PONUDA NAUTIČKOG TURIZMA ZEMALJA JUŽNOG JADRANA (I USPOREDBA SA RH)

Tandara, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:113993

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

PONUDA NAUTIČKOG TURIZMA ZEMALJA JUŽNOG JADRANA (I USPOREDBA SA RH)

Mentor:

Dr. sc. Srećko Favro

Student:

Tomislav Tandara

Split, rujan, 2020.

SADRŽAJ :

1.UVOD 2

1.1 Definiranje problema istraživanja..... 2

1.2 Cilj i struktura rada..... 2

1.3 Izvori podataka i metode prikupljanja…….3

2. NAUTIČKI TURIZAM U SVIJETU 5

2.1 Pojam nautičkog turizma 5

2.2 Nautički turizam u svijetu 10

3. NAUTIČKI TURIZAM ZEMALJA JUŽNOG JADRANA……..17

3.1 Nautički turizam Hrvatske …….....1

3.2 Nautički turizam Albanije ……..25

3.3 Nautički turizam Grčke …….....30

3.4. Nautički turizam Crne Gore ……..36

4.ZAKLJUČAK…….43

LITERATURA…….....45

POPIS TABLICA, GRAFOVA I SLIKA……..…….46

SAŽETAK……..48

SUMMARY……49

1.UVOD

1.1 Definiranje problema istraživanja

Republika Hrvatska spada u skupinu zemalja koja u velikoj mjeri ovisi o turizmu, te je on kao takav jedan od temeljnih gospodarskih pokretača zemlje, od samih prihoda, preko zaposlenosti, pa sve do imidža i prepoznatljivosti zemlje. U ovom kontekstu, značajan je pojam nautičkog turizma, koji s obzirom na položaj, geografske specifikacije prostora, razvedenost obale , i ostale mnogobrojne činitelje koje Republika Hrvatska posjeduje, predstavlja jedan od temeljnih elemenata turističke ponude, dok s druge strane, potražnja i potrebe posjetitelja sve više ukazuju na to da je upravo Hrvatski dio Jadrana izrazito tražen za aktivnosti nautičkog turizma. Ipak, potražnja sama po sebi nema smisla te ne može generirati nikakvu korist ako nema adekvatne ponude, pa je problem koji ovaj rad analizira ukazivanje na prednosti i mane ponude domaćeg nautičkog turizma. Činjenica jest da sam obalni prostor nije adekvatno valoriziran; neki atraktivni lokaliteti nisu uopće iskorišteni , dok su određeni drugi "pre izgrađeni", čime je došlo do narušavanja okoliša te biljnog i životinjskog svijeta na tim područjima. Također, određeni oblici nautičkog turizma na ovim prostorima nisu adekvatno (ili uopće) zastupljeni, te se postavlja pitanje : kako maksimalno iskoristiti i valorizirati prirodne čimbenike ove zemlje, te unaprijediti ponudu nautičkog turizma, ne samo kvantitativno, već i kvalitativno, čime bi Republika Hrvatska prednjačila u ponudi nautičkog turizma (barem u najužem konkurentnom području , ali i šire) , privlačila potražnju, te konačno, istu zadovoljila i "natjerala" na ponovni povratak.

Stoga, svrha ovog rada je među brojnim metodama pristupa izrečenoj problematici, prikazati onu koja uspoređuje ponudu nautičkog turizma Hrvatske sa ponudom njenih najbližih konkurenata, zemalja Južnog Jadrana.

1.2 Cilj i struktura rada

Konkretno, cilj rada je izrečenu problematiku opisati prvenstveno usporedbom ponude nautičkog turizma Republike Hrvatske sa ponudom njenim najrelevantnijih i najbližih konkurenata u ovom polju, zemljama Južnog Jadrana. Tu će se fokus prvenstveno staviti na općenitu definiciju i činitelje nautičkog turizma, iznoseći pritom neke najrelevantnije statističke podatke o zemljama koje u njemu prednjače, čime će se potkrijepiti teza o važnosti nautičkog turizma u gospodarstvu zemalja koje su za isti predisponirane. Zatim, fokus će se prebaciti na nautički turizam Hrvatske, njegova relevantnost i veličina u domaćoj ekonomiji, da bi se potom sličnim postupkom detaljno razradila ponuda konkurentskih zemalja. Tu su

uzete tri zemlje : Crna Gora, Albanija i Grčka, a posebna važnost će se posvetiti prednostima i posebnostima koje te zemlje uživaju u odnosu na Hrvatsku, te u odnosu jedna na drugu. Konačno, izrečeni podaci će se zaključiti sažetim opisom rezultata rada, gdje će se konkretno usporediti temeljne prednosti i mane nautičkog turizma Hrvatske u odnosu na konkurenciju, te će se navesti smjernice i prijedlozi koje je poželjno da Republika Hrvatska, i po mogućnosti , svi njeni ponuditelji u kontekstu nautičkog turizma poduzmu kako bi se ispravili nedostaci i poboljšala struktura samog nautičkog turizma , koja će jasno, imati velike implikacije na turizam i gospodarstvo zemlje u cjelini.

1.3 Izvori podataka i metode prikupljanja

Za potrebe izrade ovog rada korišteni su izvori znanstvene i stručne literature te časopisa iz polja turizma, nautičkog turizma, gospodarstva i slično, kao i online izvori prikupljeni pretraživanjem interneta. Metode primijenjene u prikupljanju podataka i njihovoj implementaciji u izradi rada su sljedeće :

- *Metoda dedukcije* : koristeći opće zaključke formirati će se pojedinačni, posebni zaključak
- *Deskriptivna metoda :* Opisivanje pojedinih pojava i činjenica, u svrhu lakšeg objašnjavanja i prezentiranja istih
- *Komparativna metoda :* Usporedba dviju ili više pojava, u svrhu lakšeg prezentiranja i donošenja zaključka
- *Metoda indukcije :* koristeći pojedinačne zaključke o određenim aspektima sadržaja, formirati će se opći, sveobuhvatni zaključak

2. NAUTIČKI TURIZAM U SVIJETU

2.1 Pojam nautičkog turizma

S obzirom da je nautički turizam samo jedan od mnogobrojnih podsustava samog turizma, potrebno je prvo definirati pojam turizma i turista. Od mnogobrojnih teorijskih i stručnih definicija, Danas je u većini zemalja prihvaćena opća koncepcijska definicija turizma Svjetske turističke organizacije (UNWTO, 1999)[1] prema kojoj *turizam* uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. U tom kontekstu, temeljna jedinica proučavanja teorije turizma jest sam *turist,* prema istoj definiciji predstavlja posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje, već je svrha opuštanje, odmor, razonoda, rekreacija i slično. Razlog ovakvih preciznih i jasnih definicija leži upravo u potrebi da se podaci o dolascima, odlascima, potrošnji, ponudi i svim ostalim aktivnostima i čimbenicima turizma kvantificiraju i raznim statističkim instrumentima i alatima prate, uspoređuju i evidentiraju, te kao takvi, služe kao temeljni izvor informacija u (poslovnom) odlučivanju subjekata privatnog i javnog sektora koji imaju posredne ili neposredne koristi od takvih podataka. Sukladno tome, definicija nautičkog turizma je nešto šira jer je njegova priroda specifičnija. Postoji veoma mnogo definicija nautičkog turizma, a neke od njih su :

Prema Lukoviću (2007)[2] :

-Nautički turizam je ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih i korištenjem plovnih objekata kao i drugih objekata vezanih uz nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba.

[1]Preuzeto sa stranica UNWTO : https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403011

[2] Luković, T. & Gržetić Z.: "Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana", Hidrografski institut Split, Split 2007., str. 33.

Zakon o pružanju usluga u turizmu NN 130/17, 25/19, 98/19- članak 84 [3] **:**

-Nautički turizam je plovidba i boravak turista na plovnim objektima (jahta, brodica i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.

Takva definicija ima svrhu regulirati i definirati nautički turizam kao gospodarsku djelatnost. Da bi se dodatno pojasnile i definirale djelatnosti nautičkoga turizma, Zakon člankom 85. definira i grupira usluge nautičkoga turizma kao:

1. iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu (vez) za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima,
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, cruising i sl.),
3. usluge skipera,
4. prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i na suhome vezu,
5. usluge opskrbe nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim dijelovima, opremom i sl.),
6. uređenje i pripremanje plovnih objekata,
7. davanje različitih informacija nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.),
8. škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodica,
9. druge usluge za potrebe nautičkoga turizma.

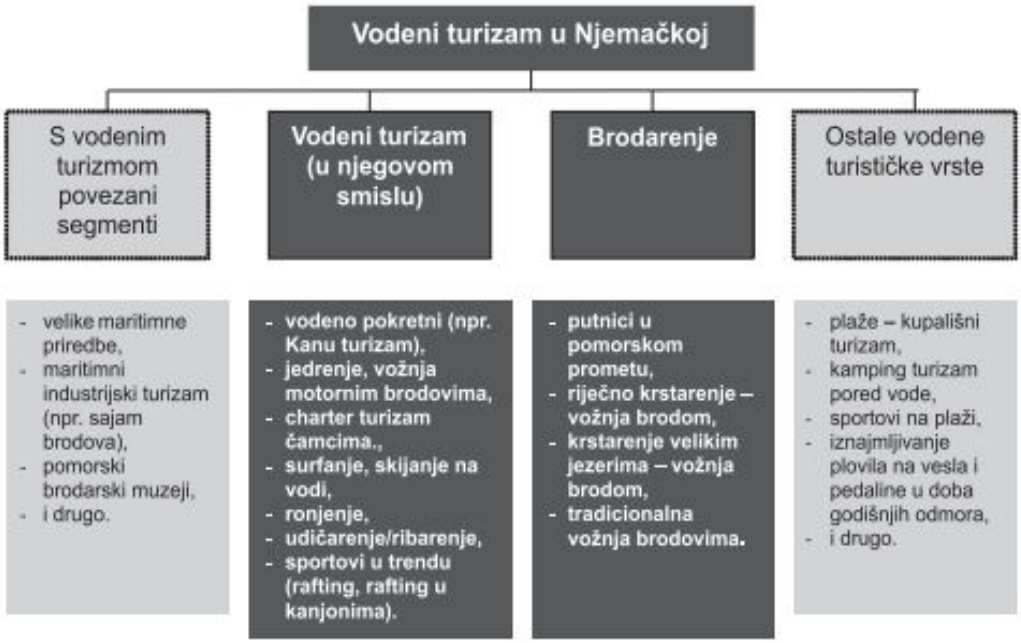
Definicija prema projektu vlade Njemačke :

- vodeni (nautički) turizam predstavlja sve aktivnosti koje imaju tri osnovna činitelja nastanka: plovilo, odvija se na vodi ili je uz nju vezano i odnosi se na turizam i turista nautičara ili putnika na plovilu[4].

Ovakav primjer definiranja je značajan iz razloga što je ovo definicija sa aspekta emitivne zemlje (dok su hrvatske definicije s receptivnog aspekta) koja i dalje potvrđuje iste ili slične elemente i aktivnosti kao u definicijama sa receptivnog aspekta, čime se zaključuje da podrijetlo potražnje nije presudan faktor pri definiranju nautičkog turizma

[3] Web stranica : https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu
[4] Tihomir Luković : NAUTIČKI TURIZAM, DEFINIRANJE I RAZVRSTAVANJE, str.698

