

SUVREMENE TEHNOLOGIJE U FUNKCIJI PROMOCIJE MARINA NA PODRUČJU SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Lejo, Margarita

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:755859>

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

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

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**SUVREMENE TEHNOLOGIJE U FUNKCIJI
PROMOCIJE MARINA NA PODRUČJU
SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE**

Mentor: doc.dr.sc. Garbin Praničević Daniela

Studentica: Margarita Lejo

Split,rujan,2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	3
2. Informacijske tehnologije(IT) u funkciji promocije marina, opći pregled	
2.1. Značaj suvremenih tehnologija.....	3
2.1.1 E charter.....	4
2.1.2. Marinanet.d.o.o.....	4
2.1.3. SymbloTe.....	6
2.1.4. nIS.....	7
2.1.5. Diventa Marina Management Softver /MMS.....	8
2.1.6. Adria MARINE.....	9
3. Primjena i značaj IT u promociji marina na području Splitsko dalmatinske županije	
3.1. Marine Splitsko-dalmatinske županije.....	11
3.1.1. Marina.....	12
3.1.2. Poboljšanje usluga i opreme u lukama i marinama.....	12
3.2. Nautički turizam.....	12
3.3. Željena pozicija 2020.....	16
3.4. Splitsko-dalmatinska županija.....	16
3.4.1. Prirodna osnova.....	18
3.4.2. Prometna povezanost.....	18
3.4.3. Raspoloživa nautička infrastruktura na području SDŽ.....	19
3.4.4. Marine.....	19
3.5. Aplikacije.....	24
3.5.1 Deep blue software.....	24
3.5.2 Aplikacija za pronalaženje charter plovila.....	24
3.5.3. Rezervacije marina i restorana.....	25
3.5.4. Booking-manager.....	26
4. Zajednička interpretacija dobivenih rezultata iz teorijskog i empirijskog istraživanja provedenog u radu.....	27
4.1. Promotivna i marketinška strategija projekta Adriatic Marine.....	29
5. ZAKLJUČAK.....	31
LITERATURA	

1.Uvod

Problematika istraživanja ovog rada usmjerena je na područje promocije marina i korištenja novih tehnologija kao promotivnog sredstva istih na području Splitsko-dalmatinske županije. Zbog sve većeg razvoja modernih Internet tehnologija, događaju se promjene na području promocije svih proizvoda i usluga pa tako i na primjeru marina.

Temeljem prethodno spomenute činjenice koncipiran je ovaj rad. Rad je podijeljen u četiri poglavlja.

U prvom poglavlju objašnjen je značaj informacijskih tehnologija i njihov utjecaj na promociju marina te su neke od njih navedene i razrađene.

Drugo poglavlje sadrži pregled svih marina Splitsko-dalmatinske županije.

Treće poglavlje bazira se na empirijskom istraživanju koje se sastoji od tri studije slučaja koje su interpretirane temeljem relevantnih podataka o načinu promocije marina i održavanju web stranice.

Četvrto poglavlje predstavlja zaključak koji ukratko obuhvaća temeljne informacije o temi koja se obrađuje u ovom radu te osobni osvrt autora.

2.Informacijske tehnologije(IT) u funkciji promocije marina, opći pregled

2.1.Značaj suvremenih tehnologija

Informacijske tehnologije mijenjaju način poslovanja svih suvremenih poduzeća svakim danom sve više i više. Oni koji ne budu kontinuirano pratili i prilagođavali se ubrzanom razvoju tehnologija dovest će u pitanje svoju egzistenciju i uspješno funkcioniranje poduzeća. Neki još uvijek suvremene tehnologije smatraju ograničavajućim i nepotrebnim čimbenikom u razvoju poslovanja poduzeća, ali svjesni su da je njihovo korištenje neizbježno. Ulaganje u informacijsku tehnologiju predstavlja sve veći dio investicija tvrtki. Ulaganja u IT uzimaju sve veći postotak u ukupnim ulaganjima tvrtki i svi se zapravo pitaju koliko su ona opravdana, a sa druge pak strane, upotrebom suvremene IT tvrtke mogu se steći određene konkurentne prednosti kojima mogu potpuno potisnuti konkurenciju na tržištu. Zbog toga se nameće potreba kvalitetnog upravljanja informacijskom tehnologijom u suvremenim tvrtkama i njegove organizacije na način da iznosi najveću moguću vrijednost za poslovanje. Možemo reći da sposobnost uspješnog upravljanja informacijskom tehnologijom polako prerasta u

jednu od glavnih strateških prednosti brojnih tvrtki. Bez snažnog fokusiranja na usvajanje i primjenu najnovijih poslovnih modela uz korištenje suvremenih informacijskih tehnologija, postizanje konkurentnosti i rentabilnosti poslovanja tvrtki bit će u budućnosti sigurno nemoguće.¹ U sljedećim poglavljima opisane su neke od aplikacija temeljene na suvremenim tehnologijama.

2.1.1 E čarter

Sustav e-Charter postao je prva javna interaktivna usluga u Republici Hrvatskoj s dvosmjernom komunikacijom. Kao prva one-stop-shop G2B usluga u nas te ujedno i G2G usluga, e-Charter je omogućio komuniciranje resornog Ministarstva s čarterskom branšom, ali i međusobno elektroničko povezivanje samih ministarstava. E-Charter je postao prva potpuno digitalizirana javna usluga u Hrvatskoj i prvi informacijski sustav koji je integriran u poslovne procese većeg broja ministarstava. Sustav je razvijan kao skup web-aplikacija koje se nalaze na poslužiteljima resornog Ministarstva, a moguće im je, ovisno o tome tko se njima koristi, pristupiti kroz internu mrežu ministarstava ili Internet. Aplikacija e-Charter nije uključena samo u poslovne procese Ministarstva mora, prometa i infrastrukture i Ministarstva turizma već se njome koristi i Ministarstvo unutarnjih poslova za prijavu boravka stranaca, a Hrvatska turistička zajednica iz nje dobiva podatke o obračunu boravišne pristojbe, a za svoje potrebe rabe je i Carinska i Porezna uprava. E-Charter će sigurno pridonijeti (daljnjem) suzbijanju crnog čartera, koji je i dalje znatno prisutan na našem moru i na taj način osigurati da se u državnu blagajnu godišnje slije nekoliko milijuna eura više nego prethodnih godina, a koji su do sada nestajali u sivoj ekonomskoj zoni. Tim projektom, sukladno Strategiji razvoja nautičkog turizma, ostvaren je strateški cilj – da se uspostavi integralno upravljanje sustavom nautičkog turizma.²

2.1.2. Marinanet.d.o.o

S obzirom na kronični nedostatak vezova u hrvatskim marinama, Filip Vukelić, 25-godišnji skiper i student pravnog fakulteta u Zagrebu, osnovao je tvrtku Marinanet d.o.o. Na web stranici www.marinanet.hr odnedavno se po prvi put u Europi može rezervirati vez u nautičkoj marini. Filip je došao na ideju rezervacije veza unaprijed putem Interneta zbog velikih gužvi u sezoni kad je potrebno, ovisno o odredištu, uploviti do 2 ili 3 sata poslijepodne

¹ UPRAVLJANJE INFORMACIJSKOM TEHNOLOGIJOM U SUVREMENIM TVRTKAMA TE HRVATSKA POSLOVNA PRAKSA KORIŠTENJA INFORMACIJSKIH TEHNOLOGIJA (Josip Müller)

² http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=132916

da bi se rezervirao vez. Nakon što je osnovao Marinanet d.o.o., programeri iz Zviza i dizajner Igor Manasteriotti su prema njegovim uputama izradili web stranicu koja je posebno zaštićena kod Hrvatske autorske agencije i jednog poznatog odvjetničkog društva specijaliziranog za autorska prava i patente.

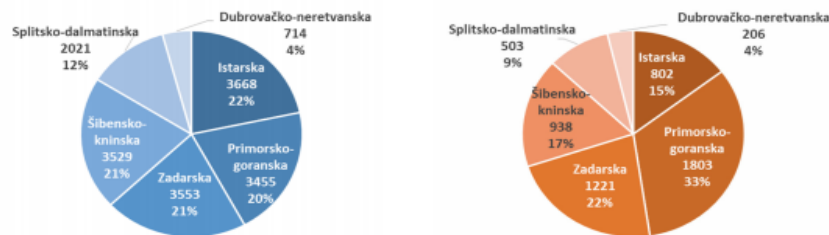
“Marine su pokazale veliko zanimanje za prvi sustav online rezervacija vezova. Prva od marina koja je ušla u sustav Marinaneta, bila je marina Punat koja predstavlja marinu pionir novih tehnologija u hrvatskom nautičkom turizmu. Nakon prezentacije i daljnjih uspješnih pregovora osamnaest naših vodećih marina i luka s cijelog Jadrana potpisale su s Marinanetom ekskluzivne ugovore o rezervaciji i prodaji usluge korištenja vezova putem www.marinanet.hr, a još deset marina i luka je pred potpisivanjem ugovora.”

Vukelić je u pregovorima i s ACI-em koji ima u sastavu 21 marinu i čiji direktor Anto Violić upravo provodi informatizaciju ACI-ja. Rezervacija veza preko Marinaneta je vrlo jednostavna: potrebno je spojiti se na www.marinanet.hr, odabrati marinu i dan te platiti kreditnom karticom. Vez je moguće rezervirati prilikom planiranja odmora, mjesecima unaprijed ali i tijekom plovidbe, najkasnije dan prije uplovljavanja. Dodatna prednost ove aplikacije jest to što rezervaciju može obaviti netko drugi umjesto vas ukoliko niste u mogućnosti. Dovoljno je telefonom javiti gdje i kad želite pristati, te podatke o brodu i posadi.

