

Jučer, danas, sutra turizma u Splitu

Pivčević, Josipa

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:164:852313>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

JOSIPA PIVČEVIĆ

**JUČER, DANAS, SUTRA TURIZMA U
SPLITU**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2019.

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

STUDIJ: POMORSKI MENADŽMENT

**JUČER, DANAS, SUTRA TURIZMA U
SPLITU**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

red.prof.dr.sc. Vinko Vidučić

STUDENT:

**Josipa Pivčević
(MB:0171258741)**

SPLIT, 2019.

SAŽETAK

Razvojem turizma i uslijed sve većih zahtjeva turista, dolazi do razvoja specifičnih oblika turizma koji se temelje na interesima određene skupine turista, a među njima se javlja i pomorski turizam. Ovaj rad se bavi analizom pomorskog turizma u Splitu i Splitsko-dalmatinskoj županiji, analizirajući pritom povijesni razvoj, sadašnje stanje i potencijalni razvoj u budućnosti. Kroz teorijski dio rada nastoje se objasniti glavne odrednice pomorskog turizma i njegove vrste, dok se kroz empirijski dio na temelju dostupnih statističkih podataka i relevantne literature objašnjava kako je tekao razvoj pomorskog turizma, njegovi trendovi i očekivanja u budućnosti. Na temelju napisanog rada se izvode najvažniji zaključci.

Ključne riječi: pomorski turizam, Split, povijesni razvoj, perspektive razvoja

ABSTRACT

With the development of tourism and the increasing demands of tourists, there is a development of specific forms of tourism based on the interests of a particular group of tourists, including maritime tourism. This paper deals with the analysis of maritime tourism in Split and the Split-Dalmatia County, analyzing the historical development, present situation and potential future development. The theoretical part of the paper seeks to explain the main determinants of maritime tourism and its types, while the empirical section explains the development of maritime tourism, its trends and expectations in the future, based on available statistics and relevant literature. Based on the written work, the most important conclusions are drawn.

Keywords: maritime tourism, Split, historical development, development perspectives

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. OPĆENITO O POMORSKOM TURIZMU	3
3. POMORSKI TURIZAM I NJEGOVA OBILJEŽJA	5
3.1. Značaj pomorskog turizma.....	5
3.2. Posebni oblici pomorskog turizma	7
4. POVIJESNI RAZVOJ POMORSKOG TURIZMA U SPLITU	10
5. NAUTIČKI TURIZAM U SPLITU	14
6. TURIZAM DANAS	18
6.1. SWOT analiza pomorskog turizma u Splitu.....	18
6.2. Statistika pomorskog turizma u Splitu	20
7. BUDUĆNOST POMORSKOG TURIZMA.....	24
7.1. Rast turizma u budućnosti	24
7.2. Uloga društvenih mreža	25
7.3. Strategija.....	26
8. ZAKLJUČAK	28
LITERATURA.....	30

1. UVOD

Pomorstvo kao cjeloviti sustav, odnosno pojedine komponente tog sustava vezane su na djelovanje cjelokupnog prometnog sustava, te samim time imaju i značajan odraz na gospodarstvo pojedine primorske zemlje. Primorske zemlje koje imaju razvijenu pomorsku politiku u funkciji gospodarskog razvoja imaju posebne prednosti zbog različitosti djelatnosti unutar tog sustava i izraženog multiplikativnog faktora pojedinih djelatnosti pomorskog gospodarstva. Među djelatnostima koje su vezane uz pomorstvo ističe se i turizam. Turizam je najjednostavnije definirati kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ukoliko se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost, a obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor.

Naime, svojim razvojem i značajnim napretkom kroz desetljeća, turizam se sve više veže uz različite druge grane kako bi se zadovoljili sve veći i posebniji zahtjevi suvremenih turista, pa uslijed toga dolazi i do razvoj specifičnih oblika turizma, poput kulturnog, gastronomskog, sportskog, kongresnog, pustolovnog, vjerskog, pomorskog turizma i sl. Upravo o pomorskom turizmu Splita i Splitsko-dalmatinske županije biti će više riječi u nastavku ovog završnog rada.

Dakle, cilj ovog rada je dati uvid u povijesni pregled, sadašnje stanje te budućnost pomorskog turizma u Splitu i okolici kako bi se uočili trendovi i potencijal njegova rasta. Teorijski dio rada napisan je pomoću metoda analize i sinteze koje se ogledaju u raščlambi određenih teorijskih pojmova vezanih uz pomorski turizam. Nadalje, korištene su metode komparacije, dedukcije, indukcije te deskripcije. Metodom komparacije uspoređene su navedene varijable. Indukcijom je izvršena analiza određenih dokaza koji vode do općih zaključaka dok je metoda dedukcije upotrijebljena za izvođenje pojedinačnih zaključaka. Deskripcijom su opisani teorijski pojmovi te odnosi, veze i procesi vezani uz predmet istraživanja. Empirijski dio rada temelji se dostupnim statističkim podacima vezanim uz pomorski turizam u Splitu pri čemu su navedeni podaci tablično i grafički prikazani.

Rad je podijeljen na osam poglavlja, a započinje uvodom u kojem se govori o predmetu istraživanja, ciljevima i metodama rada te samoj strukturi rada. Nakon uvoda slijede

dva teorijska poglavlja koja upoznaju čitatelja sa glavnim obilježjima pomorskog turizma i posebnim oblicima pomorskog turizma. Četvrtim poglavljem rada nastoji se pružiti uvid u razvoj pomorskog turizma, dok se peto poglavlje temelji na odrednicama pomorskog turizma u Splitu, nakon čega slijedi detaljnija analiza koja uključuje SWOT analizu te analizu statističkih podataka vezanih uz pomorski turizam u Splitu i Splitsko-dalmatinskoj županiji. U sedmom poglavlju rada govori se o budućnosti pomorskog turizma, njegovim potencijalima, ulozi društvenih mreža i strategiji. Na samom kraju rada nalazi se zaključak i popis literature koja je korištena prilikom pisanja.

2. OPĆENITO O POMORSKOM TURIZMU

Nautički je turizam jedan od najbrže rastućih segmenata pomorske djelatnosti koji se u svijetu počinje razvijati usporedo s ostalim oblicima pomorskog turizma, ali njegovo značenje i ekonomska snaga se uočavaju tek osamdesetih godina prošlog stoljeća, pa stoga treba primijetiti da mnoge turističke destinacije počinju ubrzanom izgradnjom specijaliziranih luka za prihvata malih vozila. Menadžment turističke destinacije, odnosno upravljanje destinacijom ima važnu ulogu u njenom ekonomskom rastu i razvoju. Naime, kako bi turistička destinacija stekla konkurentsku prednost i održala je važno je prilagoditi se neizvjesnoj okolini i pravim mjerama odgovoriti na nastale promjene. Destinacijski menadžment najjednostavnije se može definirati kao poslovna aktivnost koja spaja i koordinira rad različitih poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji turističkog proizvoda radi ostvarenja njegove i integralne kvalitete, konkurentnosti, održivosti te postizanja optimalnih ekonomskih učinaka na turističkom tržištu.¹

Često se naglašava da je nautički turizam dio turističke, a ne pomorske djelatnosti. 1954. godine, teoretičari suvremenog turizma, Švicarci W. Hunziker i K. Kraft donijeli su definiciju koju je prihvatila Međunarodna udruga znanstvenih turističkih eksperata i koja kaže da je turizam skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost. Tako se dolazi do pojma nautičkog turizma koji predstavlja novi i poseban oblik pojavnog oblika turizma.²

Pri ranim počecima razvoja turizma, glavna odlika te gospodarske grane bila je masovna pojava turista. Ipak, protekom vremena sve više se razvija turizam posebnih interesa koji je danas izrazito zastupljen. Naime, suvremeni turist ima sve više zahtjeva u pogledu iskustva, novosti, edukacije i aktivnosti. Turizam je, bilo zbog opasnosti koje je djelom sam proizveo bilo zbog proširivanja ponude i zadovoljavanja turista, proširio svoje djelovanje na neke druge sektore ili ga barem vezao uz njih, pa danas djeluje u kooperaciji s njima.³ Kao jedan od tih sektora svakako se javlja i promet budući da je bez prometa nemoguće zamisliti

¹Zelenika, R. i Vidučić, V.: Model razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj do godine 2015. Ekonomski pregled, 58 (9-10),(2007)

² Ibidem.

³ Jelinčić D. A.: Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, (2008), str. 29.

funkcioniranje turističke djelatnosti. Promet i turizam javljaju se kao strateške gospodarske grane brojnih razvijenih, turističko orijentiranih zemalja te imaju obilježja složenih, dinamičkih i međusobno povezanih sustava. Naime, oba navedena sustava odlikuje fenomen mobilnosti, koji predstavlja i opisuje potrebu suvremenog čovjeka za kretanjem, a realizira se kroz promjenu mjesta boravka na kraći ili dulji vremenski period, dakle kroz putovanje, koje je sastavni dio svake turističke aktivnosti. U funkciji turizma podjednako važnu ulogu ima i individualni i javni prijevoz, prijevoz robe i putnika, prometna infrastruktura, a posebice međuovisnost različitih prometnih grana unutar prometnog sustava.⁴

Turističko putovanje prije svega predstavlja doživljaj, koji se sastoji od niza pojedinačnih utisaka u kojima promet predstavlja značajnu važnost. To se lako može uočiti ako se sagleda činjenica da vrijeme provedeno u prijevoznim sredstvima često čini značajan dio ukupnog vremena koje je provedeno na putovanju. Pritom su brzina, udobnost i sigurnost najvažnije odrednice kvalitete prometne usluge, te samim time predstavljaju ciljeve čijem ostvarenju treba težiti pri upravljanju turističkom destinacijom. Dakle, turistička destinacija koju odlikuje kvalitetnija prometna mreža je lakše dostupna, bolje organizirana i privlačnija, a samim time kao takva na turističkom tržištu se prepoznaje kao kvalitetnija.