Slika 1: Vodeni turizam prema njemačkoj definiciji



Izvor : dwif/BTE 2002

Sumirajući ove i niz ostalih definicija, vidi se određena poveznica, pa se da povezati i izraziti 3 osnovne djelatnosti nautičkog turizma :

a) Luke nautičkog turizma

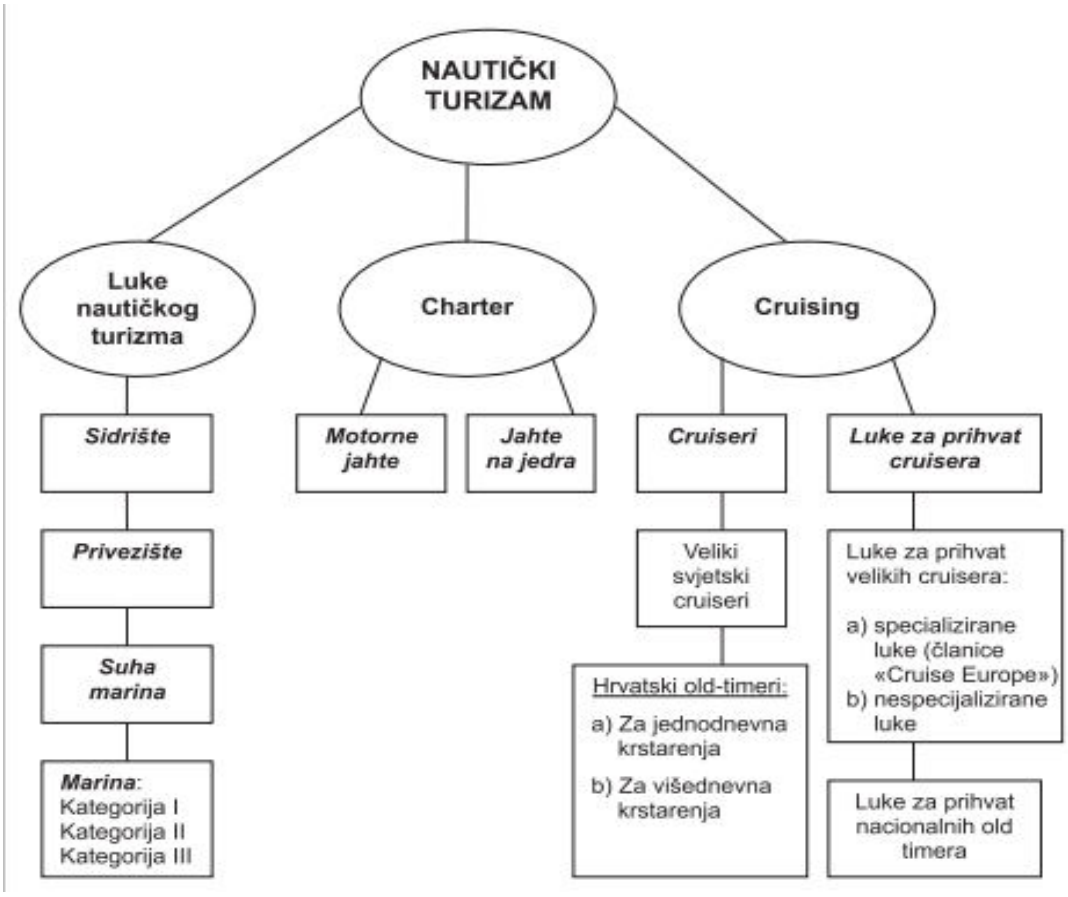
b) Charter

c) Cruising

Ovo je i podjela Nacionalne klasifikacije djelatnosti ***(NKD)***[5], službeni vladin dokument koji sve gospodarske djelatnosti klasificira u područja, odjeljke, skupine i razrede radi lakšeg praćenja i analitike. Specifično je da turizam u NKD-u nema svoje jedinstveno mjesto, već je pozicioniran u nizu drugih djelatnosti. Tako : Područje 50 - Vodeni prijevoz (cruising), Područje 71 - Iznajmljivanje strojeva i opreme bez rukovatelja i predmeta za osobnu uporabu i kućanstvo; podskupina 1.22 - Iznajmljivanje plovnih prijevoznih sredstava (charter), Područje 92 – Rekreacijske, kulturne i sportske djelatnosti; podskupina - 92.62.1 Djelatnosti marina (poslovanje marina)

[5] Web stranica NKD : http://www.uoz.hr/pdf/pravilnik/odluka2007.pdf

Slika 2 : Model nautičkog turizma prema NKD-u



Izvor : Tihomir Luković : NAUTIČKI TURIZAM, DEFINIRANJE I RAZVRSTAVANJE

***a) Luka nautičkog turizma* :** Poslovno-funkcionalna cjelina u kojoj vlasnik ili upravitelj pruža usluge iz domene nautičkog turizma, kao i druge usluge u funkciji turističke potrošnje -One su : sidrište, odlagalište plovila, suha marina te marina

Marina je luka nautičkog turizma na posebno ograđenom kopnenom prostoru, koja osim usluga veza i smještaja plovila, pruža i čitav niz ostalih turističkih, komercijalnih , športsko-rekreativnih , trgovinskih i ugostiteljskih usluga (po čemu se razlikuje od ostalih luka NT-a) , te je kao takva temeljni objekt interesa u nautičkom turizmu.

b) Charter : Turistička djelatnost organiziranog iznajmljivanja brodica, jahti i ostalih plovila , bilo na motorni pogon ili s pogonom vjetra (jedrilice), sa ili bez posade (skippera). Charter

je izrazito regulirana djelatnost (mnogobrojni zakoni, propisi, uredbe i pravilnici) u svrhu suzbijanja "crnog" chartera. Temeljna poslovna organizacija chartera je charter agencija, koja se na tržištu može pojaviti kao posrednik (iznajmljuje tuđu flotu za proviziju) ili kao organizator
(pruža tržištu vlastite kapacitete po određenoj cijeni)

c) Cruising: kružno krstarenje putničkim brodom zacrtanom vodenom rutom, radi doživljaja plovidbe, s brodom kao temeljnom destinacijom. Svi turistički sadržaji potrebni posjetitelju (prehrana, trgovina, rekreacija, razonoda…) su prisutni na samom brodu (kruzeru) a putovanje uglavnom uključuje i posjet raznim destinacijama na kopnu (u lukama za prihvat cruisera) koje međusobno ne razdvaja velika udaljenost. Cruising se može odvijati na svim vodenim površinama, te od domaće do međunarodne razine

Uz ova temeljna 3 elementa, važno je spomenuti i ***komplementarne djelatnosti nautičkog turizma*** koje predstavljaju sve djelatnosti koje nadopunjuju temeljnu ponudu nautičkog turizma, dok same po sebi nemaju obilježja, tj. ne pripadaju nautičkom turizmu. Često su te djelatnosti oblik nekih drugih grana turizma (gastro, kulturni itd.). Premda su potrošačima nautičkog turizma same nautičke djelatnosti poput navigacije i upravljanja brodom kroz nautičke rute, cruising i sl. i dalje primaran fokus putovanja, danas su sve više evidentne i ostale, sekundarne i tercijarne želje koje sami turisti imaju, te bez kojih se samo putovanje de facto ne bi mogle održati. Zadovoljavanje tih želja i potreba odvija se upravo kroz komplementarne djelatnosti. NKD ih razvrstava prema povezanosti sa nautičkim turizmom (ronjenje, jedrenje na dasci, ribolov… – velika povezanost ; hotelijerstvo, ugostiteljstvo, maloprodaja, prodavanje izleta… - manja, ali svejedno postojeća povezanost).
Donja tablica prikazuje važnost uključivanja komplementarnih djelatnosti (konkretno, kulturnih sadržaja) u ponudu marine. Podaci iz nje pokazuju da je uključenost kulturnih sadržaja u ponudu marina direktno i jako povezana sa popunjenošću (čak 51% tih marina ima 100% popunjenost). Stoga osim šire dostupnosti tih sadržaja, jasno je da uključenost komplementarnih djelatnosti u samu ponudu marina i ostalih vrsta nautičkih ponuditelja itekako pozitivno utječe na poslovanje, te je očito da sami subjekti moraju pratiti potrebe turista, te od samog početka uključivati željene sadržaje u svoju ponudu.

Tablica 1 : Odnos popunjenosti vezova i uključivanja kulturnih sadržaja u ponudu marine

Uključeni kulturni sadržaji	Popunjenost vezova					Ukupno
	Do 80%	Od 81% do 90%	Od 91% do 95 %	Od 96% do 99%	100 %	
DA	21.2 %	-	-	27.2 %	51.6 %	100 %
NE	10.1 %	16.8 %	21.7 %	37.2 %	14.2 %	100 %
UKUPNO	13.5 %	11.7 %	15.1 %	34. 2%	25.6 %	100 %

Izvor **:** Krce, Miočić, B. (2011): Valorizacija ekonomskih učinaka komponenti razvoja nautičkog turizma. Doktorska disertacija. Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.

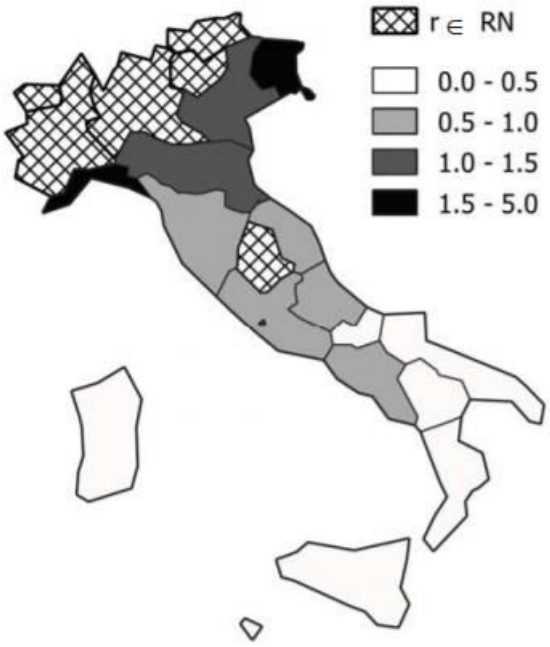
2.2 Nautički turizam u svijetu

Europa

Od zanimljivijih primjera žarišnih lokacija nautičkog turizma najviše posjećenih od strane turista u Europi ističu se Grčki otoci i Hrvatska obala, koje nude usluge u preko 50 luka nautičkog turizma , čime prikazuju taj dio Mediterana onakvim kakav je nekada bio (orijentiran ka moru i nautici). Te dvije zemlje su toliko uspješne u tom polju da sadržavaju svjetsku reputaciju kao dobri primjeri modela održivog nautičkog turizma. Sa preko 8000 km obale, činjenicom da se u Jadranskom moru nalazi skoro pa polovica svih luka nautičkog turizma, te više-stoljetne povijesti vezane za nautičke djelatnosti, Italija je također primjer zemlje koja prednjači u nautičkom turizmu. Osim prirodne ljepote talijanskih obala i mora te svjetski poznatih otoka, talijanska ponuda marina i ostalih sadržaja nautičkog turizma se može pohvaliti iznadprosječnim standardom, prvenstveno zbog duge povijesti brodogradnje (Italija prednjači u proizvodnji skutera i mega jahti), te visokog postotka nautičara u ukupnoj populaciji. Neke od svjetski poznatih pokrajina pogodnih za nautički turizam su Ligurija, Toskana, Lazio, Sicilija, Sardinija, Calabria itd.

Prema jednom istraživanju[6] stavlja se u odnos broj privezišta i sličnih elemenata ponude nautičkog turizma, prema talijanskim regijama, sa podjelom na sjevernu i južnu Italiju. Vrijednosti usporedbe jesu postoci nautičkih privezišta po kilometru obale, te kako slika 3 prikazuje, sjeverni dio Italije prednjači po nautičkim privezištima po kilometru obale (čak 60 % veće vrijednosti od nacionalnog prosjeka ; Liguria i Friuli čak 2 do 4 puta veći rezultat od nacionalnog prosjeka, dok je od južnih pokrajina Campania najveće vrijednosti, ali je ona približno jednaka nacionalnom prosjeku). Rezultati su začuđujući, a potencijalni razlozi tako loše konkurentnosti južnih regija leže u socioekonomskim razlikama sjevera i juga, te geografskim faktorima (administrativne granice regija)

Slika 3. Postotak nautičkih privezišta po kilometru talijanske obale



Izvor : Corrado Rindone (2019) : Coastal and nautical tourism in Italy , Sveučilište mediteranskih studija Reggio Calabria, Italija

Iako je svakako fokus, Mediteran nije jedina regija sa značajnom ponudom nautičkog turizma u Europi. Neki od primjera zemalja koje definitivno ne prednjače u nautičkom turizmu, ali ipak imaju niz zanimljivih atrakcija vrijednih spomena su Njemačka, Nizozemska i Češka.

[6] Coastal and nautical tourism in Italy ; Corrado Rindone , Sveučilište mediteranskih studija Reggio Calabria, Italija 2019.

Jedna od većih turističkih atrakcija na moru u Njemačkoj je Windjammer parada[7] u Kielu, na Baltičkom moru. Windjammer je komercijalni jedrenjak sa više jarbola, popularan između 16. i 19. stoljeća. Sam Kiel je značajna njemačka luka, koja dobar dio turističke promocije zasniva upravo na nautičkom turizmu, kroz već navedenu paradu, dane jedrenja i slično. Proporcionalno svojim geografskim obilježjima, Nizozemska je zemlja u kojoj je vodeni prijevoz bio jedini vid prijevoza između gradova. Iako su tehnologije prijevoza napredovale, te je komercijalni prijevoz velikom većinom prešao na ceste i pruge, popularizacijom vodenog turizma drugom polovinom 20-tog stoljeća Nizozemska je zabilježila veći porast vodenog turizma u odnosu na rast prometa trajektima , a pozitivan učinak toga je vidljiv u primjeru manjih gradova, čije su luke bile zatvorene zbog smanjenja prometa, koji je industrijalizacijom prenesen na veća središta, sada su preuređene i prenamijenjene upravo u svrhu nautičkog turizma. Tako su preuređeni povijesni brodovi (salonboten) te moderni turistički brodovi (rondvaartboten) danas dostupni za dnevne ture u gotovo svakom Nizozemskom gradu, gdje naglasak treba staviti na Amsterdamske kanale, koji su dobrim dijelom očuvani i konzervirani upravo radi pojave takvog oblika nautičkog turizma. Sama država Nizozemska ulaže velike napore na očuvanje takvih plovnih puteva kroz razne zakone (npr. Zakon o sigurnosti u vodenom prometu koji osigurava prednost prolaska komercijalnim plovilima nauštrb privatnih malih brodica i niskih jahti, čime se uvelike smanjiva broj smrtonosnih nesreća) te npr. EDEN nagrada, koja se dodjeljuje električnim turističkim brodovima, u svrhu postizanja svijesti o očuvanju vodenog okoliša te sveukupnom smanjenju negativnih posljedica turističkih aktivnosti na taj okoliš. Dobar primjer riječnog turizma predstavlja Češka, čija je sama populacija izrazito sklona tom obliku razonode. Najpopularnije destinacije su Bohemske rijeke Vltava, Sazava i Lužnice, koje godišnje bilježe preko stotinu tisuća posjetitelja godišnje, koji plove kanuima nizvodno najpopularnijih dijelova navedenih rijeka. Na vrhu sezone čak se često desi da se stvaraju i gužve na najprometnijim rijekama. Kako je već navedeno, glavninu posjetitelja čine sami Česi, te je ovo definitivno i dobar primjer turističke atrakcije orijentirane ka domaćim turistima.

