planirati sustavno i u skladu s kriterijima održivog razvoja, koji se temelje na simbiozi ekoloških, ekonomskih, društvenih i sociokulturnih čimbenika. Održivi razvoj podrazumijeva zadovoljavanje sadašnjih potreba, ali i potreba budućih generacija. Iz toga se zaključuje da ekonomska održivost podrazumijeva takvo upravljanje resursima da se njima mogu koristiti i generacije koje slijede. Pretjerana komercijalizacija resursa, kratkoročno može povećati profit, ali dugoročno isto tako može dovesti do uništenja tih istih resursa i na kraju ugroziti ekonomsku održivost na tom prostoru [15]. TOMAS Nautika jahting je provelo istraživanje o stavovima i potrošnji nautičara u Hrvatskoj kako bi se istražili u kojem smjeru se razvija nautički turizam u Hrvatskoj. U tablici broj 1 vidimo rezultate iz 2012 godine koje navodimo kako bi ih usporedili s novijima.

Tablica 1. Učestalost dolazaka nautičara u RH 2012 god izražena u postocima [21]

Učestalost dolazaka	%
Prvi posjet	10,9
Drugi posjet	12,9
3-5 posjeta	26,2
6 i više posjeta	50

Tablica 2. Učestalost dolazaka nautičara u RH 2017 god izražena u postocima [17]

Učestalost dolazaka	%
Prvi posjet	32
Drugi posjet	18
3-5 posjeta	23
6 i više posjeta	27

Po ovim informacijama vidimo kako je povećan broj udjela nautičara u prvom posjetu s 10,9% na čak 32%. Prema čemu možemo zaključiti kako sve više nautičara zanima dolazak na Hrvatsku obalu.

Tablica 3. Duljina boravka na putovanju/plovidbi izražena u postocima [21]

Duljina boravka (dani)	%
1 do 3	3,4
4 do 7	42,8
8 do 14	33,7
15 do 21	50
22 i više	8,5

Iz priloženih tablica vidljivo je da je 50% nautičara bilo u 6 i više posjeta, a 10,9% je bilo u prvom posjetu Hrvatskoj. Duljina boravka u marinama i lučicama, koja je vidljiva u drugoj tablici, se kreće između 4 do 7 dana, čak 42,8% te 8 do 14 dana, 33,7%. Iako razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj napreduje, vidljivo je kako još uvijek ima mjesta napretku te boljem iskorištavanju svih potencijala Hrvatskih resursa [15].

Posljednje istraživanje TOMAS nautike iz 2017. godine prikazuje malo drugačije rezultate. Najčešće noćenje je i dalje 4 do 7 dana, ali s postotkom od 59%, a potom slijede boravci u trajanju od 8 do 14 noćenja. Prosjek boravka je 8 noćenja kod čarter putovanja. U odnosu na istraživanje TOMAS instituta iz 2012. godine, 2017. godina prikazuje trend smanjivanja plovidbe na čarter putovanjima za 1 noćenje.

2.3. AKCIJSKI PLAN ZA RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA

Kao što je već rečeno, nautički turizam je jedan od najrazvijenijih vrsta turizma u Hrvatskoj no još uvijek ima neiskorištenog potencijala i veliku mogućnost još većeg rasta. Kako bi se što bolje iskoristio potencijal i potakao razvoj nautičkog turizma, izrađuje se njegov akcijski plan pod vodstvom Ministarstva turizma Republike Hrvatske. Cilj akcijskog plana je suglasiti djelovanje svih dionika relevantnih za razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj. Akcijski plan odgovara na pitanje što koči daljnji razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj i predlaže radnje koje bi trebalo poduzeti kako bi se došlo do rješenja tih problema. Njegova izrada odvijala se u suradnji Instituta za turizam s Ministarstvom turizma [12].

Prvi sastanak izrade Akcijskog plana održan je pod vodstvom pomoćnika ministra, g. Želimira Kramarića u rujnu 2014. godine u Ministarstvu turizma RH. Na sastanku su također bili prisutni i predstavnici triju ministarstava: Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja, Hrvatski zavod za prostorni razvoj. Obavljeno je 35 intervjua s dionicima kako bi se definirale glavne aktivnosti, a na prezentacijama radnih verzija Akcijskog plana pojedinih oblika nautičkog turizma, bilo je više od 100 dionika. U izradi Akcijskog plana razvoja nautičkog turizma sudjelovali su dionici zajednički svim oblicima nautičkog turizma u Hrvatskoj, dionici specifični za jahting turizam i čarter, dionici specifični za domaća krstarenja na moru, dionici specifični za međunarodna krstarenja na moru te dionici specifični za međunarodna krstarenja na rijekama [12].

Strategija razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj zadala je 10 strateških ciljeva, a to su: [7]

- otklanjanje nedostataka uređenosti sustava i njegova funkcioniranja.
- izrada strateške procjene utjecaja na okoliš nautičkog turizma (izmjena i dopuna županijskih prostornih planova, broj luka nautičkog turizma, njihovi kapaciteti, prostorni razmještaj i struktura, područje izgradnje velikih marina za prihvat, proširenja marina unutar lučkih područja većih gradova, stvaranje uvjeta za prihvat mega jahti).
- izrada novog sustava razvrstavanja i kategorizacije objekata nautičkog turizma.
- izmjena postojećih i donošenje novih propisa prilagođenih plovidbi i boravku megajahti u našim unutarnjim vodama.

- uspostava banke podataka nautičkog turizma (prikupljanje, čuvanje i raspolaganje podacima).
- pomorski katastar.
- provedba informatičke integriranosti sustava i uspostava njegove osnovne komunikacijske učinkovitosti.
- izmjene i dopune zakonske uređenosti sustava nautičkog turizma.
- izrada strategije razvoja nautičkog turizma.

2.3.1. Marine

Suha marina je dio obale ili kopna posebno ograđen i uređen za pružanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor i iz njega do suhe marine [16].

Marina je dio vodenog prostora i obale, služi za pružanje usluga veza, čuvanje plovila, smještaj nautičara i mjesto pružanja uobičajenih usluga nautičarima te se kategoriziraju prema kvaliteti usluga. Riječ „marina“ talijanskog je podrijetla te označava malu luku za prihvat plovila, također se taj naziv pojavljuje i u stručnoj literaturi iz 1928 godine. Marina je najučestaliji tip turističke luke u svijetu te ju prema opremljenosti dijelimo na standardne, luksuzne, rekreacijske, a prema načinu gradnje na: američki, atlantski i mediteranski tip. Prema vlasništvu može biti: privatna, komunalna i javna, a prema lokaciji: morska, jezerska, riječna i kanalska. U Hrvatskoj se marine kategoriziraju u tri kategorije: kategorija I ili marina najvišeg standarda, kategorija II srednjeg standarda te marina kategorije III ili marina najnižeg standarda [16].

Glavni prihod marina dolazi od vezova na brodovima. Cijena veza naplaćuje se na dnevnoj, mjesečnoj, sezonskoj i godišnjoj bazi, a ovisi o veličini broda i položaju unutar marine [6].

Veliki nedostatak nautičkog turizma u Hrvatskoj je mali broj vezova za nautičare. Veća je potražnja za stalnim vezom, tranzitnim vezom u sezoni, ali i vezovima za dulja i veća plovila. Splitsko-dalmatinska županija ima ukupno 8 marina, a to su: Agana, Baotić, Trogir, kaštel, Split, Milna, Vlačka i Vrboska, njihov ukupan kapacitet je 1913 vezova. Prostorni plan Splitsko-dalmatinske županije planira izgradnju 6 422 novih vezova, a Strategija razvitka nautičkog turizma predlaže izgradnju 1 750 novih vezova. Tablica broj

4. pokazuje postojeće luke prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije [7].

Tablica 4. Postojeće marine prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije [7]

OCINA	ASELJE	NAZIV	PLANIRANI KAPACITET
Split	Split	Aci	450
Kaštela	K. Gomilica	Gričići	42
Hvar	Hvar	Palmižana	185
Trogir	Trogir	Aci trigur	180
Milna	Milna	Aci	170
Jelsa	Vrboska	Aci	150
Marina	Marina	Agana	120
Milna	Milna	Vlaša	60

Na slici broj 1. prikazana je karta s lokacijama nautičkih luka u cijeloj Hrvatskoj, gdje možemo vidjeti i one u Splitsko-dalmatinskoj županiji.