Također, brojni su čimbenici koji utječu na razvoj turizma. Tu se ubrajaju društvene promjene i turizam odnosno demografske promjene, povećanje broja dana plaćenog godišnjeg odmora te fleksibilnije radno vrijeme. Također, utječu i ranije umirovljenje te produžen radni vijek i povećana svijest o mogućnostima putovanja. Često se naglašava i važan čimbenik koji utječe a to je globalizacija koja ima veliku ulogu u turizmu. Naime, otvaranjem novih destinacija dolazi do razvoja turizma kao i zbog brojnih klimatskih promjena koji su ključni čimbenik budućeg razvoja čovječanstva.⁵

⁴Šolman, S.: Uloga cestovnog prometa u turizmu Hrvatske. Acta Turistica Nova,(2010), str. 19.

⁵Hunziker, W. & Krapf, K.: The Outline of General Tourism Science,(1942). Dostupno na: <http://journals.openedition.org/teoros/1621>, 27.05.2019.

3. POMORSKI TURIZAM I NJEGOVA OBILJEŽJA

3.1. Značaj pomorskog turizma

Pojam turizma najjednostavnije se može objasniti kao skup odnosa i pojava koje su posljedica putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ukoliko se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište te ukoliko s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost, a obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor. Nautički turizam predstavlja značajan fenomen kojeg je potrebno samostalno promatrati. Naime, u suvremenom značenju, nautika i navigacija predstavljaju skup praktičnih i teoretskih znanja i vještina koji su potrebni voditelju plovila kako bi sigurno i uspješno preveo plovilo morem, od polazišne luke, do luke dolaska. Također, nautika i nautički turizam označavaju pomorstvo.

Pomorski turizam ima važnu ulogu u gospodarstvu turistički razvijenih zemalja te snažno može utjecati na ekonomski rast i razvoj. Kao najvažnije uloge turizma u gospodarstvu pojedine zemlje ističu se sljedeće poput zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene, razvoja nedovoljno razvijenih područja, uravnoteženja platne bilance te povećanja stope BDP-a. Naime, vidljivo je da turističke aktivnosti posebice pomorski turizam dovode do brojnih pozitivnih posljedica kao što su: rast dohotka stanovništva, rast javnih prihoda, rast prihoda od izvoza te rast poduzetničke aktivnosti. Kada se proučava i povezuje kultura turista, osoba zaposlenih u turističkoj djelatnosti i domaćeg stanovništva na području subjektivne kulture nastaje dio opće kulture koji se naziva turistička kultura. Turistička pomorska kultura se može definirati kao skup i stupanj navika spoznaja i postupaka koji osposobljavaju čovjeka da se vlada i snalazi u odnosima i pojavama što nastaju i nameću se putovanjem te boravkom u turističke svrhe.⁶ Stoga se turistička pomorska kultura promatra s aspekta putovanja, odmaranja te poslovanja.

U početku svoga razvoja, pomorski turizam je karakterizirala masovna pojava turista dok se s vremenom sve više razvija turizam posebnih interesa koji je danas izrazito zastupljen.⁷ Moderni turist zahtjeva iskustvo, novosti, edukaciju i aktivnost. Turizam je, bilo

⁶Kolumbić, N.: Neki sociološki i pedagoški aspekti turističke kulture, Zbornik humanističke vrijednosti turizma, Zadar,(1977)

⁷Jelinčić D. A. Abeceda kulturnog turizma, Meandarmeda, Zagreb,(2008), str. 29.

zbog opasnosti koje je djelom sam proizveo bilo zbog proširivanja ponude i zadovoljavanja turista, proširio svoje djelovanje na neke druge sektore ili ga barem vezao uz njih, pa danas djeluje u kooperaciji s njima. Upravo zbog toga, turističko tržište se sve više klasificira prema zahtjevima turista te nastaju brojni specifični oblici turizma. Zbog posebnih i izuzetnih prirodnih ljepota i vrijednosti obale i otoka, a zatim i sve razvijenije i kvalitetnije nautičke i općenito turističke ponude, nautički turizam je neprijeporno najprepoznatljiviji i najkonkurentniji hrvatski turistički proizvod. Hrvatska ima prednost u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti što su važna obilježja za budući razvoj nautičkog turizma, no to nije dovoljno. Kvaliteta ponude hrvatskih marina ne može se usporediti s ponudom marina u ostalim europskim zemljama. Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje dodatnih sadržaja u funkciji turizma (fitness – centri, saune, škole ronjenja i jedrenja, jahanja i sl. zabavnih sadržaja). Često se u nautičkom turizmu spominje pojam putovanja, zato što je ono sadržano u osnovnim karakteristikama pojma nautičkog turizma. Također, određena nastojanja kako bi se nautički turizam prikazalo kao djelatnost koja je povezana s pomorstvom, te da se iz toga izvede primjer predstavlja teoretske zablude jer se u definiciju turizma, osim „putovanja“ i „privremenog boravka u nekom mjestu“, također ističe i činjenica da „s tim boravkom nije povezana nikakva gospodarska djelatnost“.⁸

Kako bi se otklonila mogućnosti slične teorijske zablude u promatranju pojave turizma, tj. u slučaju nautičkog turizma, treba razlikovati dvije skupine činitelja koji se odnose na činitelje koji uvjetuju nastanak nautičkog turizma i činitelje razvitka nautičkog turizma. Kod utvrđivanja činitelja turističkog razvitka, treba uzeti u obzir činjenicu da se analizira tzv. suvremeni turizam, tj. turizam našeg životnog okruženja s aspekta vremena, čime turizam koji je dinamičan proces se u svrhu istraživanja zaustavlja i pretvara u statičan.

Često se spominje i značaj nautičkog turizma koji je vezan za posebnosti sadržaja nautičko-turističke ponude, te se na prvi pogled može uočiti da je nautički turizam izrazito mobilnoga karaktera, te da je vezan uz jedan oblik sportske rekreacije na plovilu, ali treba također naglasiti i sve veću važnost njegove stacionarne komponente kao jednog od najvažnijih čimbenika u razvoju i unaprjeđenju tog oblika turizma, a stacionarnu komponentu čine primarni receptivni kapaciteti i dopunski kapaciteti. U primarne receptivne kapacitete mogu se ubrojiti luke nautičkog turizma, zimovnici ili suhi vezovi, brodogradilišta,

⁸Hunziker, W. & Krapf, K.: The Outline of General Tourism Science,(1942). Dostupno na: <http://journals.openedition.org/teoros/1621>, 06.06.2019.

parkirališta, trgovinski opskrbni i turističko-ugostiteljski objekti, te proizvodni i proizvodno-uslužni kapaciteti.

Često se naglašava da se okruženje današnjice promijenilo u pozitivnom smislu, jer je došlo do pojave integracija zemalja. To je za posljedicu imalo popularizaciju turizma zbog rušenja prostornih granica i institucionalnih zapreka. Međutim, pojedine zemlje stvaraju zapreke turizmu, kroz ograničenja za turiste iz određenih zemalja putem viznog sustava. Kao važan čimbenik koji utječe na turizam su komunikacijski i infrastrukturni čimbenici i oni imaju mogućnost pružanja turističkih usluga. Potražnja je determinirana postojećim komunikacijskim i infrastrukturnim čimbenicima. Pod tim čimbenicima se ističe sva infrastruktura koja omogućuje turistima putovanje, smještaj i obilazak turističkih atrakcija. U nastavku rada biti će riječi o posebnim oblicima pomorskog turizma.

3.2. Posebni oblici pomorskog turizma

Pri samim počecima razvoja nautičkog turizma javlja se humanistička škola izučavanja nautičkoga turizma, a sa socijalnog i društvenog aspekta nautičkoga turizma te škole, u središtu pažnje je turist-nautičar kojeg odlikuju određene potrebe i potrošački motivi. Samim time dolazi do razvrstavanja nautičkog turizma prema sljedećim odrednicama:⁹

- Motivi koji ga oblikuju: mobilni, plovibeni, kupališni, boravišni, športski, zimovališni, izletnički, ribolovni, kulturni, zdravstveni i ambijentalni;
- Veličina i vrsta plovila: brodski ili veliki, jahting turizam, moto-nautički turizam;
- Udio, opseg i područje plovidbe: veliki nautički turizam kojeg karakterizira plovidba u većim plovnim objektima (oceanska krstarenja, krstarenja u zatvorenim morima, cruising, duži izleti, charteri) te mali nautički turizam koji se odnosi na suvremeno malo brodarstvo;
- Organizacija plovidbe: individualni, grupni i nautički turizam u konvojima;

⁹Luković, T. i Bilić, M.: "Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategije razvoja. Naše more" 54(3-4),(2007).

- Plan plovidbe: zatvorena mora, rijeke i jezera, prekomorski i oceanski, nacionalni i međunarodni;
- Svrha plovidbe: izletničko krstarenje, jedrenje, plovidba radi športa i razonode, podvodna plovidba, kombinirani i brzi turistički prijevoz;
- Sektor: obalni, kupališni (razna plovila-vozila za rekreaciju i šport na moru na nožni, ručni ili motorni pogon), nautički kamping, ladanjski (boravišni) u turističkim lukama i nautički turizam na otvorenim morima i oceanima;
- Opseg: zemljopisno-fizički, tehnički i komparativni.

