ANALIZA ELEMENATA PRIVLAČNOSTI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA PRIMJERU ACI MARINE SPLIT

Cecić, Vanesa

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:124:379627

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ANALIZA ELEMENATA PRIVLAČNOSTI LUKA NAUTIČKOG TURIZMA NA PRIMJERU ACI MARINE SPLIT

Mentorica:

doc.dr.sc. Blanka Šimundić

Studentica:

univ.bacc.oec. Vanesa Cecić

Split, travanj, 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD……...……...4

1.1. Problem istraživanja……...4

1.2. Predmet istraživanja…….10

1.3. Istraživačke hipoteze……10

1.4. Ciljevi istraživanja……...11

1.5. Istraživačke metode……..11

1.6. Doprinos istraživanja...……12

1.7. Struktura diplomskog rada……...12

2. NAUTIČKI TURIZAM I RAZVOJNI TRENDOVI……14

2.1. Pojmovno određivanje nautičkog turizma…….…14

2.2. Vrste i oblici nautičkog turizma……...……..17

2.3. Razvoj nautičkog turizma kroz povijest……21

2.3.1. Razvoj nautičkog turizma u Europi……21

2.3.2. Razvoj nautičkog turizma u RH…….22

2.4. Razvoj nautičkog turizma sa aspekta ekoloških utjecaja……...…23

2.4.1. Ekološki aspekti nautičkog turizma i razvoja luka nautičkog turizma……23

2.4.2. Održivi razvoj nautičkog turizma…….....……23

2.5. Nautički turizam u Europi i Hrvatskoj u 21. stoljeću – elementi ponude i prihodi marina…….……..24

3. ELEMENTI PONUDE NAUTIČKOG TURIZMA…….……29

3.1. Činitelji ponude luka nautičkog turizma……...31

3.1.1. Opći činitelji ponude luka nautičkog turizma……...31

3.1.2. Varijabilni činitelji ponude luka nautičkog turizma…….33

3.1.3. Prikaz stanja ponude luka nautičkog turizma u RH……..34

4. ANALIZA ELEMENATA PRIVLAČNOSTI PONUDE MARINA NA PRIMJERU ACI MARINE SPLIT……...40

4.1. Postavljanje istraživačkih hipoteza…….....40

4.2. Interpretacija i analiza rezultata istraživanja……..…...41

4.3. Testiranje hipoteza istraživanja…….....50

5. ZAKLJUČAK……..……...55

LITERATURA…….....57

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA…….....60

PRILOZI……...62

SAŽETAK / SUMMARY…….....70

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Pojam turizam, iako sveprisutan u našem svakodnevnom govoru, vrlo je teško definirati. Postoje mnoge definicije turizma. Jednu od najstarijih definicija turizma dali su 1942. Hunziker i Krapf. Njihova definicija postala je općeprihvaćena definicija te se koristi i danas: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost“[1]. Prema Kasparu: „Turizam je vrlo složena društvena i ekonomska pojava. Razvojna struktura pojma zahtijeva kompliciranu organizaciju koja čini turistički sustav.“[2] S definiranjem turizma definira se i pojam turista. Turist je svaka osoba koju u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanja jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova.[3] Razvoj turizma u RH započinje u 19. stoljeću kada je Hrvatska bila u sastavu Austro-ugarske Monarhije, kada se počinju graditi prvi hoteli. Značajniji razvoj turizma započinje 50-tih godina 20. stoljeća, a 60-tih godina Hrvatska postaje jedna od značajnijih konkurentskih destinacija u zemljama Sredozemlja.[4]

Turizam je složeni društveno-ekonomski sustav odnosno kompleksna društveno-ekonomska pojava s vrlo jakim utjecajem na gotovo sve aktivnosti sredine gdje se razvija. Ima veliku snagu disperzije, direktnim ili indirektnim putem, a svaki element turizma moguće je definirati u vremenu i prostoru. Naglašena je povratna sprega između njegovih elemenata (komponenti) što se posebno reflektira u njegovim međusektorskim i međuregionalnim odnosima. U turizmu kao sustavu moguće je proučavati i definirati određena stanja (ravnoteže, stabilnosti, optimalnosti) i time utjecati na razinu i kvalitetu razvoja. Turizam je zaseban, zaokružen sustav, ali istodobno i podsustav ili dio većeg sustava –nacionalnog gospodarstva.[5]