Slika 1. Lokacije nautičkih luka u Republici Hrvatskoj [30]

Tablica 5. prikazuje planirane marine nautičkog turizma, prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije.

Tablica 5. Planirane marine prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije [7]

OPĆINA	PLANIRANI KAPACITET	OPĆINA	PLANIRANI KAPACITET
Kaštela	400	Šolta	80
Split	400	Šolta	180
Split	250	Selca	150
Split	150	Trogir	100
Vis	250	Trogir	200
Sućuraj	250	Podgora	80
Supetar	150	Okrug	50
Supetar	190	Tučepi	80
Omiš	195	Stari Grad	190
Seget	198	Baška voda	150
Hvar	250	Baška voda	130
Hvar	100	Bol	180
Hvar	130	Solin	130
Hvar	190	Komiža	190
Šolta	160	Podstrana	199
Šolta	50	Jelsa	180

Novе marine u Splitsko-dalmatinskoj županiji trebale bi se graditi u naseljenim mjestima koja već imaju potrebnu komunalnu i prometnu infrastrukturu ili na mjestima koja su devastirana pa bi izgradnja marina samo oplemenila to područje [7].

Izgradnja i ulaganje u marine imaju veliki utjecaj na uspješnost zemlje da postane nautička destinacija. Više sadržaja, dostupnost informacija i usluga unutar marina povećavaju interes turista za provođenjem i potrošnjom više novaca. Uz izgradnju ili obnavljanje starijih marina, velika se pozornost treba pridati ekologiji kako bi takav razvoj bio održiv. Sve veći problem u marinama predstavlja loše zbrinjavanje otpada što se reflektira i na čistoću mora, neugodan miris itd. Ukoliko se hrvatska želi razvijati kao top

nautička destinacija, treba ulagati u infrastrukturu, usluge unutar marine, a pritom misliti na održivost takvog razvoja kako bi i buduće generacije imale sačuvane prirodne resurse i razvijeni nautički turizam.

Važnost ulaganja u infrastrukturu, obnavljanje i gradnju marini, najbolje se može vidjeti u primjeru Rogoznice nakon razvoja Marine Frapa. Na stablici broj 6 možemo vidjeti kako je ekonomski opustošeno područje, loše demografije doživjelo svojevrsni procvat u razdoblju od 10 godina [14].

Tablica 6. Ekonomski razvoj Rogoznice nakon razvoja Marine Frapa [23]

Indikatori razvitka	Prije marina	Nakon marina
Lokalno stanovništvo	350	Preko 2000
Prosječna starost	Preko 70	Oko 40
Broj zaposlenih	30	800
Cijena zemlje po m ²	10-20	150-300
Broj restorana	1	8
Broj kafića	2	15
Broj trgovina	2	9
Broj ambulanta	0	4
Broj osnovnih škola	0	2

2.3.2. Sidrišta

Hrvatska s 33% obalne crte otoka Mediterana u ponudi vezova ima samo 6,9% te je slabije razvijena u odnosu na druge države. S obzirom na mal broj ponude vezova, postoji velika potreba i pritisak na izgradnju novih vezova. U prostornim planovima lokalne samouprave, planira se povećati broj vezova s 21 000 na više od 54 000 u sljedećih 10 godina. Ukoliko bi se broj vezova povećao 3 puta te količina gostujućih plovila porasla za 100% , u teritorijalnim vodama bi bilo preko 150 000 plovnih jedinica. Ta brojka je velika čak i za državu koja ima preko 1 000 otoka. To bi predstavljalo veliki problem zbog zagađenja i narušavanja prirodnih resursa, koji su opći čimbenici i čine Hrvatsku top destinacijom i zbog toga što bi hrvatski krajobraz se uvelike razlikovao od današnje predodžbe nautičkog raja na Mediteranu. Jedno od rješenja predstavlja sustav sigurnih sidrišta s bovama koji bi riješio problem manjka sidrišta i ujedno imao najmanje

negativnog utjecaja na okoliš. Nautičari posjećuju Hrvatsku zbog razvedene i prelijepo obale i neurbaniziranih zaljeva i uvala, ali je također od velike važnosti informacija gdje će sigurno moći privezati plovilo u mjesecima najveće turističke sezone. Kako bi se došlo do najboljeg rješenja ovog problema, počelo se s izradom projekta pod nazivom „ Prostorna obilježja potencijalnih lokacija sidrišta i stručno mišljenje temeljem službenih hidrografskih, oceanografskih i nautičkih obilježja.“ Ovakav projekt bi trebao značajno utjecati na razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj te doprinijeti održivom razvoju hrvatske obale i otoka te sačuvati prirodne resurse [7].

3. PONUDA JAHTING TURIZMA U HRVATSKOJ – OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDovi

Polazeći od razvijenosti ponude i postojeće tržišne pozicije proizvoda nautičkog turizma, u svjetlu tržišnih trendova i faktora uspjeha moguće je prepoznati jake strane proizvoda koje su osnova za promocijske i prodajne aktivnosti te s druge strane, izazove koji otvaraju nove mogućnosti za razvoj nautičkog turizm [3].

S obzirom na manjak podataka i nemogućnost njihove usporedbe, zbog različitih izvora i drugačije metodologije njihovih prikupljanja, međunarodna usporedba ponude i potražnje u jahting turizmu u svijetu je uvelike otežana. Veličinu europskog i mediteranskog tržišta tako možemo tek okvirno procijeniti koristeći podatke iz ICOMIA (međunarodno udruženje na svjetskoj razini), European Boating Industry (međunarodno europsko udruženje). I međunarodno i europsko udruženje okupljaju predstavnike djelatnosti vezane uz rekreaciju na moru. Europa sa 70 000 km obale i 27 000 km unutarnjih voda je vodeća jahting destinacija na svijetu. U ponudi ima 4 500 marina, 1,75 milijuna vezova te se na njenom području, a pogotovo na Mediteranu, realizira 70% svjetskog jaht-čartera. Gospodarska aktivnost proizvodnje rekreativnih plovila zapošljava oko 280 000 ljudi te ostvaruje prihod veći od 20 milijardi eura godišnje. Najveći broj marina imaju Italija, Francuska i Španjolska. Prosječni broj vezova po marini u tim zemljama je oko 420, a Francuska ima najveće marine s 541 vezom u prosjeku. Državni zavod za statistiku, 2013 godine, usporedio je veličinu jahting turizma u Hrvatskoj i u konkurentskim zemljama [12].

Zaključuje se da je Mediteran jako tražena lokacija među nautičarima. Francuska, Španjolska, Italija s dobro razvijenim marinama iskoristile su svoj puni potencijal u nautičkom turizmu. Istočno mediteranske zemlje kao što su Hrvatska, Grčka i Tunis su konkurentne zemlje, ali tek trebaju ostvariti svoj puni potencijal [19].

Podaci iz eVisitora iz 2017. godine pokazuju kako su najčešći gosti čarter putovanja u Hrvatskoj Nijemci, Austrijanci i Britanci. Najveća koncentracija turista je zabilježena na vrhuncu sezone, iako je broj dolazaka u kolovozu manji od broja dolazaka u rujnu. Srpanj je mjesec s najviše zabilježenih dolazaka pa je to i „udarni“ mjesec. Turisti iz

Austrije i SAD-a najviše dolaze za vrijeme srpnja, dok su Talijani najprisutniji u kolovozu. Najviše turista iz Ujedinjenog kraljevstva bilježi dubrovačko-neretvanska županija, a na drugom mjestu su Austrija i Njemačka.

Posljednjih nekoliko godina dostupni su podaci o ponudi i potražnji u jahting turizmu na Jadranskom moru, prema kojima je vidljivo da od 80 000 vezova, Hrvatska ima 27% od ukupnog broja, a Italija 62% [12]. Iz toga je vidljivo kako, Hrvatska iako je konkurentna zemlja, ipak ne iskorištava sav svoj potencijal s obzirom na svoju razvijenu obalu i prirodne resurse.

