

Prof. dr.sc. **Čedomir Dundović**

E-mail: [dundovic@pfri.hr](mailto:dundovic@pfri.hr)

Pomorski Fakultet Sveučilišta u Rijeci, Studentska 2, 51000 Rijeka

Doc.dr.sc. **Mirjana Kovačić**

E-mail: [mirjana051@gmail.com](mailto:mirjana051@gmail.com)

Primorsko-goranska županija, Upravni odjel za pomorsko dobro, promet i veze  
Slogin kula2/VI, 51000 Rijeka

**Paola Badurina-Tomić**, univ.bacc.ing.log.

E-mail: [paola.badurina@gmail.com](mailto:paola.badurina@gmail.com)

Pomorski Fakultet Sveučilišta u Rijeci, Studentska 2, 51000 Rijeka

---

## **Prilog istraživanju postojećeg stanja i tendencije razvitka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj**

### **Sažetak**

Nautički turizam zauzima vrlo bitno mjesto u razvoju gospodarskih djelatnosti pojedine zemlje te se drži bitnim čimbenikom za razvitak turizma uopće. To je poseban oblik turizma koji se, po svojim specifičnim obilježjima, razlikuje od ostalih oblika turizma, a posebno zbog modela gospodarenja pomorskim dobrom.

Svrha rada je ukazati na važnost nautičkog turizma za gospodarstvo Hrvatske koja se ogleda u financijskim i drugim rezultatima što ga taj vid turizma ostvaruje.

U ovom radu autori analiziraju sadašnje stanje nautičkog turizma u Hrvatskoj te ističu prednosti izgradnje novih marina u Hrvatskoj. U cilju utvrđivanja prednosti i nedostataka nautičkog turizma u Hrvatskoj u odnosu na okruženje te mogućnosti daljnjeg razvoja, daje se prikaz istraživanja Tomas Nautika Yahting iz 2012. godine. Doprinos ovog rada ponajprije se ogleda u analizi prethodnih istraživanja te u donošenju mogućih mjera za daljnji razvitak nautičkog turizma u Hrvatskoj. Poseban cilj rada ogleda se u provedbi SWOT analize i prezentiranju rezultata putem SWOT matrice.

**Ključne riječi:** nautički turizam, luka nautičkog turizma, SWOT analiza, Hrvatska.

### **1. Uvod**

Otočni arhipelag s više od tisuću otoka, otočića, hridi i grebena čini Hrvatsku vrlo prepoznatljivom zemljom u području nautičkog turizma. Hrvatska je mediteranska zemlja s razvedenom obalom i otocima što čini njezinu komparativnu prednost u razvoju turizma.

Upravo zbog tih prednosti, početkom 1870. godine organizirani su prvi izleti turista u hrvatska primorska mjesta. Broj posjetitelja svake godine je rastao te se u 20. st. javljaju i prvi jahtaši. Kako su nautičari masovnije i značajnije počeli otkrivati ljepote istočne obale Jadranskog mora, rasla je i potreba za odgovarajućom infrastrukturom.

Utvrđiti postojeće stanje nautičke infrastrukture u Hrvatskoj predmet je ovog rada. Svrha rada je analiza postojeće ponude i potražnje nautičkog turizma. Analiza se temelji na provedenom istraživanju Tomas Nautika Yahting 2012. godine, provedenom na uzorku od 25 marina od Umaga do Dubrovnika metodom osobnog intervjua (2.171 ispitanik). Cilj rada je pomoću SWOT analiza izraditi SWOT matricu kako bi se utvrdili nedostaci i mogućnosti razvoja Hrvatske nautičke ponude u odnosu na mediteranske zemlje.

## 2. Analiza postojećeg stanja luka nautičkog turizma Hrvatske

Hrvatska je pomorska zemlja s dugom poviješću i tradicijom pomorstva. Razvedena obala dužine 6.176 km uz Jadransko more, s ukupno 1.244 otoka, otočića i hridi čini prirodnu osnovu za razvoj nautičkog turizma. Nautički turizam je gospodarska djelatnost za koju je prostor bitan preduvjet za poslovanje i razvoj.<sup>1</sup> Osnovni činitelj nautičkog turizma je privlačnost destinacije. Hrvatska u 2014. godini raspolaže sa 53 marine, 14 suhih marina, 13 privezišta i 22 sidrišta. Činjenica je da je Hrvatska vrlo poželjna nautička destinacija koju turisti nautičari rado posjećuju.

Potreba za novim vezovima u moru te mjestima na kopnu posebno je izražena posljednjih desetak godina. Osim infrastrukturnih zahtjeva, sve više rastu i potrebe za odgovarajućom suprastrukturom koja bi dodatno obogatila ponudu.

Planske odrednice sadržane u strategiji razvoja nautičkog turizma i akcijski plan razvoja nautičkog turizma sadrže prikaz kapaciteta vezova luka nautičkog turizma i mjesta na kopnu prema prostornim planovima županija. U tablici 1, daje se usporedni prikaz postojećeg i planiranog kapaciteta luka nautičkog turizma.

<sup>1</sup> Kovačić, M., Dundović, Č.; Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2012. str.17.