---

[1] Grgić, I. (2013.): Turizam kao djelatnost, Križevci, online, dostupno na: http://www.vguk.hr/articlefiles/425_940_workshop-1-october.pdf [29.05.2018]
[2] Blažević, B. (2007.): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.
[3] Grgić, I. (2013.): Turizam kao djelatnost, Križevci, online, dostupno na: http://www.vguk.hr/articlefiles/425_940_workshop-1-october.pdf [29.05.2018]
[4] Vukonić, B. (2005.): Povijest hrvatskog turizma, Prometej i HAZU, Zagreb.
[5] Grgić, I. (2013.): Turizam kao djelatnost, Križevci, online, dostupno na: http://www.vguk.hr/articlefiles/425_940_workshop-1-october.pdf [29.05.2018]

Pokušaji objašnjenja turizma s aspekta teorije sustava su mnogobrojni. Teoretičari na različite načine prikazuju osnovne elemente/podsustave turističkog sustava kao njegove "gradivne" cjeline. Leiper smatra da se turistički sustav sastoji od tri geografske cjeline:

- emitivne,
- tranzitne i
- receptivne regije.[6]

Svaka od tih regija sastoji se od niza elemenata (podsustava) i to od: turista, geografskih datosti te turističkog sektora (industrije) koji obuhvaća sve vrste subjekata koji sudjeluju u kreiranju turističke usluge. Bez obzira na različite pristupe autora koji su se bavili ovom problematikom, uobičajena je podjela turističkog sustava na tri osnovna podsustava:

- podsustav turističke ponude,
- podsustav turističke potražnje i
- podsustav institucija.[7]

Turistička ponuda dio je turističkoga tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge, kojima oni zadovoljavaju svoje turističke potrebe; uključuje sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje, koji na izravan i neizravan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultante privremenog boravka domaćih i inozemnih turista. Obilježja turističke ponude su: heterogenost (kompleksnost), statičnost (vezanost uz određeni prostor), sezonski karakter, neelastičnost i diverzificiranost. Obuhvaća tri osnovne skupine elemenata: privlačne ili atraktivne (biotropna i antropogena dobra o kojima ovisi turistička kvaliteta prostora, stupanj njegove privlačnosti i mogućnost turističke valorizacije), prometne ili komunikacijske (prijevozna sredstva i prometna infrastruktura koja služi povezivanju turističke destinacije s potencijalnim tržištima) i prihvatne ili receptivne elemente (mjerilo turističke razvijenosti – hotelijerstvo, restauraterstvo i svi drugi objekti i službe koji posredno služe turistima). Turistička ponuda može biti: osnovna (smještajni objekti, objekti za prehranu i točenje pića, objekti za zabavu i rekreaciju), komplementarna (dio ponude kojom se nadopunjuje osnovna turistička ponuda –

[6] Petrić, L., (2011.): Upravljanje turističkom destinacijom, Načela i praksa, Udžbenici sveučilišta, Ekonomski fakultet, Split: prema: Leiper, N.,: Tourism Systems, Massey Universirty Department of Management, Systems Occasional Paper 2, Auckland.
[7] Petrić, L., (2011.): Upravljanje turističkom destinacijom, Načela i praksa, Udžbenici sveučilišta, Ekonomski fakultet, Split.

jeftiniji oblici smještajnih kapaciteta – kampovi, odmarališta, privatna kućanstva) i kompleksna (sveukupna turistička ponuda nekog odredišta).[8]