Nakon rezervacije Marinanet e-mailom šalje potvrdu o rezervaciji, a podatke o brodu i posadi prosljeđuju marini ili luci, koji čuvaju vez do najavljenog dolaska. Marine moraju osigurati i čuvati mjesto za brod za koji su putem Marinaneta prodale uslugu korištenja veza. Marinanet rezervaciju dobivenu od nautičara Internetom, marini može proslijediti i potvrditi i telefonski ili faxom, što je vrlo korisno u slučaju da marina nije informatizirana. Planira se i uvođenje ‘first minute’ i ‘last minute’ rezervacije. U izradi je i navigacijski program koji sadrži interaktivnu kartu, na kojoj će korisnik moći odrediti kurs, isplanirati rutu i izračunati udaljenost. Marinanet će se s vremenom pretvoriti u stručni portal vezan za nautiku, ali osnovna usluga ostat će za rezervacije i plaćanje vezova. U izradi je i navigacijski program koji će sadržavati interaktivnu kartu pomoću koje će svaki nautičar moći odrediti kurs, isplanirati rutu i izračunati udaljenost.³

³ <http://arhiva.nacional.hr/clanak/26048/prvi-online-sustav-rezervacije-veza>

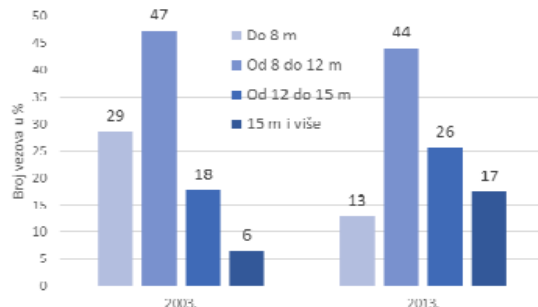
Slika 4.3.1.
STRUKTURA KAPACITETA (BROJ VEZOVA) U HRVATSKOJ PREMA ŽUPANIJAMA U 2014. GODINI
Vezovi u moru Mjesta na kopnu



Izvor: NAUČIČKI TURIZAM - Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2013., Priopćenje 4.3.5., Državni zavod za statistiku RH.

U razdoblju od 2003. do 2013. godine došlo je do promjene u strukturi ponude vezova prema veličini plovila – smanjen je udio vezova za plovila do 12 m dužine, a povećan udio vezova za plovila duža od 12 m, posebno ona duža od 15 m (rast od 209%).

Slika 4.3.2.
STRUKTURA KAPACITETA (BROJ VEZOVA) U HRVATSKOJ PREMA DULJINI PLOVILA



Izvor: NAUČIČKI TURIZAM - Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2013., Priopćenje 4.3.5., Državni zavod za statistiku RH.

Slika 1

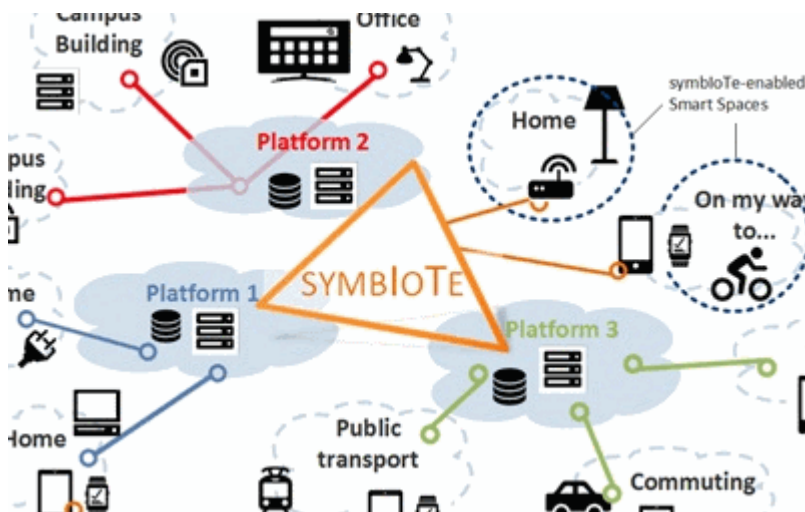
Prikaz strukture kapaciteta u Hrvatskoj po županijama u 2014. godini.

Izvor: http://www.mint.hr/UserDocsImages/151022_AP-%20nauticki-www.pdf

2.1.3. SymbIoTe

Fakultet elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu i Vipnet su na projektu symbIoTe kao članovi međunarodnog konzorcija sastavljenog od 14 članova iz 8 zemalja, uspješno aplicirali za sredstva iz programa Obzor 2020., usmjerenog na istraživanje i inovacije. Glavni cilj projekta symbIoTe je razvoj rješenja koje će omogućiti suradnju i integraciju različitih platformi za Internet stvari. U budućnosti će omogućiti automatsku komunikaciju između brodica i marine. Tako će osoblje u marini unaprijed imati uvid u sve potrebe pojedine brodice prilikom dolaska na vez čime proces opskrbe postaje znatno brži i jednostavniji.

Sličan primjer je i s mega jahtama kojima bi se iz marina automatski slali podaci o stanju u marini prilikom pristajanja.⁴



Slika 2

Prikaz platforme symbIoTe

Izvor: <http://www.logistika.com.hr/images/simbio400.png>

2.1.4. nIS

Nautički informacijski servis je višejezična besplatna aplikacija Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture (MPPI) namijenjena zapovjednicima jahti, vodicima brodica, ribarima, ronocima, kupcima i drugim osobama koji provode vrijeme uz obalu i na moru. nIS je razvijen kako bi korisnik aplikacije mogao dati lučkim kapetanijama i drugim službama sigurnosti plovidbe i suzbijanja onečišćenja mora, a posebice službi traganja i spašavanja na moru, bitne i detaljne podatke na jednostavan i brz način, ali i da bi korisniku u svakom trenutku i na svakom mjestu bili lako dostupni podaci bitni za njegovu sigurnost na moru i uz obalu. Uporabom nIS-a bitno se smanjuje vrijeme potrebno za reakciju službi sigurnosti plovidbe kod nezgoda ili drugih izvanrednih događaja na moru, lakše se identificiraju počinitelji pomorskih prekršaja. Ovdje korisnici imaju uvijek točan podatak o uvjetima na moru, dostupne kontakte najbližih hitnih javnih usluga, ali i informacije o lukama, sidrištima i to baš za područje u kojem trenutno plove. Aplikacija nIS omogućuje otklanjanje opasnosti po sebe i druge, ali i dobivanje žurne pomoći kada je ona zaista potrebna. Naravno nIS je stoga i napravljen da se ne preveliki broj funkcija i usluga koje nudi lako i brzo aktivira.

⁴ <http://www.logistika.com.hr/home/tehnologija-i-it/2414-fer-u-i-vipnetu-odobrena-sredstva-za-istrazivanje-i-inovacije>

Nakon instaliranja nIS-a i obavezne registracije, na zaslonu pametnog telefona će se pojaviti glavna stranica sa ikonama za uspostavu poziva na besplatni broj 195 službe traganja i spašavanja, za prijavu pomorskog prekršaja, vremensku prognozu, pravila plovidbe, kao i kontaktima javnih službi, te sa lukama i sidrištima.⁵

2.1.5. Diventa Marina Management Softver /MMS

Marina Menadžment Softver namijenjen je evidenciji svih poslovnih događanja nautičkog poslovnog subjekta za iznajmljivanje vezova. MMS uključuje sve navedene DIVENTA module koji svojim sadržajem čine cjelovitost poslovnih funkcija marine. Sustav podržava praćenje poslovanja u segmentima ugovorenih plovila individualnih vlasnika, ugovorenih charter plovila te plovila u tranzitu, pružajući podršku optimalnom iskorištenju vezova. Grafičko sučelje predstavlja sliku marine putem kojega se rade dnevne aktivnosti luke poput: prijave plovila, isplovljenja plovila, narudžbi radova na plovilima, zatvaranja računa, pretraživanje podataka o plovilu i kupcima te financijsko stanje za svako plovilo. Booking engine omogućava vizualni pregled zauzeća marine koristeći boje za prikaz stanja bookinga te omogućava unos novih rezervacija. Razvijeni su standardni izvještaji potrebni za organizaciju dnevnih aktivnosti u odjelima marine, standardni obrasci koji su zakonska obaveza marine, zatim izvještaji o fizičkom i financijskom prometu marine kao i različite analiza podataka prema obilježjima dužine i širine plovila, zemljama i ostalim karakteristikama plovila koji se unose u sustav. Program je povezan s MS Office softverom koji se integrira u različitim funkcijama programa kao što su izrada ugovora, slanje ponuda putem elektroničke pošte, mogućnost automatske isporuke standardnih izvještaja za menadžersko izvješćivanje.⁶

⁵ http://www.burzanautike.com/hr/nauticki_informacijski_servis/4151/5

⁶ <http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi%2Fnauticki-turizam%2Fmarina>



Slika 3

Slika predstavlja shemu modela bookinga Diventa Marina Management Softwarea

Izvor: <http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi%2Fnauticki-turizam%2Fmarina>

2.1.6. Adria MARINE

Adria MARINE je nautički vodič namijenjen korisnicima iPhone i iPad te android uređajima. Ovu aplikaciju pokrenula je tvrtka Navigo Sistem iz Zagreba, a cilj je olakšati nautičarima plovību i snalaženje na moru. Elektronski nautički vodič jednostavan je za rukovanje i sigurno će imati široki krug korisnika. Za početak dostupan je na tri jezika – hrvatski, engleski i njemački. Trenutačno sadrži oko 1.400 točaka s fotografijama ili simbolom usluge, uz kontinuirano dopunjavanje. Mnoge točke imaju pridružen i video isječak. Vodičem je obuhvaćena čitava istočna obala Jadranskog mora, hrvatska, slovenska i crnogorska. Aplikacija AdriaMARINE na početnom ekranu prikazuje poziciju plovila na karti, čime nudi izbor trebate li željene usluge ili lokacije potražiti na sjevernom, srednjem ili južnom Jadranu. Sadržaj je podijeljen u tri grupacije – Marine info, Service info i General info – prema namjeni i važnosti koju imaju za nautičara.