*Tablica 1. Postojeći i planirani kapacitet luka nautičkog turizma prema prostornim planovima županija*

ŽUPANIJA	POSTOJEĆI (2013.)			NOVOPLANIRANI (2015.)		
	U MORU	NA KOPNU	UKUPNO	U MORU	NA KOPNU	UKUPNO
Istarska	3.668	802	4.470	7.330	7.100	14.430
Primorsko-goranska	3.455	1.803	5.258	3.100	0	3.100
Ličko-senjska	-	-	-	850	800	1.650
Zadarska	3.553	1.221	4.774	1.800	0	1.800
Šibensko-kninska	3.529	938	4.467	2.140	0	2.140
Splitsko-dalmatinska	2.021	503	2.524	3.185	0	3.185
Dubrovačko-nere-tvanska	714	206	920	7.350	0	7.350
UKUPNO	16.940	5.473	22.413	25.755	7.900	33.655

*Izvor: Državni zavod za statistiku <http://www.dzs.hr/> (18.02.2015)*

U 2013. godini ukupan broj vezova iznosio je 22.413 od toga 5.473 na kopnu i 16.940 na moru. U razdoblju do 2015. godine planirano je povećati prihvatne kapacitete ukupno na 33.655 vezova, od toga 25.755 vezova moru i 7.900 mjesta na kopnu. Do 2019. godine predviđa se 54.675 mjesta i to 42.695 vezova u moru i 13.373 na kopnu.<sup>2</sup> Najveći planirani rast ukupnog kapaciteta ima Istarska županija koja razvija turizam u svim njegovim oblicima, a poseban naglasak je na održivom i selektivnim oblicima turizma. Slijede je Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska i Šibensko-kninska.

Poseban rast se predviđa za Ličko-senjsku županiju koja do sada nije ni imala nautičkih kapaciteta, posebice nije imala postojećih kapaciteta na moru.

U tablici 2. prikazani su kapaciteta luka nautičkog turizma u 2013. godini

<sup>2</sup> Prema podacima iz „Strategija razvoja nautičkog turizma za razdoblje 2009. – 2019.“, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, Zagreb, prosinac 2008. godine

Tablica 2. Kapaciteti luka nautičkog turizma u 2013. godini

	2012.	2013.
Broj luka nautičkog turizma	98	106
Broj marina	62	67
Površina akvatorija, m <sup>2</sup>	3.266.746	3.278.064
Broj vezova	17.454	16.940
Od toga za plovila dužine		
Do 6 m	913	727
6-8 m	1.385	1.446
8-10 m	2.932	2.900
10-15 m	9.239	8.919
15 m	2.985	2.948
Duljina obale za privez, m	58.634	63.110
Prostor za smještaj plovila na kopnu, broj mjesta	5.359	5.473
Ukupna površina prostora na kopnu, m <sup>2</sup>	783.168	799.822
Od toga natkriveni prostor	8.026	8.876

Izvor : Državni zavod za statistiku <http://www.dzs.hr/> (18.02.2015)

Iz tablice je vidljivo da se broj luka nautičkog turizma u razdoblju od 2012. do 2013. godine povećao od 98 na 106, što vodi k ostvarenju jednog od strateških ciljeva Strategije razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj.<sup>3</sup> Broj vezova 2012. godine iznosio je 17.454, a 2013. godine se smanjio za 1.1%. Razlog tomu su nedovoljna financijska ulaganja u izgradnju i nadopunu postojećih kapaciteta te zakonska regulativa koja otežava ulaganja u nautičku infrastrukturu.

Ostvareni prihod od nautičkog turizma u 2007. godini iznosio je 439,2 milijuna kuna dok je 2013. godine iznosio je 686,7 milijuna kuna, pri čemu su 504,7 milijuna kuna ostvarena od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog prihoda iznosi 73.5%. U odnosu na 2012. godinu ukupan prihod veći je za 4.0%. Strategijom razvoja nautičkog turizma planira se izgradnja 15.000 novih vezova te se, sukladno projekciji rasta prometa, planira ukupan prihod od nautičkog turizma u iznosu od oko 15 milijardi kuna.

<sup>3</sup> Strategija obuhvaća razdoblje od 2009.god do 2019. Strateški cilj je revidiranje prostorno – plan-skih dokumenata za realizaciju scenarija umjerene izgradnje novih prihvatnih kapaciteta. Do sad je ostvaren mali dio planiranih kapaciteta te je stoga ostvarenje ovog cilja od velike važnosti.

## 2.1. Analiza strukture, aktivnosti i zadovoljstva posjetitelja nautičkom uslugom

Kako bi se olakšalo praćenje tržišta nautičkih usluga, ponude i potražnje razlikuju se dvije skupine nautičara. Prvu skupinu čine nautičari u hrvatskom čarteru koji plaćaju najam plovila čarter kompaniji, tzv. čarteraši. Drugu skupinu čine nautičari na vlastitim plovilima, a to su, ponajprije, nautičari u tzv. inozemnom čarteru. Zbog toga je bitno sagledati relevantne podatke prema tim dvjema skupinama turista kako bi se moglo ocijeniti trenutno stanje nautičkog turizma u Hrvatskoj. Provedeno istraživanje Tomas Nautika Yahting 2012. godine pokazalo je povećanje broja gostiju u čarteru za oko 8% u odnosu na 2007. godinu.