Danas prisutni trendovi u jahting turizmu su:

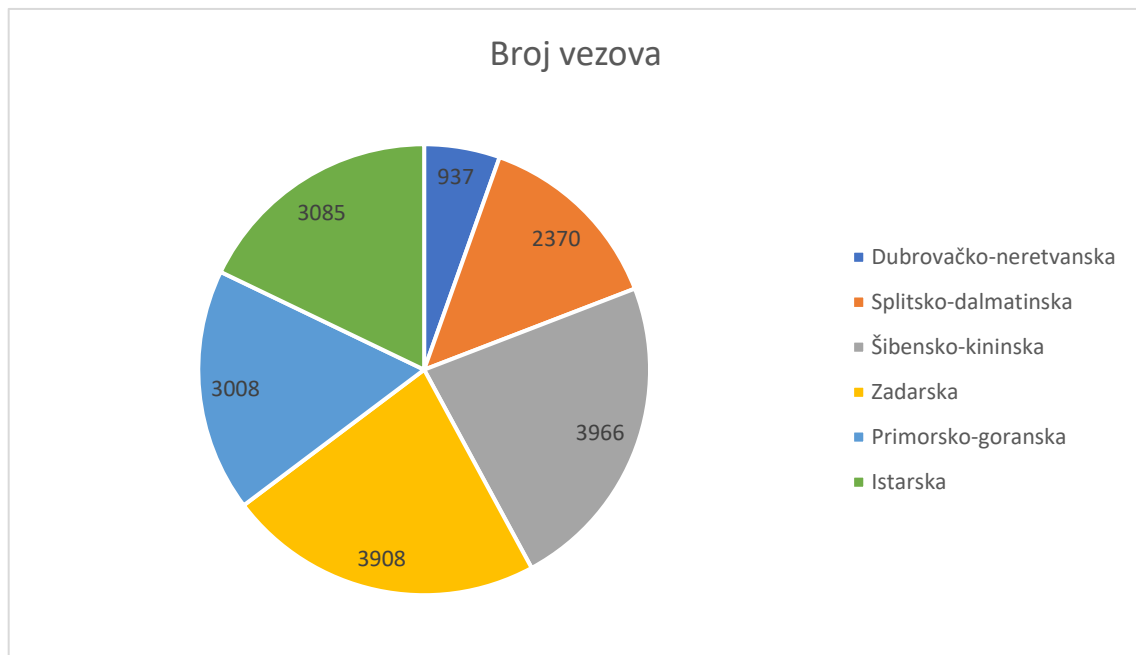
- pad proizvodnje brodova, a najviše mega-jahti
- prilagodba plovila starijoj populaciji. Europska unija ima populaciju koja stari što znači da i prosječna dob nautičara s vremenom raste. Prosječna dob nautičara je porasla s 45 na 55 godina kroz zadnjih 10 godina. Otprilike 30% EU populacije će imati preko 65 godina do 2060 godine. Takva demografska slika povoljno utječe na nautički turizam. Starije osobe imaju veću kupovnu moć i više slobodnog vremena kroz cijelu godinu [14].
- razvoj čistih tehnologija: EU zakon podiže ekološke standarde i tako potiče ulaganja u čistu tehnologiju.
- stay&sail aranžmani
- razvoj strasti za jahtingom kod mlađe populacije kroz ulaganje u klubove za mlade
- pojava novih tržišnih segmenata
- potražnja za plovilima većim od 12 metara i mega-jahtama
- potražnja za vezovima za veća plovila i mega-jahte
- kraći boravak nautičara na plovilu
- porast broja aktivnosti
- potreba za očuvanjem okoliša i prirode. Stanje i očuvanje okoliša iznimno je važan faktor u nautičkom turizmu. Aktualni trendovi na nautičkom tržištu ukazuju na sve veću težnju nautičara prema ponudama koje su usklađene s ekološki prihvatljivim i održivim poslovanjem [3]. Prema tome bi se trebao promicati ekološki turizam u svrhu privlačenja ekološki osviještenih turista i kao početak gradnje održivog nautičkog turizma.

Hrvatska raspolaže sa 17 000 namjenskih vezova u moru za brodice i jahte i s 5.500 vezova na kopnu, 106 luka, od kojih su 53 marine. Brodice i jahte koje su u tranzitu se također mogu vezati u nizu luka i lučica koje su otvorene za javni promet te na mnogo opremljenih i neopremljenih sidrišta. Splitsko-dalmatinska županija i Dubrovačko neretvanska znatno zaostaju u broju namjenskih vezova za ostalim županijama kao što je vidljivo na slici broj 2 [12]. Dok u tablici broj 7. vidimo točan broj vezova po županijama iz 2019 godine. Evidentno je kako Splitsko dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska županija još uvijek zaostaju u broju vezova. Stoga je potrebno što prije provesti izgradnju marina.

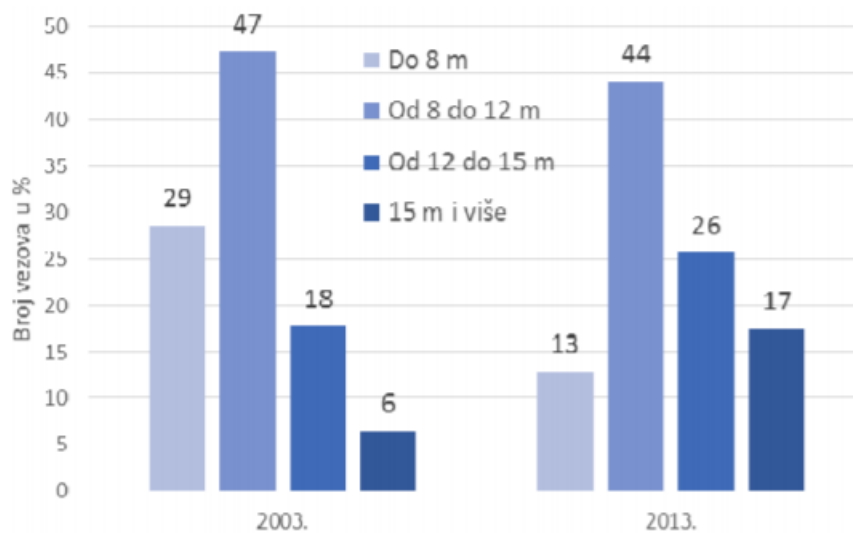


Slika 2. Broj vezova u Hrvatskoj po Županijama u 2014. godini [12]

Tablica 7. Broj vezova po županijama u Republici Hrvatskoj 2019 godina

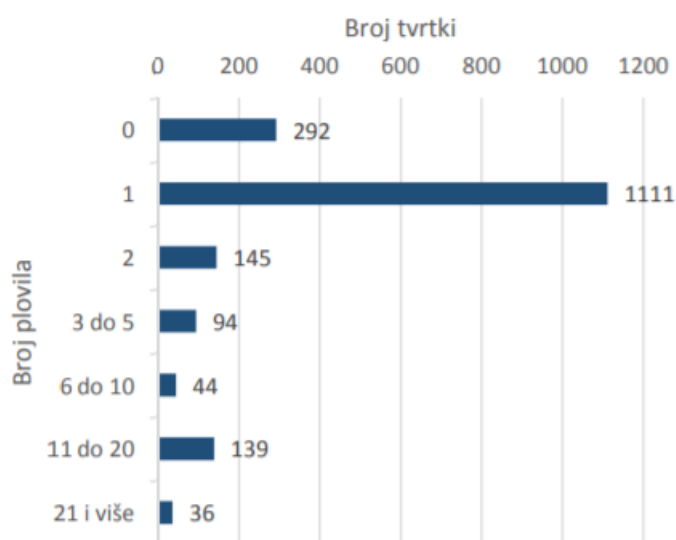


U razdoblju od 2003. do 2013. godine došlo je do smanjivanja udjela vezova za plovila do 12 m, a povećan je udio vezova za plovila koja su duža od 15 m što je vidljivo na slici broj 3 [12].