S druge strane, znanstveno-praktična škola izučavanja nautičkog turizma temeljena je na gospodarskom i ekonomsko-pravnom izučavanju pa se nautički turizam odvija kroz niz gospodarskih djelatnosti reguliranih zakonom. U teoretskom i pojmovnom smislu nautički turizam zasad ima svoja tri osnovna pojavna oblika, a oni se grupiraju u slijedeće skupine poslovanja i to luke nautičkog turizma, charter ili chartering i cruising. Prethodno navedena podjela je prvenstveno praktične naravi, budući da se u pojmovnom i sadržajnom smislu dobro definira pratećom legislativom i statistikom. Ipak, važno je istaknuti da se unutar te tri osnovne vrste djelatnosti nautičkog turizma odvijaju različite subnautičke turističke djelatnosti, koje ovise o nizu faktora koji u svojoj osnovnoj dimenziji imaju marketinški karakter. Prilikom razvrstavanja luka nautičkoga turizma, kao i za ostale gospodarske djelatnosti, polazi se od makro-strateškoga interesa zemlje i od prirodnih i tržišnih karakteristika. U svim mediteranskim zemljama taj postupak je vrlo sličan i značajno se razlikuje od onoga u kontinentalnom dijelu Europe. Tu djeluje činitelj pretežnosti, pa su na Mediteranu zanemarene izvan morske podjele, zastupljene u kontinentalnom dijelu Europe. Prema spomenutom Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma luke nautičkog turizma u Hrvatskoj razvrstavaju se kao:¹⁰

- Sidrišta - dio vodenoga prostora pogodan za sidrenje plovnih objekata u zaštićenoj uvali;
- Privezišta - dio vodenog prostora i dio obale uređen za pristajanje plovnih objekata i opremljen priveznim sustavom;

¹⁰Luković, T. i Bilić, M.: "Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategije razvoja. Naše more" 54(3-4),(2007).

- Suhe marine - dio obale ili kopna posebno ograđen i uređen za pružanje usluga čuvanja plovni objekata, te pružanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor i iz njega do suhe marine;
- Marine - dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za usluge veza i čuvanja plovni objekata, te za smještaj turista nautičara u plovnim objektima ili u smještajnim objektima marine.

Charter ili chartering poslovanje podrazumijeva poslovanje s plovilima ili brodovima, u smislu njihova iznajmljivanja nautičarima. Pritom je važno naglasiti da postupak formiranja charter flote nije jednoznačan, već je to složeni proces koji se sastoji od:¹¹

- kupnje brodova koji postaju vlasništvo kompanije;
- najma brodova od privatnih lica ili gospodarskih subjekata, ili
- od zajedničkoga poslovanja s drugim charter kompanijama.

Charter kompanija definira se kao „fizička ili pravna osoba vlasnik ili korisnik plovila ili je od vlasnika ili korisnika temeljem pisanog ugovora preuzela odgovornost za upravljanje plovilom i koja je preuzimanjem takve odgovornosti preuzela ovlasti i odgovornosti propisane ovim Pravilnikom i pozitivnim propisima Republike Hrvatske koji se odnose na sigurnost plovidbe i zaštitu mora od onečišćenja”.¹² Cruising je vrsta poslovanja nautičkog turizma koje se organizira kao kružno putovanje plovilom cruising kompanije ili pak nabavljenim i posebno pripremljenim plovilom za tu svrhu. Navedeni oblik poslovanja u nautičkom turizmu izrazito je popularan u razvijenim zemljama zapadne Europe i svijeta, koje imaju višegodišnju tradiciju cruisinga. U Hrvatskoj se u posljednjim godinama, razvija posebna vrsta cruisinga “Old Cruiser”, što predstavlja višednevno ili izletničko krstarenje na tipičnim hrvatskim motornim jedrenjacima i trabakulima koji su kvalitetno opremljeni i prilagođeni za duža krstarenja i duži boravak gostiju na brodu. Potrebno je napomenuti da se poslovanje cruisinga odvija kroz poslovanje plovilima za krstarenje, cruiserima i poslovanje specijaliziranih cruise luka. U nastavku rada slijedi poglavlje o povijesnom razvoju pomorskog turizma u Splitu.

¹¹Hunziker, W. & Krapf, K.: The Outline of General Tourism Science,(1942). Dostupno na: <http://journals.openedition.org/teoros/1621>, 06.06.2019.

¹²Kožić, I., Krešić D., Boranić – Živoder, S.: Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta. Institut za turizam, Zagreb,(2013), str. 56.

4. POVIJESNI RAZVOJ POMORSKOG TURIZMA U SPLITU

Prije same analize razvoja pomorskog turizma u Splitu, dan je kratak uvid u općeniti razvoj pomorstva. Naime, kronološki se razvoj pomorstva može podijeliti na sljedeće faze¹³:

- Pomorstvo starog vijeka (od prvih početaka do 6. st.) – Trgovina, ratovi i ostala komunikacija starih civilizacija se često odvijala putem mora. Prostorni okvir europskih pomorskih djelatnosti bilo je uglavnom Sredozemlje koje su politički kontrolirali Rimljani. U starom vijeku razlikovali su se trgovački brodovi koji su pokretani snagom vjetrova (s jedrima) te ratni brodovi koji su pokretani veslima;
- Pomorstvo srednjeg vijeka (od 6. st. do 15. st.) - pomorstvo Sredozemlja je u procvatu, no plovidba se ipak odvija uglavnom uz obalu i pretežito danju (terestrička navigacija), i to s pomoću upotrebe kompasa i portulanskih karata. Umijeće plovidbe temelji se, uz ostalo, na poznavanju oceanografskih obilježja te geografskih značajki obala. Uz brojne prirodne opasnosti, nesigurnosti plovidbe pridonosili su gusari i pirati;
- Doba velikih geografskih otkrića (od 15. st. do 19. st.) - Uspostavljaju se interkontinentalne veze koje pridonose temeljitoj izmjeni gospodarske i društvene slike svijeta: intenzivan razvitak obalnih prostora, značajne migracije stanovništva, kristijanizacija, prenošenje biljnih i životinjskih vrsta, gomilanje velikoga kolonijalnog blaga i dr;
- Suvremeno doba razvoja pomorstva (od 19. st. do danas) - Industrijska revolucija, uz ostalo, označena je izgradnjom i primjenom brodova pokretanih strojem na parni pogon. Brodovi na parni pogon (bolje manevarske sposobnosti, veća nosivost) postupno zamjenjuju jedrenjake, iako su upravo u drugoj polovini 19. st. izgrađeni najbolji i najbrži jedrenjaci uopće. Veliko značenje za razvoj pomorskog prometa imalo je i prokopavanje Sueskog kanala (1869.) i Panamskog kanala (1914.) što pridonosi bržem povezivanju oceana, a s time i intenzivnijoj pomorskoj trgovini. U to vrijeme dolazi do prostorne i vremenske konvergencije (sažimanja, približavanja) prostora, koju

¹³Pomorstvo: pojam i glavne faze razvoja. Dostupno na:
<http://www.unizd.hr/Portals/1/nastmat/pomgeograf/Razvoj%20pomorstva.pdf> , 07.06.2019.

bilježi skraćivanje pomorskih putova te povećanje brzine i sigurnosti plovidbe, a s time i skraćivanje vremena i troškova putovanja.

Kada se govori o počecima plovidbe radi zabave, rekreacije i sporta ističu se događaji u 16. stoljeću u obliku regata po nizozemskim kanalima. Ipak, suvremeni nautički turizam počinje se razvijati tek u 19. stoljeću kada Tommas Cook prvi put organizira putovanja i 1857. godine osniva prvu svjetsku putničku agenciju u kojoj pomorski prijevoz putnika igra veliku ulogu.¹⁴ Sve prethodno navedeno potiče nastanak posebnih vrsta brodova za prijevoz putnika te se počinje ploviti u turističke svrhe.

Društvene promjene i promjene u načinu života događale su se sporo sve do industrijske revolucije no tijekom prve industrijske revolucije dogodio se veći društveni preobražaj nego u svim vremenskim epohama do tada. Velik broj autora, nastanak turizma povezuje s razvojem prometnih sredstava na parni pogon, željeznice i parobroda, koja su omogućila sigurna, brza, česta, udobna, jeftina i daleka putovanja i time prerastaju iz dotadašnjeg individualnog u moderni organizirani turizam 19. i 20. stoljeća. U 19. stoljeću započinje i razvoj nautičkog turizma na Jadranu, a u 20. stoljeću dolazi do intenzivnije izgradnje specijaliziranih luka za privez brodova i jahti te boravak njihovih posada. Za takve je luke Udruženje konstruktora, motora i brodova iz New Yorka 1928. godine upotrijebilo naziv marina, koji od tada postaje međunarodno priznat i korišten naziv za osnovne objekte nautičkog turizma, specijalizirane luke u kojima se danas, osim vezova, uređaja, opreme i usluga održavanja plovila, njihovim korisnicima nudi i sve veći broj različitih turističkih usluga smještaja, prehrane, razonode, sporta i slično.¹⁵

Marine, kao i druge vrste luka nautičkog turizma, predstavljaju visokovrijedne objekte budući da su one nositelji lokalnog razvoja manje i srednje razvijenih dijelova Mediterana. Važno je istaknuti podatak kako je ACI, kao sustav marina, s dvadeset jednom marinom u sastavu, najveći sustav marina u Europi.¹⁶

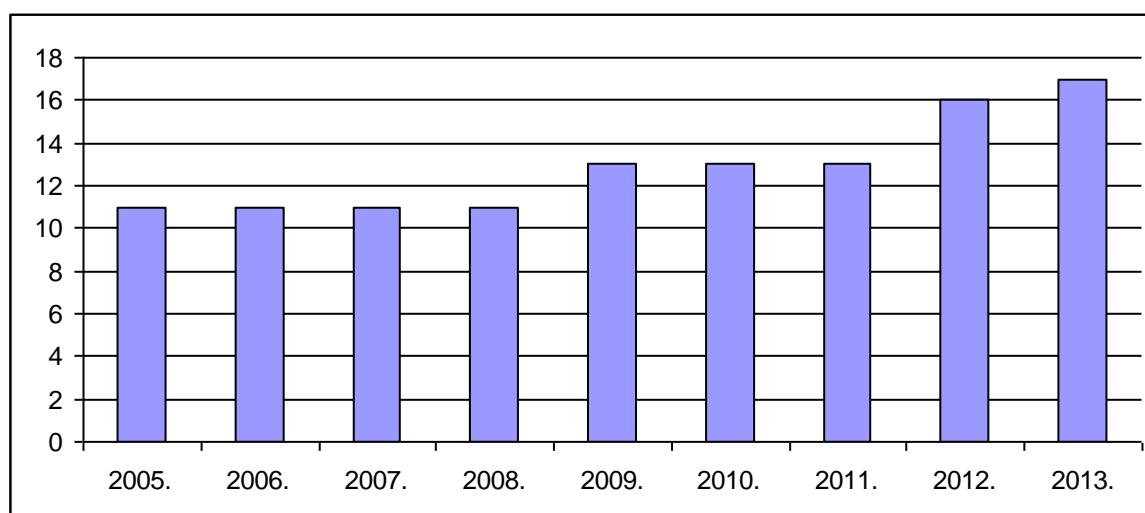
¹⁴Madžar, J.: Nautički turizam. Završni rad. Veleučilište u Šibeniku, (2016), str. 16

¹⁵Ibidem

¹⁶Luković, T. i Bilić, M.: "Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategije razvoja. Naše more" 54(3-4), (2007)., str. 121.