Marine, Service i General info

Marine info uključuje poziciju i informacije o marinama, privezištima, sidrištima s koncesijom, plažama, restoranima i trgovinama nautičkom opremom. Service info grupu čine benzinske postaje, punionice plina, servisi motora, tvrtke za popravke trupa, servis elektronike i jedrarije, dok General info obuhvaća morske granične prijelaze, lučke kapetanije, banke i bankomate, pošte, zdravstvene ustanove i ljekarne, te ronilačke centre. Osim točne lokacije s koordinatama, opis određene točke sadrži pregled sadržaja i usluga, radno vrijeme, te detaljne kontakt podatke. Na taj način moguće je doznati informaciju o veličini nekog sidrišta i broju plutača, kontaktirati koncesionara, pa čak i provjeriti nalazite li se unutar koncesijskog područja. Za plaže se mogu pronaći podaci o sportskim sadržajima i dodatnoj ponudi.⁷

3. Primjena i značaj IT u promociji marina na području Splitsko dalmatinske županije

Web stranica

Najpopularniji Internetski servis je World Wide Web (WWW). WWW je sistem s univerzalno prihvaćenim standardima za skladištenje, pronalaženje, formiranje i prezentaciju informacija u konceptu povezivanja klijenta s poslužiteljem. WWW predstavlja mrežu međusobno povezanih dokumenata, tj. skup protokola koji definiraju na koji način sistem radi i prenosi podatke kao i programsku podršku koja omogućuje rad ovog koncepta. WWW omogućava pretraživanje dokumenata i "kretanje", kako po različitim dokumentima jednog računala tako i po dokumentima različitih računala na Internetu, korištenjem jednostavnih naredbi. Izborom odgovarajuće poveznice pristupa se novoj stranici koja se nalazi na istom ili drugom poslužitelju. Uvođenjem dinamičnosti u web, više se ne govori o web stranicama, već o web aplikacijama.⁸

Ključni kriteriji:

- Pozicioniranost
- Optimizacija –cilj je povećanje ciljane posjećenosti web stranica sa tražilica na način da se stranice dovedu na vrh rezultata pretraživanja
- Originalnost
- Dosljednost

⁷ <http://www.novolist.hr/Zivot-i-stil/Nautika/Predstavljen-AdriaMARINE-izvrsni-elektronicki-nauticki-vodic>

⁸ REALIZACIJA WEB APLIKACIJE ZA POSLOVANJE TURISTIČKE AGENCIJE (Miran Vulić, Dubrovnik, rujan 2010)

- Jasnoća
- Zanimljivosti

Početna stranica treba grafički izgledati kao da nas „poziva”. Naslov treba biti opisan koristeći ključne riječi koje ljudi mogu koristiti da bi pronašli stranicu marine. Neadekvatni navigacijski dizajn je vjerojatno glavni propust poslovnih web stranica.⁹

Brzi rast Interneta i povezanih tehnologija omogućava da virtualni turizam postaje ključni nastajućí koncept. Sposobnost turista da dožive kulturu zemlje nije više limitirana na fizički posjet. Bez direktnog dolaska u destinaciju kupcima je omogućen pristup (virtualnom) iskustvu. S obzirom da će utjecaj tehnologija i dalje rasti, marine i luke nautičkog turizma trebaju se prilagoditi novim tehnološkim izazovima kako bi olakšali i unaprijedili vlastito poslovanje.¹⁰

3.1. Marine Splitsko-dalmatinske županije

1.ACI marina Milna
2. ACI marina Palmižana
3.ACI marina Split
4.ACI marina Trogir
5.ACI marina Vrboska
6.Marina Agana
7.Marina Baotić
8.Marina Baška Voda
9.Marina Kaštela
10.Marina Lav
11.Marina Martinis Marchi
12.Marina Ramova
13.Marina Trogir
14.Marina Tučepi
15.Marina Vlačka
16.Marina Zlatan

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske župani

⁹ Materijali sa predavanja: Danilo Trebješanin , doc.dr.sc.Daniela Garbin Praničević

¹⁰ _DMO_operativni_priručnik.pdf

Rbr.	Objekt i Kategorija	Sjedište objekta (ulica i mjesto)	Subjekt (koji posluje s objektom, naziv, ulica i mjesto)	Broj smještajnih jedinica		
				Suhih vezova	Vezova u moru	Ukupno
0	1					
6	2			342	629	971
7161	ACI marina Milna	Milna, o. Brač 21405 Milna	ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Maršala Tita 223, 51410 Opatija	15	185	200
7163	ACI marina Trogir	21220 Trogir	ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Maršala Tita 223, 51410 Opatija	60	180	240
7164	ACI marina Vrboska	Vrboska 21450 Hvar	ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Maršala Tita 223, 51410 Opatija	30	85	115
8645	Marina Baotić	Ulica Don Petra Špice 2/a 21220 Seget Donji	NAUČIČKI CENTAR TROGIR d.o.o. Maksimirska 282, 10000 Zagreb, Hrvatska	90	23	113
8656	Marina Trogir	Put brodograditelja 16 21220 Trogir	SERVISNI CENTAR TROGIR d.o.o. Put brodograditelja 16, 21220 Trogir, Hrvatska	57	133	190
8544	Yacht Klub Seget	Don Petra Špice 4 21220 Seget Donji	NAUČIČKI CENTAR TROGIR d.o.o. Maksimirska 282, 10000 Zagreb, Hrvatska	90	23	113
4	3				462	462
7171	ACI marina Palmižana	Pakleni otoci 21450 Hvar	ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Maršala Tita 223, 51410 Opatija		164	164
8294	Lav	21312 Podstrana	GRAND MARINA LAV d.o.o. 21312 Podstrana, Hrvatska		74	74
8415	Tučepi	Kraj 39a 21325 Tučepi	TUČEPI d.o.o. Kraj 39a, 21325 Tučepi, Hrvatska		150	150
7172	Vlaška	Uvala Vlaška 21405 Milna	MILNA INVEST d.o.o. Milna, 21405 Milna, Hrvatska		74	74
1	4			30	355	385
7162	ACI marina Split	Uvala Baluni bb 21000 Split	ADRIATIC CROATIA INTERNATIONAL CLUB d.d. Maršala Tita 223, 51410 Opatija	30	355	385
0	5					

Slika 4

Prikaz svih marina Splitsko-dalmatinske županije

Na slici je prikazana tablica svih marina Splitsko-dalmatinske županije sa njihovim sjedištem i brojem vezova u 2015.godini.Vidljivo je da ACI marina Split prednjači sa brojem vezova,točnije ukupno 385 vezova,dok najmanje vezova broji marina Vlačka u Milni sa tek 74 veza.

3.1.1 Marina

Marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma,koja u posebno uređenom i opremljenom vodenom i kopnenom prostoru i objektima,osim usluge veza i smještaja plovila,nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadržaje i usluge s ciljem zadovoljenja zahtjeva i želja suvremene nautičko-turističke potražnje.¹¹ Pojam marina talijanskog je podrijetla, a označava “malu luku“ za prihvrat rekreacijskih plovila. Marina preuzima i objedinjuje sve nautičko-turističke usluge i sadržaje od gradnje, porinuća i popravka broda, do opskrbe nautičara rezervnim dijelovima, gorivom i hranom. Do pojave marina te su usluge i sadržaje nudila brodogradilišta, luke za javni promet i trgovine. U suvremenoj marini broj sadržaja i usluga koje se nude nautičkom-turističkom tržištu, proširen je do te mjere da predstavlja krajnji domet nautičko-turističke ponude. Marina je temeljna i najpoznatija vrsta luke nautičkog turizma. Za razliku od drugih nautičkih luka (sidrišta, privezišta i suhe marine), koje nude samo usluge veza i smještaja plovila na posebno uređenom prostoru, marine nude čitav skup drugih sadržaja i usluga kojima se povećava zadovoljstvo gostiju.

Usluge koje pružaju marine mogu se raščlaniti na:

- Glavne – usluge veza
- Sporedne – priključci na struju i vodu, odlaganje smeća, administrativne usluge,pomoć pri spuštanju plovila u vodu i vađenju plovila iz vode, servis plovila, opskrba nautičara rezervnim dijelovima, gorivom, živežnim namirnicama,sportskom opremom i drugim potrepštinama
- Dodatne usluge – usluge zabave, sporta i rekreacije¹²

¹¹ Šamanović,Nautički turizam i management marina

¹² ODRŽIVI RAZVOJ NAUTIČKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

3.1.2 Poboljšanje usluga i opreme u lukama i marinama:

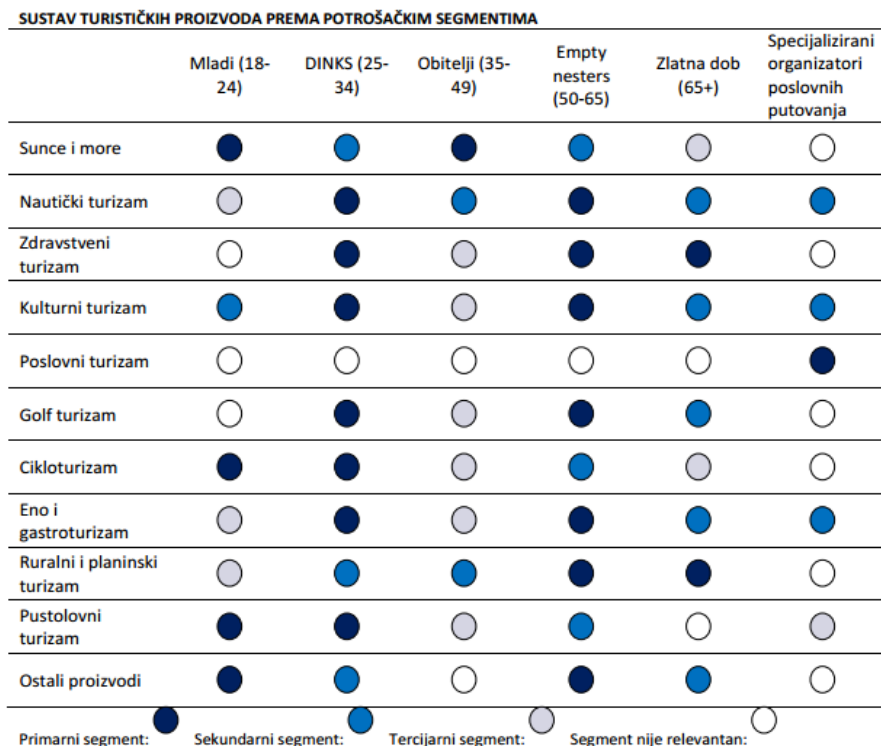
U većini luka i marina postoji potreba za dodatnim brojem vezova za veće brodove. Kako bi se povećao kapacitet luka i marina, mogu se instalirati neki suhi vezovi na otvorenom ili zatvorenom, ovisno o raspoloživosti prostora. Luke i marine mogu nuditi sljedeće usluge i aktivnosti:

- Nautički klub: za članove i ne-članove
- Bar i restoran s terasom s ponudom lokalnih jela
- Usluge iznajmljivanja za nautičke goste, s mogućnošću iznajmljivanja samo brodova ili brodova sa skiperom. Mogu se nuditi usluge taksi-brodica za potrebe izleta ili prijevoza klijenata s jednog mjesta na drugo
- Škole nautike za različitu klijentelu (osobito u ljetnom razdoblju): djeca, treća životna dob, obitelji itd.
- Malo brodogradilište i/ili usluge popravka i održavanja brodova.