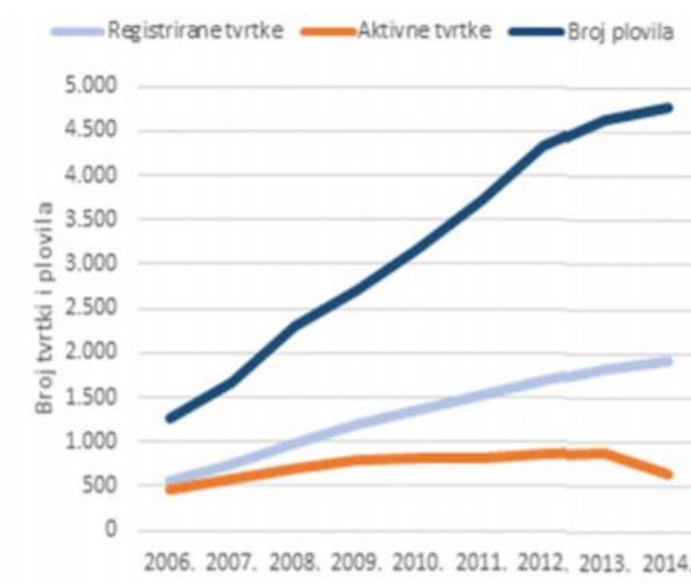


Slika 3. Broj vezova u Hrvatskoj prema duljini plovila [12].

Čarter tvrtke čine veliki udio ponude u jahting turizmu. U Hrvatskoj je 2014. godine bilo 1.913 registriranih čarter tvrtki, od toga su 652 bile aktivne i 4.784 čarter plovila. U razdoblju od 2006. godine pa do 2014. godine, broj čarter plovila je rastao, dok broj tvrtki nije, već se 2014. godine njihov broj smanjuje. To smanjenje u broju čarter tvrtki je vjerojatno bilo uzrokovano padom najмова u 2013. godini [12].

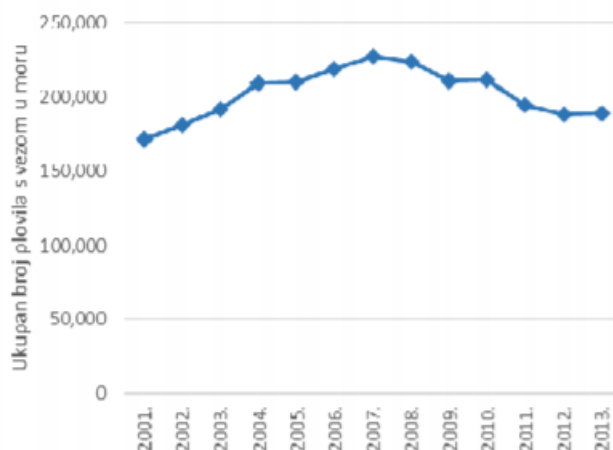


Slika 4. Broj čarter tvrtki prema broju plovila u 2013. godini [12]

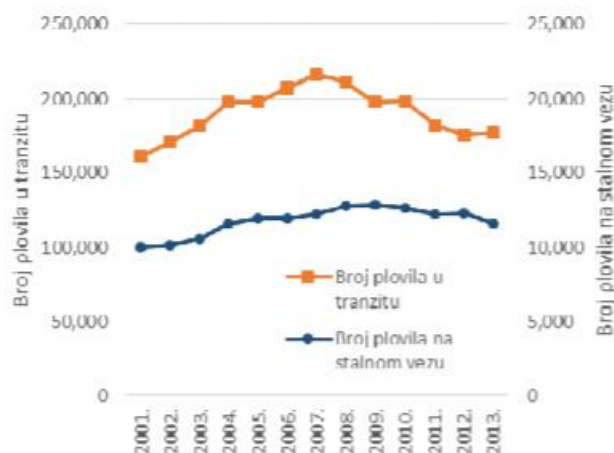


Slika 5. Broj plovila i čarter tvrtki u Hrvatskoj od 2006. do 2014. godine [12]

Od 2001. godine pa do 2008. godine broj plovila na stalnom vezu bio je u porastu no od 2008. godine u laganom je padu. Te iste godine počinje i pad broja plovila u tranzitu, ali 2013. godine dolazi do ponovnog rasta. Razlog ovom padu bila je gospodarska kriza u svijet [12].



Slika 6. Ukupan broj vozila s vezom u moru u lukama u Hrvatskoj od 2001 do 2013
[18]



Slika 7. Broj plovila s vezom u moru u lukama prema vrsti veza od 2001. do 2013. godine [18]

U lukama nautičkog turizma na kraju 2019. godine, na stalnom vezu je bilo 14 249 plovila, što po prethodnom grafu možemo vidjeti da je veći postotak u odnosu na razdoblje od 2001. do 2013. godine. Najviše je bilo jahti na jedra, a iza toga motornih jahti. Najviše plovila je bilo dužine od 12 do 15 metara, a iza toga od 10 do 12 metara [25].

U razdoblju od 2001. do 2013. godine Istarska županija ima najveći broj plovila na stalnom vezu te na nju spada četvrtina svih plovila na stalnom vezu u Hrvatskoj. Nakon nje slijede Šibensko-kninska s 23% , Zadarska županija s 22% i Primorsko-goranska županija sa 16%. Najmanje plovila na stalnom vezu imaju Splitsko-dalmatinska županija i Dubrovačko-neretvanska županija. 2019. godine Šibensko-kninska županija je s najviše plovila na stalnom vezu u moru.

Kada je riječ o plovilima u tranzitu onda se stanje bitno razlikuje. Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska imaju dvostruko više plovila u tranzitu od onih na stalnom vezu [11]. Nautičari tijekom svoje plovidbe u prosjeku posjete oko tri marine. 2012. godine na plovilima su bile četiri osobe sa skiperom ili unajmljenom posadom. Prosjek putovanja je bio 12 noćenja, a od toga je 7 bilo u marinama. Najčešća su putovanja u trajanju od 4 do 7 noćenja, a svako treće putovanje bude 8 do 14 noćenja. Putovanja koja traju duže od toga čine jednu petinu ukupnih putovanja. Tijekom razdoblja od 2001. do 2012.godine udio putovanja od 8 do 14 noćenja ostaje stabilan, broj putovanja kraći od 8 dana se povećava, a broj dužih se pak smanjuje. Tijekom vremena provedenog na putovanju, u 2012. godini, nautičari su dnevno trošili u prosjeku 100€ dnevno. Na ugostiteljske usluge se u prosjeku trošilo 18€, a na trgovinu 12€. Prosječni troškovi čarteraša dvostruko su veći od izdataka nautičara. 2017. godine prosjek boravka je 8 noćenja kod čarter putovanja, dakle u odnosu na 2012. godinu, došlo je do smanjenja trajanja plovidba za 1 noćenje.

U Hrvatskoj je tijekom 2017. godine zabilježeno 473.896 turističkih dolazaka i 3,19 milijuna noćenja što je u odnosu na 2016. godinu porast od 15%. Vidljiv je uzlazni karakter u nautičkom prometu u Hrvatskoj posljednjih godina. Najviše prometa zabilježeno je na području Splitsko-dalmatinske županije tijekom svih mjeseci. Nautičari su u prosjeku trošili 126€ , a čarteraši 183€. Najveći potrošači su Britanci (212€), Francuzi (207€), Nizozemci (202€) [31].

2012. godine zbog svoje lijepe obale, čistog mora, ugodne klime te socijalnih elemenata: sigurnosti, gostoljubivosti i imidža, Hrvatska je ocijenjena bolje od drugih konkurentnih zemalja (Španjolska, Francuska, Italija). Za ugostiteljsku ponudu, ponudu čartera, opremljenosti marina, dobila je lošiju ocjenu u usporedbi s drugim navedenim

zemljama [12]. Već 2017. godine taj općenito dobar dojam koji Hrvatska ostavlja na nautičare raste pa je još i veći u odnosu na 2012. godinu. No nezadovoljstvo je još uvijek prisutno u pogledu neodgovornog ponašanja drugih nautičara na moru, buke u marinama i lukama, otpada u moru i prevelikom broju plovila na moru. Od 2012. godine do 2017. godine dogodile su se određene promjene u trendovima nautičkog turizma u Hrvatskoj: nautičari su većeg obrazovanja i većih primanja, više nautičara koji su u prvom posjetu Hrvatskoj te je poraslo zadovoljstvo nautičkom ponudom i potrošnja tijekom odmora.