[7]Preuzeto sa web stranice grada Kiela https://www.kiel-sailing-city.de/en.html

Azija i Pacifik

Sa azijske strane, nažalost, atrakcija koje se mogu posebno izdvojiti ima jako malo. Premda, objektivno gledano, Azija posjeduje zapanjujuće prirodne ljepote koje se mogu vrlo lako valorizirati putem turizma, pa tako i definitivno one iz sfere nautičkog turizma, nažalost taj segment gospodarstva je nedovoljno iskorišten. Naravno, azijske zemlje nude niz vodenih i brodskih tura (tu se posebno može istaknuti vožnje kajacima po raznim azijskim rijekama, kao i ture ronjenja po uistinu zapanjujućim azijskim morima i zaljevima), a naravno da postoji i ponuda marina, koje, iako kvantitativno rastu, i dalje uglavnom predstavljaju isključivo mjesto za privezište i čuvanje plovila, a ne niz dodatnih sadržaja i akomodacija kako je slučaj u Zapadnom svijetu. Sukladno tome, izrađen je niz stručnih radova, znanstvenih članaka te općenito diskusija koje ukazuju na ogroman potencijal ovih područja. Vijetnam naprimjer održava Nha Trang Morski festival koji privlači preko 150 000 posjetitelja, od kojih je 38 000 inozemnih. Sukladno tome, vijetnamska strategija razvoja turizma 2020 identificira razvoj vijetnamskog turističkog proizvoda kao glavno rješenje gospodarskih problema, pritom stavljajući najveći fokus upravo na nautički i morski turizam. Prema Simonu Arrolu[8], vlasniku 2 velike korporacije koje se bave marinama, turizam Šri Lanke je glavni gospodarski pokretač te zemlje, ali ipak ta zemlja ne posjeduje niti jednu pravu marinu te održava jako malo brodskih i yachting aktivnosti. Arrol procjenjuje da marine proizvode barem 5% više turističkog dohotka, to bi značilo 140 milijuna dolara porasta za ekonomiju Šri Lanke. Arrol također smatra da bi više marina privuklo prvenstveno indijske vlasnike jahti, te za par godina čak i direktne investicije indijskih i međunarodnih tvrtki u svrhu izgradnje više marina u tom dijelu Azije. S druge strane, Australija je prepoznala svoj potencijal te je uložila preko 1.5 milijardi dolara za izgradnju i obnovu objekata ponude nautičkog turizma poput luka i marina. U 2017. godini to je rezultiralo porastom turističkih prihoda od čak 5.3 milijarde australskih dolara, ili 15.4 % više u odnosu na prethodnu godinu, sa Sydneyem, Brisbaneom i Melbourneom kao glavnim destinacijama (Melbourne je zabilježio porast kruzera sa 56 u 2012. na 85 u 2016. godini, što je rezultat gore navedenih napora lokalne i središnje vlasti.

Slika 4 : Ferguson marina u Sydneyu

[8] Web članak Stong case for nautical tourism in Sri Lanka : http://www.asiantribune.com/node/85929

Izvor : https://www.fergusonsmarina.com.au/

Sjeverna i Južna Amerika

Slično kao i Azijske, ni zemlje Južne Amerike nisu davale pretjeranu pažnju trendovima porasta potražnje za proizvodima nautičkog turizma. Ipak, ova regija se može pohvaliti da je u posljednje vrijeme poduzela dobar niz aktivnosti kako bi poboljšala svoju ponudu iz ovog segmenta. Tako je brazilsko Ministarstvo Turizma načinilo čitavu web stranicu Brazilskog Nautičkog Turizma, na više jezika koja pruža niz informacija o brazilskoj obali, vremenu, plimne karte i ostale informacije potrebne nautičarima. Također, stranica pruža informacije o najvećim i najpoznatijim brazilskim marinama. Zanimljiv je i prijedlog brazilskog Instituta za Turizam kojim će se potopiti 25 brodova duž brazilske obale, a sve u svrhu rasta ponude ronilačkog turizma te zemlje. Osim morskog turizma, zemlje Južne Amerike se mogu pohvaliti i dobrom ponudom vodenih tura brodovima, kajacima i splavovima po rijeci Amazoni, kao i turama po amazonskoj prašumi. Puerto Rico je također zabilježio porast aktivnosti nautičkog turizma, te na web stranici ministarstva za turizam pruža niz informacija o pojmu nautičkog turizma, kao i niz regulacija, zakona, projekta i ostalih informacija koje mogu pomoći kako turistima tako i investitorima. Konačno, Čileanska vlada je pokrenula Program nautičkog Turizma Čileanska Patagonia, koje ima za cilj razviti nautički turizam te zemlje i privući same posjetitelje. Tako naprimjer 2018. godine je održana Chiloe regata sa skoro 190 natjecatelja, sa završetkom u jedinoj privatnoj marini u južnom Čileu, upravo u Patagoniji[9], čime se vidi međusobna solidarnost i rad privatnih marina i državnih vlasti u zajedničkim naporima da se nautički turizam, kao i niz njegovih aktivnosti održavaju i u tom dijelu svijeta.

[9]Web čanak o Chiloe regati : http://www.marinaoxxean.cl/oxxean-marina-committed-to-nautical-tourism-in-chilean-patagonia/

Slika 5 : Chiloe regata u Čileu

Izvor : https://chile.travel/en/events/regata-islas-chiloe

Sjedinjene Američke Države imaju jako diversificiranu ponudu u gotovo svim granama gospodarstva, a nautički turizam tu nije iznimka. Na jugoistoku, tzv. Tenn-Tom, umjetni kanal koji se proteže na skoro 400 km od Tennessee-a do Alabame te spaja rijeku Tennessee i Meksički zaljev, predstavlja jednu od destinacija nautičkog turizma za posjetitelje koji žele iskusiti turu brodom izvan domene klasičnih morskih ili jezerskih i riječnih. Sam kanal je prvotno izgrađen kao alternativni prijevoz robe a Srednji zapad, ali se pokazao kao loš izbor za velike terete. Ipak, brodski entuzijasti su ga ubrzo prepoznali kao odličan način za vidjeti i istražiti Srednju Ameriku, te je vrlo brzo postao najpopularnija destinacija za takve turiste. Uz njega valja spomenuti i Intracoastal kanal koji se proteže od Teksasa do New Jerseya. Oba kanala omogućuju i relativno lagan put do raznih gradova Alabame, Texasa, Mississippija, Louisiane i ostalih saveznih država. Od velikog broja marina, valja spomenuti određene, poput David L. Clinch marine, koja predstavlja jedno od najpopularnijih mjesta za brodarenje u čitavoj zemlji. Nalazi se na jezeru Michigan. Bergers Marina je samo jedna u nizu marina na popularnim jezerima Ozark, koja su i sama jedno od najpopularnijih odredišta jezerskog turizma u SAD-u. Od morskih tu je poznata Marina Del Rey u Los Angelesu, koja kao najveća izgrađena marina u SAD-u slovi kao apsolutni favorit za bogate i slavne, te sa svojim luksuznim sadržajima pruža apsolutno sve što se od marine traži.

Gore navedeni primjeri prikazuju kako razne zemlje i regije svijeta rješavaju svoje probleme vezane za nautički turizam, te kako formiraju svoju ponudu i privlače potražnju iz te domene gospodarstva. Prikazani su samo neki od niza primjera atrakcija, bilo prirodnih ili izgrađenih, podataka o posjećenosti te podataka o državnim i ostalim intervencijama kako bi se prirodne atrakcije još dodatno valorizirale kroz nautički turizam, ali i maksimalno očuvale i konzervirale. Sve navedeno dati će dodatnu dimenziju i usporedbu problematici ovog rada, detaljnom prikazu kako zemlje Južnog Jadrana valoriziraju, izgrađuju, održavaju i konzerviraju svoje prirodne ljepote i izgrađene atrakcije kroz ponudu nautičkog turizma.

3. NAUTIČKI TURIZAM ZEMALJA JUŽNOG JADRANA

3.1 Nautički turizam Hrvatske

Osnovna geografska i kulturna obilježja i povijest nautičkog turizma hrvatske

Sa obalom dužine 5835 km, preko 1200 otoka, hridi i grebena, jednom od najrazvedenijih obala Europe pa i svijeta, te dugom povijesti brodogradnje, plovidbe i ostalih grana nautike, sasvim je logično da u doba kada tercijarne djelatnosti rastu (od čega na ovom području najviše raste turizam) u Hrvatskoj jedan od glavnih i najcjenjenijih oblika turizma je upravo nautički turizam. Dapače, svjetski poznat otočni arhipelag hrvatske može čak poslužiti za izgradnju komparativnih prednosti, upravo zbog svoje jedinstvenosti i specifičnosti. Hrvatska je također jako blizu glavnim emitivnim tržištima Europe poput Njemačke, Austrije, Francuske, a morsku granicu dijeli sa Italijom, što sve pogoduje priljevu nautičkih turista u zemlju. Mediteranska klima, visok broj sunčanih sati (Hvar preko 2700 godišnje), vjetrovi maestral, jugo i bura, povoljni valovi i morske struje ,vidljivost na moru koja ide i preko 30 km te ugodna temperatura vode jesu jako povoljni klimatski preduvjeti .

Slika 6 : Zemljovid hrvatskih otoka

Izvor **:** https://hr.wikipedia.org/wiki/Popis_otoka_Hrvatske

Od kulturnih dobara svakako valja spomenuti zadivljujućih sedam lokaliteta pod UNESCO-vom baštinom, ali i razne druge antičke i srednjovjekovne gradiće, palače, crkve, katedrale i

dvorce te brojnu nematerijalnu baštinu i tradicijske vrijednosti (16 pod zaštitom UNESCO-a) koji privlače turiste u ogromnom broju. Sa prirodne strane najznačajniji su osam nacionalnih parkova i 11 parkova prirode. Velik broj njih je u relativnoj blizini mora, a činjenica da je skoro 10% kopnenih područja Hrvatske pod zaštitom samo svjedoči koliko hrvatske prirodne ljepote imaju za ponuditi turistima.

Ipak, razvoj nautičkog turizma Hrvatske ne može se posebno pripisati niti jednoj vlasti ili državnoj strukturi, prvenstveno jer je sama djelatnost dugo godina bivala zapostavljena i nevalorizirana, do te mjere da se za njegov razvoj prvenstveno mogu navesti strani nautičari koji su otkrili Hrvatske ljepote. Tada, naravno, nije bilo adekvatne infrastrukture za njihov smještaj i prihvat. Nautički turizam se u hrvatskoj pojavio čak stoljeće nakon što se pojavio drugdje u svijetu[10], gdje je njegov razvoj tekao izrazito brzo, Hrvatska s druge strane je njegov značajan razvoj stekla tek nakon 1960.-ih godina, kada su se osnovala većina današnjih udruženja nautičara , izgradile današnje marine, osnovana je tvrtka ACI te je populariziran jahting[11]. Za njegov početak mogu se uzeti srednje godine 19. stoljeća, kada je uspostavljena morska linija Rijeka- Trst, i to u izletničke svrhe. U tom kontekstu valja spomenuti i izletničke ture morem Trst- Dubrovnik, te još par manjih tura po Istri , Kvarneru i obližnjim otocima. Prva naznaka da se na državnoj razini uzeo u obzir nautički turizam i njegov rast i razvoj može se vidjeti u 1960.-ima, kada se kroz projekte „Južni i Gornji Jadran“ planira izgradnja luka isključivo namijenjena nautičkim turistima. Tada su izgrađene i prve četiri marine sa 150 vezova te posjetom od preko 1500 plovila. Možda najsnažniji potisak za njegov razvoj je bilo osnivanje ACI-a 1975.- godine (tadašnji ACY). Taj klub je osnovalo 69 raznih članica, koji su svoje napore i financijska sredstva usmjerili na izgradnju i razvoj nautičkih objekata u Hrvatskoj. Njegovom formacijom izgrađena je 21 marina, čime je hrvatski nautički turizam počeo biti sve relevantniji na europskom tržištu. Nakon osnutka broj marina je samo rastao, da bi 1987 Hrvatska imala 35 marina sa preko 9000 vezova. Nažalost, krajem 1980.-ih, zbog klimave političke situacije i Domovinskog rata, taj rast uvelike stagnira, te je rast marina iznosio sa 19 na 35 od 1984. do 1987., 1990. su izgrađene samo 3 nove marine (ukupno 38) , a 1993. se broj čak smanjuje za 1, te je tada u hrvatskoj radilo 37 marina[12]. Nakon rata, broj je i dalje stagnirao, jer je država imala nove prioritete kroz posljedice rata, ali sveukupno, kako se stanje u državi obnavljalo, te je turizam postao gospodarski prioritet, tako je se i konačno broj marina vratio na staru uzlaznu putanju, te se

[10] Jugović, Zubak, Kovačić : Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije ; str. 62
[11] Web stranica Istre : http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1871
[12] Statističko izvješće “Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma” 2004-2013.godine

od 1993. do 2013. bilježi stalni rast marina (i to sa 37 na 67). Razlozi tome se mogu pronaći u liberalizaciji tržišta i privatizaciji marina, ogromnoj ulozi ACI-a, orijentaciji ka inozemnim jahtašima i identificiranju i praćenju posebnih niša i trendova. Tu ne valja ni zanemariti ulogu države, gdje je Vlada i Hrvatska Gospodarska Komora 2000.-ih godina donijela niz zakona, pravilnika i drugih dokumenata u svrhu razvoja nautičkog turizma, od kojih je možda najveći utjecaj imala Strategija razvoja nautičkog turizma RH iz 2006. Prema WTO-u, smatra se da će do 2020. Hrvatska biti vodeća zemlja Europe po razvoju nautičkog turizma, uz godišnju stopu rasta prometa od 8,4%[13].