Trgovačko društvo Adriatic Croatia International Club, za djelatnost marina d.d. (skraćeno ACI d.d.) započinje svoje poslovanje pod imenom ADRIATIC CLUB YUGOSLAVIA Brijuni, poduzeće za nautički turizam (u osnivanju) – ACY. Poduzeće se osniva 1. srpnja 1983. godine s temeljnim poslovnim ciljem realizacije zamašnog programa razvoja kapaciteta i prateće ponude usluga nautičkog turizma na istočnoj obali Jadranskog mora. Krajem 1991. godine, u vrijeme osamostaljenja Republike Hrvatske, poduzeće prvi put mijenja ime u ADRIATIC YACHT CLUB Opatija. 24. lipnja 1994. godine poduzeće je temeljem provedene pretvorbe registrirano kao dioničko društvo i drugi put je promijenilo ime, tada u ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Opatija. 22.kolovoza 2017. ime je nadopunjeno te sada glasi ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB, za djelatnost marina d.d. Od tada do danas, skraćeno ime tvrtke glasi ACI d.d. U početnoj fazi razvoja trgovačkog društva sagrađeno je i pušteno u rad 16 potpuno novih luka nautičkog turizma – marina, među kojima je bila i ona u Splitu. Završeci početnih faza gradnje i dovođenje u funkciju navedenih marina zbivali su se tijekom 1984. i 1985. godine, pa su za turističku sezonu 1986. godine sve te marine, uključujući njihove nautičke, ugostiteljske, trgovačke i tehničke sadržaje, bile spremne pružiti kompletnu paletu osnovnih usluga u nautičkom turizmu.¹⁷

Ukoliko se promatra bliža povijest vezana uz nautički turizam u Splitu korisno je vidjeti grafikone u nastavku rada.

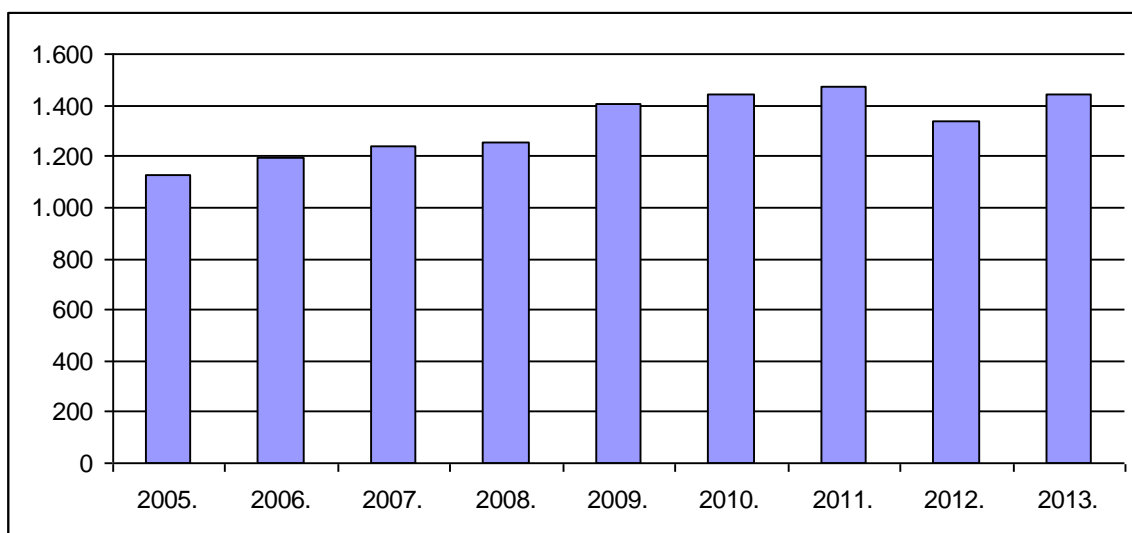


Grafikon 1. Broj luka u nautičkom turizmu u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Izvor: izrada autorice prema DZS

¹⁷<https://www.aci-marinas.com/povijest/>, 01.07.2019.

Iz grafikona 1 može se uočiti da se broj luka nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji neznajno mijenjao u promatranom razdoblju te se značajniji porast može zabilježiti tek u 2012. i 2013. godini.



Grafikon 2. Broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Izvor: izrada autorice prema DZS

Kada se promatra broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji (grafikon 2) uočavaju se oscilacije kroz promatrano razdoblje.

5. NAUTIČKI TURIZAM U SPLITU

Grad Split smjestio se na najtoplijem području sjeverne obale Sredozemlja, u samom središtu Jadranske obale i u neposrednoj blizini rijeka Jadro i Žrnovnica koje ga već 1700 godina napajaju vodom. Njegova blaga klima sa 2700 sunčanih sati godišnje, pretvara ga i usred zime u oazu u kojoj se u zavjetrini može uživati na suncu. Industrijski, sveučilišni i gospodarski centar regije svoju "zelenu dušu" čuva na brdu Marjan smještenom na zapadnom dijelu poluotoka, gdje park-šuma nadomak gradu pruža ugodu mirnih i od gradske buke sačuvanih šetnica pod borovima uz more. Sve prethodno navedene karakteristike pokazuju povoljne mogućnosti za razvoj nautičkog turizma u Splitu.¹⁸

Nautički turizam u Splitu je jako dobro razvijen. Naime, cijela Hrvatska ima vrlo povoljne uvjete koji su dobri za razvoj prometnog sustava, te podsustava cijelog pomorskog prometa. Tu se ubrajaju velika područja poput jezera i rijeka. Brojni su otočići i hridi, uvale i zaljevi koji su pogodni za nautičare. Povoljni klimatski uvjeti također doprinose razvoju nautičkog turizma. Podjela i vrste luka nautičkog turizma propisane su Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. Glavne karakteristike te razlike između pojedinih vrsta luka nautičkog turizma su u njihovoj infrastrukturnoj uređenosti te u njihovoj namjeni. Također, oni su i u zahtjevima koje udovoljavaju. Sidrištem se smatra dio vodene površine pogodnog za sidrenje broda. Odlagalište plovnih objekata je dio kopna ograđen i uređen za pružanje usluga odlaganja plovnih objekata. Za razliku od njega u suhoj marini mogu boraviti gosti te se mogu vršiti pripreme plovila za plovidbu. Nadalje, marinama se smatraju dijelovi vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za usluge veza i čuvanja plovnih objekata te ovisno o kategorizaciji ponudi smještajnih te zabavnih sadržaja. Sportske luke su luke koje su pozitivno diskriminirane hrvatskim zakonima.

Ponuda nautičkog sadržaja je velika te je moguće spomenuti ACI marinu Split, od kojih se izdvajaju glavne značajke:¹⁹

¹⁸www.dalmatia.hr/en Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije, 10.07.2019..

¹⁹Ibidem.

- ACI marina Split smještena je u jugozapadnom dijelu gradske luke, sjeverno od poluotoka Sustipan;
- Dugačak lukobran pruža dobru zaštitu od južnih vjetrova;
- Marina raspolaže s 364 veza u moru te sa 60 mjesta za smještaj plovila na suhom;
- Svi vezovi opremljeni su priključcima za vodu i struju;
- Željeznička i autobusna postaja, kao i gradska luka, udaljene su samo 1 km od marine;
- Split je povezan redovnim brodskim linijama s Rijekom i Dubrovnikom te Trstom, Anconom, Barijem i Pescarom u Italiji;
- Redovitim trajektnim linijama Split je povezan s obližnjim otocima;
- Zračna luka je udaljena 20 km od grada.

Naime, odlični prošlogodišnji rezultati u nautičkom turizmu na području Splitsko-dalmatinske županije su zabilježeni te pokazuju najviše raste stopa u europskom ali i hrvatskom gospodarstvu. Naime, osim po ostvarenim izvrsnim rezultatima u posezoni, ta je županija postala i rekorder u nautičkom turizmu Hrvatske. U 2017. godini u nautičkim lukama i lučicama zabilježena je polovina svih nautičkih noćenja registriranih u tom razdoblju u hrvatskom nautičkom turizmu. Zbog posebnih i izuzetnih prirodnih ljepota i vrijednosti obale i otoka, a zatim i sve razvijenije i kvalitetnije nautičke i općenito turističke ponude, nautički turizam u Hrvatskoj, ali posebice u Splitu je neprijeporno najprepoznatljiviji i najkonkurentniji hrvatski turistički proizvod. Hrvatska ima prednost u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti što su važna obilježja za budući razvoj nautičkog turizma, no to nije dovoljno. Kvaliteta ponude splitskih marina ne može se usporediti s ponudom marina u ostalim europskim zemljama. Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje dodatnih sadržaja u funkciji turizma (fitness – centri, saune, škole ronjenja i jedrenja, jahanja i sl. zabavnih sadržaja).²⁰

²⁰www.dalmatia.hr/en Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije, 10.07.2019.