Istraživanje je provedeno u svrhu utvrđivanja socio-demografskog profila nautičara koji posjećuju Hrvatsku, učestalosti dolaska/plovidbe u Hrvatskoj, vrste prijevoznih sredstava koja su korištena prilikom dolaska i odlaska, vrste plovila, aktivnosti nautičara, zadovoljstva nautičkom ponudom te visine izdataka nautičara na putovanju/plovidbi. Uspoređivani su podaci iz istraživanja koje je provedeno 2007. godine s prikupljenim podacima za 2012. godinu.

Sociodemografski profil nautičara čini uobičajeni skup elemenata koji se istražuju, a to su dob i spol te stupanj obrazovanja nautičara. U tablici 3. prikazana je dob nautičara koji posjećuju Hrvatsku.

Tablica 3. Dob nautičkih turista

Dob nautičara	Ukupno	Hrvatski čarter
Do 29	11,5	15,6
30-49	55,8	61,6
50 i više	32,7	22,8
UKUPNO	100	100

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Najviše nautičara je u dobi od 30-49 godina ( 56%), a prosječna dob nautičara u ljetu 2012. iznosila je 45 godina. Znatno manje su zastupljeni nautičari u dobi do 25 godina. S obzirom na spol, među ispitanicima bilo je više muškaraca (69%) nego žena ( 31%).

U tablici 4. dat je prikaz nautičara prema stupanju obrazovanja

*Tablica 4. Stupanj obrazovanja nautičara*

Završena škola	Ukupno	Hrvatski čarter (%)
Osnovna škola	0,8	0,4
Srednja škola	21,7	18,7
Visoka škola	34,1	35,4
Fakultet i više	43,3	45,5
UKUPNO	100	100

*Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.*

Sljedeća kategorija istraživanja je učestalost dolaska u Hrvatsku prema vlasništvu plovila (tablica 5). Tablični prikaz se odnosi samo na inozemne nautičare.

*Tablica 5. Učestalost dolaska u Hrvatsku prema vlasništvu plovila*

Učestalost dolazaka u RH	Ukupno	Hrvatski čarter
Prvi posjet	10,9	15,8
Drugi posjet	12,9	18,2
3-5 posjeta	26,2	32,7
6 i više posjeta	50	33,4
UKUPNO	100	100

*Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.*

Prema podacima u tablici 5. može se zaključiti da je svaki drugi nautičar šest ili više puta plovio u Hrvatskoj. Godine 2012. samo je 11% nautičara plovilo po prvi put u Hrvatskoj, ali u odnosu na 2007.godinu (9%) povećan je udio inozemnih nautičara za 2%.

Vrlo bitna kategorija je i način dolaska turista nautičara u određenu destinaciju. U tablici 6. naveden je prikaz najčešće korištenih prijevoznih sredstava za dolazak u željenu destinaciju.

Tablica 6. Prijevozno sredstvo prema vlasništvu plovila

Prijevozno sredstvo	Ukupno	Hrvatski čarter
Automobil	66,5	75,8
Automobil s plovilom na prikolici	2,1	-
Autobus	0,9	1,5
Vlak	0,2	0,4
Zrakoplov-čarter let	4,8	6,8
Zrakoplov-redoviti let	9,4	14,6
Brod, trajekt	0,4	0,4
Plovilo u kojem ispitanik trenutno boravi	15,4	-
Neko drugo	0,2	0,3
Ukupno	100	100

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Automobil je dominantan prijevozni oblik turista nautičara, 67% turista koristi se njime za prijevoz do željene destinacije. Slijedi dolazak plovilom (15%) te zrakoplovom (14,2%).

U ovom istraživanju posebno su istaknuta i obilježja plovidbe. Shodno tome istraživanje obuhvaća sljedeće kategorije: vlasništvo plovila, način plaćanja najma i vrstu najma plovila (tablica 7 i 8).

Tablica 7. Vlasništvo plovila

Vlasništvo plovila	%
Hrvatski čarter	49,1
Osobno vlasništvo	42,2
Vlasništvo prijatelja	5,9
Inozemni čarter	2,8
UKUPNO	100

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Tablica 8. Način plaćanja najma prema vlasništvu plovila

Način plaćanja	Ukupno	Hrvatski čarter
Preko hrvatske čarter kompanije	58,4	58,4
Preko turističke agencije u Hrvatskoj	18,3	18,3
Preko turističke agencije izvan Hrvatske	18,2	18,2
Neki drugi način	5,2	5,2
UKUPNO	100	100

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

U hrvatskom čarteru bilo je 49% nautičara dok je njih 42,2% plovilo na plovilima u osobnom vlasništvu. Manje od 3% nautičara je bilo u inozemnom čarteru. Preko hrvatske čarter kompanije plaćanje je obavilo 58,4% nautičara što bi se moglo ocjeniti dobrim, dok je njih 18,3% plaćanje obavilo putem turističke agencije u Hrvatskoj, a 18,2% preko turističke agencije izvan Hrvatske.

Duljina boravka na putovanju/plovidbi osnovni je pokazatelj uspješnosti nautičkog turizma u Hrvatskoj. U tablici 9 dat je prikaz broja ostvarenih noćenja na putovanju/plovidbi.