Nautički turizam je selektivni oblik turizma tj. to je fenomen koji je u protekla tri desetljeća zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa poznatih u europskom i hrvatskom gospodarstvu, smatra se jednim od najunosnijih oblika turizma. Prvi zapisi o nautičkom turizmu spominju regate na području nizozemskih kanala u 16. stoljeću. U 17. I 18. stoljeću dolazi do procvata nautičkog turizma u Velikoj Britaniji. U drugoj polovici 19. stoljeća nautički turizam postaje masovnom pojavom, najviše u SAD i Kanadi.[9] Ekonomski prognostičari razvoja turizma slažu se da se nautički turizam nalazi u početnom razvojnom razdoblju i da se visoki rezultati tek očekivanju. Osnovna je podjela nautičkog turizma na: 1. luke nautičkog turizma, 2. charter, 3. cruising.[10]

Nautički turizam je složeni sustav u kojem se primjenjuju sve zakonitosti opće teorije sustava i načela upravljanja integriranim složenim sustavima. Nautički turizam vezan je uz dva gospodarska područja – pomorsko i turističko gospodarstveno. Nautički turizam kao sustav promatra se kroz njegove temeljne svrhe i funkcije, zatim ciljeve, aktivnost, organizacijsku i eksploatacijsku osnovu, složenost i dinamičnost, upravljivost, ovisnost o okolini i njenim mogućim promjenama i u odnosu na njegove moguće prostorne, okolišne, društvene, gospodarske i ostale učinke bitne za cjelokupni turistički i gospodarski sustav. Pretpostavka učinkovitog upravljanja sustavom je definiranje svih sastavnica i njihove povezanosti i interaktivnosti unutar modela koji će se moći simulirati i tako osigurati povećanu efikasnost i upravljivost procesa međusobnim povezivanjem. U središtu modela sustava treba biti nautičar.[11] Pojam nautičar predstavlja osobu koja se aktivno bavi nautičkim turizmom ili općenito rekreacijom na moru. Nautičar kao subjekt nautičkog turizma, osoba je s dvojnom karakteristikom, pomorca i potrošača. Nautičari se kategoriziraju tj. dijele prema nekoliko kriterija; prema sposobnostima za plovidbu i prema odgovornosti za putnike i plovilu, pri čemu se razlikuju dvije aktivne grupe nautičara prema odgovornosti – profesionalci i amateri. [12]

[8] Turizam, enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, online, dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 [30.05.2018]
[9] Mrnjavac, E.(1998.): Pomorski sustav, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka
[10] Luković, T. (2007.): Nautički turizam – definicije i dileme, Naše more: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.54 No.1-2 Lipanj
[11] Favro, S., Kovačić, M. (2010.): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Ogranak Matice Hrvatske, Split
[12] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Eurposkog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split

Nautičari kao turistički potrošači u okviru "turističkog proizvoda" "konzumiraju" različitu infrastrukturu tj. prirodne geografsko-reljefne resurse područja: otoci, more, uvale i sl. te usluge infrastrukturnih djelatnosti koje su nastale kao posljedica razvoja nautičkog turizma. Znači, za potpuni "doživljaj" nautičkog turizma nautičar tj. potrošač koristi proizvod koji je u konačnici "dio" sustava, odnosno dio nautičkog sustava. S obzirom da je i nautičko plovilo dio nautičkog proizvoda u svrhu osiguranja usluge koju nautičar "ima" zahvaljujući plovilu odnosno radi pružanja različitih usluga plovilima i nautičkim turistima, također radi i zaštite plovila razvijen je specijalizirani tip luke čiji su sadržaj i oprema u funkciji zadovoljenja potreba korisnika.

Osnovni objekt nautičkog turizma je marina. Marina je skup objekata, uređaja i opreme na obali mora koji služe potrebama nautičara i njihovih plovila. U marini se obavljaju lučke djelatnosti: prihvat, čuvanje i otprema plovila. Horizontalna struktura marine sastoji se od: djelatnosti pružanja usluga plovilima, trgovinske djelatnosti, ugostiteljske djelatnosti i djelatnosti usluga športsko-rekreacijske naravi. Nesmetano odvijanje navedenih djelatnosti nalaže raspolaganje elementima tehničke, tehnološke, ekonomske i pravne naravi. Usluge plovilima uglavnom su: snabdijevanje za plovidbu i višednevni boravak na moru i obavljanje manjih popravaka. Posadama se u marinama pružaju ugostiteljski i športski sadržaji, a stoje im na raspolaganju trgovine s hranom, odjećom i sl.[13]

