

Dr. sc. DANIELA GRAČAN, viši asistent
Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Sveučilište u Rijeci

ZNAČAJ I ULOGA NAUTIČKOG TURIZMA U STRATEGIJI RAZVOJA TURIZMA OPATIJSKE RIVIJERE

Turizam današnjice bilježi diferenciranost i orijentiranost ka održivom razvoju. U tom kontekstu turistička destinacija mora istražiti svoje mogućnosti (u kvalitativnom i kvantitativnom smislu) i u skladu s njima razvijati one oblike selektivnog turizma koji će joj osigurati komparativnu prednost na turističkom tržištu.

Opatijska rivijera posjeduje resursnu osnovu razvoja nautičkog turizma. No, dosadašnji razvoj ne pokazuje rezultate primjerene mogućnostima. Stoga je nužno strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma i njegovo jače uključivanje u turističke tijekove.

Ključne riječi: nautički turizam, kvaliteta usluga, strateško promišljanje

UVOD

Prirodna resursna osnova Opatijske rivijere pretpostavka je razvoja nautičkog turizma kao najpropulzivijeg oblika selektivnog turizma i njegovog jačeg uključivanja u strateške dokumente turističkog razvoja Opatijske rivijere. Međutim, dosadašnji razvoj nautičkog turizma Opatijske rivijere ostvaruje nezadovoljavajuće rezultate u odnosu na potencijale. Karakterizira ga stacionaranost nautičara u marinama, niska razina turističke potrošnje te nedovoljno strateško promišljanje budućeg razvoja.

Glavni subjekt ponude nautičkog turizma Opatijske rivijere je ACI Club Opatija, u čijem vlasništvu se nalazi većina smještajnih kapaciteta. On je kreator i nositelj nautičke ponude Opatijske rivijere.

1. ULOGA NAUTIČKOG TURIZMA U TURIZMU HRVATSKE

U razvoju turizma Republike Hrvatske, nautičkom turizmu se daje važno mjesto, u skladu s tendencijama razvoja nautičkog turizma u svijetu. Razlog tome je prirodna resursna osnova koju Hrvatska ima za razvoj ovog oblika turizma, kao i tendencije u razvoju svjetskog turizma koje ukazuju da će u budućem razvoju nautički turizam biti značajan segment turističkog prometa. Međutim, potrebno je naglasiti da razvoj turizma, pa time i nautičkog turizma treba biti u skladu sa stopom rasta gospodarskog razvoja, a ne rasta međunarodne potražnje. Naime, ukoliko se želi

turistički rast iznad dugoročno planirane stope gospodarskog rasta od 4,5%, cijena takvog rasta može biti pad efikasnosti čimbenika koji se alociraju u turističke djelatnosti. Razvoj Hrvatske ne smije se temeljiti samo na razvoju turizma. Turizam može biti samo doprinos razvoju. "Zahvaljujući njemu razvoj će se oplemeniti, turizam će ga učiniti efikasnijim i bržim."¹ Nužno je, dakle, realno sagledavanje značaj turizma za razvoj hrvatskoga gospodarstva te u skladu s tim njegovo strateško definiranje.

Značaj nautičkog turizma u ukupnom turizmu Hrvatske može se prikazati udjelom broja nautičara u ukupnom broju ostvarenih turističkih dolazaka u Hrvatsku.

Tablica 1. **Udio broja nautičkih turista u ukupnom broju turista 2002. i 2003. godine**

u tis.

	Turisti		Indeks 03./02.	Udjel turista u ukupnom u %	
	2002.	2003.		2002.	2003.
Ukupno RH	8.320	8.878	106,7	100,0	100,00
Luke nautičkog turizma	626	689	110,15	7,5	7,7

Izvor: <http://mint.hr/> (13.03.2004.)

U 2003. godini dolazi do porasta broja ostvarenih turističkih dolazaka u lukama nautičkog turizma u odnosu na 2002. godinu i porasta njihovog udjela u ukupno ostvarenim turističkim dolascima Republike Hrvatske. U 2003. godini sudjeluje sa 7,7% u ukupnom broju turističkih dolazaka u Republiku Hrvatsku. Broj nautičkih turista povećava se bržim tempom od ukupnog broja turista.