Prema svemu navedenome, mogu se formulirati *3 karakteristična razdoblja razvoja nautičkog turizma* :

- Do 1987. kada je ponuda rasla eksponencijalno, ali neplanski, bez pretjerane intervencije države
- Od 1987. do 1993. kada je ponuda stagnirala, ali se o njoj počelo sustavno razmatrati na državnom nivou
- Nakon 1993. kada su provedene prve reforme, čime je ponuda kvantitativno ponovno poprimila uzlaznu putanju ; odlikuje ju privatizacija marina

Ponuda nautičkog turizma Republike Hrvatske

1. Luke i marine

Već je navedeno da kroz povijest, Hrvatska je zaostajala po broju i kvaliteti lučke infrastrukture namijenjene nautičkom turizmu. Postojeće luke bile su namijenjene prvenstveno transportu robe, što je stoljećima bio među primarnim hrvatskim zanatima.

Projekti Južni i Sjeverni Jadran drugom polovinom 20.-og stoljeća stvorile su prvu viziju za razvoj nautičkog turizma, čime je premijerno izgrađeno 5 nautičkih luka : Zadar, Split, Dubrovnik, Punat i Mali Lošinj. Pojavom tvrtke ACI 1983. godine stanje se mijenja na bolje, te se toj tvrtki može pripisati zasluga za veliko unapređenje domaćeg nautičkog turizma. Prvotno je izgrađeno 16 marina, a od sredine 90.-ih tvrtka mijenja strategiju sa izgradnje novih na održavanje i unapređenje postojećih marina i njihovih usluga.

ACI danas broji 22 marine i preko 6000 vezova na hrvatskoj obali.

[13] Hrvatski turizam u brojkama., Ministarstvo mora, turizma, prometa i veza, Zagreb, 2001.godina

Slika 7: Karta ACI marina

Izvor : dobarzivot.net

22 ACI marine jesu:

1. Umag	5. Pula	9. Cres	13. Supetarska Draga	17. Dubrovnik	21. Piškera
2. Jezera	6. Pomer	10. Milna	14. Korčula	18. Slano	22.Skradin
3. Vodice	7. Opatija	11. Trogir	15. Palmižana	19. Žut	
4. Rovinj	8. Split	12. Vrbovska	16. Rab	20. Šimuni	

Od navedenih, po vezovima na moru prednjači Umag, slijedi Cres te Rovinj (jedine sa preko 400 vezova na moru), dok po broju suhih vezova prednjači Dubrovnik i Rovinj (jedini sa preko 100 vezova na suhom. Marina Umag je proglašena najboljom hrvatskom marinom[14].

[14] ACI marine, dostupno na : https://aci-marinas.com/

Sveukupno, prema DZS-u[15], Hrvatska raspolaže sa sveukupno 106 luka nautičkog turizma u 6 županija sa izlazom na more (Primorsko- goranska, Zadarska, Splitsko- dalmatinska, Istarska , Šibensko- kninska i Dubrovačko- neretvanska). Od toga marina ima 67, slijede sidrišta, suhe marine, odlagališta plovnih objekata, i ostale luke nautičkog turizma, kojih dakle, sveukupno ima 39. Po broju luka nautičkog turizma prednjači Primorsko- goranska (32, od čega većina sidrišta), zatim Zadarska (23), Splitsko- dalmatinska (17), Šibensko- kninska i Istarska (14) te konačno Dubrovačko- neretvanska (6). Isto istraživanje navodi kako se godišnji prihod luka nautičkog turizma u milijunima kuna po županijama konstanto povećava, i to za 18% godišnje, uz Šibensko- kninsku kao apsolutnog predvodnika po prihodima, dok Dubrovačko- neretvanska broji najmanje, što je i logično zbog malog broja luka nautičkog turizma.

Slika 8 : ACI marina „Split“

Izvor : https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-split/

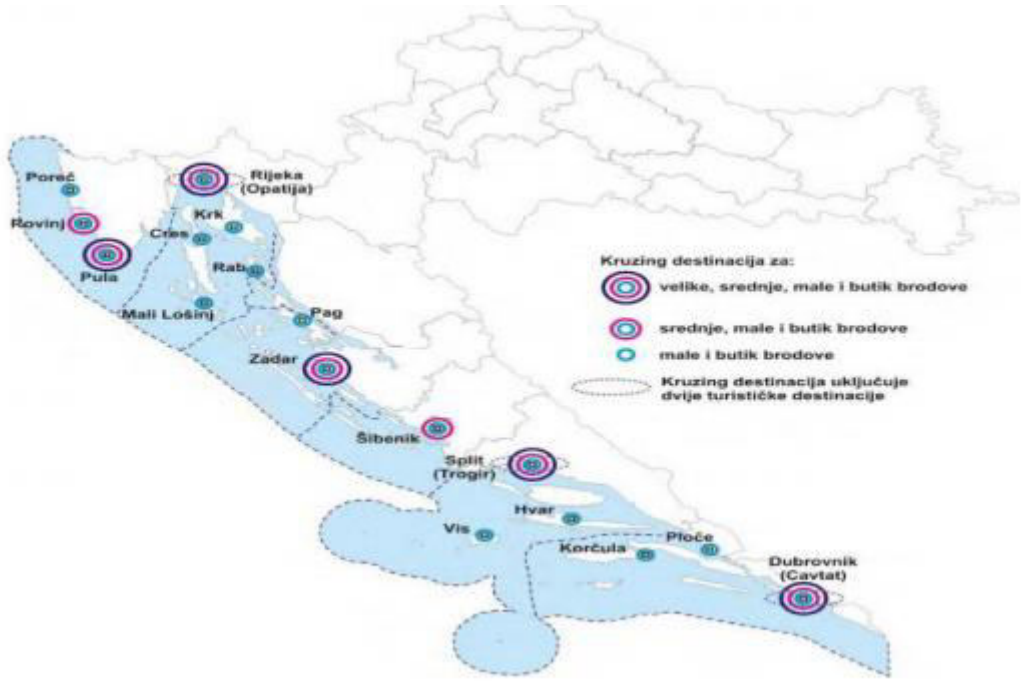
Kružna putovanja brodova u Hrvatskoj - Kruzing

Porastom nautičkog turizma, Hrvatska se posljedično sve više nalazi u situaciji da ususret raznim aktivnostima na nivou destinacije raste i broj kružnih putovanja (kruzinga) u toj destinaciji. Premda još jako daleko od Kariba i ostalih popularnih kruzing destinacija, Hrvatska sve više nalazi svoju poziciju kao destinacija atraktivna tom segmentu turista. Iako i dalje za velika kružna putovanja (koja obuhvaćaju više zemalja ili destinacija) održavaju gotovo isključivo velike međunarodne kompanije, sve je više u porastu trend domaćih, prvenstveno manjih kruzing kompanija. Kruzing u Hrvatskoj svoje početke nalazi 1945. godine, kada je Jadrolinija obavila svoje prvo kružno putovanje od Venecije do Grčke. 1957.

[15] “Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma” 2013.

godine Jadrolinija počinje ozbiljnije organiziranje kružnih putovanja, čime obuhvaća dobar dio Mediterana (od Grčke preko Egipta, pa do Libanona), da bi kasnije proširila putovanja sve do Kariba i skandinavskih zemalja. Nažalost, 1998. godine Jadrolinija prestaje bavljenjem kružnim putovanjima, i to zbog činjenice da je vlastite brodove stavljala u najam,, ali i privatizacije, čime je došlo do Vladine odluke da se Jadrolinija mora baviti poslovima javnog, a ne komercijalnog interesa. S druge strane, sve je više u porastu tzv. „ Stari kruzing“ koji predstavlja dnevna ili višednevna krstarenja u starim brodovima – trabakulama, karakama i slično. Takvim oblikom turizma se bave prvenstveno mali obiteljski poduzetnici, koji se nerijetko udružuju u saveze malih privatnih brodara (jedno čak djeluje i pri HGK-u). U tom kontekstu valja spomenuti i dnevne izlete gliserima ili gumenjacima do domaćih otoka, plaža i prirodnih atrakcija (npr. kružno putovanje iz Splita do Modre špilje, preko Hvara do Bola na Braču i nazad). Ta dva oblika kruzinga uvelike doprinose domaćem proizvodu, ali kako se ne vodi njihova statistička evidencija, teško je iskazati točne brojke.

Slika 9: Najveće hrvatske kruzing destinacije



Izvor : “Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj”, Institut za turizam, Zagreb, svibanj 2007.godine, str.23

Što se tiče luka kruzing turizma, istaknuto je njih dvadesetak, od onih nacionalne važnosti poput Rijeke, Dubrovnika i Splita, pa sve do onih od lokalne važnosti, poput Mljeta. Dubrovnik je svakako najvažnija kruzing luka Jadrana, te je posjećena od strane gotovo svih

krstarenja na Mediteranu i Jadranu. Prema Studiji održivog razvoja kruzing turizma, izrađenoj od strane Instituta za turizam, za viziju razvoja kruzinga stoji sljedeće[16] : Hrvatska je najpopularnija kruzing destinacija Sredozemlja, u kojoj djeluje dvadesetak luka za kruzing. Kruzing se odvije prvenstveno na brodovima srednje veličine, ali tokom cijele godine i to uglavnom van sezone. Posjetitelji s kruzera promoviraju Hrvatsku u vlastitim zemljama, poštuju domaće običaje i vrijednosti, a dobar dio njih naknado posjećuje Hrvatsku kao samostalan gost.

Broj putnika kružnih putovanja brodova raste svake godine[17]. Ipak, valja napomenuti da u istom promatranom periodu broj samih putovanja stagnira ili se smanjuje , što indicira da se Hrvatsku posjećuje u sve većim kruzing brodovima. Prema najnovijim podacima[18], u prvih 5 mjeseci 2019. godine zabilježeno je 171 kruzing putovanje sa 247570 posjetitelja. U 2020. taj brod je drastično pao na 15 putovanja sa 3737 putnika, što je velik pad od 91,2 i 98,5 %. Od to malo putovanja, najviše (73,3%) su posjetili Dubrovnik, dok je ostalih 26,7% zabilježeno u Istarskoj županiji.

Iako zasigurno važan aspekt domaćeg nautičkog turizma, glavni nedostatak je nepostojanje domaćeg hrvatskog brodara za kružna putovanja Jadranom, te bi to trebao piti fokuz za razvoj ovog segmenta.

Hrvatski čarter

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku[19], u Hrvatskoj djeluje 1120 čarter kompanija, koje iznajmljuju 3800 vlastitih plovila. Charter je vrlo dobro i brzo razvijen nakon raka, i to prvenstveno radi leasinga. Od svih plovila (koje uključuju jedrilice, jahte, motorne brodove, glisere, katamarane i sl.) jedrilice su zastupljene sa čak 75%. Iako su čarter tvrtke jako zastupljene u praktički svim većim gradovima, lukama i marinama, problemi hrvatskog čartera vežu se uglavnom na relativno lošu ponudu plovila. Čest je slučaj da pojedinci tijekom sezone iznajmljuju brod koji van sezone koriste u neku drugu svrhu (npr. ribarenje), dok je relativno mal broj istinskih charter tvrtki. Također, domaća ponuda limitirana je na male brodove i jedrilice duge samo 12 metara . Pojam crnog čartera[20] je također bio izrazit problem, čime je državni proračun gubio oko 300 milijuna kuna samo kroz neplaćen PDV i

[16] "Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj", Institut za turizam, Zagreb, 2007.godina, str.15
[17] "Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj " iz 2008- 2014.godine -DZS
[18] KRUŽNA PUTOVANJA STRANIH BRODOVA U REPUBLICI HRVATSKOJ u razdoblju od siječnja do svibnja 2020.- DZS , Zagreb, 7. srpnja 2020.
[19] Državni zavod za statistiku, „Iznajmljivanje plovila za razonodu i sport (čarter)",
[20] „CRNI ČARTER" U REPUBLICI HRVATSKOJ – Čovo, Mrčela, Baričević, str 147.-164.

porez na dobit. Takva praksa uvelike je smanjena 2005. kada je donesena Uredba o dolasku i boravku stranih jahti i brodica u hrvatskom moru, kojim se plovila mogu iznajmiti samo pod hrvatskom zastavom. Charter djelatnost se u Hrvatskoj također pojavila u sklopu ACI marina 80.-ih, ali prava ekspanzija se dešava tek zadnjih šesnaestak godina, uz naglasak na već navedenu 2005. i Uredbu s kojom se smanjuje udio crnog čartera. Prema DZS-u, broj charter plovila konstantno raste (osim 2006.), te prihod od iznajmljivanja također prati te brojke, dok se broj samih charter tvrtki eksponencijalno povećava. Broj charter gostiju prema tom istraživanju iznosi preko 300 000 godišnje. U Hrvatskoj charter se dijeli na luksuzni, vikend i lokalni. Luksuzni charter nije adekvatno zastupljen, prvenstveno zbog loše educiranog osoblja, te ispodprosječne ponude plovila i akcesornih usluga. To je znamenit problem, prvenstveno iz razloga što je potražnja luksuznih gostiju za Hrvatskom kao destinacijom nautičkog turizma velika i u porastu, ali uz neadekvatnu ponudu, ostaje nevalorizirana. Vikend charter, čiji je radijus plovidbe unutar 100 milja je konstantno u porastu. U Hrvatskoj je najzastupljeniji oblik chartera onaj u kojem iznajmljivač sam upravlja brodicom. Glavna charter tvrtka u Hrvatskoj je Euromarine, sa centrom u Zagrebu, a poslovnicama u Splitu, Puli, Sukošanu, Biogradu na Moru i Dubrovniku. Osim chartera nudi i niz akcesornih usluga, a baze im se nalaze u 3 ACI marine i marini na Kornatima.