U posljednjih 10-ak godina pomorski turizam Splita posebno se istaknuo svojim rastom i razvojem. Iako u hrvatskom turizmu on postaje sve važniji, ostvarivanje odgovarajuće materijalne dobiti još uvijek nije razmjerno njegovim potencijalima, tako da se njegov pravi razvoj, zapravo, tek očekuje. Nadalje, nautički turizam u Splitu se pojavio u 19. stoljeću. Nadalje, većina današnjih marina ali i udruga nautičara se osnovala 80-ih godina prošlog stoljeća. To je povećalo popularnost nautičkog turizma. Njegov nagli rast se može pratiti u zadnjih 15ak godina, dok se vrhunac tek očekuje. Hrvatski hidrografski institut je u 2006. godini objavio studiju o razvoju nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj s ciljem što boljeg planiranja, organiziranja i vođenja razvoja nautičkog turizma kao složenog sustava. Potrebno je i ukazati na važnost razvoja nautičkog turizma na destinaciju, a što je vidljivo u porastu brojnih ekonomskih i neekonomskih pokazatelja, kao što su:²¹

- povećanje prihoda u destinaciji,
- zapošljavanje,
- dodatna izgradnja (povećavanje ponude),
- naseljavanje (povećanje broja stanovnika),
- povećana gospodarska aktivnost i drugo.

Vrlo složenu problematiku nautičkog turizma kao važnog segmenta pomorskog turizma u Republici Hrvatskoj ostvaruje potrebu da se posebna pozornost posveti:

- 1) pojmu i značenju nautičkog turizma;
- 2) klasifikaciji luka i plovila nautičkog turizma;
- 3) vrsti nautičkog turizma;
- 4) razvoju nautičkog turizma u svijetu;
- 5) razvoju nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj;
- 6) čimbenicima održivog razvoja nautičkog turizma;
- 7) nautičkom turizmu i njegovu utjecaju na ugrozu morskog okoliša;
- 8) građenju luka nautičkog turizma;
- 9) sustavu organizacije u lukama nautičkog turizma i
- 10) lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj.

²¹www.dalmatia.hr/en Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije, 12.07.2019.

Nautički turizam je jedan od najtraženijih turističkih proizvoda. On postiže značajne ekonomsko-financijske efekte jer nautičari troše prosječno više od konzumenata ostalih vrsta turizma. Nadalje, uspješno iskorištava prirodne ljepote Hrvatske države, te uspješno doprinosi izgradnji hrvatskog turističkog branda.²²

Značajno je spomenuti da Split ima dugu tradiciju bavljenja turizmom, koja seže još u srednji vijek. On se počeo naglo razvijati nakon drugog svjetskog rata. Iz godine u godinu je bilježio stalan porast broja noćenja i dolazaka. Uslijedile su velike investicije u turistička poduzeća kada je izgrađena većina kapaciteta. Marine pojedinačno donose pravilnike o održavanju reda u luci nautičkog turizma, a odobrava ga nadležna lučka kapetanija. Ova pravila se odnose na vodeni promet, a ne samo na kopneni. Voditelj plovila je osoba koja upravlja brodom, odnosno on je zapovjednik broda. U današnje vrijeme turizam postaje sve važnija grana gospodarstva Hrvatske, te je Split u samom vrhu razvijenosti takve vrste turizma, a turističke aktivnosti dovode do brojnih pozitivnih posljedica kao što su: rast dohotka stanovništva, rast javnih prihoda, rast prihoda od izvoza te rast poduzetničke aktivnosti. Budući da Split obiluje prirodnim ljepotama i vrijednom kulturnom baštinom važno je kontinuiranim poboljšanjima osigurati napredak i konkurentsku prednost.²³

Nadalje, gospodarski razvoj Splita, a sukladno tome i nautički razvoj turizma podrazumijeva sintetički izraz za dinamiku međusobno strukturiranih odnosa. Ovaj pojam također podrazumijeva skup strukturnih i funkcionalnih promjena u okviru ekonomskog procesa, koje prate kvantitativne promjene u proizvodnji te uključuje i komponentu koja se tiče okoliša. Gospodarski rast je jednak kvantitativnim promjenama koje nastaju u obimu proizvodnje roba i usluga tijekom određenog vremenskog razdoblja. Razlika između gospodarskog rasta i razvoja je ta što gospodarski rast obično zanemaruje značenje okoliša za blagostanje ljudi.²⁴

²²Vidučić, V.: Pomorski turizam, Split, str.154, str.156, (2007)

²³Luković, T. i Bilić, M.: "Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategije razvoja. Naše more" 54(3-4), (2007).

²⁴Ibidem

6. TURIZAM DANAS

6.1. SWOT analiza pomorskog turizma u Splitu

SWOT analizom u nastavku rada nastoje se prikazati glavne snage, slabosti te prilike i prijetnje pomorskog turizma u Splitu.

Tablica 1. SWOT analiza pomorskog turizma u Splitu

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">- prirodne ljepote- čisto more- povoljna klimatska obilježja- geografski položaj- sigurnost- prometna povezanost- razvijena turistička djelatnost- tradicija pomorstva- kvalificirani radnici	<ul style="list-style-type: none">- gužve,- nedostatne površine za ukrcaj vozila, pješaka i osoba smanjene pokretljivosti,- nedostatan broj vezova za jahte i kruzere,- izražena sezonalnost- neodgovarajuća promocija
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none">- porast potražnje,- povećanje kvalitete usluge,- sve veća prepoznatljivost hrvatskog turizma,- blizina otoka i drugih turističkih mjesta	<ul style="list-style-type: none">- konkurencija- nemogućnost brze prilagodbe promjenjivim turističkim potrebama- spora izgradnja turističke infrastrukture- loša gospodarska situacija

Izvor: Izrada autorice

Šire područje urbane aglomeracije Split odlikuje se velikom raznolikošću flore i faune. Radi se o 13 lokaliteta zaštićenih područja prirode, obuhvaćenih u 5 kategorija zaštite: uz park šumu Marjan, dva su zaštićena posebna rezervata, dva značajna krajobraza, četiri spomenika

prirode i četiri spomenika parkovne arhitekture.²⁵ Prirodne ljepote i čisto more značajno utječu na razvoj pomorskog turizma u Splitu. Uz navedeno, ovaj prostor odlikuju povoljne klimatske osobine, relativno velika količina kvalitetnog poljoprivrednog zemljišta te pošumljene padine priobalnih planina, koje ga zaklanjaju od kontinentalnih utjecaja. Klima na području Grada Splita je mediteranskog tipa, koju karakteriziraju topla, suha i sunčana ljeta te kratke, kišovite i blage zime: prosječne godišnje temperature zraka kreću se oko 17°C.

Kao jedna od snaga pomorskog turizma Splita ističe se i blizina emitivnih tržišta, odnosno dobar geografski položaj Splita i Hrvatske i dobra prometna povezanost. Također, Split je prepoznat kao mirno i sigurno područje u globalnim razmjerima, razne službe zaštite i sigurnosti unatoč podkapacitiranosti pružaju kvalitetnu uslugu, a sustav zdravstvene zaštite cjenovno pristupačan većem dijelu stanovništva i potencijalno atraktivan za turiste. Važno je spomenuti i kulturno bogatstvo koje se prvenstveno odnosi na povijesne znamenitosti poput Dioklecijanove palače, zvonika sv. Duje, trgova poput Peristila i Prokurativa, brojnih muzeja i sl. koje svakako pružaju jedinstven kulturni doživljaj za posjetitelje, dok tradicionalna mjesta poput tržnice i ribarnice prenose sliku svakodnevnog života u Splitu.

S druge strane, brojne su u slabosti koje odlikuju pomorski turizam Splita. Kao jedna od najvećih problema ističe se nepostojanje jasne strategije razvoja. Naime, unatoč tome što postoje razni strateški dokumenti još uvijek nije jasno određena buduća razvojna koncepcija i strateški pravci djelovanja. Značajan dio "krivice" leži na inertnosti Grada koji u turizmu nije prepoznao oruđe kojim je moguće podići opću razinu sinergije u društvenom i gospodarskom razvoju, odnosno staviti u funkciju turističke ponude brojne kulturne, tradicijske i gospodarske resurse.²⁶ Također, problem predstavljaju i nedostatne marketinške aktivnosti. Split još uvijek nije dovoljno poznat u svijetu kao turistička destinacija, a da bi se to promijenilo nužno je nalaziti nove marketinške načine za privlačenje turista te poboljšati postojeće. Unatoč velikom turističkom potencijalu, mnogi postojeći resursi se ne iskorištavaju učinkovito. Prepreke razvoju turizma u Splitu predstavljaju i postojanje sive ekonomije te neodgovarajuća infrastruktura. Osim toga, vidljiva je nedovoljna povezanost među sveučilištima, kulturnim, gospodarskim i javnim institucijama. Intelktualni resursi u gradu su autarkični, neinventivni, netolerantni i nedostatnog poduzetničkog duha, iako bi, po definiciji,

²⁵Grad Split, Strategija razvoja urbane aglomeracije Split, (2016), 22.07.2019.

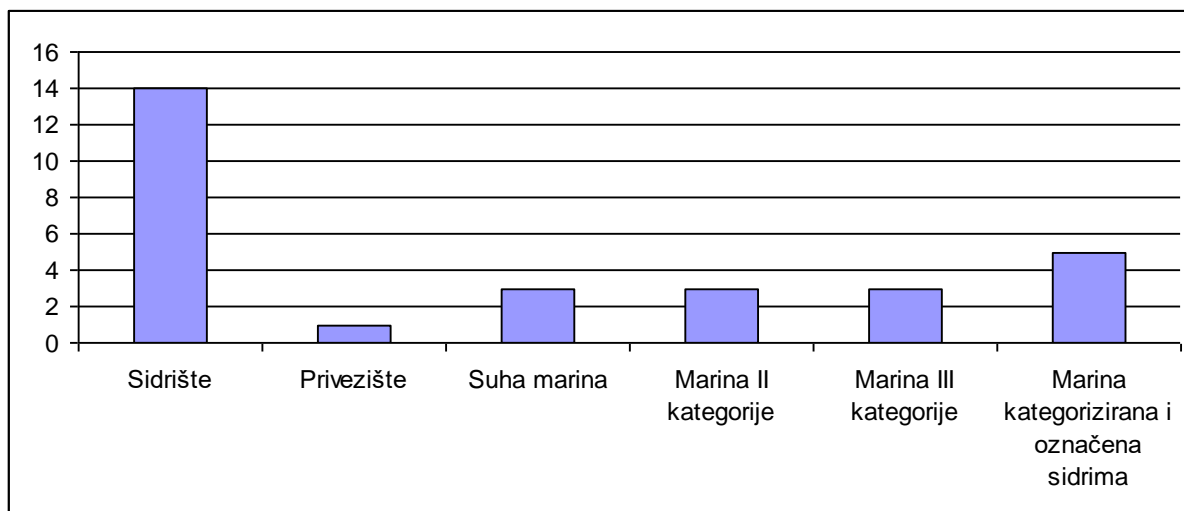
²⁶SWOT analiza: Razrada unutarnjih snaga, slabosti, prijetnji i prilika u području. Dostupno na: <http://www.split.hr/lgs.axd?t=16&id=10274>, 22.07.2019.

trebali biti pokretači svekolikih kreativnih i razvojnih procesa.²⁷ Zbog sezonskog obilježja turizma u gradu Splitu, pojavljuju se sljedeći problemi: gužve u vršnim opterećenjima, nedostatne površine za ukrcaj vozila, pješaka i osoba smanjene pokretljivosti te nedostatan broj vezova za mega jahte i kruzere.