Glavni izvori prihoda u nautičkom turizmu su iznajmljivanje vezova i iznajmljivanje plovila. Iznajmljivanje vezova je u porastu, ali s nižom stopom rasta nego što je to bilo u prošlosti. Kao glavni razlozi navode se: rastuća porezna opterećenja i promjene u ponašanju potrošača. Vlasništvo plovila više ne predstavlja statusni simbol već postaje odmorišni proizvod koji ne zahtijeva visoke financijske troškove i troškove održavanja, što stimulira veću ponudu iznajmljivanja plovila. S druge strane iznajmljivanje plovila postaje sve popularnije jer nudi visoku vrijednost potrošačima (bogati doživljaj, ostvarenje sna, slobodarski duh, kontakt s prirodom, doživljaj pustolovine, osjećaj statusa itd.) uz povoljnu cijenu, što stimulira potražnju potencijalnih potrošača.

Prihodi od nautičkog turizma (iznajmljivanje vezova, plovila i tranzit) u 2000. godini iznosili su 352 mil. DEM² (oko 175 mil. eura), što je 31% ukupno ostvarenih prihoda od turizma u Republici Hrvatskoj. Iako su navedeni podaci impresivni i pokazuju razvoj turizma na razini visokorazvijenih zemalja, potrebno je ukazati i na činjenicu da svaki prihod, pa tako i turistički ima svoju rashodovnu stranu. Nacionalnom blagostanju, ne pridonosi prihod po sebi nego dodana vrijednost. Analiziranjem prihoda od turizma s tog aspekta uočava se da je dodana vrijednost u turističkim приходima mala, na razini nerazvijenih zemalja, pa i niža. Mjera uspješnosti turizma treba dakle biti kvaliteta razvoja. Na tome treba temeljiti buduću strategiju razvoja turizma, i u okviru njega razvoja nautičkog turizma.

¹ Dulčić, A.: *Turizam je društvena pozornica*, Ugostiteljstvo i turizam, br. 3/2003., str. 5.

² Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2001.–2005., THR Barcelona, Horwath Consulting Zagreb, Zagreb, 2002., str.

2. NAUTIČKI TURIZAM U STRATEGIJI RAZVOJA TURIZMA OPATIJSKE RIVIJERE

Razvoj turizma Opatijske rivijere temelji na prirodnim datostima i tradicijskoj vrijednosti, te prilagođavanju turističkog proizvoda novim turističkim trendovima. Na turističkom putovanju suvremeni turist je poduzetan i kreativan, istražuje, uči, zabavlja se, traži nove doživljaje i uzbuđenja, pomak od svakodnevnice. Ekološki očuvan prostor, povijesne i kulturne vrednote središte su njegovog interesa. Nautički turizam jedan je od oblika selektivnog turizma u kojem suvremeni turist može naći zadovoljenje svojih potreba.

Glavni nositelj ponude nautičkog turizma Opatijske rivijere je državno poduzeće ACI Club d.d. (Adriatic Croatia International Club d.d.) Opatija. Upravlja s više od polovice nautičkih marina u državnom vlasništvu. U svom vlasništvu ima 21 marinu smještenih uzduž hrvatske obale i otoka od Umaga do Dubrovnika, s ukupnim kapacitetom od 6.175 vezova, od kojih 5.240 u moru i 936 mjesta na kopnu (suhih vezova). Na području Opatijske rivijere vlasnik je jedne marine – ACI marine Opatija. Temeljni zadatak ACI Cluba d.d. je razvoj nautičkog turizma koji će putem cjelovite ponude maksimalno valorizirati komparativne prednosti Jadranskog mora i obale, omogućiti izgradnju i korištenje odgovarajućih kapaciteta, ostvarivanje maksimalnog profita, uz uvažavanje koncepta održivog razvoja i zaštitu prirodnih resursa.

3. ACI MARINA OPATIJA KAO NOSITELJ TURISTIČKE PONUDE

Smještajni kapacitet nautičkog turizma čine: marina Admiral, ACI marina Opatija te luke i lučice Opatijske rivijere. Marina Admiral raspolaže sa 160 vezova različitih veličina. Pruža samo osnovne usluge smještaja brodova (uglavnom godišnji vez). ACI marina Opatija raspolaže sa 304 vezova u moru, te 30 mjesta za smještaj plovila na suhom. Osim smještaja plovila marina je opremljena svim potrebnim sadržajima za održavanje plovila kao i sadržajima koji zadovoljavaju potrebe i zahtjeve suvremenih nautičara (mjenjačnica, restoran, kafić, sanitarni čvor, praonica rublja, prodavaonica nautičke opreme...). Ima cjelogodišnje poslovanje. Zadovoljivši najstroža ekološka mjerila u pogledu sigurnosti, te čistoće vode i okoliša ACI marina Opatija jedna je od 10 marina iz sustava ACI-a kojima je u 2003. godini dodijeljeno visoko priznanje "Europska plava zastava". Kategorizirana je se I kategorijom.