3.2. Nautički turizam

Pojam nautički turizam dolazi od grčke riječi *naus* što znači brod, plovidba. Nautički turizam je vid turizma koji se odvija na vodi ili uz vodu, a nekoliko je podjela ove vrste turizma. Nautički turizam obuhvaća ukupnost aktivnosti i odnosa uzrokovanih boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i raznovidnosti. To je proizvod iznimne globalne atraktivnosti koji u svijetu bilježi kontinuirano visoke, čak dvoznamenkaste stope rasta. Zbog povoljnog geografskog položaja, razvedene obale, ugodne klime i pogodnih vjetrova, Hrvatska je već danas jedna od poželjnijih nautičkih destinacija na svijetu. Na to upućuju stalno rastući rezultati poslovanja u nautičkom turizmu (posebice produljenje sezone), ali i kontinuirano popunjavanje dijela pratećeg lanca vrijednosti.¹³

¹³ <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>



Slika 5

Prikaz turističkih proizvoda prema potrošačkim segmentima

Izvor: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

Iz slike možemo iščitati da je nautički turizam primarni segment korištenja za osobe u rasponu od 25-34 godine te za osobe od 50-65 godina. Primjerice obiteljima, zlatnoj dobi i specijaliziranim organizatorima poslovnih putovanja ovaj vid turizma spada u sekundarni segment. Mladima između 18-24 godine ova vrsta turizma još nije toliko privlačna pa pripada tek tercijarnom segmentu korištenja.

Županije	Ukupno	Sidrište	Privežište	Suhe marine	Marine na morskoj obali	Nerazvrstane luke nautičkog turizma	Broj vezova ukupno	Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu
Primorsko-goranska županija	27	6	5	6	10	-	3266	1653
Zadarska županija	36	22	2	4	8	-	3820	941
Šibensko-kninska županija	17	3	-	1	13	-	3630	950
Splitsko-dalmatinska županija	20	6	1	1	11	1	2290	553
Istarska županija	14	-	2	-	12	-	3601	802
Dubrovačko-neretvanska župa	7	1	-	1	3	2	744	206
Ukupno	121	38	10	13	57	3	17351	5105

Slika 6

Prikaz kapaciteta nautičkog turizma u 2015. godini

Iz slike vidimo kapacitete nautičkog turizma po županijama u 2015. godini. Splitsko-dalmatinska županija je 2015.godine posjedovala 6 sidrišta,1 privezište,1 suhu marinu,11 marina na morskoj obali,1 nerazvrstanu luku nautičkog turizma,ukupno 2290 vezova i 553 mjesta za smještaj plovila na kopnu.

3.3.Željena pozicija 2020.

Hrvatska je najpoželjnija yachting destinacija na Sredozemlju. Razlog tome je razvedenost, očuvanost i kultura življenja na obali i otocima, kvaliteta nautičke infrastrukture, sigurnost boravka itd. Ponuda je prilagođena i potražnji luksuznih mega jahti, a ponuda čartera temelji se na visokokvalitetnoj, licenciranoj usluzi. Međunarodni cruising na moru odvija se u jačoj suradnji s brodarskim kompanijama i štite se interesi hrvatskih destinacija, što uključuje definiranje polaznih luka za prihvat velikih i srednje velikih brodova te luka za brodove do najviše 1.000 putnika.¹⁴

U Hrvatskoj postoji 56 marina, koje su udružene u Udruženje hrvatskih marina, kapaciteta 16.000 vezova u moru i 8500 mjesta na kopnu te još 30.000 vezova u lukama i sportskim lukama. Marine kontinuirano rade na obogaćivanju i podizanju nivoa usluge, prilagođavajući se suvremenim potrebama i željama nautičkih gostiju. Smještene su u velikim dalmatinskim gradovima ili u prekrasnim otočnim uvalama, u blizini zanimljivih prirodnih i kulturnih atrakтивности.

3.4.Splitsko-dalmatinska županija

Županija Splitsko-dalmatinska zauzima površinu od 14 045 km²,od toga na kopneni dio otpada 4 572 km² (32,5%), a na morski dio 9 473 km² (67,5%). Na navedenom teritoriju živi 455 242 stanovnika, od čega u priobalju 67%, otocima 7%, a u zaobalju 26%. Obuhvaća 368 naselja ustrojenih u 16 gradova i 39 općine. Dominantnu ulogu u Splitsko-dalmatinskoj županiji zauzima grad Split (188.694 st.) koji je središte županije. Split je grad s poznatim povijesnim nasljeđem u svojem središtu i u bližoj okolini. Grad je sa značajem hrvatske najveće putničke luke. U Splitu su smještene brojne obrazovne, kulturne, zdravstvene, upravne i sportske funkcije. Gradovi uz obalu sa središnjim funkcijama su Trogir,Kaštela, Omiš i Makarska. Gradovi sa središnjim funkcijama na otocima su Supetar ,Hvar ,Stari Grad te Srednja Dalmacija.

¹⁴ <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

Srednja Dalmacija

Srednja Dalmacija se prostire na površini od 4.524 km², sa 460.000 stanovnika predstavlja centar i srce Dalmacije. Središnji dio Dalmacije, oko Splita, je srce cijelog Sredozemlja. U blizini Splita su i druga velika obalna naselja Srednje Dalmacije, Trogir i Omiš, dok se dalje na jugu pruža slikovita Makarska rivijera. Ispred Splita poredani su jedan do drugoga gotovo svi veliki dalmatinski otoci –Brač, Šolta, Hvar i Vis. Nautičari koji dolaze na jedrenje u splitski akvatorij uživat će u gostoprimstvu domaćina, izvrsnim vremenskim uvjetima, te geografskim položajem otoka i obale.

Kaštela

Grad Kaštela prostire se sjevernom obalom istoimenog zaljeva između Splita i Trogira. Zaštićen je planinom Kozjak sa sjevera i okružen srednjodalmatinskim otocima s juga. Raznoliki kaštelanski krajolik svojom ugodnom klimom i raskošnim sredozemnim bojama privlači sve veći broj turista. Na pješčanim plažama zapadnog dijela Zaljeva izgrađeno je turističko naselje Resnik s paviljonima, bungalovima i cjelokupnom turističkom ponudom.

Trogir

Grad Trogir, smješten na otoku između Čiova i kopna s kojim je spojen kamenim mostom, osnovali su grčki kolonisti u 3 st. Pr. Kr. Bogata kulturna baština i blaga mediteranska klima sa 2700 sunčanih sati godišnje, čini ga jednom od najprivlačnijih turističkih destinacija u Hrvatskoj. Obala Rivijere Trogir dobro je razvedena i obiluje manjim uvalama, rtovima, otocima s bujnom mediteranskom vegetacijom još uvijek sačuvanom u svojoj izvornosti, te je zbog toga čine izričito privlačnom nautičarima.

Split

Split je najveći grad u Dalmaciji, drugi po veličini u Hrvatskoj i administrativno središte Splitsko-dalmatinske županije. Centar grada čini antička Dioklecijanova palača koja je pod zaštitom UNESCO-a od 1979. godine. Osim razgleda Dioklecijanove palače, tu su i mnogobrojni Splitski muzeji: Muzej Grada Splita, Etnografski muzej, Galerija umjetnina, , Meštrovićeva galerija, Hrvatski arheološki muzej, Muzej Hrvatskih arheoloških spomenika i Pomorski muzej. Najpoznatija pješčana plaža Bačvice nalazi se gotovo u samom središtu Splita. Vis i Komiža.

Splitsko-dalmatinska županija ne raspolaže sa dovoljnim brojem vezova, u odnosu na potražnju što je jedan od razloga da se istraže potencijalne lokacije za smještaj luka nautičkog turizma.

Infrastrukturu čine:

- plovni putovi
- prometna mreža (cestovna, avio, željeznička)
- nautičke luke
- komunikacijska i sigurnosna mreža
- ostala infrastruktura (energetska, veze, i dr.).

Subjekti nautičkog turizma su:

- nautičari (nautičari individualci, skipperi, korisnici jahte)
- putnici na cruiseru
- ostali zaposlenici u nautičkom turizmu.

3.4.1. Prirodna osnova

Splitsko-dalmatinska županija prostorno je najveća županija Hrvatske, ukupne površine 14 045 km² (od toga kopno 4 572 km²). Nalazi se u središnjem dijelu južne Hrvatske na prostoru povijesne pokrajine Dalmacije. Na sjeveru se proteže od Vrlike na jugu, do otoka Visa, pa do najudaljenijeg hrvatskog otoka Palagruže, na zapadu do Marine, a na istoku do Vrgorca odnosno Gradaca. Prirodne pogodnosti, oceanografski te posebno klimatski i hidrografski uvjeti omogućuju izgradnju nove nautičke infrastrukture, i predstavljaju osnovu daljnjeg razvoja nautičkog turizma na području Splitsko-dalmatinske županije.

3.4.2. Prometna povezanost

Obalni prostor Splitsko-dalmatinske županije, kao najnaseljeniji i najrazvijeniji dio Dalmacije, imao je uvijek značajnu prometnu ulogu u ovom dijelu Jadrana. Predstavlja sjecište prometnih koridora usporednih s obalnom crtom i onih koji okomito na njih dolaze iz zaobalja (susjedna BiH) te se nastavljaju u smjeru otoka i dijelom produžuju preko Jadrana.