U SWOT analizi vidljive su jake i slabe točke jahting turizma u Hrvatskoj što je detaljnije prikazano na sljedećoj tablici.

Tablica 8. SWOT analiza jahting turizma u Hrvatskoj [12]

SNAGE	SLABOSTI
Prirodne ljepote Razvedena obala, brojni otoci Povoljna klima Prirodne atrakcije Biološka raznolikost Geografski položaj Prostorne mogućnosti za izgradnju novih luka nautičkog turizma Nautička infrastruktura	Nedovoljan broj vezova Nedostatak vezova za veće jahte Sadržaj ponude u marinama i razina usluge Sadržaj ponude destinacije i kvaliteta usluga Vrijednost za novac Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada Nedovoljna educiranost Neodgovarajuća promocija
PRILIKE	PRIJETNJE
Trendovi u turizmu Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija Povoljni klimatski uvjeti Stabilnost u regiji	Pad atraktivnosti ponude zbog izgrađenosti obala Zagađenje okoliša Nedovoljno razvijena svijest o zaštiti okoliša Klimatske promjene/nepogode

4. DOMAĆI I MEĐUNARODNI KRUZING – OKRUŽENJE I TRŽIŠNI TRENDVI

Bitan segment nautičkog turizma su programi krstarenja, koji podrazumijevaju prijevoz ljudi putničkim brodovima prema unaprijed utvrđenom plovidbenom rasporedu. Krstarenja karakteriziraju pristajanja brodova u lukama te ponuda raznih zabavnih i sportskih aktivnosti. Brodovi za krstarenja su oblik hotela na moru te se koriste isključivo u turističke svrhe [8].

Brodovi za kružna putovanja nisu namijenjeni za prijevoz putnika iz jedne luke u drugu nego za duža putovanja i uživanje u mnogobrojnim sadržajima na brodu kako bi se ispunio višednevni boravak gostiju. Iako ne služe za prijevoz putnika do luka ipak staju u turistički zanimljive luke s bogatom ponudom za turiste.

Domaći kruzink se odvija u unutarnjim vodama na području jedne države, a to su: jezera, more i rijeke. Kružna putovanja se dijele prema trajanju na duga (više od 21 dan) i kratka (manje od 21 dana). Trend zadnjih godina je u povećavanju broja kraćih putovanja, a smanjivanju broja dugih. [20] Domaća brodska krstarenja u Hrvatskoj su danas među top 50 najpoželjnijih putovanja na svijetu, takva putovanja su trend i u Grčkoj i u Turskoj. U Hrvatskoj, a ni u drugim konkurentskim državama nema dostupnih podataka koji bi opisali ovaj turistički proizvod. Trendovi danas prisutni na tržištu domaćeg kruzinka su:

- rast kvalitete ukupne ponude brodova uključenih u domaća krstarenja
- diversifikacija proizvoda prema pojedinim tržišnim segmentima
- okolišno odgovorno poslovanje-razvoj „čistih tehnologija“
- kontinuirani rast potražnje
- novi tržišni segmenti potražnje
- rast potražnje za manjim brodovima
- rast svijesti o potrebi očuvanja okoliša i prirode.

Sve više modernih turista pogotovo takozvana „Z generacija“ daje značajnu vrijednost ekološki osviještenim destinacijama te se uočava trend spremnosti plaćanja više kako ne bi došlo do narušavanja okoliša. Razvijanjem tehnologije i lakom dostupnosti informacija na internetu, turisti sve više istražuju destinaciju na koju žele otići te na takav način uče o

znamenitostima, događanjima i kulturi mjesta koje posjećuju. U zadnjih par godina je od sve veće važnosti da su kružna putovanja ugodna oku i da pružaju mnogo zanimljivosti i da su prezentabilna za društvene mreže. Ističe se i važnost obnove uma i tijela kao prilike za odmor od stresnih obaveza, posla i svakodnevice pa se tako u ponudi kružnih putovanja često mogu naći : wellnessi, posebni menu-i zdrave hrane i fitness satovi. Tijekom putovanja često se javlja potreba ne samo za promatranjem krajolika i znamenitosti već i za postizanjem dostignuća. npr. sudjelovanje u kulinarskim natjecanjima unutar grupe, sportski događaji, ronjenje itd.

Domaći kruzingu je tek zadnjih godina postao prepoznatljiv i poželjan turistički proizvod. Prvotni domaći kruzingu uključivao je prijevoz putnika od luke do luke, bez organiziranog boravka na kopnu. Danas je došlo do promjene ovog turističkog proizvoda pa se u ponudi s kombinacijom krstarenja nude i razne druge aktivnosti po otocima [12].

4.1. PONUDA I POTRAŽNJA U DOMAĆEM KRUZINGU

Ponudu domaćeg kruzingu 2013. godine, činilo je 140 brodova u prosjeku stari 40 godina te dugi 30 m. Najčešća su putovanja u trajanju od 8 dana, polazišne luke su najčešće naše najpoznatije destinacije, a svaka večer se provodi na novoj destinaciji tj. novoj luci [12].

S obzirom na prirodu kružnih putovanja i na veću količinu vremena provedenu u lukama, posebna važnost treba biti u njihovoj ponudi. Visoku ocjenu dobivaju one luke koje imaju ekološku očuvanost, sigurnost, bogatu gastronomsku ponudu, raspoloživost informacijama, prometnu dostupnost, kulturne manifestacije i sadržaje za zabavu. Lošiju ocjenu ili lošiji stupanj zadovoljstva primjećujemo kada su prisutne određene smetnje: neodgovorno ponašanje nautičara, buka, otpad, prenatrpanost plovila, zauljenost mora itd.

2013. godine realizirano je u prosjeku 13 putovanja po brodu tj. 1 810 putovanja sveukupno. Na putovanjima je bilo 41 833 putnika što je za 41% više putnika u odnosu na 2009. godinu. Ostvareno je 300 000 noćenja (45% više u odnosu na 2009. godinu), a najposjećenije luke su bile: Korčula, Hvar, Trstenik, Stari Grad, Makarska, Split, Krk. Trogir, Pomena, Rab i Dubrovnik. Najčešći turisti bili su Britanci, iza njih slijede Nijemci,

Austrijanci, Švicarci i Skandinavci. Gosti su u prosjeku trošili oko 956€ po osobi na jednom putovanju [12].

U nastavku je priložena SWOT analiza domaćeg kruzinga u Hrvatskoj

Tablica 9. SWOT analiza domaćeg kruzinga u Hrvatskoj [12]

SNAGE	SLABOSTI
Prirodne ljepote, čisto more Razvedena obala, brojni otoci Prirodne atrakcije Ekološki očuvan krajolik i podmorje Neizgrađenost obale Osobna sigurnost Mogućnost proširenja kapaciteta postojećih luka Biološka raznolikost Geografski položaj Nautička infrastruktura	Nepostojanje odgovarajućih matičnih luka Nemogućnost sigurnog veza u lukama otvorenih za javnim za javni promet Sadržaj ponude, destinacije i kvaliteta usluga Nedovoljna promocija Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada s brodova
PRILIKE	PRIJETNJE
Rast potražnje za krstarenjima u svijetu Trendovi u turizmu Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija Porast kvalitete turističke ponude u destinacijama	Nerješavanje problema vezova u lukama otvorenim za javni promet Zagađenje mora i okoliša Klimatske promjene/nepogode

4.2. MEĐUNARODNA BRODSKA KRSTARENJA

Međunarodna kružna turistička putovanja u zadnjih 20 godina bilježe veliku stopu rasta. 60-ih godina prošlog stoljeća, kruzing turizam je bio namijenjen elitnom dijelu turističke potražnje. Danas kruzing turizam se dijeli na dio koji zadržava svoj ekskluzivitet,

a drugi dominirajući dio, dostupan velikom dijelu turističkog tržišta, poprima karakteristike masovnog turizma [12]. Tematska kružna putovanja su danas tržišno prepoznata jer svojom raznolikošću zadovoljavaju turističku potražnju. Neka od popularnijih tematskih kružnih putovanja su vezana za profesiju, blagdane, dječja i avanturistička.