Potražnja za uslugama marine Opatija pokazuje tendenciju rasta, što je vidljivo iz sljedeće tablice:

Tablica 2. Fizički pokazatelji djelatnosti nautike ACI marine Opatija, 2001.–2003.

	svibanj	lipanj	srpanj	kolovoz	rujan	listopad
Broj godišnjih ugovora						
2001.	237	238	237	236	240	240
2002.	259	257	257	259	258	260
2003.	278	271	284	287	287	283
Broj mjesečnih vezova						
2001.	35	48	47	50	53	34
2002.	39	45	44	43	51	31
2003.	17	27	16	20	22	21
Broj uplovljavanja						
2001.	40	94	166	230	63	24
2002.	65	96	195	216	74	25
2003.	59	96	168	167	62	11
Broj brod-dana						
2001.	50	171	351	464	134	33
2002.	87	152	508	495	147	83
2003.	94	178	448	633	201	36

Izvor: Izvješće o fizičkim pokazateljima ACI marine Opatija, Odjel recepcije, Opatija, 2004.

Potražnja za stalnim vezom (godišnji vez) u razdoblju od 2001. do 2003. godine pokazuje porast. Najveći broj godišnjih ugovora ostvaruje se u mjesecu kolovozu. Posebno je značajan porast potražnje za tranzitnim uslugama u srpnju i kolovozu 2003. godine u odnosu na prethodne godine. U kolovozu 2003. godine tranzit je pokazao porast od 27,8% u odnosu na prethodnu godinu. Analize strukture gostiju po pojedinim vrstama nautičkih usluga pokazuju da su na stalnom vezu najviše zastupljeni nautičari iz Austrije (33,1%), Hrvatske (17,1%), Njemačke (15,3%) i SAD (13,6%), dok je u strukturi gostiju u tranzitu situacija nešto drugačija. Najveći udio čine gosti iz Italije (33,1%), a slijede gosti iz Njemačke (25,9%), Austrije (12,1%) i Hrvatske (8,4%).³

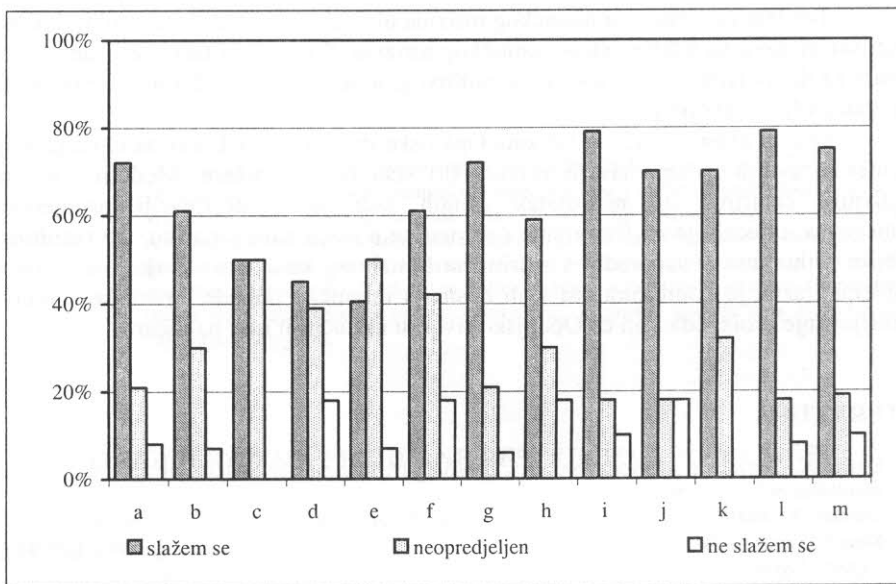
Popunjenost marine je veća od 100%, a postoji i waiting lista za 50 brodova. Ta činjenica otvara pitanja proširenja marine i pretvaranje ove stacionarne marine u tranzitnu. Naime, unatoč kvaliteti ponude koja se nautičarima pruža u ACI marini Opatija, ona nije dio rute nautičara. Stoga je u budućem razvoju Opatije nužno koncipirati proizvod koji bi privukao nautičare i time učinio Opatiju privlačnom (usputnom) lukom na njihovim putovanjima.