Iz okoline se pružaju brojne prilike za razvoj pomorskog turizma u Splitu. Sve veći porast potražnje turista uz adekvatne promotivne aktivnosti svakako može doprinijeti razvoju splitskog turizma. Osim toga, promoviranjem svoje okoline poput otoka i ostalih turističkih mjesta u blizini Split može privući velik broj turista. Uz prilike iz okoline, postoje i brojne prijetnje pomorskom turizmu u Splitu. Konkurenciju Splitu predstavljaju druge pomorske destinacije u Hrvatskoj, ali i turističke destinacije ostalih zemalja koje imaju bolju ponudu. Također, problem predstavlja i neprilagodljivost turističkim potrebama te spora izgradnja turističke infrastrukture koja onemogućuje daljnji napredak. Cjelokupna gospodarska situacija u Hrvatskoj nije u najboljem stanju što predstavlja dodatnu prepreku razvoju turizma.

6.2. Statistika pomorskog turizma u Splitu

Nastavak rada donosi uvid u statistiku pomorskog turizma Splitsko-dalmatinske županije, a započinje grafikonom koji prikazuje broj luka u 2018. godini.

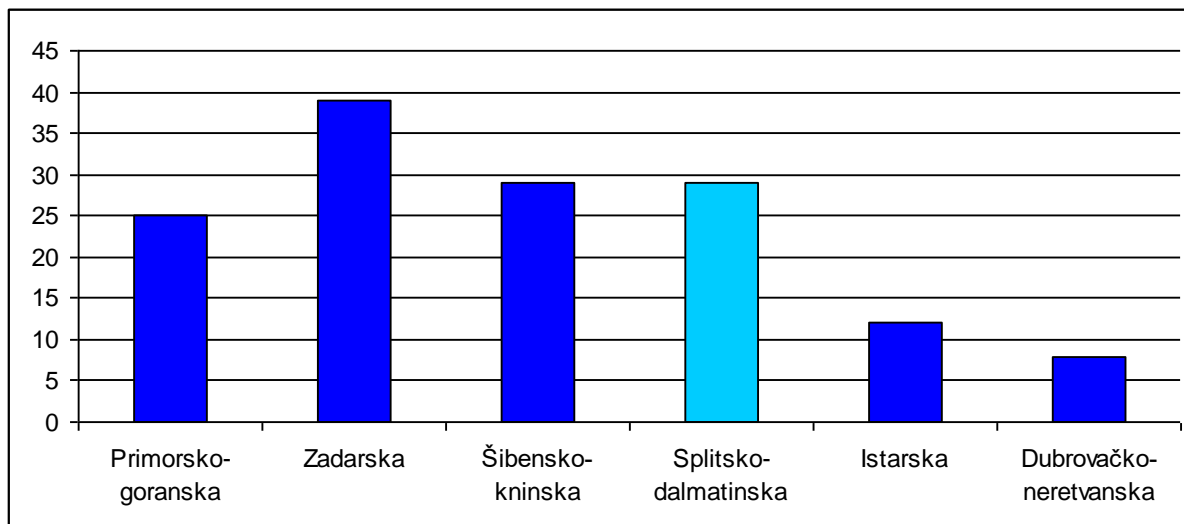


Grafikon 3. Luke nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018. godini

Izvor: DZS

²⁷SWOT analiza: Razrada unutarnjih snaga, slabosti, prijetnji i prilika u području. Dostupno na: <http://www.split.hr/lgs.axd?t=16&id=10274>, 22.07.2019.

Iz prethodnog grafikona može se uočiti da je, prema vrstama luka nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji, najveći broj sidrišta, a nakon njih slijede marine kategorizirane i označene sidrima te marine treće kategorije.



Grafikon 4. Luke nautičkog turizma u RH po županijama u 2018. godini

Izvor: DZS

Uspoređujući broj luka nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj sa ostalim primorskim županijama (grafikon 4) vidljivo je da SDŽ zauzima drugo mjesto koje dijeli sa Šibensko-kninskom županijom, dok najveći broj luka nautičkog turizma ima Zadarska županija.

U tablici 2 prikazan je kapacitet luka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije.

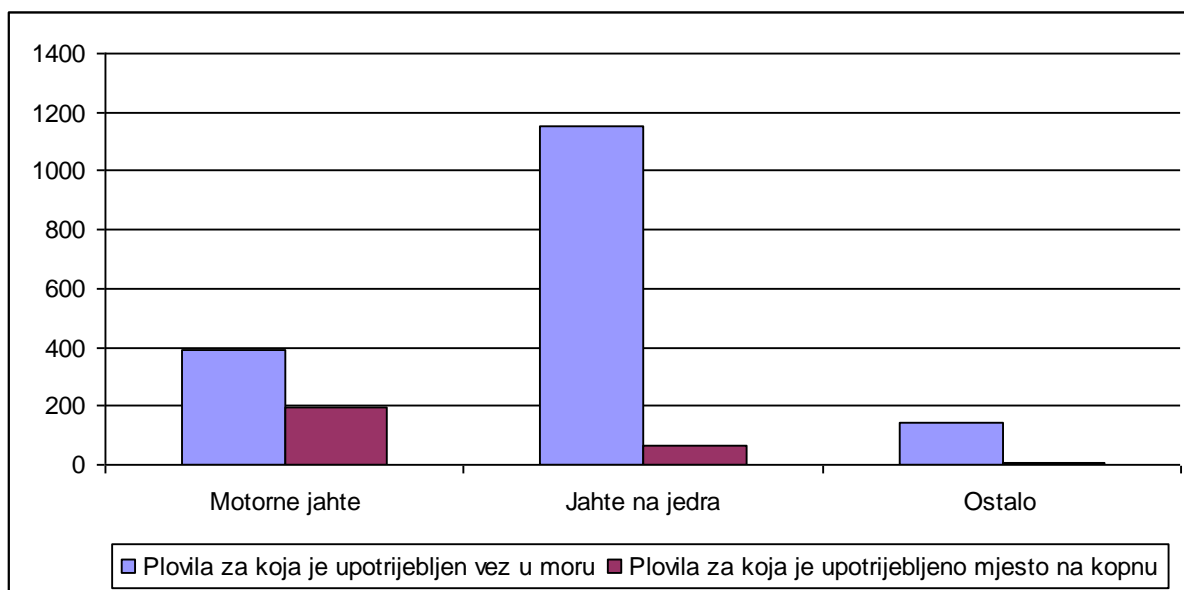
Tablica 2. Kapacitet luka nautičkog turizma u SDŽ u 2018. godini

Površina akvatorija m ²	574862
Broj vezova	2370
Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu	753
Ukupna površina prostora na kopnu	95032

Izvor: DZS

Ukoliko se promatra broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018. godini (grafikon 5) uočava se da je najveći broj jahti

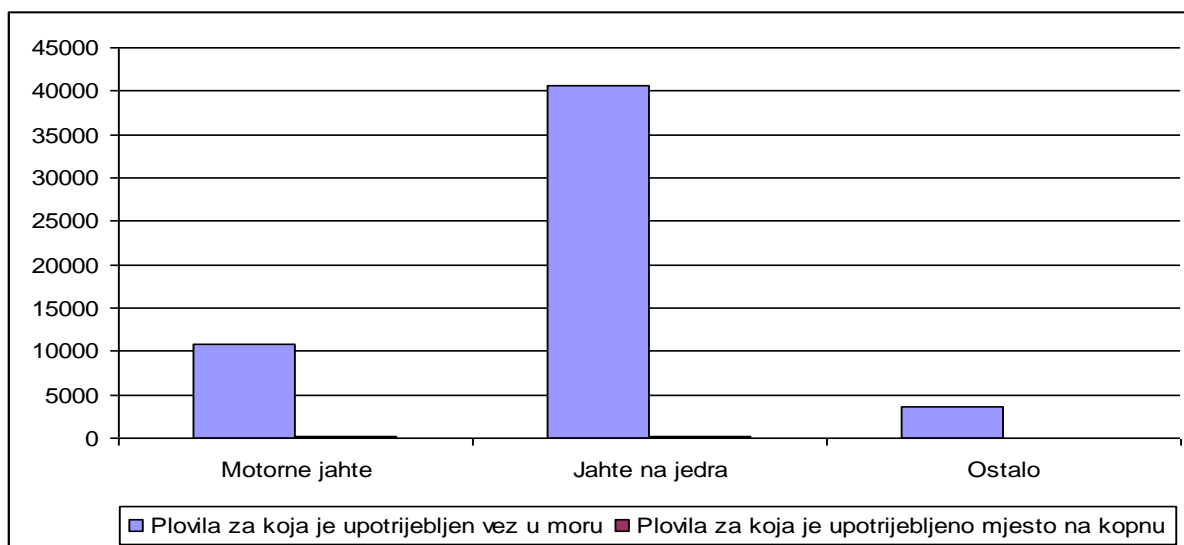
na jedra, a zatim slijede motorne jahte i ostala plovila. Također, može se uočiti da je daleko veći broj plovila za koja je upotrijebljen vez u moru negoli mjesto na kopnu.