Najveće svjetsko tržište kružnih putovanja je sjevernoameričko, a 2014. godine na putovanjima je bilo 12 milijuna putnika. Nakon američkog tržišta slijedi europsko s najvećim brojem putnika iz Njemačke, Velike Britanije, Austrije, Nizozemske, Italije, Francuske, Španjolske. Do 2020. godine očekuje se najveći porast u broju putnika iz Kine [24].

Kruzing u Europi privlači više od milijun putnika izvan Europe. Te je u posljednjem desetljeću udvostručen broj Europljana na kruzingu [1]. Godišnje Europa je drugo najveće tržište za međunarodna kružna putovanja u svijetu te je danas njihov godišnji broj veći od 5,7 milijuna. Industrija kružnih putovanja u Europi privlači više od milijun putnika izvan Europe, donosi zaradu oko 15,5 milijardi eura i zapošljava više od 326 000 ljudi u Europi. Najveći promet u međunarodnim kružnim putovanjima ostvaren je 2011. godine, a najposjećenija regija Mediterana je područje zapadnog Mediterana s čak 70%, a zatim Jadransko more s postotkom od 19% [12].

Broj kružnih putovanja stranih brodova na hrvatskom tržištu raste sukladno s brojem kružnih putovanja u svijetu. Takav porast pozitivno utječe na gospodarstvo Hrvatske. Najznačajnija destinacija za prihvata brodova na Jaranu je Dubrovnik, iza njega slijede Split, Pula i otok Korčula. 2019. godine u Hrvatskoj je ostvareno 710 kružnih putovanja stranih brodova. Broj boravaka iznosio je 1413 dana, a broj putnika na kružnim putovanjima bio je 1 109 399 [25].

Najveći broj putovanja 2019. godine imali su brodovi pod zastavom Malte i Bahama, a najveći broj putnika su imali brodovi Paname te onda Malte. Od siječnja do listopada 2019. godine broj putovanja stranih brodova i broj dana boravka na brodovima u odnosu na 2018. godinu je bio veći za 4.3% [4].

Vidljivo je da Hrvatska iz godine u godinu raste u broju kružnih putovanja i sve je veći interes za njenom ponudom u svijetu. No iako se porast bilježi, treba obraćati pažnju

na nove trendove i biti u skladu s njima. S obzirom na sve veću zainteresiranost turista, a pogotovo mlađe generacije za učenjem o destinacijama na koje dolaze i doživljavanjem nove kulture, u ponudu treba uvrstiti nacionalne parkove, parkove prirode te informirati o svim ugroženim vrstama i zaštićenim prirodnim područjima te o načinu ponašanja u tim područjima. Također od ključne važnosti je da se turisti osjećaju sigurno na putovanjima kroz našu zemlju, koja obiluje ljepotama i prirodom pa je važno poznavanje kontakata u slučaju opasnosti (požar, hitna pomoć, kriminal, zagađenje mora).

U tablici ispod je vidljivo u kojem postotku su nautičari informirani o navedenim problemima. Evidentno je da su veći postotci potrebni kako bi nautički turizam mogao biti održiv te kako bi Hrvatska bila prepoznata kao još sigurnija zemlja.

Tablica 10. Informiranost nautičara o destinaciji. [17]

	%
Informiranost o zaštićenim prirodnim područjima	46
Informiranost o pravilima ponašanja u zaštićenim područjima	40
Informiranost o ugroženim vrstama	31
Informiranost o kontaktima u slučaju nekakve opasnosti	53

U nastavku je SWOT analiza snage i slabosti Hrvatske u sustavu međunarodnih kružnih putovanja.

Tablica 11. SWOT analiza Hrvatske u sustavu međunarodnih kružnih putovanja [12].

SNAGE	SLABOSTI
<p>Geografski položaj</p> <p>Atraktivna obala</p> <p>Pogodna klima</p> <p>Visok stupanj ekološke očuvanosti</p> <p>Postojeći lučki kapaciteti</p> <p>Sigurnost plovidbe</p> <p>Sigurnost boravka u luci</p> <p>Osobna sigurnost tijekom boravka u destinaciji</p> <p>Cjenovna konkurentnost Hrvatske</p>	<p>Mala zastupljenost Hrvatskih luka među polaznim lukama</p> <p>Nedovoljna promidžba</p> <p>Nedostatak zajedničke razvojne inicijative</p> <p>Negativan utjecaj kruzera na okoliš i prirodu</p>
PRILIKE	PRIJETNJE
<p>Rast potražnje za krstarenjima u svijetu</p> <p>Trendovi u turizmu</p> <p>Hrvatska je sve prepoznatljivija na turističkom tržištu</p> <p>Porast kvalitete ukupne turističke ponude</p>	<p>Klimatske promjene</p> <p>Zagađenje okoliša i prirode</p> <p>Pojava novih zaraznih bolesti</p> <p>Konkurencija na Sredozemlju</p>

5. MEĐUNARODNA RIJEČNA KRSTARENJA – OKRUŽENJA I TRŽIŠNI TRENDVI

Turistička krstarenja rijekama doživljavaju procvat početkom ovog stoljeća. Razlog tom porastu, analitičari pronalaze u naglom porastu pomorskih krstarenja. Vodeća regija u svijetu za riječna krstarenja je Europa [3].

Najveći broj brodova i putnika se ostvaruje na rijeci Rajni, Majni, Dunavu, Elbi i Douro, a nešto manji broj na Volgi, Nevi i Dnjepru.

Na europskim rijekama danas plovi oko 260 brodova 108 m dužine i 11,2 m širine, izgrađeni 1996. godine, kapaciteta koji može primiti u prosjeku 143 putnika. U posljednjih 5 godina izgrađeno je novih 27% brodova današnjih kapaciteta. Riječni brodovi su za razliku od morskih ograničeni širinom i dubinom rijeka kojim plove, kanalima te visinom mostova. Prosječni riječni krstaš tako može primiti oko 143 putnika [10].

Trendovi u međunarodnim riječnim krstarenjima danas su: [12]

- povećanje broja brodova
- povećanje veličine i kvalitete brodova
- unaprjeđenje cjelovitog proizvoda riječnih krstarenja
- rast potražnje
- glavna emitivna tržišta: Njemačka i SAD.

Ciljani profil putnika na riječnim krstarenjima su starije generacije s većim primanjima. Prosječna starost putnika na riječnim kruzerima je 60 godina i raste, taj trend starenja ide u prilog stabilnom rastu potražnje za ovim proizvodom [12]. Privez brodova na riječnim krstarenjima se najčešće radi uz ploveću platformu koja se diže i spušta ovisno o razini rijeke, a s nje se silazi na kopno pomoću vertikalno pomičnog mosta. U slučaju potražnje za istovremenim privezom više od jednog broda, brodovi se vežu paralelno ili se proširuju kapaciteti za privez. U blizini pristaništa je potrebno osigurati stajalište za autobuse kako bi putnici mogli ići na izlete na druge lokacije. Veliku važnost za luke ima destinacija i okruženje u kojem se nalazi. Destinacije mogu biti poželjnije zbog svoje povijesne pozadine, prirodnih ljepota, ali isto tako je bitna ponuda dobre usluge (turistički vodiči, osoblje), uređenost, čistoća te sigurnost [12].

Riječna krstarenja se danas ugl. Odvijaju na Dunavu zbog mogućnosti cjelogodišnje plovidbe po njemu riječnim krastašima te s Rajnom i Majnom čini okosnicu riječkih krstarenja u Europi. U Hrvatskoj je danas u najvećem omjeru uključena luka u Vukovaru, a onda u Iloku, Aljmošu i Batini. Hrvatske su riječne luke jako konkurentne, prema cijenama lučkih usluga, u rangu su s rumunjsko lukom Giurgiu i Novim Sadom, sve ostale luke naplaćuju veće pristojbe. Putnici riječnih krstarenja su ponudu hrvatskih destinacija ocijenili poprilično visoko. Vrlo dobre ili odlične ocjene dobili su vođitelji, gostoljubivost domaćina, gastronomska ponuda, sigurnost i doživljaj destinacije. Nešto lošije ocjene bile su usmjerene na urednost mjesta, turističku signalizaciju, dostupnost brošura i ponudu suvenira. Zaključuje se kako su turisti relativno zadovoljni Hrvatskom kao destinacijom za riječna krstarenja ipak 34% putnika je bilo zadovoljnije na nekim drugim lokacijama, primjerice: Budimpešta, Beč, Beograd). Druge Europske destinacije su prije svega bolje ocijenjene u mogućnosti kupovine suvenira i većim izborom aktivnosti na putovanju [12].