Tablica 9. Broj noćenja na putovanju/plovidbi

Broj noćenja	Ukupno	Hrvatski čarter
1-3	3,4	2,7
4-7	42,8	64,4
8-14	33,7	30,3
15-21	11,7	2,1
22 i više	8,5	0,5
UKUPNO	100	100

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Putovanje turista nautičara najčešće uključuje vremenski period od 4-7 noćenja (43%). Pod pretpostavkom da se koristi godišnji odmor za dolazak u destinaciju, na svakom trećem putovanju 34% nautičara ostvari 8-14 noćenja. Također je zamjetan i udio od 11,7% u kategoriji od 15-21 noćenja.

Mjerilo uspješnosti je i ponuda koju pruža nautički turizam zemlje. Slijedom toga istražene su i kategorije aktivnosti nautičara za vrijeme boravka u destinaciji i stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude. Prikaz tih vrijednosti naveden je u tablicama 10 i 11.



Tablica 10. Aktivnosti turista za vrijeme boravka u destinaciji

Aktivnosti	Ukupno	Hrvatski čarter
Odlazak u kupnju	96,9	97,5
Odlazak u restorane	95,8	96
Odlazak u kafiće/slastičarne	94,9	94,8
Izleti na kopnu i otocima	80,4	78,8
Šetnje u prirodi	75,7	73,8
Posjet lokalnim zabavama	73	75,3
Razgledavanje znamenitosti	60,5	58,5
Ronjenje	47,2	51
Posjet koncertima,kazalištu	47,2	47,1
Ostale sportsko-rekreacijske aktivnosti na moru	45,4	47,2
Ples ili disco	41,9	48,4
Sportsko-rekreacijske aktivnosti na kopnu	41,3	40
Ribolov	38,2	38,1

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Aktivnosti u tablici prikazane su na temelju odgovora ispitanika koji se određenom aktivnošću bave ponekad ili često. Najzastupljenija aktivnost je odlazak u kupnju (97%), odlazak u restorane (96%) te odlazak u kafiće (95%). U znatnoj mjeri zastupljeni su i odlasci na izlete, šetnje u prirodi te posjet lokalnim zabavama. Nešto je manji udio turista koji se bave ribolovom, ali još uvijek zadovoljavajući.

Zadovoljstvo nautičkom ponudom u ovom istraživanju ocjenjivano je na način da su turisti nautičari ocjenjivali 25 elemenata Hrvatske turističke ponude i to s ocjenama 1 (vrlo loše) do 5 (odlično) te su odgovori svrstani u tzv.rangove zadovoljstva, od vrlo niskog do vrlo visokog zadovoljstva. U tablici 11 naveden je prikaz zadovoljstva turista nautičara s hrvatskom turističkom ponudom.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Stupanj zadovoljstva: iznad 80% (vrlo visok); 70%-80% (visok); 60%-70% (srednji); 50%-60% (nizak); ispod 50% (vrlo nizak)

Tablica 11. Stupanj zadovoljstva nautičkih turista s ponudom (%)

Element ponude	%
Ljepota prirode i krajolika	94,5
Osobna sigurnost	86,2
Stanje broda	78,9
Uslužnost osoblja u marinama	78,7
Prihvat u marini	78,6
Bogatstvo gastronomske ponude	77,2
Prometna dostupnost polazne luke	75,7
Prostorni raspored marina	75,6
Opskrbljenost vodom	75,2
Dostatnost priključaka za vodu i struju u marinama	74,3
Raspoloživost informacija u marinama o turističkoj ponudi destinacije	74,1
Prihvat u zračnoj luci	73,3
Ukupna ponuda za nautičare	71,0
Uređenost i čistoća okoliša	70,4
Vezovi	68,9
Vrijednost za novac	67,1
Raznolikost kulturnih manifestacija	66,2
Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	65,9
Opskrba plovila	65,9
Mogućnost za kupnju u destinacijama	65,6
Kvaliteta tehničkog servisa	64,9
Raznolikost sadržaja za zabavu	64,2
Sanitarije u marinama	62,2
Bogatstvo sportskih sadržaja u destinacijama	60,8
Mogućnost kupnje u marinama	49,3

Izvor: TOMAS NAUTIKA Jahting 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

Vrlo visoko zadovoljstvo turisti nautičari izrazili su za samo jedan element ponude, a to su ljepote prirode i krajolik. S visokim zadovoljstvom ocjenjeno je 12 elemenata ponude od čega se nekoliko elemenata odnosi na prihvat u marini. Srednji stupanj zadovoljstva izražen je za 10 elemenata a većinom se odnosi na tehničke usluge u marinama. Vrlo nizak stupanj zadovoljstva izražen je za mogućnost kupnje u marinama (49.3%).

### 3. Konkurentnost Hrvatske u odnosu na druge destinacije nautičkog turizma

Konkurentnost Hrvatske kao poželjne nautičke destinacije, osim razvedenosti obale, imidža zemlje, dobre prometne povezanosti čine i područja pod različitim kategorijama zaštite kao što su strogi rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode i regionalni parkovi. Ta područja posebno su zanimljiva turistima nautičarima zbog svoje istaknute prirodne vrijednosti, krajobrazne i biološke raznolikosti.