Kao djelatnost, charter je definitivno u rastu, a uz to je i profitabilan, što mu daje ogromne predispozicije za razvoj u Hrvatskoj. Uz sve navedeno, da bi se ostvario približno pun potencijal potrebno je raditi na nadogradnji charter ponude, prvenstveno na samim plovilima, ali na nivou usluge i dodatnih pogodnosti, te sustavnoj edukaciji charter zaposlenika i djelatnika. Bez toga, charter će eventualno stagnirati, te će se turisti sve više okretati drugim tržištima.

3.2 Nautički turizam Albanije

Albanija je sredozemna zemlja Južne Europe koja graniči sa Kosovom i Crnom Gorom na sjeveru, Makedonijom na Istoku, te Grčkom na jugoistoku. Morske izlaze ima na Jadranskom moru gdje Albanija izlazi od granice sa Crnom Gorom do Valone te Jonskom moru gdje izlazi od Valone do grčke granice. Glavnina zemlje se sastoji od brda i planina, čime se Albanija svrstava među zemlje sa najbrdovitijom površinom Europe. Ukupna duljina obale je 274 km, od čega je čak 178 km obuhvaćeno pješčanim plažama. Slično kao u Hrvatskoj,

temperature ljeti su poprilično visoke, varirajući oko 29 stupnjeva, dok zimi nerijetko variraju oko nule. Zbog planinske površine, većina zemlje je umjereno kontinentalne klime, dok je u primorju sredozemna klima, a visoke planinske i brdovite površine dijele snježno-šumsku klimu. Jonsku obalu karakterizira relativno brdovita obala, dok je Jadranska obala bogata pješčanim plažama i niskim vodama. Općenito, albanska obala i njena mora se mogu pohvaliti jako bogatom biološkom i ekološkom raznolikosti.

Slika 10 : Karta Albanije

Izvor : http://ontheworldmap.com/albania/

Albanija je povijesno bila prostor kroz koji je prolazio broj najvećih povijesnih osvajačkih naroda, te su svi ostavili svoj trag. Tako se u zemlji mogu naći lokaliteti od Butrintskog amfiteatra, do grada Gjirokastra, koji slovi kao jedan od rijetkih izvrsno očuvanih otomanskih gradova. 3 su područja pod UNESCO-vom zaštitom : već navedeni Butrint i Gijokaster, te grad Berat. Miješanje kultura se može vidjeti i na albanskoj gastronomiji, koja se karakterizira kao mješavina mediteranske i turske.

Povijesno, albanski turizam se javlja tek u zadnjih 15-ak godina, i to uglavnom radi izrazite nerazvijenosti zemlje. Albanija je jedna od najsiromašnijih europskih zemalja, preko pola stanovništva se bavi poljoprivredom, a petina je u inozemstvu. Temeljni gospodarski problemi su korupcija, organizirani kriminal, niske stope rasta te visoke stope nezaposlenosti. Kako se vrijeme odmiče, turizam počinje imati sve veću važnost u albanskom gospodarstvu. Nakon 2000. zemlja je suzbila korupciju i povećala zaposlenost, što se pozitivno odrazilo na turizam. 2017. Albanija je bila 25. najposjećenija europska država, a ti postoci konstantno rastu. 2019. ukupni dolasci iznose 1,724,374, dok su 2020. pali na 663,980[21] , što je naravno, rezultat novonastale pandemije. Valja spomenuti da je broj odlazaka iz zemlje jako sličan, ali manji od dolazaka, što može biti razlog iseljavanja, ali i veće učestalosti putovanja albanskog naroda, što je posljedica gospodarskog rasta.

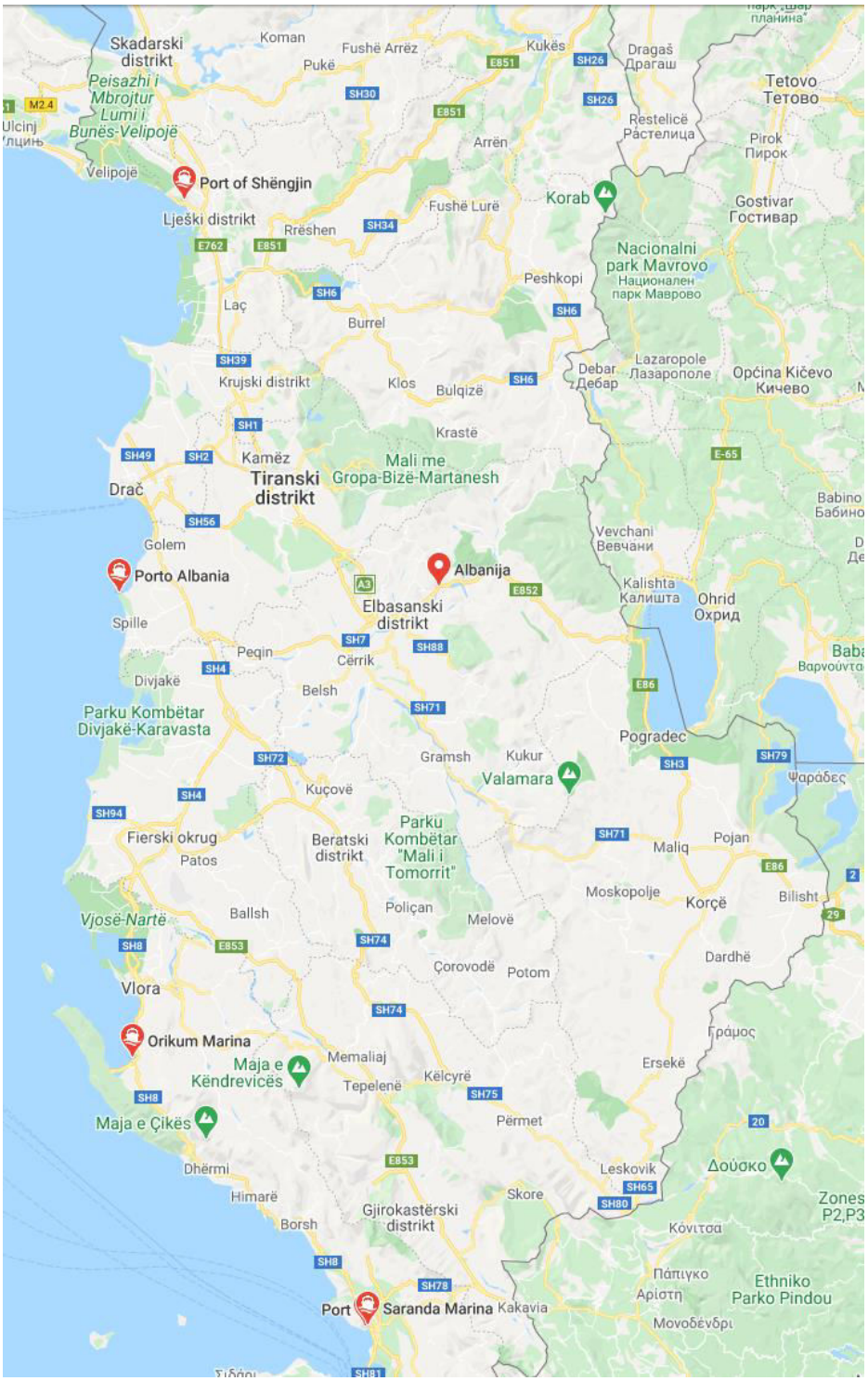
Činjenica da je tek nedavno vlada Albanije zakonski definirala aktivnosti nautičkog turizma, kao i zakone koji se moraju poštivati pri obavljanju tih aktivnosti samo dodatno govore koliko Albanija kasni prilikom ozbiljnog shvaćanja ove djelatnosti, te da se ona u Albaniji nalazi tek u početnoj fazi. Ipak, u narednom dijelu će se kvalitativno navesti neka obilježja te ponude.

Ponuda Albanskog nautičkog turizma

Kao i svaka zemlja Mediterana, i Albanija ima bogatu ponudu vodenih sportova. Brojne tvrtke nude usluge ronjenja, jedrenja , jedrenja na dasci i brojnim drugim oblicima vodenih sportova, kao i treninge i specijalizirane škole za te aktivnosti. Jedan od dobrih primjera je tvrtka „ Albanian Water Sports“ koja na plaži Velipolje nudi sve navedene aktivnosti, ali i članstva, edukacije, informacije i sve ostale aktivnosti potrebne za kvalitetno održavanje sportskih aktivnosti na vodi. Dakle, komplementarne djelatnosti nautičkog turizma Albanije nisu na lošem nivou, ali to i nije čudno, prvenstveno zbog jako nižih operativnih i fiksnih troškova u odnosu na marine i charter.

Slika 11 : 4 luke nautičkog turizma u Albaniji

[21] Movements of citizens in Albania , Srpanj 2020, INSTAT



Izvor : Google Maps

Što se tiče marina i luka nautičkog turizma, njihov razvoj se nalazi u jako ranoj fazi, do te mjere da zemlja još nema pravu luksuznu marinu, pogotovo ne jednu koja može primati super- jahte. Prema stranicama albanske turističke zajednice, zemlja broji 4 osnovne luke[22]- Durres (Drač) , Vlora, Saranda i Shengjin. Durres je najveća albanska luka, sa oko 763

[22] Web stranica albanske turističke zajednice : http://albania.al/destinations/marina/

metara prostora za pristanište. Zanimljivo je da se u blizini ulaza u kanal luke Durres nalazi par potopljenih brodova. Shengjin je najsjevernija albanska luka, te se uglavnom koristi u industrijske svrhe. Saranda je luka koja je nedavno obnovljena i proširena, te sada pruža mogućnost pristaništa jahtama. Vlora je druga najveća luka Albanije, te je veliko pomorsko i komercijalno središte te zemlje. Uz to, valja napomenuti i Porto Albania marinu kraj Drača, te Orikum marinu koja se nalazi na jugu Vlora zaljeva. Te 2 marine predstavljaju jedine istinske marine koje je sama albanska turistička zajednica odlučila promovirati i prikazati kao ponudu svoje zemlje, što dovoljno govori o stanju ponude marina u Albaniji. Ipak, država dopušta strancima izgradnju marina, a izgleda da ima i pomaka, jer je marina u Kavajeu sa 650 privezišta za jahte do 75 metara u planu.

Slika 12 : Karta najveće albanske marine „Durres“

Izvor : https://albaniabaymarina.al/about/

Sa strane chartera, Albanija nudi jednu glavnu regiju za jedrenje, uz najpopularniju destinaciju otok Vlore. Jedina marina iz koje se može krenuti na putovanje unajmljenim brodom je marina Orikum. Razne tvrtke pružaju usluge chartera, uz činjenicu da je ponuda brodova dosta dobra i zadovoljavajuća, a mogućnost kreiranja i personalizacije putovanja je također na zavidnoj razini. Najpopularnija su višednevna charter putovanja između mediteranskih zemalja, naravno sa polaskom iz Albanije. Ipak, zbog jako mizerne ponude marina, albanski charter je uglavnom na nivou manjih brodova, dok su ikakvi kvantitativni podaci o njegovom stanju nedostupni.

Što se tiče krstarenja, tu zemlja najviše zaostaje. Domaćeg organizatora i brodara koji će samostalno kreirati vlastita kruzing putovanja nema, te je kruzing u Albaniji rezultat isključivo paket putovanja stranih agencija, te se pritom uglavnom svodi na krstarenje južnim djelom Jadrana, od Istre, Splita, Dubrovnika, preko Crne Gore i Albanije pa do Krfa u Grčkoj. Donja slika prikazuje mapu jednog klasičnog krstarenja koje uključuje Albaniju.