Što se tiče zadovoljstva nautičara s Hrvatskom kao destinacijom, uočavao sličan uzorak kao u pomorskim kružnim putovanjima. Dobra lokacija, prirodne znamenitosti, geografski položaj, umjerena i ugodna klima, dobra gastronomska ponuda su ono što Hrvatsku čini poželjnom destinacijom no da bi dosegla svoj pun potencijal treba se ulagati u modernizaciju, ekološko očuvanje, dostupnost i praćenje trendova.

Danas se radi na unaprjeđenju i izgradnji riječnih luka. Projekt nove luke u Vukovaru vrijedan 825 milijuna dolara, zaposlio bi 25 000 ljudi te bi mogao potaknuti gospodarski oporavak cijele županije [26]. Kanal Dunav-Sava, oko kojeg je bilo najviše prijepora i koji je potvrđen kao strateški projekt 2017. godine, odbačen je zbog neisplativosti i nikakvog doprinosa gospodarstvu [27]. Unaprjeđenje i izgradnja infrastrukture u luci Slavonski brod doprinijet će ostvarenju ciljeva Europske Unije u području transporta [28].

Provedena je SWOT analiza riječnih krstarenja u Hrvatskoj na temelju ponude i trendova na tržištu i usporedbe s konkurentnim državama.

Tablica 12. SWOT analiza riječnih krstarenja u Hrvatskoj [12]

SNAGE	SLABOSTI
<p>Četiri plovne rijeke</p> <p>Nosivi kapacitet rijeka</p> <p>Mogućnost plovidbe na više rijeka</p> <p>Mogućnosti za rast i razvoj ponude</p>	<p>Nedostatak promocija ponude na kopnu</p> <p>Loši sanitarni čvorovi</p> <p>Nedostatak infrastrukture za jahting</p>
PRILIKE	PRJETNJE
<p>Rast potražnje za riječnim krstarenjima u svijetu posebno u Europi</p> <p>Novi trendovi</p> <p>Rast potražnje za autentičnošću destinacija</p> <p>Izgradnja kanala Dunav-Sava</p>	<p>Moguća stagnacija tržišta međunarodnih riječnih krstarenja</p> <p>Rast troškova brodara</p> <p>Pad ili rast vodostaja rijeka</p>

6. RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA U SKLADU S EKOLOŠKIM PROCESIMA

Turizam uvelike ovisi o prirodnim ljepotama, očuvanosti prirode, znamenitostima i čistoći mora i lokacije. On u pravilu ne mora biti zagađivač okoliša, ako postoji zadovoljavajuća komunalna infrastruktura. Na žalost u Hrvatskoj postoji veliki broj turističkih destinacija, a najviše na oboli i otocima, koje nemaju riješeno osnovnu komunalnu infrastrukturu. Uništenje prirodnih dobara, imalo bi negativan utjecaj na cijeli turizam. Prirodne znamenitosti su primarni resurs turizma i ključne su za njegovo daljnje napredovanje.

Temeljni uvjet održivosti i pozitivni trend razvoja nautičkog turizma je u dugoročnoj održivosti prirodnih resursa. Odgovornost zaštite okoliša pripada svima. Održivost nautičkog turizma se može ostvariti jedino zadovoljavanjem potreba nautičara danas i čuvanjem okoliša kako bi i buduće generacije mogle nastaviti razvijati turizam. Najveći zagađivači su otpadne vode, brodsko pogonsko gorivo, smeće, prometne nezgode, zbog toga se pri izgradnji turističkih lučica moraju slijediti definirani uvjeti i mjere za zaštitu ekosustava i morskog okoliša. Sve većim porastom broja turista javljaju se negativne posljedice na ekologiju u smislu onečišćenja i otuđivanja kulturnih dobara. Za nautički turizam od velike je važnosti očuvanje prirodnih resursa, jer su oni ono što destinaciju čini konkurentnom. Kako bi se spriječio negativan utjecaj sve bržeg rasta ove grane turizma na okoliš, potrebna je edukacija stanovništva. Edukacija bi trebala biti usmjerena na provođenje strogih mjera zaštite prirode i kulturne baštine [15].

Educiranost sve većeg broja ljudi o očuvanju okoliša treba iskoristiti i usmjeriti ka razvoju našu destinacije. Sve više mlađih turista i nautičara će radije platiti skuplji smještaj ukoliko je on ekološki neškodljiv te platiti skuplje hranu koja je iz ekološkog uzgoja. S obzirom na porast platformi putujućih blogera, izgled, očuvanost i čistoća destinacije je od apsolutne važnosti za razvitak destinacije. Potrebno je obratiti pozornost na iskorištenost prirodnih resursa kako ne bi došlo do njihove eksploatacije. Iako je apsolutno potrebno njegovati razvoj tehnologije isto je tako važno prepoznati potencijalno štetne radnje ili akcije koje bi mogle ugroziti destinaciju trenutno, ali i za buduće generacije.

Pročelnik Pomorskog odjela dubrovačkog Sveučilišta upozorava na rijetko pražnjenje crnih tankova u marinama zbog malog broja onih koje pružaju tu uslugu te ističe kako bi samo precizniji i stroži zakoni te pojačane kontrole mogle riješiti taj problem [29]. Neodgovorno ponašanje prema prirodnim resursima, koji su ujedno najveća prednost Hrvatske i čine ju konkurentom, dovodi u opasnost mogućnost održivosti nautičkog turizma.

Zaključuje se kako je za daljnji razvoj nautičkog turizma potrebno provođenje mjera za održivi rast i razvoj te pravilno postupati s resursima, umjerena izgradnja prihvatnih kapaciteta, sustav nadzora, modernizacija uređaja i opreme za zaštitu mora od onečišćenja [5].

7. ZAKLJUČAK

Nautički turizam jedan je od najrazvijenijih oblika turizma. U Hrvatskoj se razvio kasnije i sporije nego u ostatku Europe te značajniji razvoj doživljava tek 60-ih godina prošlog stoljeća. S obzirom na kasniji početak razvoja, može se zaključiti kako Hrvatska tek započinje svoj razvoj u nautičkom turizmu.

Hrvatska je turistička zemlja koja ima veliki potencijal za postajanjem top destinacije nautičkog turizma na Mediteranu i u ostatku svijeta. Unatoč svojim prirodnim ljepotama, razvedenoj obali, odličnom geografskom položaju, blagoj klimi, čistom plavom moru, nije razvila svoj puni potencijal. Treba se okrenuti aktivnom praćenju trendova, novim generacijama i oslušivati potrebe nautičara, a da pritom čuva prirodne resurse. Putovanja nisu više isključivo uživanje u krajoliku i odmaranje, putovanja postaju iskustvo, na njima se uči, posvećuje se vrijeme umu i tijelu, postižu se ciljevi te se isprobavaju nove stvari. Kako bi se ostvarili navedeni trendovi, trebaju se razviti luke, povećati ponude i broj događanja. Nautičari koji dolaze u Hrvatsku pozitivno ocjenjuju njene prirodne ljepote i obalu koja je atraktivnija od drugih obala Mediteranskih zemalja no lošije ocjene dobiva zbog slabe kvalitete smještajnih kapaciteta i nedovoljnog broja vezova.