- Promet morem

Luka Split je najveća putnička luka i od državnog je značaja. Ona je ishodište plovni putova južnog dijela Jadrana. Posebno je intenzivan promet brodovima/trajektima s većim otocima ovog dijela Dalmacije. Luke županijskog značaja na otocima su Supetar (Brač), Stari Grad, Hvar i Sućuraj (Hvar), Vis te na kopnu Drvenik.

3.4.3. Raspoloživa nautička infrastruktura na području SDŽ

Splitsko-dalmatinska županija ima dugu pomorsku tradiciju. Upravo zato nije čudno da baš pomorski promet te lučko gospodarstvo predstavljaju razvoj pomorskog i gospodarskog dijela cijele županije pa i Republike Hrvatske. Zbog promijenjene geopolitičke situacije, rata, procesa tranzicije, došlo je do znatne recesije ove značajne gospodarske grane. No, ponovno oživljavanje gospodarskih aktivnosti u spomenutoj grani rezultiralo je kontinuiranim porastom prometa brodova, putnika i tereta. Što se same pomorske infrastrukture tiče, lučka infrastruktura županije sastoji se od: tri trgovačko-industrijske luke, 11 luka nautičkog turizma, 51 luka otvorene za javni promet, 49 športsko-rekreativnih luka, 8 pristaništa, 4 brodogradilišta i 1 servisne baze. Splitska luka je jedna od najvećih hrvatskih luka, a dijeli se na putničku (Gradska luka) i teretnu (Sjeverna luka). Gradska luka Split se suočava s nedostatkom parkirališnog prostora za automobile i privezišta za mega jahte, kao i veza za prihvat kruzera, dok se Sjeverna luka suočava s problemom nepostojanja, manjka i/ili zastarjelosti postojeće lučke suprastrukture. Trajektne luke na glavnim prometnim pravcima uglavnom imaju problem nedostatnog kapaciteta i opremljenosti. Općenito, može se istaknuti da su morske luke županijskog značenja nedovoljno iskorištene s obzirom na potencijale i rastuće potrebe. Sa godišnjim prometom od preko 4 421 568 putnika i 654 944 vozila, splitska luka je treća luka na Mediteranu (poslije Napulja i Pireja).¹⁵

3.4.4. Marine

Jedan od najvećih nedostataka nautičkog turizma u Hrvatskoj je nedovoljan broj vezova za nautičare. Potražnja je veća od ponude, kako za stalnim vezom, tako i za tranzitnim vezom u sezoni. Posebno je istaknuta potražnja za vezovima za dulja i veća plovila, što je sukladno svjetskim trendovima i trendovima u nautičkom turizmu zabilježenim na Mediteranu. Ukupan kapacitet smještaja plovila svih marina u SDŽ jest 1913 vezova. Sukladno prostornim

¹⁵ AKCIJSKI PLAN RAZVITKA NAUTIČKOG TURIZMA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE
(Izv.prof.dr.sc. Srećko Favro)

planovima obalnih županija, prostornih mogućnosti za izgradnju novih luka nautičkog turizma ima, ipak izgradnji novih kapaciteta treba pristupiti vrlo pažljivo, imajući u vidu prvenstveno zaštitu prirodnih resursa kao glavne prednosti hrvatskog nautičkog turizma.¹⁶

ACI MARINA SPLIT (43° 30.1' N - 16° 26.1' E) Karte: 100-26; MK-16, Plan 47



Slika 7

Prikaz ACI marine Split

Izvor: http://www.aci-marinas.com/aci_gallery/aci-split/

Na ruševinama grčkog Aspalathosa i u neposrednoj blizini Salone, antičkog urbanog centra, rimski car Dioklecijan dao je oko 293. godine sagraditi veličanstvenu palaču u kojoj će provesti svoje posljednje dane. Iz Dioklecijanove palače, najbolje očuvane kasnoantičke palače na svijetu, razvio se današnji Split, prijestolnica Dalmacije, koja osvaja mediteranskim šarmom i velebnom arhitekturom. U najljepšem dijelu gradske luke, sjeverno od poluotoka Sustipana, smjestila se ACI marina Split. Otvorena je cijele godine, a njezin dugački lukobran pruža izvrsnu zaštitu od mora i južnih vjetrova. Splitska ACI marina predstavlja točku kojom počinje splitski lungomare, najduža i jedna od najljepših šetnica uz more na Jadranu.¹⁷

2013. godine, u akciji Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku, ACI marina Split nagrađena je Priznanjem za 3. mjesto u kategoriji Najbolje srednje marine na Jadranu. Zapadni dio Gradske

¹⁶ AKCIJSKI PLAN RAZVITKA NAUTIČKOG TURIZMA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE
(Izv.prof.dr.sc. Srećko Favro)

¹⁷ http://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-split/

luke Split, područje istočno od rta Sustipan,a zapadno od marine su dvije sportske lučice. ORIJENTACIJA: Bijele okomite obalne stijene pošumljenog poluotoka Sustipan; svjetlo na vanjskom lukobranu - crvena kula sa stupom i galerijom; svjetlo na glavi unutrašnjeg lukobrana, na E strani ulaza u marinu - crvena kula sa stupom i galerijom; svjetlo na glavi lukobrana lučice JK Labud - crvena kamena kula; restoran na rtu Sustipan; gatovi i prizemne kućice uprave, recepcije i radionice u marini.

VREMENSKE PRILIKE: Bura, jugo i SW vjetar (lebić) pušu vrlo jako, ali su brodovi u vezu s unutrašnje strane lukobrana i na gatovima sigurni po svim vjetrovima i valovima. Duž vanjske strane unutrašnjeg lukobrana brodovi su izloženi buri. Jako jugo i SW vjetar na tom dijelu uzrokuju bibavicu. Meteorološka prognoza i obavijesti za pomorce mogu se dobiti u upravi marine.

English Hrvatski Italiano Deutsch
Pobuda

REZERVACIJA

Marina:

Datum: kolovoz 2016

po	ut	sr	če	pe	su	ne
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

Broj dana: 1 (27.08.2016)

Opći uvjeti

OPĆI UVJETI REZERVACIJE VEZA U ACI MARINAMA

Uvod
Usavršavanjem sustava bookinga putem interneta ACI d.d preko svojih internetskih stranica www.aci-marinas.com stvara nove trendove u nautičkom turizmu Jadrana. Opći uvjeti sastavni su dio Ugovora koji se sklapa između ACI d.d. kao pružatelja usluge korištenja veza te korisnika usluge veza. Korisnik veza je svaka pravna ili fizička osoba koja je sklopila ugovor sa ACI d.d. kojim je rezervirala i

Jamstvo
sigurne
online kupnje
Klasični sigurni

MasterCard
SecureCode

Verified by
VISA

AMERICAN
EXPRESS

VISA

MasterCard

Maestro

Slika 8

ACI sustav bookinga

Izvor: <https://www.aci-club.hr/RezervacijaWeb/Default.aspx?lang=HR>

Slika predstavlja sustav bookinga putem Interneta ACI d.d koji preko svojih internetskih stranica www.aci-marinas.com stvara nove trendove u nautičkom turizmu Jadrana. ACI d.d. ovim putem pruža usluge korištenja veza . Korisnik veza je svaka pravna ili fizička osoba koja je sklopila ugovor sa ACI d.d. kojim je rezervirala i uplatila uslugu korištenja veza.

ACI

Adriatic Croatia International Club, među nautičarima poznatiji kao ACI Club, vodeća je tvrtka nautičkog turizma Hrvatske, a predstavlja jedinstveni lanac od 21 marine koje se protežu od Dubrovnika na jugu do Umaga na sjeveru hrvatskog dijela Jadrana. U 22 godine svog poslovanja ACI marine su ostvarile prepoznatljivu kvalitetu usluge. ACI Club je profesionalnim jedriličarima poznat kao organizator regata u dvobojskom jedrenju, među kojima se ističu ACI Cup i Svjetsko prvenstvo u dvobojskom jedrenju održano u Dubrovniku 1996. te u Splitu 2000. godine.¹⁸



Marina Mooring in Antibes

Discover the top Antibes moorings



Slika 9

Prikaz marine u Antibesu

Izvor: <https://www.seeantibes.com/marinas/guide#discover>

Antibes je jedan od najvećih luksuznih centara za jedrenje na svijetu, sa velikom lukom koja ima oblik potkove, a nalazi se između srednjovjekovnih zidina s jedne strane i Fort Carrea s druge strane.

Vezovi i marine

¹⁸ <http://jezera-cruising.com/hr/jadransko-more/obala/marine>

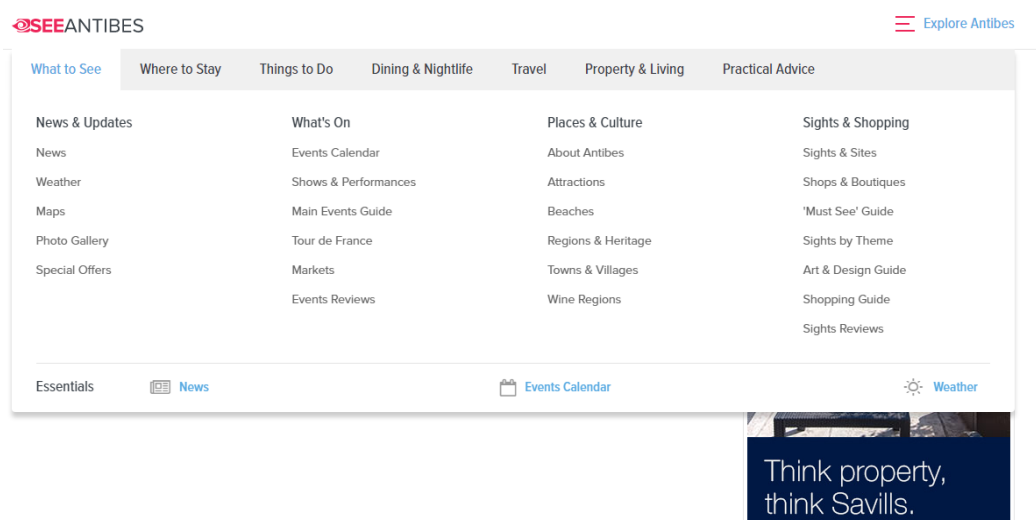
Antibes je luka od velike važnosti još od srednjeg vijeka, kada su se Crusader brodovi zaustavljali na putu prema Svetoj zemlji ,a u moderno doba je bila baza mornarice Louisa XIV , a kasnije je bombardirana od strane Nijemaca zbog svoje strateške važnosti za vrijeme Drugog svjetskog rata. Provodeći većinu svog života kao ribarska luka , Luka Vauban u Antibesu je danas najveća yachting marina u Europi s 1700 vezova u rasponu od 4,5 m do 165m.¹⁹

Luka Vauban

Prostire se od Stare luke preko ruba zida IYCA rive,odmah iza zaljeva prema brodogradilištu ispod Forth Carrea. Ova velika luka ima više od 1600 vezova u moru,premda su ti vezovi još uvijek prilično skupi. Mnogo jahti zimuje u Antibesu,čineći većinu jahting infrastrukture,dobavljači i englesko govorno područje yachtie bara koji čine ovaj grad favoritom za posadu jahte. Sa toliko puno vezova u moru i sjajnom lokacijom,Luka Vauban je neosporno odlično mjesto za vezati svoju jahtu. Ako ste u potrazi za vezom za kupnju ili dugoročni najam,možete se obratiti kompanijom specijaliziranom za privezište.