Grafikon 5. Broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018. godini

Izvor:DZS

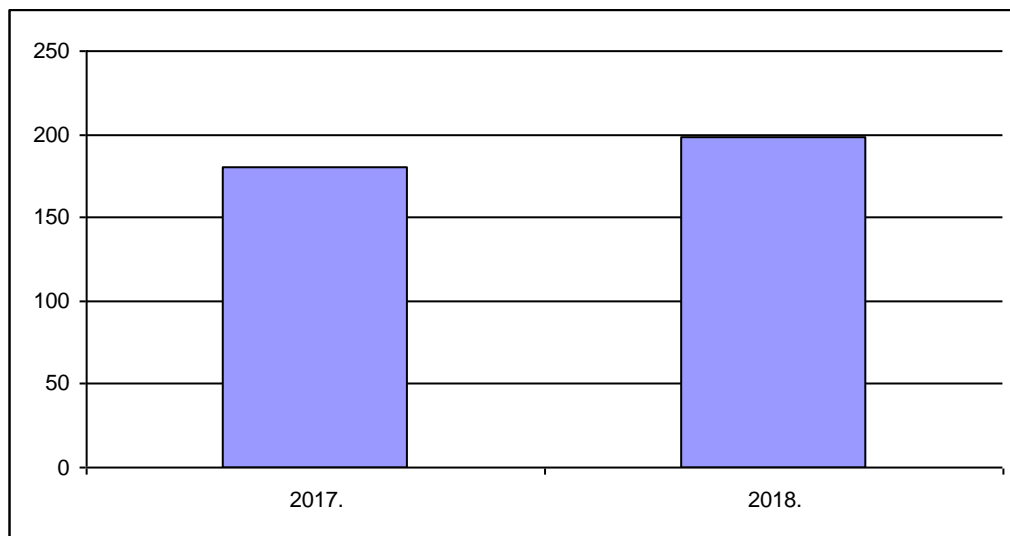
Kao i kod broj plovila na stalnom vezu, broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018. godini (grafikon 6) odlikovan je najvećim brojem jahti na jedra, a zatim slijede motorne jahte i ostala plovila.



Grafikon 6. Broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018. godini

Izvor:DZS

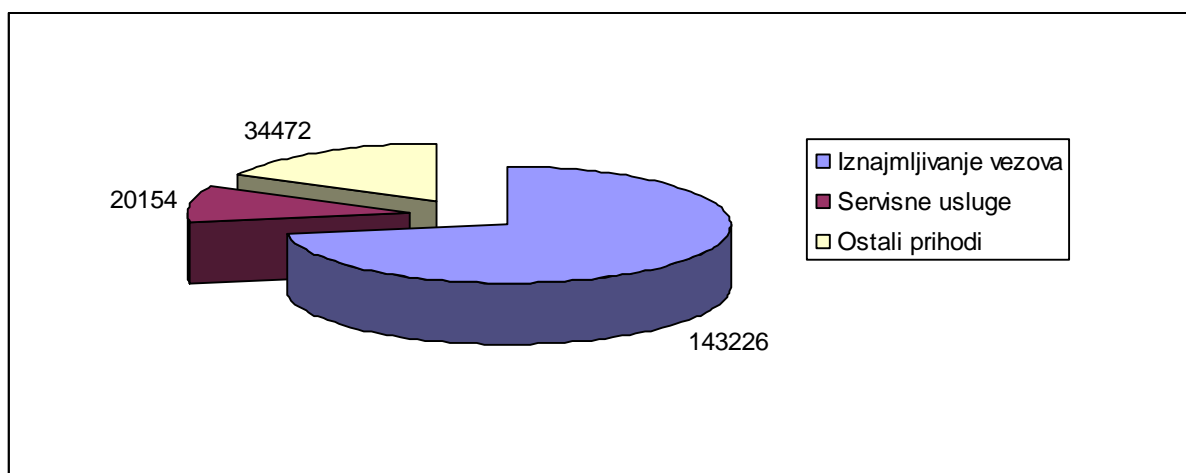
Ostvareni prihod luka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije u 2017. i 2018. godini (u mil.kn) prikazan je na grafikonu 7. Može se uočiti povećanje prihoda što svakako predstavlja pozitivan pokazatelj i ukazuje na napredak pomorskog turizma u Splitu i županiji.



Grafikon 7. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije u 2017. i 2018. godini (u mil.kn)

Izvor:DZS

Najveći prihodi ostvaruju se pri iznajmljivanju vozova, a zatim slijede ostali prihodi te servisne usluge.



Grafikon 7. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije u 2018. godini prema vrsti prihoda

Izvor:DZS

7. BUDUĆNOST POMORSKOG TURIZMA

7.1. Rast turizma u budućnosti

U budućnosti se očekuje nastavak rasta pomorskog turizma u Splitu, ali i u cijeloj Hrvatskoj. Potrebno je promatrati i proučavati regionalizaciju pomorskog turizma, te uspoređivati s Splitom. Turistička regionalizacija prostora je vrlo kompleksan postupak o kojem se u posljednje vrijeme sve češće govori s ciljem stvaranja ravnoteže u svim vrijednostima regije. Regionalizaciju se može smatrati posebnom metodom podjele određenog područja na dijelove koji su, svaki za sebe, jedinstveni. Prilikom stvaranja takve podjele uzimaju se u obzir brojni činitelji od kojih su najvažniji prirodni, društveni, ekonomski, kulturni i socijalni. Ukoliko se govori o definiranju pojma turističke regije može se navesti nekoliko definicija jer ne postoji suglasnost autora oko zajedničke i jedinstvene definicije. Definicije koje najbolje opisuju pojam turističke regije su sljedeće²⁸:

- Turističkom regijom se podrazumijeva prostorna cjelina u kojoj je turizam dominantna funkcija;
- Turistička regija izražava teritorijalnost motiva i eventualnu funkcionalnost turističkog prometa, ovisno o tome da li se radi o potencijalnim ili aktiviranim turističkim motivima.

Pomorstvo kao kompleksan sustav, odnosno pojedini elementi tog sustava vezani su za djelovanje cjelokupnog prometnog sustava, a samim time imaju i značajan odraz na gospodarstvo pojedine države te utječu i na razvoj drugih gospodarskih djelatnosti poput turizma. Posljednjih desetljeća, uslijed velike konkurencije i sve zahtjevnijih turista dolazi i do izražene raznolikosti turističke ponude i različitih oblika turizma. Među specifičnim oblicima turizma u posljednje vrijeme se sve više ističe i nautički turizam kojeg karakterizira kretanje turista plovilima po moru ili rijekama uključujući i njihovo pristajanje u lukama i marinama. Pritom su za razvoj i napredak nautičkog turizma izrazito važne luke nautičkog turizma koje u današnje vrijeme ne predstavljaju isključivo činitelje razvoja djelatnosti povezanih uz nautički turizam, kao što su to *charter*, ronilački turizam, regate, sajmovi i

²⁸Blažević, B., Peršić M.: Turistička regionalizacija u globalnim procesima, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str.39., (2009)

drugo, već i drugih više ili manje povezanih djelatnosti. Stoga se može reći da luke postaju turistički magnet, a upravo će o poslovanju luka nautičkog turizma biti više riječi u ovom radu.

U posljednje vrijeme podjela prema regijama ne temelji se samo na prirodnim činiteljima već se pri toj podjeli javlja nekoliko različitih tipova regionalizacije²⁹:

- Fizionomska regionalizacija koja se temelji na izdvajanju prostornih cjelina kao rezultata povezanosti elemenata prirodne osnove;
- Nodalno – funkcionalna regionalizacija - uvjet da neka regija bude funkcionalna je da su između gradskog središta i njegove okolice uspostavljena interakcija kao odraz njihove ovisnosti i različitosti;
- Ekonomska regionalizacija - stvaraju se ekonomske regije na onim područjima koja se mjestom u društvenom gospodarstvu, proizvodnoj organizaciji, raspoloživom bogatstvu i ostvarenom dohotku može izdvojiti kao posebna cjelina.

7.2. Uloga društvenih mreža

Društvene mreže mnogi su prepoznali kao idealno mjesto gdje se ciljano mogu slati poruke i informacije potencijalnim klijentima. Poduzeća koriste svoje društvene mreže kako bi osnažila svoje mjesto na tržištu na način da obavještavaju potencijalne klijente o svojim novim proizvodima ili uslugama, putem različitih nagradnih igra i dr. Revolucija, odnosno preokret u informacijskoj tehnologiji i komunikaciji promijenila je način na koji poduzetnici vode posao. Brojni menadžeri predviđaju veliki razvoj internetskih tehnologija. Također, predviđa se da će veličina prihoda od internetskog trgovanja sljedećih desetak godina varirati od nekoliko stotina milijardi do nekoliko trilijuna dolara. Razvoj elektroničkog poslovanja donosi velike razlike u prihvaćanju novih tehnologija. Rješavaju se ne samo tehnološki problemi već i oni poslovni. Tvrtke različito reagiraju na primjenu novih tehnologija i na strateške prilike koje one donose pa se javljaju pokretači elektroničke trgovine i njihovi imitatori.

²⁹www.dalmatia.hr/en Hrvatska turistička zajednica – Split, 01.08.2019.

Oglašavanje na društvenim mrežama ne možemo gledati kao besplatno oglašavanje, iako u većini slučajeva korisnici, tj. oni koji se oglašavaju svoje oglase ne plaćaju novcem. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama jedino je platežno sredstvo oglašivača, ali i onih koji su njihova ciljana publika.