#### 3.1. Prednosti i nedostaci nautičkog turizma Hrvatske

Prilikom odabira lokacije za izgradnju luke nautičkog turizma mora se voditi računa o dvije osnovne skupine čimbenika: 1. opći čimbenici: klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika (razvedenost i raznovrsnost obale, otoka i naselja) i 2. posebni čimbenici: prometna dostupnost u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, opremljenost luka nautičkog turizma, ljubaznost i educiranost osoblja, atraktivnost sadržaja na kopnu, cijena usluge, porezi i takse. Ove grupe činitelja posebno treba razmatrati i raditi na njihovom što boljem ostvarenju radi postizanja konkurentnosti. Konkurentnost Hrvatske povezana je i sa susjednim zemljama kao što su Italija, Grčka, Španjolska, Turska, Crna Gora i Slovenija. Italija, Francuska i Španjolska ubrajaju se u turistički razvijenije sredozemne zemlje jer imaju razvijeniju ponudu nautičkog turizma, međutim, nemaju tako privlačnu obalu s otocima kao što ima Hrvatska, Grčka i Turska. Stoga, Hrvatska obala, kao treća po veličini obala na Mediteranu, ima veliki potencijal za razvitak nautičkog turizma.

Opći čimbenici razvoja nautičkog turizma kao što su klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika (razvedenost i raznovrsnost obale, otoka i naselja) su ključni za postizanje konkurentne prednosti u razvoju nautičkog turizma. Iako prirodne i prostorne osnove osiguravaju vrlo visoki stupanj zadovoljstva, za usklađivanje prihoda i rashoda nije dovoljno samo njihovo postojanje. Zbog učestalih promjena na tržištu i pojave sve zahtjevnijih korisnika usluga, javlja se potreba za usklađivanjem svih elemenata ovog sustava kako bi se mogao postići uspješni tržišni razvoj. Ključ daljnjeg razvitka ogleda se u integraciji kompletnog sustava razvoja nautičkog turizma.

Metoda SWOT analize predstavlja određeni metodski okvir i jedan je od instrumenata kojim se može poslužiti u kreiranju strategije. Predstavlja kvalitativnu analitičku metodu koja kroz četiri čimbenika nastoji prikazati snage, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. Međutim, treba uzeti u obzir da se radi o subjektivnoj metodi.<sup>5</sup> SWOT analiza može se razumjeti kao prikaz unutrašnjih snaga i slabosti i vanjskih prilika i prijetnji. U nastavku se daje prikaz rezultata swot analize<sup>6</sup> elemenata konkurentnosti hrvatskog nautičkog turizma izražen pomoću SWOT matrice.

<sup>5</sup> Štimac M.: Prostorno planiranje u praksi, Glosa d.o.o., Rijeka, 2010.

<sup>6</sup> SWOT je izvedenica od prvih slova engleskih riječi: Strengths (snage), Weaknesses (slabosti), Opportunities (prilike), Threats (prijetnje)

<p><b>SNAGE (strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Resursna osnova: prostor-lokacija</li> <li>- Dobra prometna povezanost</li> <li>- Mogućnost proširenja postojećih kapaciteta, izgradnja novih luka i lučica</li> <li>- razvedena obala, čisto more, prirodne ljepote, klimatski uvjeti</li> <li>- ekološki očuvan krajolik</li> <li>- prirodne atrakcije (parkovi prirode, stare povijesne gradske jezgre, nacionalni parkovi)</li> <li>- osobna sigurnost turista</li> <li>- dobar imidž zemlje</li> <li>- gostoljubljivost djelatnika u turizmu</li> <li>- tradicija djelatnosti turizma</li> </ul> <p>(raznolikost smještajnih kapaciteta i objekata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pomorska tradicija</li> <li>- visokokvalificirani kadrovi u području turizma i pomorstva</li> </ul>	<p><b>SLABOSTI (weakness)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nedovoljno iskorištene pojedine lokacije za smještaj luka nautičkog turizma</li> <li>- prekapacitiranost pojedinih lokacija za smještaj luka nautičkog turizma</li> <li>- nedostatak vezova za mega jahte</li> <li>- nedostatak ponude u marinama</li> <li>- nedostatak tehničke i servisne usluge u marinama (zastarjela tehnologija)</li> <li>- sezonalnost (veća potražnja tijekom ljetnih mjeseci nego kroz čitavu godinu)</li> <li>- administrativne prepreke</li> <li>- nedovoljno uređeni propisi gospodarenja lukama i pomorskim dobrom</li> <li>- neadekvatna nautička infrastruktura</li> <li>- veliki broj divljih vezova</li> <li>- neadekvatno zbrinjavanje otpada i otpadnih tvari unutar lučkih bazena</li> </ul>
<p><b>PRILIKE (opportunities)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- otvaranje novih tržišta</li> <li>- ulaskom u EU otvaranje jedinstvenog tržišta</li> <li>- pojava trendova u nautičkom turizmu (blizina destinacije, jeftinije putovanje do određene destinacije, sve zahtjevniji turisti, sigurnost,...) kao poticaj za daljni napredak i konkurentnost</li> <li>- izrada dugoročne strategije razvoja nautičkog turizma</li> <li>- razvoj ekoturizma, ekoproizvoda kao nadopune turističke ponude</li> <li>- dobro razvijen zdravstveni sustav</li> <li>- klimatski uvjeti koji pogoduju proširenju sezone</li> <li>- unapređenje prometne dostupnosti</li> <li>- popularnost destinacije</li> <li>- privlačenje sve većeg broja stranih investitora</li> </ul>	<p><b>PRIJETNJE (threats)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zagađenje okoliša</li> <li>- preizgrađenost obale</li> <li>- „diranje“ u kulturno zaštićene baštine</li> <li>- privatizacija</li> <li>- neusklađenost sa prostornim planovima županije</li> <li>- nepoštivanje granica pomorskog dobra</li> <li>- neadekvatno korištenje koncesija</li> <li>- gubitak izvornosti proizvoda zbog nekontroliranog razvoja nautičkog turizma</li> <li>- neuravnoteženost ponude i potražnje</li> <li>- sociokulurološka neuravnoteženost</li> <li>- pojava novih zazanih bolesti</li> </ul>