Slika 13 : Kružno putovanje koje uključuje Albaniju

Izvor : MSC Cruises

Što se tiče luka, samo dvije mogu uopće primiti takve brodove. Durres, kao najveća albanska luka je prva i dugo vremena i jedina luka koja je mogla primati velike kruzere, što i ne čudi jer je ovo jedna od većih luka Jadranskog mora, a i 2011. je renovirana i proširena. Zbog velike potražnje i interesa posjetitelja, 2012. je pokrenuto proširenje luke Sarande, te je ona danas druga luka Albanije koja može primiti kruzere. Prije proširenja turiste sa kruzera se prevozilo brzim gliserima, a danas je luka proširena i omogućuje pristanak kruzera. Ekspanzija se svakako isplatila, jer je Sarande upravo najpopularnije albansko odredište kruzing putovanja po Jadranu.

Iz svega iskazanog, evidentna je činjenica da je Albanija itekako turistički popularna i posjećena zemlja. Također, kako ima izlaz na dva mora, to joj samo daje još veće mogućnosti u razvitku turizma, a posebno nautičkog. Ipak, prikazane činjenice pokazuju da se albanske vlasti povijesno ali i trenutno itekako slabo bave nautičkim turizmom, njegovim razvojem i održavanjem, te su po ponudi iz te djelatnosti na samom dnu u Europi, a svakako na Mediteranu. Određene inicijative i prijedlozi su pokrenuti, ali sadašnje stanje je svakako nezadovoljavajuće. Poželjno je da se u budućnosti ponuda nautičkog turizma Albanije

poveća, jer je to svakako perspektivna te prirodno i kulturno izrazito bogata zemlja koja bi s lakoćom mogla naći svoje mjesto u svijetu nautičkog turizma.

3.3 Nautički turizam Grčke

Od antičkih vremena Grčka je pomorska zemlja. Praktički svako mjesto uz obalu posjeduje svoje privezište[23], dok marina i ostalih luka nautičkog turizma ima praktički svakih sedamdesetak kilometara. Grčka je zemlja jugoistočne Europe koja graniči sa Albanijom, Sjevernom Makedonijom i Bugarskom na sjeveru te Turskom na istoku. Zemlja je omeđena sa četiri mora ; na zapadu Jonsko koje je dijeli sa Italijom, te na istoku sa Egejskim koje je dijeli sa Turskom, te na jugu sa Kretskim i Libijskim. Iako nije pripadnica Jadrana, zemlja je zbog svoje neizmjerne geografske, povijesne, kulturne i turističke sličnosti i relativne blizine sa Hrvatskom uvrštena u ovaj rad. Zemlja se sastoji primarno od glavnog poluotoka (Središnja Grčka) , dva manja poluotoka (Peloponeski i Prefaktura Halkidika) te oko 3000 otoka i otočića, od kojih se posebno Egejski (Cikladi, Kreta, Sjeverni Egejski otoci i drugi) i Jonski (Kefalonija, Zakynthos, Lefkada i ostali). 80% države sačinjavaju gore i planine, ali sa dužinom morske obale od preko 13 000 km, Grčka je zemlja sa drugom najrazvedenijom obalom u Mediteranu, nakon Hrvatske. Ta dva geografska obilježja daju zemlji širok potencijal u domeni turizma, a zemlja ga, valja spomenuti, i dobro iskorištava. (smatra se da je grčka među top 15 najrazvijenijih turističkih tržišta na svijetu)

Slika 14 : Karta Grčke

[23] Razvoj nautičkog turizma na mediteranu ; Gračan, Alkier Radnić, Vizjak, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji Primorska 42, 51410 Opatija, Hrvatska 2007.

Izvor :worldmap.com

Grčke plaže su poznate po svojoj iznimnoj ljepoti i čistoći, a sama zemlja je druga na svijetu po broju Plavih zastava, kojih su u 2013. dobile 393 plaže i 9 grčkih marina. O grčkoj kulturi i baštini za potrebe ovog rada ne treba previše govoriti, jer materijala ima isuviše. Baština Grčke se proteže od prapovijesnih vremena, ali doba antičkog helenizma je glavni adut Grčke kulture i baštine. Sa preko 100 arheoloških muzeja i 18 nalazišta UNESCO-ve Svjetske baštine, Grčka je jedan od apsolutnih centara kulture, kulturne baštine a i kulturnog turizma u svijetu, te općenito jedna od najimpresivnijih zemalja svijeta. Što se tiče nautičkog turizma, njegovi počeci se evidentiraju 1960.-ih, te s odmakom vremena sama djelatnost strelovito raste. Zapanjujuća je činjenica da u grčke luke godišnje pristane oko 50 000 brodova za kružna putovanja. Posebnost Grče u ovom pogledu je njena relativna cestovna odsječenost i slaba dužina glavnih prometnica , čime se jedinstvena važnost daje plovilima i tom obliku turizma. Grčke marine su pretežno u državnom vlasništvu, ali se priprema privatizacija. Također Grčka se može pohvaliti dobrom zakonodavnom normativom koja se prvenstveno

tiče regulacije crnog čartera, čime se iznajmljivanje brodova može obavljati samo pod grčkom zastavom.

Ponuda nautičkog turizma Grčke

Što se tiče luka nautičkog turizma u Grčkoj, zemlja broji 63 marine sa preko 12000 vezova. Kako je već navedeno, izgradnja, poslovanje i eventualna nadogradnja marina je pod upravom Ministarstva Turizma, koje planira izgraditi još tridesetak marina i 24 sidrišta te obnoviti postojeće ususret porastu potražnje za njima. Posebnost ovog poduhvata je financiranje samih novih marina, koje bi financirali privatni ulagači, za što je i raspisan međunarodni natječaj. Aditivno, sa preko 500 luka a samo 63 marine, može se zaključiti da Grčkoj trenutno fali marina za podmirenje svih potreba potražnje. Valja napomenuti da status trenutnih marina nije na najvećem nivou, te se iste treba preurediti i nadograditi. Jonsko more sadrži neke od najpoznatijih otoka na svijetu. Neke od marina na tom području su : Cleopatra na poluotoku Akiton, koja je jedna od Grčkih marina najvećeg standarda te nudi privezište za superjahte. Navpatkos je manja marina koja pak pruža direktan pristup mnogim obalama na Jonskom moru, te je u blizini više poznatih plaža i otoka. Gouvia je marina na otoku Krfu te je dobro središte za plovidbu po jonskim otocima. Broji 1235 privezišta, a maksimalna dopuštena duljina plovila je 80 m.

Slika 15 : Marina Cleopatra na Jonskom moru

Izvor : https://greek-marinas.gr/en/marinas/kleopatra-marina/

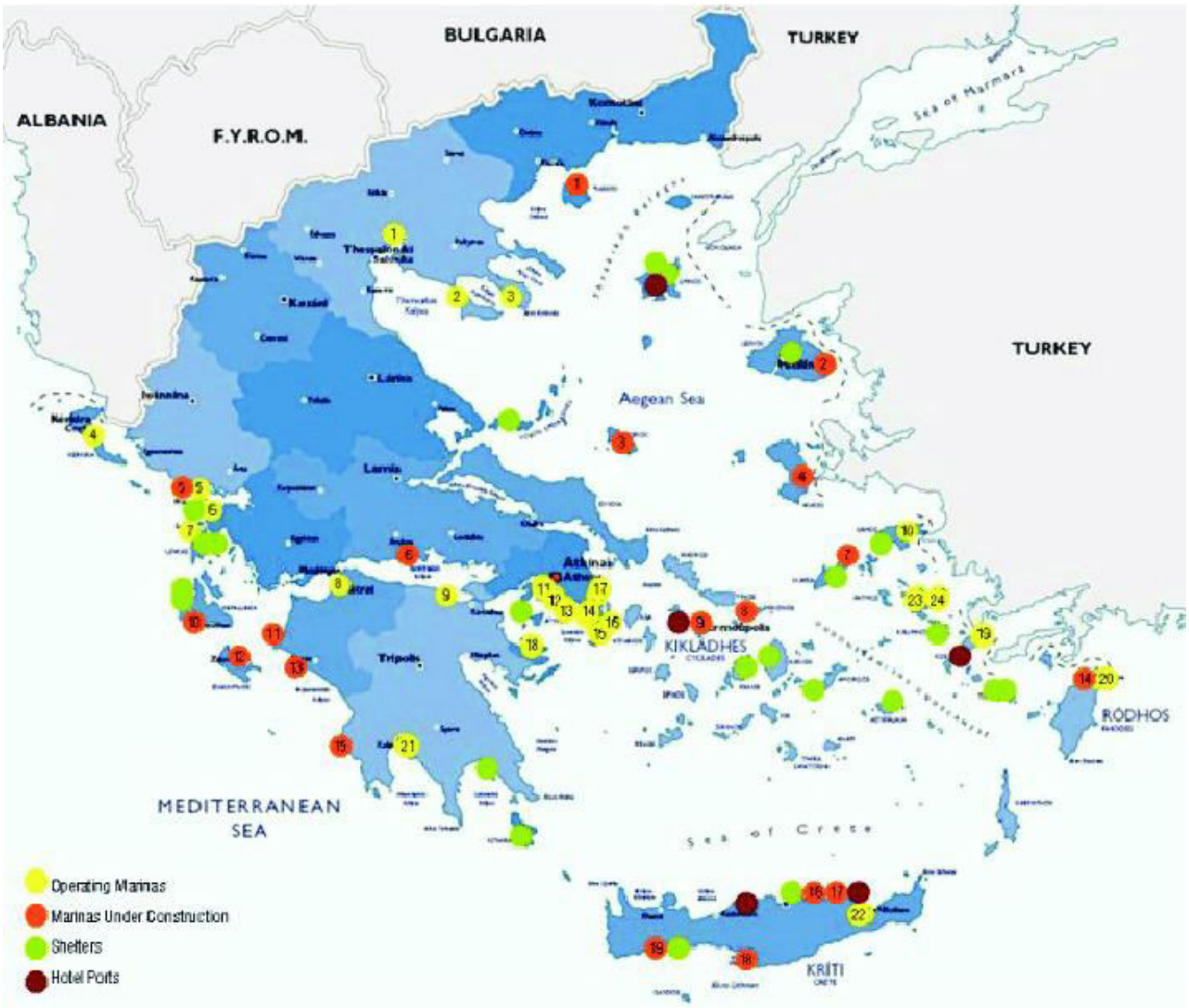
S druge strane, Egejsko more sadrži preostalih 3000 otoka, na njemu se nalazi sama Atena i glavnina teritorija Grčke, te je na njemu centrirana glavnina grčkih marina. Neke od njih su :

Solunska marina, koja posluje tijekom cijele godine, posjeduje Plavu zastavu te pruža oko 300 privezišta. Marina Zea Pireaus je jedna od atenskih marina. Pruža 670 privezišta, maksimalnu duljinu plovila od 150 metara, te sve moderne i osnovne komplementarne usluge potrebne za poslovanje moderne marine. Marina Setur je manja marina na zapadu zemlje, te se nalazi na istočnom dijelu otoka Lezbosa. Pruža 222 privezišta, a maksimalna duljina plovila je 50 metara. Marina također pruža niz nužnih i dodatnih usluga potrebnim nautičarima. Gouves je jedna od privatnih marina, te se nalazi na otoku Kreti. Ima sedamdesetak vezova i jako dobru ponudu akcesornih usluga. Iako zemlja definitivno posjeduje niz modernih, velikih marina, potražnja ipak prelazi ponudu, te je stoga jedan od temeljnih budućih ciljeva grčke vlade izgradnja novih i modernizacija postojećih marina kako bi se izašlo u susret novim potrebama nautičkih turista koji sve više posjećuju upravo Grčku.

Slika 16 : Marina „ Zea Pireaus“ na Egejskom moru

Izvor : https://greek-marinas.gr/en/marinas/zea-marina/

Slika 17 : Luke nautičkog turizma u Grčkoj



Izvor : www.researchgate.net

S aspekta brodskih kružnih putovanja, Grčka je zbog svoje jedinstvene obale i otoka apsolutni favorit, te je zemlja popularno odredište na međunarodnom nivou. Prednost Grčke u ovom aspektu je ta što se zbog njenih brojnih kulturnih ljepota vrlo lako može izraditi paket putovanje koje uključuje posjet tih atrakcija kroz krstarenje brodom, čime se fokus stavlja na samu destinaciju, a ne putovanje, što je slučaj kod velikih svjetskih kruzera. Zbog toga, veliku važnost u domeni krstarenja imaju mali i srednji brodovi koji pružaju dnevne i višednevne kružne izlete, od strane malih domaćih poduzetnika. Tvrtka Majestic International Cruises je jedina grčka kompanija koja organizira velika kružna putovanja. U svojoj floti posjeduje jedan kruzer, Ocean Mayesty tonaže 10000 bruto tona[24]. Tvrtka je smještena u Ateni, a putovanja obavlja po čitavoj Europi i Sredozemlju. Grčka također broji i dosta poduzeća sa

[24]Web stranica Majestic Cruises : https://www.majesticcruises.gr/

flotom kruzera srednje veličine. Primjer je tvrtka Golden Star Cruises, koja posjeduje 2 kruzera srednje veličine[25], te obavlja putovanja po čitavoj Grčkoj. Naravno, Grčka je neizostavna destinacija u itinererima velikih svjetskih korporacija poput AIDA-e, Royal Caribbean-a i sl. u tom obliku, grčka je često jedna od posjećenih zemalja, bilo da se posjećuje čitavo Sredozemlje (Francuska, Španjolska, Italija, Grčka itd.), ali i čest je primjer krstarenja po Jadranu i Grčkoj (primjer ovakvog krstarenja je naveden u djelu o Albaniji). Iz navedenoga je evidentna činjenica da je Grčka definitivni prvak u krstarenju u Sredozemlju i svijetu, da ima niz vlastitih kruzing kompanija svih veličina, te da je općenito grčki kruzing na izrazito visokom nivou.