³ Podaci za kolovoz 2003. godine.

4. ZADOVOLJSTVO NAUČIČARA PRUŽENIM USLUGAMA I SADRŽAJIMA ACI MARINE OPATIJA

Istraživanje provedeno u ACI marini Opatija pokazuje da je ACI marina Opatija marina elitnijeg tipa turizma, lako dostupna velikim centrima. Rezultati ispitivanja zadovoljstva nautičara pruženim uslugama i sadržajima u marini prikazana su sljedećim grafikonom.

Grafikon 1. **Zadovoljstvo pojedinim elementima ponude u ACI marini Opatija**



Legenda: a – dobra nautička ponuda; b – dobra ugostiteljska ponuda, c – kvalitetne tehničke i servisne usluge, d – dobro opremljene trgovine, e – dovoljno parkirnog prostora, f – ljubazno osoblje, g – osoblje koje je uvijek spremno biti na usluzi, h – stručno osposobljeno osoblje, i – pouzdano osoblje, j – čiste i uredene sanitarije, k – ostali popratni sadržaji za odmor i razonodu, l – egzaktna i pravodobna informacija o klimi: vjetrovima, temperaturi, m – osjećaj zaštićenosti i sigurnosti

Izvor: Obrada autora.

U ACI marini Opatija nautičari najviše cijene egzaktnost informacija o vremenu, osjećaj sigurnosti, uslužnost osoblja, ponudu popratnih sadržaja i ugostiteljsku ponudu. Zanimljiva je ocjena kvalitete tehničkih i servisnih usluga, gdje 50% ispitanika smatra da su iste kvalitetne, dok se 50% njih nije moglo opredijeliti. Najviše njih ne slaže s kvalitetom opremljenosti trgovina, ljubaznošću i stručnošću osoblja te uređenošću i čistoćom sanitarija, i to ne više od 15% u svakom od tih elemenata.

U cilju stvaranja konkurentne prednosti na tržištu nautičkih usluga, nautički turizam Opatijske rivijere mora biti u stanju ponuditi tržištu više vrijednosti nego do sada. Pri tome se u prvom redu misli na poboljšanje kvalitete usluga, ali i na inoviranje sadržaja kojima bi se obogatila nautička ponuda i prilagodila zahtjevnoj nautičkoj potražnji. Pri tome je nužno stalno pratiti tržišne zahtjeve te mogućnosti sektora i konkurencije da udovolje tim zahtjevima. Stalno istraživanje i razvoj nužni su kako bi se omogućilo bolje pozicioniranje nautičkog turizma na turističkom tržištu.

ZAKLJUČAK

Tendencije u razvoju nautičkog turizma ukazuju na važnost jačeg uključivanja Opatijske rivijere na tržište usluga nautičkog turizma. Suvremeni turist je avanturist, u potrazi za doživljajem nečeg novog, uzbudljivog, a upravo u nautičkom turizmu može naći zadovoljenje svojih potreba.

Glavni akter nautičkog turizma Opatijske rivijere je ACI marina Opatija, koja kvalitetom svojih usluga nastoji privući što veći broj nautičara. Međutim, blizina emitivnim centrima, te nedostatak drugih sadržaja u destinaciji primjerenih nautičarima, utjecala je na formiranje ove marine u stacionarnu marinu, što rezultira i manjim приходima u usporedbi s marinama tranzitnog karaktera. U rješavanju ovog problema važna je koordiniranost svih nositelja turističke ponude Opatijske rivijeri i osmišljavanje proizvoda koji će Opatijsku rivijeru uključiti u rutu nautičara.

LITERATURA

1. Dulčić, A.: Turizam je društvena pozornica, Ugostiteljstvo i turizam, br. 3/2003., str. 5. <http://mint.hr> (13.03.2004.)
2. <http://mint.hr> (13.03.2004.)
3. Jadrešić, V.: Nautički turizam, Pedagoška akademija, Zadar, 1978.
4. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2001.–2005., THR Barcelona, Horwath Consulting Zagreb, Zagreb, 2002.
5. Razvojni marketinški plan Opatijske rivijere, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
6. Izvješće o fizičkim pokazateljima ACI marine Opatija, Odjel recepcije, Opatija, 2004.