Luka Gallice

Moderna marina i brodogradilište u Juan-les-Pinsu u zajednici u Antibesu,koja nudi smještaj za jahte do 45 metara u 525 vezova. Dobro zaštićena od vjetrova,ova marina ima restoran,tuš i sanitarni čvor kao i vodu,struju.



¹⁹ <https://www.seeantibes.com/marinas/guide#discover>

Slika 10

Prikaz web stranice SeeAntibes

Izvor : www.seeantibes.com/marinas/guide#discover

Slika prikazuje web stranicu marine Antibes. Stranica je jednostavna i laka za korištenje, sadrži sve bitne stavke koje nam pomažu u pronalaženju željenih informacija o uslugama marine. Osim što možemo odabrati marinu i smještaj, stranica nudi i ostale pogodnosti poput atrakcija u mjestu koje možemo posjetiti, aktivnosti i rekreacije, noćni život, gastronomija, vodič kroz putovanje, praktične savjete i još pogodnosti. Na ovaj način ne promovira se samo marina i njene usluge, već cijeli grad sa svojim znamenitostima i atrakcijama koje gosti prilikom dolaska imaju priliku vidjeti.²⁰

3.5. Aplikacije

3.5.1 Deep blue software

Deep blue predstavlja novu generaciju pametnih softwera za menadžment jahti, osmišljen da bi kapetanima, posadi i tvrtkama za menadžment jahti olakšao važne administrativne poslove. Omogućuje jasnu i profesionalnu komunikaciju između jahte, menadžmenta i vlasnika broda. Kreiran od strane profesionalaca u jahtaškoj industriji, Deep blue je moćan alat za organizaciju života na moru koji kapetanima i posadi omogućuje da se više posvete tekućim poslovima, jer automatizira obavljanje kompliciranih administrativnih poslova. Nudi brojne alate: analitičko računovodstvo, financijsko izvještavanje, vođenje digitalnih brodskih dnevnika, organizacija inventara, vođenje evidencije o dokumentaciji broda i posade, planiranje rasporeda radnog vremena, itd.²¹

3.5.2 Aplikacija za pronalaženje čarter plovila

Full Service Čarter Agent

Full Service Čarter Agent nudi osobne usluge i preporuke za rute i ostale savjete za vrijeme putovanja. Također imaju osobne kontakte preko kojih se mogu ostvariti posebne pogodnosti pogotovo u podsezoni.

On-line tražilica

²⁰ www.seeantibes.com/marinas/guide#discover

²¹ Časopis Yachts Croatia broj 44 srpanj 2016

Pomaže dobiti ideju o dostupnim jahtama i njihovim cijenama u određenom području.

Ponuđene cijene često su nominalne cijene, iako su mnoge od tih cijena konkurentne. Nude dobre uvjete za first ili last minute rezervacije.

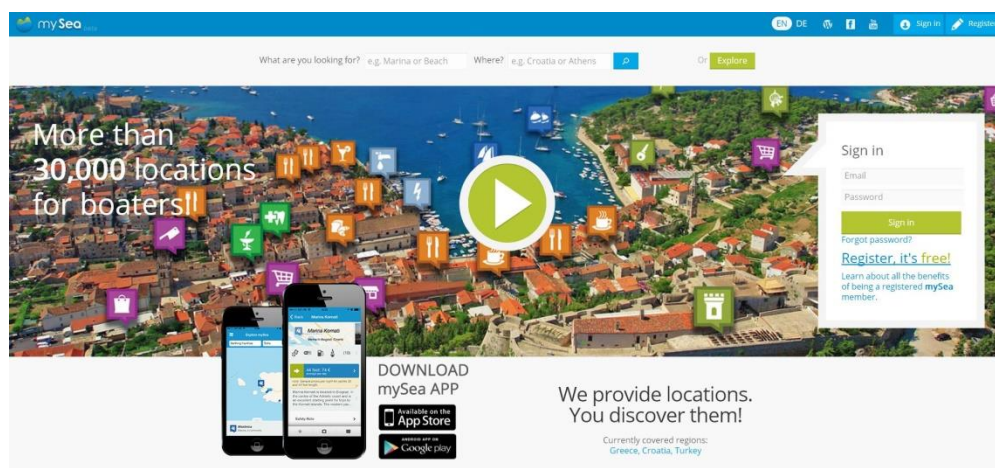
Recenzije plovila i sistem bodovanja

Slično kao što je Trip Advisor promijenio način rezervacije, tako i novi sustavi prodiru na čarter tržište. Neki od njih su: YachtCheck, Euminia. Nude recenzijski sustav koji koristi veliki broj čarter operatera. Najvažniji savjet prilikom korištenja ove vrste usluge je provjeriti broj ostvarenih recenzija po plovilu kako bi se osigurala pouzdanost.



3.5.3. Rezervacije marina i restorana

MySea je besplatna aplikacija koja omogućuje korisniku da rezervira marine i restorane, te pruža informacije više od 30.000 točaka interesa uključujući sidrišta, atrakcije, trgovine, benzinske postaje i sl. Korisnicima nudi i posebne popuste na tim lokacijama.²²



Slika 11

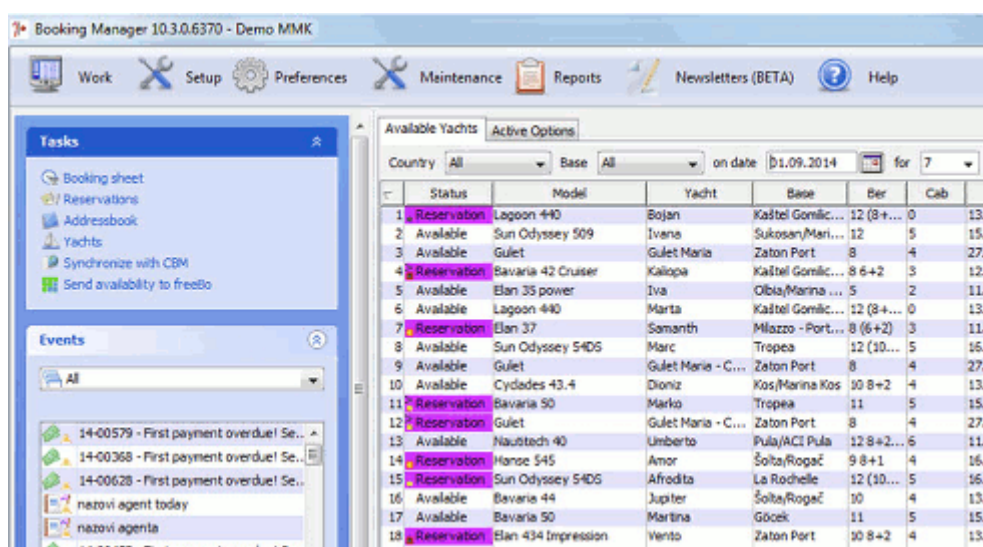
²² Časopis Croatia Yachting Review 2016/2017

Prikaz stranice mySea

Izvor: blog.my-sea.com

3.5.4.Booking-manager

Booking Manager je vodeći svjetski rezervacijski i poslovni sustav za organizaciju čarter poslovanja. Koristi ga preko 300 čarter operatera iz 230 destinacija diljem svijeta, sa ukupnom flotom preko 4500 brodova. Booking Manager je također i najveća distribucijska mreža za najam plovila u svijetu kojeg koriste sve vodeće svjetske agencije za rezervaciju brodova i automatizaciju vlastitih web stranica.²³



Slika 12

Prikaz booking manager aplikacije

Izvor : www.booking-manager.com

3.5.5.Mobilna aplikacija za sigurniju plovidbu Jadranom

Aplikacija sadrži brojne informacije korisne nautičarima. To su, primjerice, popis luka i sidrišta, pravila plovidbe, kontakti službi poput lučke kapetanije i zdravstvenih ustanova. NIS nudi i preciznu vremensku prognozu za pomorce koja se automatski prilagođava lokaciji korisnika. Vrlo važan dio aplikacije je mogućnost slanja poziva u pomoć - Nacionalnoj središnjici za usklađivanje traganja i spašavanja na moru šalje se SMS s točnom lokacijom osobe u nevolji. Također, moguće je prijaviti uočene prekršaje na moru. Nautički informacijski servis korisnicima nudi 12 jezika. Na aplikaciji Ministarstva pomorstva,

²³ Časopis Croatia Yachting Review 2016/2017

prometa i infrastrukture radilo se 12 mjeseci i ukupno je koštala 1,5 milijun kuna. Besplatno se može preuzeti za iOS i Android pametne telefone pod nazivom Nautical Info Serviadio.. U probnome radu bit će do travnja 2017. godine.²⁴

3.5.6. Marinebook platforma

Nedavno je u funkciju puštena besplatna mobilna i web aplikacija Marinebook, koja u realnom vremenu omogućava pregled i rezervaciju svih raspoloživih vezova u hrvatskim marinama i donosi sve važne informacije za nautičare. Ova inovativna aplikacija proglašena je jednom od 10 najboljih rješenja na natječaju Zagrebačke banke Moj Zaba Start za projekte iz područja razvoja informatičkih rješenja u 2016. godini.