Slika 18 : Kruzer „Aegean 1“ grčke tvrtke Golden Star Cruises

Izvor :golden-star-cruises.com

Kada se priča o grčkom čarteru, i u tom aspektu Grčka je i u ovom aspektu na vrlo zavidnoj poziciji u svijetu. Grčki čarter je na konstantnom uzrastu, te se jako dinamično razvija u zadnjih tridesetak godina. Apsolutan razlog ovako visoke pozicije je opširna legislativa i statistička evidencija u svrhu dokazivanja da je plovilo iznajmljeno od strane grčkog državljanina pod grčkom zastavom. Tom praksom država strogo kažnjava ilegalne i strane iznajmljivače, a efektivno štiti domaći čarter. Rezultat je taj da je grčka u dobrom dijelu iznimno smanjila udio crnog čartera. Luke u kojima se iznajmljuju brodovi se nalaze uglavnom u Egejskom moru, ali i dobar dio je situiran u Jonskim marinama. Brodovi koji se iznajmljuju su uglavnom jedrilice domaće nacionalne proizvodnje, srednje ili male veličine.

Nautički turizam Crne Gore

[25] Web stranica Golden Star Cruises : https://www.golden-star-cruises.com/

Posljednja u nizu promatranih zemalja južnog Jadrana je i nama najbliža zemlja, Crna Gora. Crna Gora je malena sredozemna zemlja na južno-zapadnom djelu gorja Balkan. Graniči sa Hrvatskom i Bosnom i Hercegovinom na zapadu, Srbijom na sjeveru te Kosovom i Albanijom na istoku. Iako jako mala površinom, država je jako bogata različitim prirodnim i klimatskim uvjetima, što joj daje dobru podlogu za razvoj raznih oblika turizma. Zemlja je poprilično brdovita, sa nekim od najviših planinskih površina u Europi (prosjek planinskih visina je preko 2000 metara). Premda je duljina obale samo 293 kilometra, te za razliku od Hrvatske Crna Gora nema niti jedan veliki naseljeni otok, te je dobar dio obale pokriven planinama obala je ipak dovoljno primamljiva da se na njoj razvija turizam. Osim Tivata i Budve, znamenita atrakcija je Kotorski zaljev, koji liči na fjord, opasan je jako visokim i strmim planinama, a ustvari je potopljeni riječni kanjon.

Slika 19: Karta Crne Gore

Izvor : pinterest.com

Na zemlju su najviše utjecale pravoslavne i osmanske kulture, ali i slavenske i jadranske (Mletačke i sl.) što se i vidi na kulturnoj baštini i gastronomiji. Zemlja ima 5 nacionalnih parkova, te 4 lokaliteta koja su na UNESCO-vom popisu kulturne baštine, od kojih je

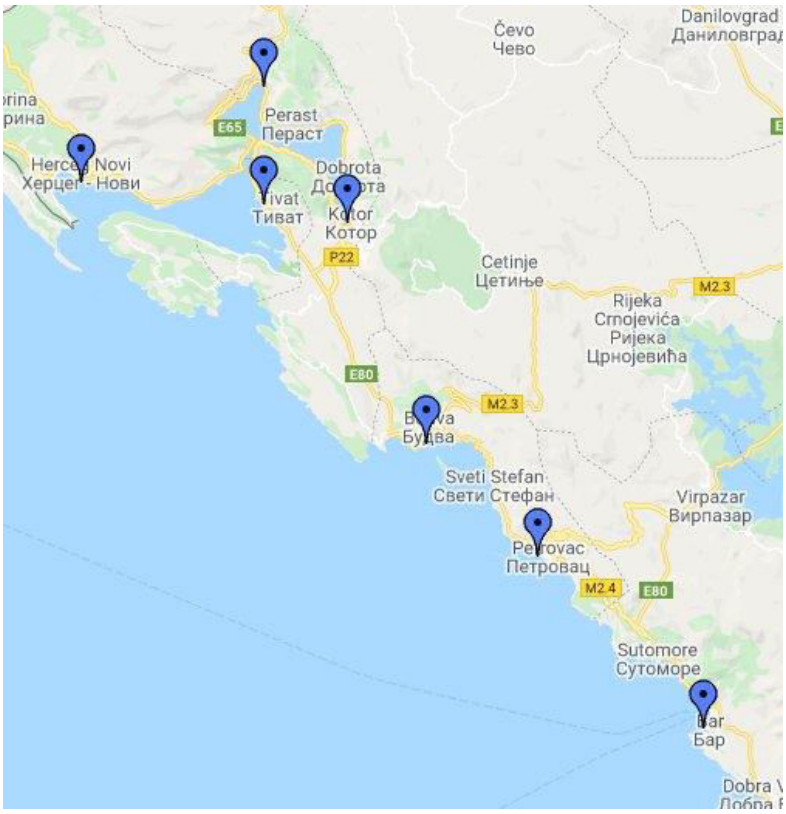
Durmitor jedini nacionalni park koji se ujedno nalazi i na popisu UNESCO-ve kulturne baštine. Kao i sve dosadašnje zemlje, i Crna Gora je popularna Mediteranska zemlja u kojoj je turizam veliki faktor pokretanja gospodarstva.

Slika 20: Crnogorski grad i luka Kotor

Izvor : https://hr.wikipedia.org/wiki/Kotor

Turizam se i ovdje razvijao sredinom druge polovice prošlog stoljeća, te je 1980.-ih Crna Gora bila jako poznato i posjećeno mjesto od strane turista. 1990.-ih zbog ratnih zbivanja turizam posrće, da bi se tek u 2000.-ma vratio na stabilan nivo, kada je zemlja počela viđati sve veći rast noćenja. Zanimljivost je da je vlada Crne Gore prepoznala vrlo važan i rastući trend na turističkom tržištu, te je naglasila kako je razvoj tzv. Elitnog turizma temeljni gospodarski i turistički prioritet, čime je vrlo brzo privukla niz inozemnih investitora. Sukladno tome, veliki projekti su izgrađeni ,ili su u izgradnji (npr. Porto Montenegro), dok dobar dio crnogorske obale ima ogroman potencijal kao odredište elitnog turizma. Nautički turizam Crne Gore može se opisati kao onaj donjeg-srednjeg intenziteta, uz velik potencijal za napredak.

Slika 21 : Karta crnogorskih marina



Izvor : Google Maps

Od kapaciteta, ipak, prevladavaju tradicionalni i „green- field“, ali se konstantno radi na izgradnji novih, elitnih. Također, u zemlji postoje i određene rafting i kajak perspektive, koje se prvenstveno odvijaju na rijekama Tara i Lim. Ipak, takav oblik nautičkog turizma je još u začecima, uglavnom zbog loše normative. Što se pak jedrenja tiče, on je ipak na većem nivou. Održavaju se brojne regate, a prve su se održale već u 1940.-ima. Što se tiče ukupnog broja posjetitelja nautičkog turizma, statistički ured Crne Gore i o tom vodi računa, te je prema posljednjim podacima iz 2018. u zemlju uplovilo ukupno 27685 posjetitelja, od kojih preko 90 % morem. Prema državljanstvu, najviše je Britanaca i Talijana[26]. Crna Gora ima 7 marina, sa kapacitetom oko 3500 vezova. Najveća marina Crne Gore se nalazi u najvećem gradu crnogorskog primorja, a to je Marina Bar. Nalazi se u neposrednoj blizini gradskog centra i plaže. Prostire se na skoro 150000 kvadratnih metara površine. Raspolaže sa 900 vezova u moru i 250 suhih vezova, a okružena je svim bitnih pružateljima akcesornih usluga, od hotela, restorana, shopping centara i sl. Marina Budva se nalazi u jednom od glavnih turističkih centara Crne Gore. Nalazi se u centru Budve, te raspolaže sa 530 vezova na oko 62000

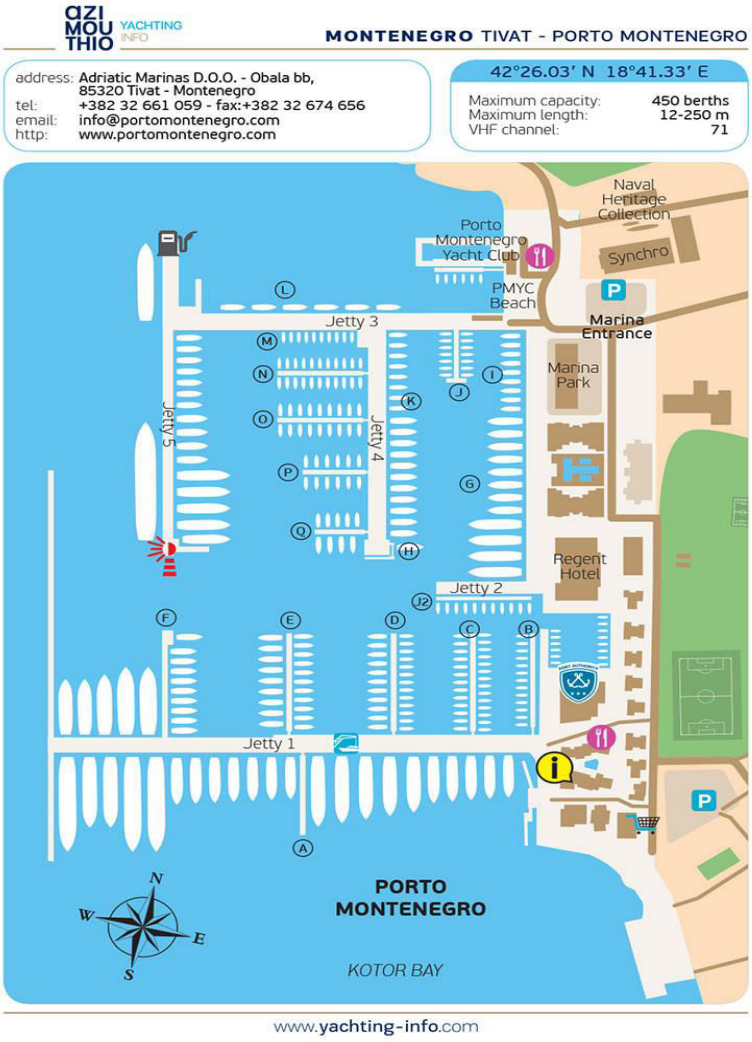
[26]Web stranica Statističkog ureda Crne Gore : https://www.monstat.org/cg/page.php?id=590&pageid=590

kvadratnih metara. Marina Portonovi u Herceg Novom je najnovija crnogorska marina, izgrađena 2017. godine. Orijentirana je luksuznim jahtama duljine od 7 – 70 metara. Nalazi se u sklopu Portonovi Resorta, u sklopu kojeg se izgrađuje i hotel od pet zvjezdica. Marina pruža samo 238 vezova, ali je njena ponuda, kao i ponuda komplementarnih usluga na najvišem nivou.

Slika 22: Marina „Portonovi“ u Herceg Novom

Izvor : poslovnidnevnik.com

Slika 23 : Plan marine Tivat Poro Monenegro



Izvor : www.yachting-info.com

Ipak, najznačajnija marina Crne Gore, kao i jedna od najluksuznijih i najimpresivnijih marina na Mediteranu uopće je marina Tivat Porto Montenegro. Nalazi se u kotorskom zaljevu, u gradu Tivatu. Marina je jedna od najluksuznijih u Europi, te ju se čak smatra kao turističkim brendom Crne Gore. Rasprostranjena na 193000 metara kvadratnih, marina raspolaže sa 450 vezova za plovila dužine 12 – 180 m. izgradnjom marine su rukovodili poznati svjetski biznismeni poput Jacoba Rotschilda i Petera Monka, a 2016. marinu kupuje kompanija ICD iz Dubaija.[27]Sama marina je osmišljena u sklopu naselja, pa se u sklopu nje nalaze prvoklasni hotel, barovi, restorani, dućani i niz sportsko-rekreacijskih centara.