Izvor: Izradili autori

Prostorna osnova koja podrazumijeva prirodni položaj zemlje te atraktivnost lokacije najistaknutiji su čimbenici prilikom odabira destinacije.<sup>7</sup> Čisto more, prirodne ljepote, razvedena obala, prirodne atrakcije, povoljna klima, biološka raznolikost te stupanj njihove očuvanosti prepoznati su kao glavna komparativna prednost nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Prirodni resurs kao glavna prednost dovodi do problematike njegovog očuvanja što je jedna od najvećih prijetnji razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj, gubitak atraktivnosti proizvoda kao posljedica zagađenja okoliša i preizgrađenosti obale. Stoga se zaštita i očuvanje prirodnih resursa nameće kao primarna smjernica u razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj.

Prvenstveno se mora rješavati pitanje zbrinjavanja otpada u marinama koje još nisu prilagođene propisima EU. Također, pojavljuje se i problem nekontrolirane izgradnje novih vezova (betonizacija obale). Nadalje, sigurnost, osobna sigurnost nautičara i sigurnost plovidbe drugi je važan čimbenik koji Hrvatsku dovodi u prednost pred ostalim zemljama. Taj čimbenik u današnjem razvitku nautičkog turizma od presudne je važnosti te se posebna pozornost mora dati njegovoj važnosti prilikom stjecanja konkurentnog položaja. Treći bitan čimbenik je dobra prometna povezanost. Što se tiče razvoja nautičkog turizma Hrvatske, upravo zbog svojih dobrih prometnih veza Hrvatska je poželjna turistička destinacija. Dobre i kvalitetno izgrađene autoceste koje vode do samoga mora te dobra pomorska povezanost otoka i kopna s trajektnim i katamaranskim linijama osnova su prednosti prometnog položaja. Niti jedan sustav nije savršen pa se tako i u prometnoj povezanosti Hrvatske mogu pronaći poneki nedostaci, a oni se najviše očituju u nedovoljno razvijenom zračnom i željezničkom prometu koji u današnje vrijeme, zbog svoje ekonomičnosti, sve više dobivaju na važnosti prilikom odabira prometnih sredstava za putovanje. Postojeća nautička infrastruktura u hrvatskim lukama nautičkog turizma za sada predstavlja prednost za daljnji razvitak nautičkog turizma te je potrebno raditi na njezinom razvitku kako bi se uskladila ponuda i potražnja usluga. Prema brojnim istraživanjima nedostatak nautičkog turizma u Hrvatskoj je sadržaj ponude i razina usluge u marinama. Izradom SWOT matrice utvrđeno je da u Hrvatskoj nema dobro izrađenog cjelokupnog nautičkog proizvoda koji bi zadovoljio zahtjeve turista nautičara u cjelosti te je, u pravilu, ponuda ključni nedostatak nautičkog turizma u Hrvatskoj. Pritom se misli na ponudu sadržaja u marinama te nedostatak kapaciteta, tj. broja vezova. Potražnja u nautičkom turizmu u Hrvatskoj veća je od ponude. To se ponajprije odnosi na potražnju za stalnim vezom, ali i tranzitnim vezovima u sezoni. Posebno je istaknuta potražnja za vezovima za dulja i veća plovila (mega jahte).

Onemogućiti ili usporiti daljnji razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj također može i sukob interesa s drugim korisnicima obale kao resursa. Pritom se misli na plaže (turisti koji su redoviti posjetitelji), marikulturu, plovne puteve, eksploataciju nafte i plina iz podmorja i drugo.

<sup>7</sup> Orams M., (2002), *Marine tourism, Development, Impacts and Management*, Routledge, London and New York.

### 3.2. Usporedba razvitka nautičkog turizma Hrvatske sa zemljama Mediterana

Osnovni elementi koji su korišteni za usporedbu Hrvatske sa zemljama Mediterana su socijalni elementi, prirodna očuvanost, ugostiteljska ponuda i nautička ponuda. Provedena je usporedba sa Španjolskom, Italijom, Grčkom, Francuskom i Turskom kao top turističkim destinacijama.