Kroz samo nekoliko klikova nautičari sada mogu putem aplikacije pronaći i rezervirati mjesto i termin u najbližoj marini, te brzim bookingom osigurati slobodan vez. Aplikacija daje siguran izvor svih informacija o marinama, raspoloživim tranzitnim i godišnjim vezovima, gastronomskoj ponudi i događanjima u blizini njihove mikrolokacije te rezervaciju tranzitnih i godišnjih vezova u realnom vremenu, dok lukama nautičkog turizma omogućava novi prodajni i promotivni kanal. Aplikacija je raspoloživa za uređaje na Android i IOS operativnim sustavima i na PC-ima, te je besplatna za sve krajnje korisnike.²⁵ Svrha MarineBook Platforme je ponuditi komunikacijski alat za brzi on-line pregled i rezervaciju vezova u marinama i pregled događaja po lokaciji marine, prema dostupnim informacijama. Unošenjem podataka u MarineBook Platformu korisnik marini može postaviti upit o raspoloživosti veza u marini. Odgovorom na upit korisnika, marina može potvrditi raspoloživost veza i izvršiti rezervaciju veza za korisnika. Preko Marinebook platforme dostupna je on-line naplata kreditnim karticama.²⁶

4. Zajednička interpretacija dobivenih rezultata iz teorijskog i empirijskog istraživanja provedenog u radu

Empirijskim istraživanjem analizirane su tri studije slučaja čiji je cilj bio istražiti promociju marina na području Splitsko-dalmatinske županije. Podaci dobiveni analizom ovih studija pokazali su da sve marine provode promociju i off-line i on-line putem. Ovaj podatak ukazuje na to da Internet još uvijek nije dovoljan sam po sebi za adekvatnu promociju i privlačenje potencijalnih kupaca te da se još uvijek koriste pisane brošure i tradicionalni

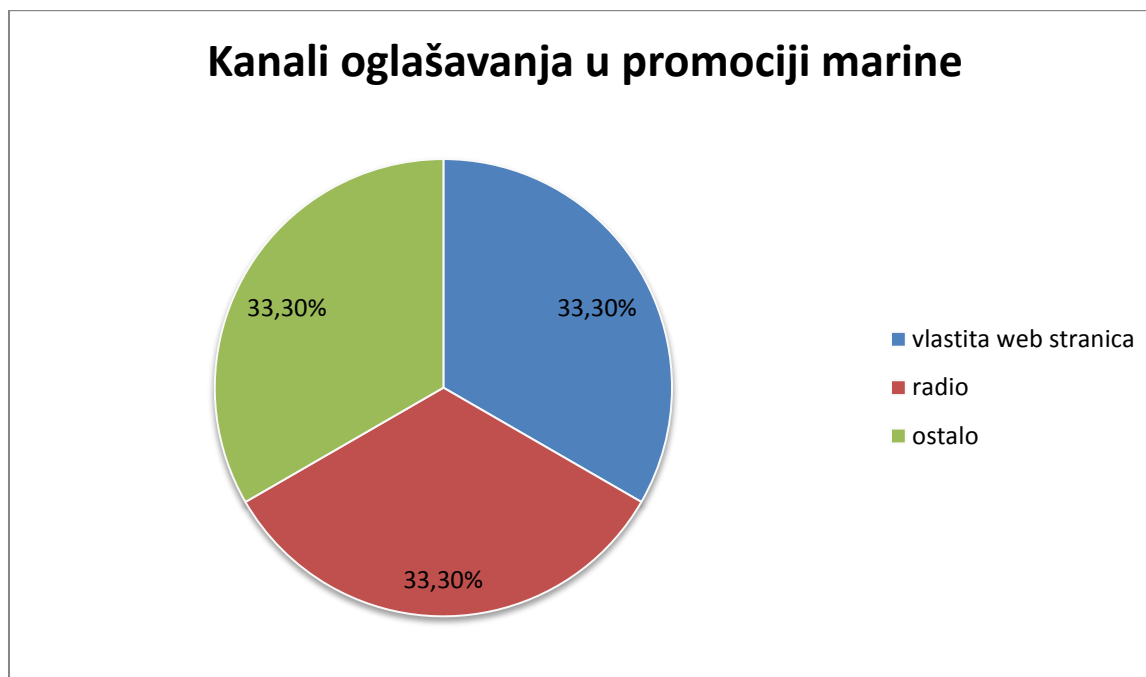
²⁴ [hrt.hr/radio-rijeka/clanak/mobilna-aplikacija-za-sigurniju-plovidbu-jadranom/123975/ce Croatia](http://hrt.hr/radio-rijeka/clanak/mobilna-aplikacija-za-sigurniju-plovidbu-jadranom/123975/ce-Croatia)

²⁵ <http://www.hgk.hr/sektor-centar/sektor-turizam/dostupan-novi-prodajni-i-promotivni-kanal-za-marine>

²⁶ <http://www.marinebook.hr/hr>

mediji oglašavanja. Što se tiče kanala oglašavanja, jedna marina naglasila je da koristi vlastitu web stranicu kao glavni izvor oglašavanja, druga marina radio, dok jedna marina navodi ostale kanale oglašavanja (pritom ne navodeći precizno koje kanale) putem kojih vrši promocije svoje marine. Istraživanje je pokazalo da dvjema marinama ciljani segmenti najčešće dolaze putem web stranice marine, dok je druga marina navela e-mail kao primaran kanal putem kojega kupcima omogućuju dolazak. Ono što je zanimljivo, ali ne i pohvalno je to da nijedna od istraženih marina ne koristi aplikaciju Trip Advisora. Smatram da bi im korištenje ove aplikacije uvelike pomoglo u odnosu i komunikaciji s potencijalnim kupcima, ali isto tako pomoglo bi jer bi na ovaj način mogli vidjeti i razumjeti potrebe svojih kupaca kroz recenzije koje mogu biti odražene pohvalom ili kritikom. I jedno i drugo bi svakako uvelike pomoglo za unaprjeđenje poslovanja svake od marina. Primjerice Monte Carlo luka koristi Trip Advisor i temeljem ove aplikacije svi zainteresirani mogu vidjeti recenzije prethodnih gostiju što im pomaže pri odluci o dolasku u tu marinu. Isto tako, na ovoj aplikaciji posjetitelji ocjenjuju marinu na pet razina koje se sastoje od :odličan dojam, vrlo dobar, prosječan, jadan, užasan. Temeljem ovih ocjena odmah je vidljivo na kakvom je glasu marina i koliko su usluge koje nudi kvalitetne. Dodatna pogodnost ove aplikacije je što nudi i dodatne atrakcije i aktivnosti u Monte Carlu . Smatram da je ovo izvrsno zato što se na taj način promovira ne samo marina sa svojim proizvodima i uslugama, već i cijela destinacija sa svojim znamenitostima koje gosti imaju priliku posjetiti. Na pitanje kako provjeravaju recenzije svojih gostiju odgovori su društvene mreže i web stranica marine. Sve marine imaju vlastitu web stranicu dok jedna od njih radi na novoj dodatnoj web stranici. Održavanje web stranica marina vrši se samostalno i plaćenim održavanjem. Marine vrše mjerenje učinkovitosti web stranice putem broja klikova, analitičkim alatima za praćenje posjeta gostiju i brojem zahtjeva. Jedna marina ulaže više u promociju web stranice marine u odnosu na prošle godine s obzirom na jačanje tehnologije, dok ostale marine ulažu jednako bez obzira na jačanje tehnologije. Smatram da bi svaki turistički, ugostiteljski objekt trebao puno više pažnje posvetiti promociji pa tako i u ovom slučaju primjer marine kao luke za prihvata plovila, ali i ugostiteljskog objekta koji u sebi sadrži restorane, barove ili neke druge tipove ugostiteljskih objekata. Cilj je, osim privlačenja potencijalnih gostiju u marinu, i njihovo zadržavanje, odnosno zadobivanje povjerenja na način da nam se ti gosti vraćaju iz godine u godinu. Smatram da je ovaj cilj gotovo neizvediv bez adekvatne promocije i praćenja razvoja tehnologija. Zahtjevi gostiju su svakim danom sve veći i teži za ponuđače svih usluga pa tako i nautičkih, stoga je potrebno uložiti puno više napora i sredstava u promotivne alate. Posljednje pitanje provedenog istraživanja vezuje se uz dodatnu aplikaciju marina, a zaključak

je da nijedna marina nema dodatnu Internet aplikaciju kojom bi pospješila poslovanje i promociju svoje marine. Ovo je jedan od velikih nedostataka u odnosu na marine u drugim zemljama.



Slika 13

Graf prikazuje postotak korištenja kanala oglašavanja u promociji marine.

Iz grafa možemo iščitati da 33,3% marina koristi vlastitu web stranicu, 33,3% radio, te 33,3% ostale kanale oglašavanja pri promociji svoje marine.