U počecima neke su tvrtke mnogo prije shvatile mogućnosti primjene e-poslovanja u svrhu bitne promjene načina poslovanja. To se odnosi i na brojne gradove i države, te je Split počeo istraživati i mogućnosti kupnje te prodaje preko Interneta. No, u počecima su takvi pokušaji bili ograničenog i lokalnog karaktera, iznimno u slučajevima istinskih inovatora i predvodnika elektroničkog načina poslovanja. Oni su ubrzo postali ogledni primjeri razvoja novih modela poslovanja. Putem društvenih mreža poduzeća dolaze direktno klijentima, a njihove virtualne domove, na društvene mreže, te ostvaruju jedan potpuno nov kanal komunikacije s njima.

U današnje vrijeme sve više se razvijaju društveni mediji koji omogućavaju stvaranje i razmjenu sadržaja kojeg stvaraju korisnici. Društvene mreže predstavljaju najpopularniji globalni komunikacijski fenomen koji služi za zbližavanje, povezivanje i sprijateljavanje s novim ljudima, dijeljenje odnosno primanje ili razmjenu raznih informacija te komuniciranje s ljudima na svaki mogući način (od tzv. chattanja, dijeljenja slika i sl.).³⁰

Ulaganja u marketinške aktivnosti u doba suvremenih tehnologija ne treba nužno biti popraćeno velikim finansijskim sredstvima što se najbolje može vidjeti iz oglašavanje putem društvenih mreža. Naime, unatoč relativno malim ulaganjima društvene mreže u današnje vrijeme mogu značajno doprinijeti uspješnoj marketinškoj strategiji pojedine poslovne organizacije.

7.3. Strategija

Pomorski turizam u Splitu ima veliki potencijal za svoj daljnji razvoj. Ipak, važno je na pravi način postaviti strategiju i mjere koje neće biti kratkoročnog karaktera, već će se orijentirati na dugoročni razvoj i koristi od ove vrste turizma u Splitu i okolici. Samo uz konkretne mjere i akcije može doći do očekivanih rezultata.

³⁰Digital marketing: Fashion brands on Instagram, 2016. Dostupno na: <https://www.slideshare.net/JacintaMariedaSilvaC/fashion-brands-on-instagram-pdf>, 01.08.2019.

Kako bi došlo do održivog razvoja nautičkog turizma koji će dugoročno koristiti gospodarstvo Hrvatske važno je ostvariti određene ciljeve.

Ciljevi razvoja nautičkog turizma³¹:

- održivo korištenje i upravljanje resursima,
- prostora i okoliša (kapacitet, zaštićena područja - prirodna, kulturna),
- nautičke infrastrukture (luke nautičkog turizma, brodogradilišta, luke otvorene za javni promet),
- usluga u nautičkom turizmu (iznajmljivanje plovnih objekata – jahti i brodica),
- čarter, organizacija kružnih i jednodnevnih izleta, održavanje i popravak plovnih objekata u okviru luka nautičkog turizma i brodogradilišta, usluge vođenja plovnih objekata, snabdijevanje nautičara, usluge informiranja nautičara, usluge osposobljavanja i edukacije sudionika u nautičkom turizmu i druge usluge za potrebe nautičkog turizma),
- realizacija gradnje infrastrukture za prihvat velikih jahti,
- povećanje broja vezova,
- uspostava sustava nadzora i upravljanja pomorskom plovidbom,
- sprječavanje onečišćenja mora uvođenjem nove tehnologije u svim prostorima maritimnog gospodarstva,
- tehnološki razvoj,
- uspostava integralnog upravljanja sustavom nautičkog turizma,
- stvaranje uvjeta za sigurnu plovidbu,
- povećanje broja plovila i opreme u svrhu zaštite na moru,
- pojednostavljenje administrativnih procedura i usklađivanje zakonodavstva,
- povećanje proizvodnje plovnih objekata za nautički turizam u hrvatskim brodogradilištima,
- izgradnja novih marina i remontnih centara,
- provođenje dobrog marketinškog programa,
- stvaranje brenda na svjetskom tržištu,
- uspostavljanje sustava kontinuiranog obrazovanja sudionika nautičkog turizma,

³¹https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/151022_AP-%20nauticki-www.pdf, 01.08.2019.

- povećanje broja domaćih nautičara,
- povećanje prihoda od turista,
- stvaranje programa za slučaj zagađenja okoliša,
- poboljšanje suradnje s drugim granama gospodarstva,
- podizanje razine svijesti o vrijednosti vlastite kulture i kulturne baštine.

8. ZAKLJUČAK

Kao jedna od najznačajnijih gospodarskih grana Hrvatske javlja se turizam, a turističke aktivnosti dovode do brojnih pozitivnih posljedica kao što su: rast dohotka stanovništva, rast javnih prihoda, rast prihoda od izvoza te rast poduzetničke aktivnosti. Sve to pozitivno utječe na gospodarski rast Hrvatske pa samim time turistička djelatnost predstavlja polazišnu osnovu hrvatskog prosperiteta. Mnogi autori tvrde da turistička sezonalnost ima brojne negativne učinke, kako na turističko gospodarstvo tako i na razinu kvalitete života lokalnog stanovništva. Među najčešće spominjane negativne učinke turističke sezonalnosti ubrajaju se niža stopa povrata na turističke investicije, velike fluktuacije potražnje za radnom snagom u turizmu i značajna opterećenja na fizički okoliš i prirodne resurse destinacije.

Nautički je turizam jedan od najbrže rastućih segmenata pomorske djelatnosti koji se u svijetu počinje razvijati usporedno s ostalim oblicima pomorskog turizma, ali njegovo značenje i ekonomska snaga se uočavaju tek osamdesetih godina prošlog stoljeća, pa stoga treba primijetiti da mnoge turističke destinacije počinju ubrzanom izgradnjom specijaliziranih luka za prihvata malih vozila. Menadžment turističke destinacije, odnosno upravljanje destinacijom ima važnu ulogu u njenom ekonomskom rastu i razvoju. Naime, kako bi turistička destinacija stekla konkurentsku prednost i održala je važno je prilagoditi se neizvjesnoj okolini i pravim mjerama odgovoriti na nastale promjene. Nautički turizam predstavlja značajan fenomen kojeg je potrebno samostalno promatrati. Naime, u suvremenom značenju, nautika i navigacija predstavljaju skup praktičnih i teoretskih znanja i vještina koji su potrebni voditelju plovila kako bi sigurno i uspješno preveo plovilo morem, od polazišne luke, do luke dolaska. Ekonomski teoretičari koji se bave problematikom turizma smatraju putovanja luksuznim dobrom, za kojim potražnja raste brže od prosjeka ukupnog gospodarstva u razdoblju ekonomskog prosperiteta, odnosno pada jače za vrijeme recesije.

Kao jedna od snaga pomorskog turizma Splita ističe se i blizina emitivnih tržišta, odnosno dobar geografski položaj Splita i Hrvatske i dobra prometna povezanost. Također, Split je prepoznat kao mirno i sigurno područje u globalnim razmjerima. Razne službe zaštite i sigurnosti unatoč podkapacitiranosti pružaju kvalitetnu uslugu, a sustav zdravstvene zaštite cjenovno pristupačan većem dijelu stanovništva i potencijalno atraktivan za turiste. Važno je

spomenuti i kulturno bogatstvo koje se prvenstveno odnosi na povijesne znamenitosti poput Dioklecijanove palače, zvonika sv. Duje, trgova poput Peristila i Prokurativa, brojnih muzeja i sl. koje svakako pružaju jedinstven kulturni doživljaj za posjetitelje, dok tradicionalna mjesta poput tržnice i ribarnice prenose sliku svakodnevnog života u Splitu. Pomorski turizam u Splitu ima veliki potencijal za svoj daljnji razvoj. Ipak, važno je na pravi način postaviti strategiju i mjere koje neće biti kratkoročnog karaktera, već će se orijentirati na dugoročni razvoj i koristi od ove vrste turizma u Splitu i okolici. Samo uz konkretne mjere i akcije može doći do očekivanih rezultata.

LITERATURA

1. Blažević, B., Peršić M.: Turistička regionalizacija u globalnim procesima, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, (2009)
2. Jelinčić D. A.: Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, (2008)
3. Vidučić V.: Pomorski turizam, Split, (2007)
4. Zelenika, R. i Vidučić, V.: Model razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj do godine 2015. *Ekonomski pregled*, 58 (9-10), (2007)
5. Jugović, A. i sur.: Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije. *Pomorski zbornik* 47-48, 61-72, (2013)
6. Kolumbić, N.: Neki sociološki i pedagoški aspekti turističke kulture, *Zbornik humanističke vrijednosti turizma*, Zadar, (1977)
7. Kožić, I., Krešić D., Boranić – Živoder, S.: Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta. Institut za turizam, Zagreb, (2013)
8. Luković, T. i Bilić, M.: Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategije razvoja. *Naše more*" 54(3-4), (2007)
9. Šolman, S.: Uloga cestovnog prometa u turizmu Hrvatske. *Acta Turistica Nova*, (2010)
10. Grad Split (2016), Strategija razvoja urbane aglomeracije Split.
11. Madžar, J. (2016): Nautički turizam. Završni rad. Veleučilište u Šibeniku
12. www.dzs.hr, Državni zavod za statistiku, 01.07.2019.
13. Digital marketing: Fashion brands on Instagram, 2016. Dostupno na: <https://www.slideshare.net/JacintaMariedaSilvaC/fashion-brands-on-instagram-pdf>, 01.08.2019.
14. Hunziker, W. & Krapf, K. (1942): *The Outline of General Tourism Science*. Dostupno na: <http://journals.openedition.org/teoros/161>, 27.05.2019.
15. Pomorstvo: pojam i glavne faze razvoja. Dostupno na: <http://www.unizd.hr/Portals/1/nastmat/pomgeograf/Razvoj%20pomorstva.pdf>, 07.06.2019.
16. <https://www.aci-marinas.com/povijest/>, 01.07.2019.
17. SWOT analiza: Razrada unutarnjih snaga, slabosti, prijetnji i prilika u području. Dostupno na: <http://www.split.hr/lgs.axd?t=16&id=10274>, 22.07.2019.

18. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/151022_AP-%20nauticki-www.pdf,
02.08.2019.
19. www.dalmatia.hr, Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije, 10.07.2019.