Ove usporedbe provedene su na temelju istraživanja Tomas Nautike Jahting 2012. u poglavlju gdje se ocjenjivalo zadovoljstvo turista nautičara ponudom. Istraživanje je obuhvatilo uzorak nautičara iz 14 zemalja (Hrvatska, Italija, Francuska, Grčka, Turska, Poljska, Slovenija, Mađarska, Velika Britanija, Češka, Švedska, Slovačka, Nizozemska). Na temelju dobivenih odgovora slijedi prikaz usporedbe Hrvatske s Mediteranskim zemljama te se zaključuje da:

- Hrvatska je za goste nautičare bolja od Španjolske u obilježjima kao što su prirodne ljepote, klima, čistoća mora. Opremljenost marina u Hrvatskoj lošije je ocijenjena nego opremljenost marina u Španjolskoj. U pogledu imidža zemlje te dvije države ocijenjene su podjednako.
- U odnosu na Francusku Hrvatska ima ugodniju klimu, ljepšu i očuvaniju prirodu, čistoću mora te se odlikuje većom gostoljubljivošću. Međutim, Francuska ima prednost i bolje je ocijenjena u ponudi čartera, ponudi vezova te ugostiteljskoj ponudi. Imidž tih dviju zemalja ocijenjen je podjednako.
- U usporedbi s Italijom, Hrvatska je bolje ocijenjena u uobičajenim skupinama prirodnih i socijalnih elemenata. Zaostatak je vidljiv u opremljenosti marina te ponudi čartera i ugostiteljskoj ponudi. Imidž Italije i Hrvatske ocijenjeni su podjednako.
- U većini ocjenjivanih elemenata Hrvatska je kvalitetnija nautička destinacija. Osim uobičajenih pozitivno ocijenjenih prirodnih i socijalnih elemenata, Hrvatska je bolja od Grčke i u opremljenosti marina i njihovom prostornom rasporedu. Također, i sigurnost zemlje i imidž kvalitetniji su u Hrvatskoj nego u Grčkoj.
- Hrvatska je gotovo u svim elementima bolja nautička destinacija od Turske. Posebno treba istaknuti sigurnost, gostoljubljivost i imidž zemlje u čemu Hrvatska ima veliku prednost.

### 4. Rezultati istraživanja i prijedlog mjera

Rezultati istraživanja ukazuju na sljedeće:

- najveći broj nautičara je u dobi od 30 do 49 godina (56%), prosjek godina starosti je 45
- više od tri četvrtine nautičara ima završenu višu ili visoku školu
- najčešće korišteno prijevozno sredstvo u dolasku i odlasku u/iz željene destinacije je vlastiti automobil te plovilo na kojem i borave

- samo 14% nautičara koristi zrakoplov kao prijevozno sredstvo.
- prosječna starost nautičara nije se znatnije promijenila u odnosu na 2007. Godinu, ali je smanjen udio nautičara s fakultetskim obrazovanjem (sa 50% na 43%).
- porastao je broj dolazaka osobnim automobilom, ali se smanjio udio dolazaka plovilom.
- U hrvatskom je čarteru bilo 49% nautičara, 42% nautičara plovilo je na plovilima u osobnom vlasništvu te 6% na plovilima u vlasništvu prijatelja.
- Nautičari, u prosjeku, ostvaruju 12 noćenja od čega 7 noćenja u marinama te manji broj noćenja u mjesnim lučicama
- zabilježen je rast kraćih boravaka, a smanjio se udio dužih boravaka koji je u 2007.godini iznosio 14 noćenja, a u 2012.godini 12 noćenja.
- najčešće aktivnosti tijekom boravka nautičara u destinaciji su odlazak u kupnju (97%), restorane (96%), izleti na obalu (80%).
- u ljeto 2012. godine nautičari su bili izrazito zadovoljni ljepotom prirode i krajolika te osobnom sigurnošću.
- dvanaest od 25 elemenata ocijenjeno je visokom ocjenom, a u te elemente ulaze osnovne usluge u marinama, uslužnost i ljubaznost osoblja, raspoloživost informacija, gastronomska ponuda
- izrazito nezadovoljstvo nautičari su iskazali za mogućnosti kupnje u marinama
- općenito, nautičari su zadovoljniji u odnosu na ljeto 2007. Godine, ali i dalje je prisutno nezadovoljstvo ponudom kulture, sporta, zabave i kupnje.

Provedeno istraživanje ukazuje na činjenicu da osim prirodnih, prostornih, povijesnih i tradicijskih uvjeta za razvoj nautičkog turizma, Hrvatska mora poboljšati nautičku infrastrukturu. Posebno se to odnosi na izgradnju prateće suprastrukture kako bi se mogla razvijati odgovarajuća ponuda. Hrvatska zaostaje u ponudi usluga u marinama u odnosu na druge zemlje Mediterana te je vrlo važno shvatiti i sagledati važnost nautičkog turizma za turizam, ali i gospodarski razvoj Hrvatske u cjelini. Prihodi koji se ostvaruju od nautičkog turizma čine gotovo 10 % ukupno ostvarenih prihoda od turizma. Luke nautičkog turizma posredno, osim direktnih koristi, imaju i indirektno koristi i učinke na lokalnu zajednicu,<sup>8</sup> bilo kroz zapošljavanje bilo kroz dodanu vrijednost. Činjenica je da luke nautičkog turizma imaju posebno značenje u gospodarstvu otoka te potiču razvoj i zadržavanje stanovništva, potiču razvoj obrta i zanata i drugo.

<sup>8</sup> Bizzarri C., La Foresta D., Yachting and pleasure crafts in relation to local development and expansion: Marina di Stabia case study, 2nd International Conference on Physical Coastal Processes, Management and Engineering, Coastal Processes, Naples, Italy, WIT Transactions on Ecology and the Environment, Volume 149, 2011, 53-61.