Izvor: Istraživanje autora

4.1. Promotivna i marketinška strategija projekta Adriatic Marine

Turističke promotivne aktivnosti postale su u posljednjem razdoblju sofisticirano tržišno komuniciranje. Razvoj svjetskog turizma očituje se u sve boljoj organizaciji i stručnosti kojom se provodi turistička promocija mnogih zemalja kao turističkih destinacija. Konkurencija je na turističkom tržištu sve veća, a organizacije se bore za turiste na domaćem i međunarodnom tržištu. Ubrzani tehnološki razvoj značajno pridonosi razvoju turističke promocije, koja je potresla masovno tržište kreirajući zapanjujuću raznolikost i široki izbor ponuda na tržištu. Razvojem Interneta i posebno globalnog korištenja web stranica (WWW)

otvorila se mogućnost novog tržišnog komuniciranja za sve turističke destinacije. Tržišno natjecanje počinje promocijom, a osnovni je cilj stvaranje imidža. U mnogim zemljama, promociji se još uvijek posvećuje premala pažnja, te se ona svodi na slične, uniformirane i nemaštovito dizajnirane prospekte, kao i nezapažene nastupe na tržištu s oskudnim promotivnim materijalima. Nužno je poduzeti značajne aktivnosti u pogledu unaprjeđenja ponude nautičkog turizma, te promotivnih aktivnosti istog, s ciljem repozicioniranja trenutne turističke ponude, te ostvarenja konkurentskih prednosti na europskom i turističkom tržištu. Prethodno navedene teoretske postavke problema potrebno je primijeniti na projektu Adriatic Marine, te izraditi jedinstvenu promocijsku i marketinšku strategiju.²⁷

²⁷ Promocija kao faktor ojačanja konkurentске pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu (Doc.dr.sc. Romina Alkier, Vedran Milojica, mag.oec., Mr.sc. Danijel Drpić)

5. Zaključak

Cilj ovog završnog rada je ukazati na rastuću uporabu suvremenih tehnologija u funkciji promocije marina na području Splitsko-dalmatinske županije. Nautički turizam je proizvod iznimne globalne atraktivnosti koji u svijetu bilježi kontinuirano visoke, čak dvoznamenkaste stope rasta. Pod nautičkim turizmom podrazumijeva se ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode. Marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma, koja u posebno uređenom i opremljenom vodenom i kopnenom prostoru i objektima, osim usluge veza i smještaja plovila, nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadržaje i usluge. Sposobnost turista da dožive kulturu zemlje nije više limitirana na fizički posjet. Bez direktnog dolaska u destinaciju kupcima je omogućen pristup virtualnom iskustvu. Informacijske tehnologije mijenjaju način poslovanja svih suvremenih poduzeća svakim danom sve više i više. Nekima suvremeni razvoj tehnologija predstavlja ograničenje i nepotreban trošak, ali činjenica je da bez daljnjeg ulaganja u razvoj tehnologija i praćenja njihova razvoja, adekvatan i uspješan način poslovanja neće biti moguć. Sposobnost uspješnog upravljanja informacijskom tehnologijom polako prerasta u jednu od glavnih strateških prednosti brojnih tvrtki. S obzirom da će utjecaj tehnologija i dalje rasti, marine i luke nautičkog turizma trebaju se prilagoditi novim tehnološkim izazovima kako bi olakšali i unaprijedili vlastito poslovanje. U radu su prikazane neke od aplikacija temeljene na suvremenim tehnologijama koje uvelike olakšavaju i unapređuju poslovanje marina i nautičara. Primjerice, razni rezervacijski sustavi putem kojih se može unaprijed rezervirati vez putem Interneta, bez dolaska u marinu veseli mnoge nautičare, ali i djelatnike marine. Prikazane su i aplikacije koje pomažu nautičarima prilikom plovidbe, upozoravajući na moguće opasnosti, dajući detaljne i brze informacije o tome što uraditi u slučaju nesreće, točnije kako doći do žurne pomoći. Ovim radom izvršena je usporedba marina Splitsko-dalmatinske županije sa nekim svjetskim marinama, te objašnjene razlike i nedostaci u odnosu na promociju marine Monte Carlo putem Trip Advisora. Empirijskim istraživanjem dokazano je da marine još uvijek jako malo ulažu u promociju svojih web stranica i razvoj tehnologije, što dovodi do zaključka da bi se to trebalo promijeniti ukoliko se želi postići pomak u razvoju i unapređenju poslovanja marina. S obzirom da su zahtjevi gostiju svakim danom sve veći i teži za ponuđače svih usluga pa tako i nautičkih, stoga je potrebno uložiti puno više napora i sredstava u promotivna sredstva kojima će, ne samo privući, već i zadržati što veći broj gostiju.

Sažetak:

Problematika istraživanja ovog rada usmjerena je na područje promocije marina i korištenja novih tehnologija kao promotivnog sredstva istih na području Splitsko-dalmatinske županije. Zbog sve većeg razvoja modernih Internet tehnologija, događaju se promjene na području promocije svih proizvoda i usluga pa tako i na primjeru marina. Rad je podijeljen u četiri poglavlja. U prvom poglavlju objašnjen je značaj suvremenih informacijskih tehnologija i njihov utjecaj na promociju marina te su neke od njih navedene i detaljno objašnjene. Drugo poglavlje sadrži pregled svih marina Splitsko-dalmatinske županije. U ovome poglavlju opisuju se marine Splitsko-dalmatinske županije i njihov značaj, te se spominje i analizira jedna svjetska marina, marina Antibes. Treće poglavlje bazira se na empirijskom istraživanju koje se sastoji od tri studije slučaja koje su interpretirane temeljem relevantnih podataka o načinu promocije marina i održavanju web stranice. Ovo istraživanje pokazalo je kako se jako malo ulaže u promociju marina Splitsko-dalmatinske županije, što nimalo ne ide u prilog marinama. Četvrto poglavlje predstavlja zaključak koji ukratko obuhvaća temeljne informacije o temi koja se obrađuje u ovom radu te osobni osvrt autora.

Ključne riječi: nautički turizam, promocija, marina, suvremene tehnologije, aplikacije

Summary:

The issue of this study is focused on the area of promotion of marinas and new technologies as promotional means in Split-Dalmatia County. Due to the increasing development of modern Internet technologies, changes occur in the promotion of products and services including example of marinas. The study is divided into four chapters. The first chapter explains the importance of modern information technologies and their impact on the promotion of the marina and some of them are listed and explained in detail. The second chapter provides an overview of all marinas from Splitsko-dalmatinska county. This chapter describes marinas of Splitsko-dalmatinska county and their significance, and is mentioned and analyzed marina of Antibes. The third chapter is based on empirical research which includes three case studies that are interpreted on the basis of relevant information on ways of promoting marina and maintaining websites. This research showed that there is small investment in promotion of marinas in Splitsko-dalmatinska county, and this is not good for the image of marinas. The fourth chapter presents conclusion which briefly covers the basic information about topic that is discussed in this study and personal view of the author.

Key words: nautical tourism,promotion,marina,modern tecnologies,applications

Popis slika

Slika 1 Prikaz strukture kapaciteta u Hrvatskoj po županijama u 2014.godini

Slika 2 Prikaz platforme symbIoTe

Slika 3 Slika predstavlja shemu modela bookinga Diventa Marina Management Softwarea

Slika 4 Prikaz svih marina Splitsko-dalmatinske županije

Slika 5 Prikaz turističkih proizvoda prema potrošačkim segmentima

Slika 6 Prikaz kapaciteta nautičkog turizma u 2015.godini

Slika 7 Prikaz ACI marine Split

Slika 8 ACI sustav bookinga

Slika 9 Prikaz marine u Antibesu

Slika 10 Prikaz web stranice SeeAntibes

Slika 11 Prikaz stranice mySea

Slika 12 Prikaz booking manager aplikacije

Slika 13 Graf prikazuje postotak korištenja kanala oglašavanja u promociji marine

Popis literature

1.Časopis: Yachts Croatia broj 44 srpanj 2016,str. 211-212.

2.Časopis : Croatia Yachting Review 2016/2017,str.94-96.

3. Hrvatski hidrografski institut: Akcijski plan razvitka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije (Izv.prof.dr.sc. Srećko Favro)

4.Izvor s Interneta: Adriatic Croatia International Club

http://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-split/

5.Izvor s Interneta: Burza nautike,Nautički informacijski servis

http://www.burzanautike.com/hr/nauticki_informacijski_servis/4151/5

6.Izvor s Interneta: Diplomski rad ,Održivi razvoj nautičkog turizma Hrvatske, Matija Maurović

7. Izvor s Interneta:Hrvatska gospodarska komora, Dostupan novi prodajni i promotivni kanal za marine 25.07.2016

<http://www.hgk.hr/sektor-centar/sektor-turizam/dostupan-novi-prodajni-i-promotivni-kanal-za-marine>

8. Izvor s Interneta: Izvorni znanstveni rad, Upravljanje informacijskom tehnologijom u suvremenim tvrtkama te hrvatska poslovna praksa korištenja informacijskih tehnologija (Josip Müller)

9. Izvor s Interneta: iTi Computers, Diventa Marina Management Softver /MMS
<http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi%2Fnauticki-turizam%2Fmarina>

10. Izvor s Interneta: Jadransko more
<http://jezera-cruising.com/hr/jadransko-more/obala/marine>

11. Izvor s Interneta: Logistika.com.hr, FER-u i Vipnetu odobrena sredstva za istraživanje i inovacije
<http://www.logistika.com.hr/home/tehnologija-i-it/2414-fer-u-i-vipnetu-odobrena-sredstva-za-istrazivanje-i-inovacije>

12. Izvor s Interneta: Marinebook, Dock yourself Online berth booking
<http://www.marinebook.hr/hr>

13. Izvor s Interneta: Nacional br.554 dnevno online izdanje, Nautički turizam na Internetu
<http://arhiva.nacional.hr/clanak/26048/prvi-online-sustav-rezervacije-veza>

14. Izvor s Interneta: Naše more, znanstveno- stručni časopis za more i pomorstvo , Vol.59 No.3-4
http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=132916

15. Izvor s Interneta: Novilist.hr, Predstavljen AdriaMARINE, izvrsni elektronički nautički vodič
<http://www.novilist.hr/Zivot-i-stil/Nautika/Predstavljen-AdriaMARINE-izvrsni-elektronicki-nauticki-vodic>

16. Izvor s Interneta: Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

17. Izvor s Interneta : Promocija kao faktor ojačanja konkurentske pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu (Doc.dr.sc. Romina Alkier, Vedran Milojica, mag.oec., Mr.sc. Danijel Drpić)

18. Izvor s Interneta: Radio Rijeka, mobilna aplikacija za sigurniju plovidbu Jadranom
hrt.hr/radio-rijeka/clanak/mobilna-aplikacija-za-sigurniju-plovidbu-jadranom/123975/ce
Croatia

19. Izvor s Interneta: SeeAntibes, Marina Mooring in Antibes, Discover the top Antibes
moorings

<https://www.seeantibes.com/marinas/guide#discover>

20. Knjiga: Šamanović, Nautički turizam i management marina

21. Materijali sa predavanja: Danilo Trebješanin, doc.dr.sc. Daniela Garbin Praničević.

22. Priručnik: Operativni priručnik za primjenu modela destinacijske menadžment
organizacije (DMO)