[27]Web stranica marine Tivat Porto Montenegro : https://portomontenegro.com/me/o-nama/o-projektu/

Slika 24 : Marina Tivat Porto Montenegro

Izvor : https://luxatic.com

Sa strane kruzinga, Crna Gora nema vlastitu cruising kompaniju, ali je ipak svjetski poznata kruzing destinacija. Kao i većina prethodnih zemalja, kruzing po Crnoj Gori se odvija u sklopu Mediteranskog cruisinga, gdje se posjećuju hrvatske, talijanske, grčke i crnogorske destinacije u sklopu jednog putovanja. Statistički, promet kruzera po Crnoj Gori konstanto i eksponencijalno raste, te iznosi preko 400 godišnje, sa oko 300 000 posjetitelja. Glavna crnogorska destinacija za kruzing je svakako luka Kotor, koja čak ima i suradnju i direktno promociju sa kruzing kompanijom Royal Carribean. Iako postojan, kruzing malim i srednjim brodovima nije izražen kao u npr. Hrvatskoj, uglavnom zbog činjenice da Crna Gora nema otoka kao Hrvatska. Kruzing putovanja srednje veličine se odvijaju u vidu dnevnih krstarenja po crnogorskoj obali. Charter aspekt Crne Gore se također po ničemu posebno ne ističe. Za iznajmljivanje plovila bez skippera su potrebne odgovarajuće skipperske dozvole, kao i detaljan popis posade. Mnoge marine i yacht centri nude usluge chartera. Postoje charteri sa i bez skippera, krstarenja po kanalima, plutajuće ville, iznajmljivanje starinskih drvenih brodova (guleta) i slično. Ponuda samih plovila je također na adekvatnoj razini, te se tako mogu iznajmiti jedrilice, motornjaci, katamarani i sl. dok se megajahte i guleti mogu iznajmiti, ali samo sa posadom. Statističkog vođenja charter segmenta nema, pa se teško može procijeniti njegov stvaran broj.

Slika 25 : Primjer charter broda Gulet

Izvor : happycharter.com

Dakle, iako mala, Crna Gora je jako turistički orijentirana zemlja, sa brojem destinacija koje se mogu valorizirati putem turizma. Nautički turizam je također važan faktor zemljinog gospodarstva, te se po njenoj ponudi, koja je kvantitativno mala, ali kvalitativno svakako visoka, može reći da je Crna Gora jedan od predvodnika u nautičkom turizmu u regiji. Nautički turizam stalno raste, kapaciteti ponude se nadograđuju i obnavljaju, prate se trendovi i sve u svemu, zemlja intenzivno radi na tome da privuče, ali i kvalitetom zadrži sve više posjetitelja.

4.ZAKLJUČAK

U ovom radu prezentirani su podaci o ponudi nautičkog turizma 4 zemlje južnog Jadrana. U razmatranje su ponajviše uzeta geografska i kulturna obilježja promatrane zemlje, kao podloga za razvoj turizma, zatim povijesni razvoji turizma i nautičkog turizma te zemlje, da se promotri dinamika turističkih zbivanja na tom području, te konačno, dostupni statistički podaci o broju kapaciteta ponude nautičkog turizma, njihovoj popunjenosti ili posjećenosti, te glavnim primjerima te ponude u razmatranoj zemlji. Promatrane zemlje su geografski jako blizu, zbog čega su i u domeni povijesnog razvoja i kulture također dosta slične. Stoga i ne čudi da se te zemlje u velikom dijelu primarno bave turizmom. Sve su zemlje sa izlazom na more, sa svjetski poznatom obalom, slična im je klima, a prirodna i kulturna baština im je bogata i opširna do te mjere da su te zemlje dosta davno prepoznate kao zanimljive i poželjne turističke destinacije, te su sukladno tome, u relativno isto vrijeme razvile svoj nacionalni turizam (druga polovina 20.-og stoljeća). Hrvatska i Grčka spadaju među najrazvijenije zemlje svijete, imaju mnoštvo otoka, pa nije ni čudo da kod njih cvate charter i cruising, kao ni da imaju najviše marina, te sveukupno broje najviše posjeta i prihoda od nautičkog turizma među promatranim zemljama. Ipak, ne valja zanemariti Crnu Goru, koja iako ima znatno manje marina i prometa, svoju razinu ponude, pogotovo u marinama, njihovoj opremljenosti i tehnologiji, drži na jako visokom nivou. Albanija, iako ima samo 4 luke nautičkog turizma, svejedno ima značajnih predispozicija da i ona postane jadranski lider u nautičkom turizma. Sve 4 zemlje su prepoznate kao iznimna mjesta za razvoj nautičkog turizma, vrlo poželjna od stranih posjetitelja, sa širokim prirodnim predispozicijama za razvoj istog. Najveće sličnosti su u domeni cruisinga, gdje iako jedino Grčka ima domaćeg ponuditelja tih usluga, ipak glavnina svih cruising putovanja dolazi od velikih inozemnih kompanija, i to gotovo uglavnom od sličnih putovanja koja se odvijaju u sklopu čitavog Jadrana ili Mediterana kao cjelokupne destinacije. Charter segment je uglavnom jako sličan, ponuda plovila za iznajmljivanje je konstantna sa stupnjem razvoja nautičkog turizma u ovim zemljama, a pohvalno je vidjeti da ima i posebnosti, kao npr. tradicionalnih galeta, plutajućih vila i sl. Premda dijele dobre, nažalost, dijele i loše strane. One se najviše očituju u vidu lošeg upravljanja, slabih zakona i legislative (osim Grčke) te ipak relativno zastarjele ponude, što se najviše očituje u marina. Posebnosti, naravno, ima. Crnogorska marina Tivat Porto Montenegro, koja je ne samo daleko najbolja marina u promatranim zemljama, već je i jedna od najboljih europskih marina, izrazito visokog standarda, što daleko odmiče od ovdašnjih

standarda. Grčki čarter, točnije njihova legislativa i drakonski napori da iskorijene crni čarter, mjere su koje su provedene iznenađujuće uspješno, te mogu poslužiti kao svjetski primjer kako efikasno spriječiti ilegalne radnje u određenoj gospodarskoj aktivnosti. Ovo dvoje su glavni primjeri razlika i posebnosti među navedenim zemljama u domeni nautičkog turizma, ali činjenica i dalje stoji da su ove zemlje ipak jako slične, dosta uspješne, sa predivnim prirodnim lokacijama i postojanom infrastrukturom u vidu nautičkog turizma, čiji stupanj ponude možda trenutno nije na svjetskim razinama, ali ipak, svaka zemlja konstantno radi na tome, unapređuje ponudu, gradi nove luke, nadograđuje stare, otvara nove linije, osmišljava i donosi inovativna rješenja u sklopu ponude nautičkog turizma, te kao takve, svakako mogu poslužiti kao dobar globalni primjer zemalja koje imaju izvrsne prirodne predispozicije, ali ipak, za razliku od nekih, te predispozicije za razvoj nautičkog turizma i iskorištavaju, promovirajući se pritom na svjetskom tržištu, dižući svijest o svojoj zemlji kod turističkog tržišta, konstantno bilježeći rast posjeta nautičkih turista.

LITERATURA

Znanstveni i stručni radovi i časopisi :

1. Luković, T. & Gržetić Z.: "Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana", Hidrografski institut Split, Split 2007
2. Tihomir Luković : NAUTIČKI TURIZAM, DEFINIRANJE I RAZVRSTAVANJE,
3. Jugović, Zubak, Kovačić : Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije
4. Statističko izvješće "Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma" 2004-2013.godine
5. Hrvatski turizam u brojkama., Ministarstvo mora, turizma, prometa i veza, Zagreb, 2001.godina
6. "Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma" 2013
7. "Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj", Institut za turizam, Zagreb, 2007.godina
8. "Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj " iz 2008- 2014.godina -DZS
9. KRUŽNA PUTOVANJA STRANIH BRODOVA U REPUBLICI HRVATSKOJ u razdoblju od siječnja do svibnja 2020.- DZS , Zagreb, 7. srpnja 2020.
10. Državni zavod za statistiku, „Iznajmljivanje plovila za razonodu i sport (čarter)",
11. „CRNI ČARTER" U REPUBLICI HRVATSKOJ – Čovo, Mrčela, Baričević, str 147.-164.
12. Movements of citizens in Albania , Srpanj 2020, INSTAT
13. Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu ; Gračan, Alkier Radnić, Vizjak, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji 2007.
14. Coastal and nautical tourism in Italy ; Corrado Rindone , Sveučilište mediteranskih studija Reggio Calabria, Italija 2019.

Izvori s interneta :

1. Web stranica UNWTO : https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403011
2.Web stranica Zakon.hr : https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu
3. Web stranica Majestic Cruises : https://www.majesticcruises.gr/
4. Web stranica Golden Star Cruises : https://www.golden-star-cruises.com/

5. Web stranica NKD : http://www.uoz.hr/pdf/pravilnik/odluka2007.pdf
6. Web stranica grada Kiela https://www.kiel-sailing-city.de/en.html
7. Web članak o regati Chiloe http://www.marinaoxxean.cl/oxxean-marina-committed-to-nautical-tourism-in-chilean-patagonia/
8. Web stranica Istre http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1871
9. Web stranica ACI marina https://aci-marinas.com/
10.Web stranica Turističke zajednice Albanije : http://albania.al/destinations/marina/
11. Web stranica statističkog ureda Crne Gore : https://www.monstat.org/cg/page.php?id=590&pageid=590
12. Web stranica marine Tivat Porto Montenegro : https://portomontenegro.com/me/o-nama/o-projektu/

POPIS TABLICA, GRAFOVA I SLIKA

POPIS TABLICA

Tablica 1 : Odnos popunjenosti vezova i uključivanja kulturnih sadržaja u ponudu marine ..10

POPIS SLIKA

Slika 1: Vodeni turizam prema njemačkoj definiciji ……....7
Slika 2 : Model nautičkog turizma prema NKD-u …….....8
Slika 3. Postotak nautičkih privezišta po kilometru talijanske obale ……..11
Slika 4 : Ferguson marina u Sydneyu ……14
Slika 5 : Chiloe regata u Čileu……15
Slika 6 : Zemljovid hrvatskih otoka……17
Slika 7 : Karta ACI marina ……....20
Slika 8 : ACI marina „Split“……21
Slika 9. Najveće hrvatske kruzing destinacije ……22
Slika 10 : Karta Albanije ……..25
Slika 11 : 4 luke nautičkog turizma u Albaniji……27
Slika 12 : Karta najveće albanske marine „Durres“ …….……....28

Slika 13 : Kružno putovanje koje uključuje Albaniju ……...…...29

Slika 14 : Karta Grčke …….....31

Slika 15 : Marina „Cleopatra“ na Jonskom moru ……32

Slika 16 : Marina „ Zea Pireaus“ na Egejskom moru ……..33

Slika 17 : Luke nautičkog turizma u Grčkoj…….34

Slika 18 : Kruzer „Aegean 1“ grčke tvrtke Golden Star Cruises……..35

Slika 19 : Karta Crne Gore ……...36

Slika 20 : Crnogorski grad i luka Kotor……37

Slika 21 : Karta crnogorskih marina…….38

Slika 22: Marina „Portonovi“ u Herceg Novom……...39

Slika 23 : Plan marine Tivat Poro Monenegro …….40

Slika 24 : Marina Tivat Porto Montenegro……...41

Slika 25 : Primjer charter broda Gulet ……..…...42

SAŽETAK

Temeljna svrha rada je definirati i prikazati ponudu nautičkog turizma u 4 zemlje Južnog Jadrana : Republici Hrvatskoj, Albaniji, Grčkoj i Crnoj Gori , te potom dobivene podatke usporediti. U tu svrhu, prvo će se općenito definirati nautički turizam, njegove djelatnosti te prikazati njegov utjecaj u svijetu kroz najzanimljivije i najspecifičnije primjere. Potom, detaljno će se opisati osnovna obilježja svake zemlje, njena povijest nautičkog turizma, te prikazati svi relevantni podaci o kvalitativnoj i kvantitativnoj razini ponude nautičkog turizma te zemlje. Konačno, u zaključku će se ti podaci sumirati i usporediti, čime će se dobiti slika o sličnostima i razlikama ponude nautičkog turizma u ove četiri jako slične susjedne zemlje. Radom se zaključilo da te zemlje dijele geografsku blizinu, bogatstvo u prirodnoj i kulturnoj baštini, turizam im je glavni gospodarski pokretač te su relativno davno prepoznate kao turističke destinacije. Grčka i Hrvatska su najrazvijenije i najposjećenije, Albanija je na dnu liste, ali je i dalje jako perspektivna, sa velikim potencijalom , dok Crna Gora ima najrazvijeniju razinu ponude, barem po stupnju razvijenosti i luksuznosti marina. Ipak, sve zemlje su relativno uspješne u nautičkom turizmu, te aktivno rade na poboljšanju nautičkog turizma, grade nove luke, nadograđuju stare, otvaraju nove linije i sl.

Ključne riječi : nautički turizam , ponuda nautičkog turizma , Južni Jadran

SUMMARY

The main purpose of this work is to define and portray nautical tourism supply of 4 Southern Adriatic countries : Croatia, Albania, Greece and Montenegro, and lastly, compare the gathered dana. Firstly, nautical tourism and its activities will be broadly defined, where its impact in world will be shown, with the most interesting and specific examples. Then, the main features of each country, its nautical tourism history and all relevant qualitative and quantitative data on nautical tourism supply of each country will be shown. Lastly, in conclusion, those dana will be summed up and compared, which will give a clear picture about all simmilarities and differences between all four of these very simmilar neigboring countries.The work showed that those countries share geographical vicinity and cultural and natural richness, the fact that tourism is their main economical initiator, and that they were all recognised as tourist destinations rather long time ago. Greece and Croatia are most developed and most visited of the four. Albania is on the bottom of the list, but it still is very perspective, with great potential, while Montenegro has the highest level of supply development, at least when it comes to level of marina developement and luxury. Still, all countries are relatively succesful in nautical tourism, and are actively working on its development, by building new ports, upgrading the old ones, opening new boat lines etc.

Keywords : nautical tourism, nautical tourism supply, Southern Adriatic