Uvažavajući ekološke standarde i uvođenjem novih tehnoloških rješenja u izgradnji i rekonstrukciji nautičke infrastrukture luke nautičkog turizma mogu pridonijeti očuvanju morskog okoliša.<sup>9</sup>

Hrvatska treba prepoznati svoju priliku i iskoristiti potražnju za vezovima te pravodobno osigurati odgovarajuću nautičku infrastrukturu. To je moguće uz zakonsku regulativu koja prati i potiče razvoj, zbog čega valja otkloniti administrativne zapreke, a istovremeno kontrolirano i racionalno koristiti prostor.

## 5. Zaključak

Tomas Nautika Yahting je istraživanje koje se provodi dugi niz godina u području nautičkog turizma. Istraživanje daje uvid u široki spektar podataka koji za potrebe nautičkog turizma omogućuju izradu SWOT analize. SWOT analizom utvrđene su brojne prednosti Hrvatske kao poželjne nautičke destinacije, ali i snage i slabosti koje treba otkloniti. Usporedbom nautičke ponude i potražnje Hrvatske sa zemljama Mediterana utvrđene su prednosti Hrvatske kada je riječ o ljepoti i očuvanosti prirode, kulture, tradicije, čistoće mora i klimatskih uvjeta. Neizostavna je i prednost socijalnih elemenata kao što su sigurnost, gostoljubivost i imidž zemlje. Raspoloživost vezova i opremljenost marina zaostaje za mediteranskim zemljama. Učinci nautičkog turizma na gospodarstvo nisu dovoljno prepoznati, a slabosti se posebno očituju u zakonskoj regulativi koja često otežava izgradnju nove nautičke infrastrukture ili rekonstrukciju postojeće. Ponuda je poseban problem, nedostatna je, a primjena odgovarajućih standarda kvalitete još uvijek kasni za mediteranskim zemljama.

Za daljnji razvoj nautičkog turizma potrebno je provođenje mjera kao što su mjere za održiv rast i razvoj, pravilno upravljanje resursima, umjerena izgradnja novih prihvatnih kapaciteta, uspostava sustava nadzora, usklađivanje zakonske infrastrukture, modernizacija uređaja i opreme za zaštitu mora od onečišćenja, integracija sustava upravljanja te primjena novih ekoloških standarda.

<sup>9</sup> Rallo, B., (2005), *Marinas in Commercial Harbors: Beyond a "Neoromantic Approach*, IMC 2005, Panel 14: A Marinas as a Valuable Part of Comercial Ports and Harbors, [Library ICOMIA](http://Library ICOMIA), [www.icomia.com/library/](http://www.icomia.com/library/)



## Literatura

1. Bizzarri C., La Foresta D., Yachting and pleasurecrafts in relation to local development and expansion: Marina di Stabiasestudy, 2nd International Conference on Physical Coastal Processes, Management and Engineering, Coastal Processes, Naples, Italy, WIT Transactions on Ecology and the Environment, Volume 149, 2011., 53-61.
2. Kovačić, M., Dundović, Č.: Planiranje i projektiranje luka nautičkog turizma, Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2012.
3. Orams M., (2002.), Marine tourism, Development, Impacts and Management, Routledge, London and New York.
4. Rallo, B., (2005.), Marinas in Commercial Harbors: Beyond a "Neoromantic Approach, IMC 2005., Panel 14: A Marinas as a Valuable Part of Commercial Ports and Harbors, Library ICOMIA, [www.icomia.com/library/](http://www.icomia.com/library/)
5. Strategija razvoja nautičkog turizma 2009.-2019., Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, Zagreb, prosinac, 2008.
6. Štimac M.: Prostorno planiranje u praksi, Glosa d.o.o., Rijeka, 2010.
7. TOMAS NAUTIKA JAHTING 2012., Institut za turizam, Zagreb, 2012.

## Internet izvori:

1. <http://www.mppi.hr/userdocsimages/2008/SRNTH-velikaPROSINAC.pdf> (18.02.2015.)
2. <http://www.dzs.hr/> ( 18. 02. 2015.)
3. <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/Tomas-Nautika-Jahting-2012-18-02-2013-za-www.pdf> (22. 02. 2015.)
4. [http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2007\\_TOMAS-Nautika\\_2007.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2007_TOMAS-Nautika_2007.pdf) (24.02.2015.)
5. <http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/> (24. 02. 2015.)

Čedomir Dundović, Mirjana Kovačić, Paola Badurina-Tomić

## **Contribution to Study on the Current Situation and Development Trends of Nautical Tourism in Croatia**

### **Abstract**

Nautical tourism has a very important role in the development of economic activities of a particular country and is considered an important factor for the development of tourism in general. This is a distinctive form of tourism, distinguishable from other forms of tourism by its many special features, in particular by the maritime domain management model.

The purpose of this paper is to show the importance of nautical tourism for the Croatian economy, which is reflected in the financial and other results this type of tourism has been accomplishing.

In this paper, the authors analyzed the current state of nautical tourism in Croatia and pointed out the advantages and possible consequences of the construction of new marinas in Croatia. In order to determine the advantages and disadvantages of nautical tourism in Croatia in relation to the environment and the possibilities for further development, the Tomas Nautical Yachting 2012 research is presented. The contribution of this work is primarily reflected in the analysis of previous research works and in the adoption of possible measures for further development of nautical tourism in Croatia.

The special aim of the paper is shown in the SWOT analysis and in the presentation of outcomes using a SWOT matrix.

**Key words:** nautical tourism, nautical port, SWOT analysis, Croatia