Priželjkivani razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj se može ostvariti izgradnjom novih marina na područjima koje već imaju potrebnu prometnu i komunalnu infrastrukturu i na devastiranim mjestima koja bi se tom izgradnjom oplemenila. Iako je nova izgradnja, obnavljanje i veći broj turista nešto što se priželjkuje u turizmu, treba se težiti održivosti takvog razvoja i oduprijeti se pretjeranoj komercijalizaciji resursa koji brzo dovedu do prihoda, ali nisu održivi. Uz razvoj infrastrukture, treba razmišljati i o uslugama koje se mogu pružiti nautičarima u marinama. Ključno je da svaka marina može pružiti usluge: prihvata, održavanja i čuvanja plovila, vodiča, gastro ponudu. Što su luke razvijenije, to je i destinacija razvijenija. U Hrvatskoj je razvijen jahting, kružni i riječni turizam. Danas na takva turistička putovanja se najviše odazivaju starije generacije, veće platežne moći, no u posljednjih nekoliko godina zabilježen je porast interesa kod mlađe generacije za takvom vrstom turizma. Kako bi nautički turizam u Hrvatskoj doživio svoj vrhunac, želje i potrebe nautičara trebaju biti zadovoljene. Cijena treba odgovarati kvaliteti pružene usluge i usluga

ne smije biti lošija ili ne postojeća u odnosu na konkurentne zemlje. Bitan trend današnjeg turizma je ekološka osviještenost ljudi te potreba za očuvanjem prirodnih resursa postaje sve bitnija među korisnicima nautičkog turizma. Razvoj nautičkog turizma treba napredovati, ali u skladu s ekološkim procesima. Uništavanjem okoliša i znamenitosti uvelike se smanjuje mogućnost očuvanja turizma za sljedeće generacije.

Uspoređujući Hrvatske marine s marinama drugih zemalja, dolazi se do zaključka da Hrvatska ima još mnogo prostora za rast i razvitak. Istraživanje međunarodnih trendova i njihovo uvažavanje može potaknuti nautički turizam u pozitivnom smjeru. Na temelju SWOT analize, može se zaključiti kako su prirodna bogatstva najveća prednost Hrvatske te je potrebno iskoristiti njihov potencijal kako bi nautički turizam prikazali kao poželjan turistički proizvod.

LITERATURA

- [1] A MedCruise Report, *Cruise activities in medcruise ports: statistic*, 2013, Piraeus 2014, str 1-68.
- [2] Budman, M.: *Neki aspekti nautičkog turizma u Hrvatskoj i svijetu*, Naše more, vol.43, br. 1-2, 1996, str. 37-42.
- [3] Boranić-Živoder, S.; Ivandić, N.; Tomljenović, R.: *Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015*, Zagreb, 2009, str. 4-115.
- [4] Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, *KRUŽNA PUTOVANJA STRANIH BRODOVA U REPUBLICI HRVATSKOJ u razdoblju od siječnja do listopada 2019*, Zagreb, 2019, str. 2.
- [5] Dundović, Č.; Kovačić, M.; Badurina-Tomić, P.: *Prilog istraživanju postojećeg stanja i tendencije razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj*, Pomorski zbornik, vol.49-50, 2015, br. 1, str. 207-224.
- [6] ECSIP., *Study on the competitiveness of the recreational boating sector*, Rotterdam / Brussels, 2015, str. 1-143.
- [7] Favro, S. i sur., *Akcijski plan razvitka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije*. Hrvatski hidrografski institut, 2013, str. 1-211.
- [8] Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije u Splitu, Split, 2011, str. 63.
- [9] Gračan, D.: *Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1, 2006, str. 115.
- [10] Grammerstorf, H.H.: *Europe's River Cruise Industry*, Cruise & River Cruise Convention, Seatrade Europe, Hamburg, 2013, str. 6.
- [11] Horak, S.; Marušić, Z.: *Međunarodna turistička krstarenja Dunavom u Hrvatskoj*, Zagreb, 2014, str. 1-14.
- [12] Horak, S.; Marušić, Z.; Carić, H.; Severm, I.: *Akcijski plan razvoja nautičkog turizma*, Zagreb, 2015, str. 1-89.
- [13] Hrvatski Hidrografski Institut <http://www.hhi.hr/>
- [14] ICF, *Assessment of the Impact of Business Development Improvements around Nautical Tourism*, Brussels, 2016, str. 159.
- [15] Jugović, A.; Zubak, A.; Kovačić, M.: *Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije*, Pomorski zbornik, vol.47-48, br. 1., 2013, str. 61-72.

- [16] Luković, T.; Bilić, M.: *Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja*, „Naše more“, vol. 54, no. 3-4, 2007, str. 114.
- [17] Marušić Z.; Horak S.; Sever I., *Stavovi i potrošnja nautičara u hrvatskoj Tomas nautika Jahting 2017.*, Institut za turizam, Opatija, 2018, str. 6.
- [18] Nautički turizam- Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2013., Priopćenje 4.3.5., Državni zavod za statistiku RH.
- [19] Paker N.; Altuntas Vural C.; *Customer segmentation for marinas: evaluating marinas as destinations*, Tourism Management, 2016, str. 156-171.
- [20] Šamanović, J.: *Nautički turizam i management marina*, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002, str. 113- 114.
- [21] TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012, str. 1-154.
- [22] <https://tehnika.lzmk.hr/nauticki-turizam/> (Pristupano 20.05.2020.).
- [23] <https://www.intechopen.com/books/visions-for-global-tourism-industry-creating-and-sustaining-competitive-strategies/nautical-tourism-in-the-function-of-the-economic-development-of-europe> (pristupljeno 18.5.2020.).
- [24] <https://www.cruising.org> (Pristupljeno: 23.05.2020.).
- [25] https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-05_07_2019.htm , (Pristupljeno: 25.5.2020).
- [26] <https://www.poslovni.hr/hrvatska/nova-luka-u-vukovaru-vrijedna-825-mil-dolara-zaposlila-bi-25000-ljudi-311701> (Pristupljeno: 17.5.2020.).
- [27] <http://www.glas-slavonije.hr/366997/4/Kanal-Dunav---Sava-izbacen-je-iz-dokumenta> (Pristupljeno: 20.5.2020.).
- [28] <https://ec.europa.eu/eipp/desktop/hr/projects/project-228.html> (Pristupljeno: 23.5.2020.).
- [29] <https://www.ekovjesnik.hr/clanak/819/problem-ispustanja-crnih-otpadnih-voda-iz-razlicitih-vrsta-plovila> (Pristupljeno 18.5.2020.).
- [30] <https://tehnika.lzmk.hr/nauticki-turizam/> (Pristupljeno: 8.7.2020)
- [31] <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> (prsitupljeno: 9.7.2020)

POPIS SLIKA

Slika 1. Lokacije nautičkih luka u Republici Hrvatskoj [30]	9
Slika 2. Broj vezova u Hrvatskoj po Županijama u 2014. godini. [12].....	15
Slika 3. Broj vezova u Hrvatskoj prema duljini plovila. [12].....	16
Slika 4. Broj charter tvrtki prema broju plovila u 2013. godini [12].....	17
Slika 5. Broj plovila i charter tvrtki u Hrvatskoj od 2006. do 2014. godine [12].....	17
Slika 6. Ukupan broj vozila s vezom u moru u lukama u Hrvatskoj od 2001 do 2013 [18]	18
Slika 7. Broj plovila s vezom u moru u lukama prema vrsti veza od 2001. do 2013. godine [18]	18

POPIS TABLICA

Tablica 1. Učestalost dolazaka nautičara u RH 2012 god izražena u postocima [21]	5
Tablica 2. Učestalost dolazaka nautičara u RH 2017 god izražena u postocima [17]	6
Tablica 3. Duljina boravka na putovanju/plovidbi izražena u postocima [21].....	6
Tablica 4. Postojeće marine prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije [7]	9
Tablica 5. Planirane marine prema postojećem Prostornom Planu Splitsko-dalmatinske županije [7]	10
Tablica 6. Ekonomski razvoj Rogoznice nakon razvoja Marine Frapa [23]	11
Tablica 7. Broj vezova po županijama u Republici Hrvatskoj 2019 godina	16
Tablica 8. SWOT analiza jahting turizma u Hrvatskoj [12]	20
Tablica 9. SWOT analiza domaćeg kruzinga u Hrvatskoj [12]	23
Tablica 10. Informiranost nautičara o destinaciji. [17]	25
Tablica 11. SWOT analiza Hrvatske u sustavu međunarodnih kružnih putovanja. [12]	26
Tablica 12. SWOT analiza riječnih krstarenja u Hrvatskoj [12]	29

POPIS KRATICA

SWOT (engl. *Strenghts, weaknes, opportunities, threats*)

Jačina, slabost, prilika, prijetnje