Nautički turizam u Hrvatskoj se pojavio gotovo jedno stoljeće kasnije (19.st.) nego u svijetu (17. i 18.st.). Razvedenost hrvatske obale je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog turizma. Uz razvedenost obale i atraktivnost otočnoga prostora Hrvatska se ističe obilježjima reljefa. Hrvatska obala je visoka, strma i stjenovita što prostoru daje posebnu čar. [14] Upravo sve navedeno pretpostavlja konkretni nautički turistički proizvod. Ovi elementi predstavljaju komparativnu prednost, a za konkurentnu prednost potrebno je da su dostupni ostali elementi nautičkog sustava tj. usluge, kao što su primjerice usluge dostupne u marinama.

Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2020. navodi sljedeće činjenice: [15]
„Prednosti Hrvatske izražene u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti nisu dovoljan atribut budućeg razvoja nautičkog turizma. Kvaliteta usluga hrvatskih marina znatno je ispod one u konkurentnim zemljama. Hrvatskim marinama je potrebno

[13] Mrnjavac, E.(1998.): Pomorski sustav, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka
[14] Kolega, J. (2004.): Nautički turizam – jedan od najperspektivnijih oblika hrvatskog turizma
[15] Gračan, D. (2006.): Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, Tourism and hospitality management, Vol.12 No.1 Lipanj

restrukturiranje i repozicioniranje, što zahtjeva konstantna ulaganja, a što Hrvatska teško može pratiti. Strateškim promišljanjem potrebno je definirati mogućnosti i pravce razvoja nautičkog turizma, te odgovoriti na pitanja ukupnog održivog kapaciteta vezova na hrvatskoj obali Jadrana, njegove strukture i distribucije, u okviru strateškog određenja turističkog razvoja Hrvatske, te dati cjelokupnu sliku dosadašnjeg i budućeg razvitka".

Hrvatska posjeduje komparativnu prednost sazdanu u prirodnim resursima, što je pozicionira visoko na ljestvici zemalja nautičkog turizma. Međutim, postoji čitav niz ograničavajućih čimbenika koje je potrebno ukloniti kako bi se nautički turizam razvijao na čvrstim osnovama u skladu s održivim razvojem. Hrvatska je, prema nautičarima, ocijenjena boljom od konkurentskih zemalja (Španjolske, Francuske, Italije, Grčke i Turske) kada je riječ o svim aspektima ljepote i očuvanosti prirode te klimi, čistoći mora i obalnih mjesta, kao i u socijalnim elementima – sigurnosti, gostoljubivosti i imidžu zemlje. Boljim od konkurencije ocijenjen je i prostorni raspored marina. Nautička i ugostiteljska ponuda ocijenjene su lošijima u usporedbi sa Španjolskom, Francuskom i Italijom. Vrijednost za novac ukupne nautičke ponude ocijenjena je boljom u Hrvatskoj jedino u usporedbi s Italijom.[16] Najveći konkurenti Hrvatskoj u nautičkom turizmu su ostale zemlje u Sredozemlju – Italija, Grčka, Španjolska, Francuska i Turska. Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje fitness-centara, saune, škole ronjenja, jedrenja, jahanja i zabavnih sadržaja. Potencijalni gosti to traže, a hrvatske marine imaju eventualno jedno od navedenog. Neke hrvatske marine su još na stepenici zadovoljavanja osnovne infrastrukture poput zadovoljavajućih sanitarija ili restorana.[17]

Razlikuju se sljedeće determinante/faktori razvoja nautičkog turizma[18]:

- Općeniti (fiksni): klimatski uvjeti (sunčani dani, frekvencija i intenzitet temperature vode, zraka i vode), ljepota i čistoća mora, ljepote krajolika koji uključuje razvedenu i raznoliku obalu i otoke s naseljima
- Posebni (varijabilni): prometna dostupnost polazne luke u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, prostorna raspodjela i objekti u marinama, sposobnost povezivanja brodova u marini i izvan nje, ljubaznost i obrazovanje osoblja, ponuda drugih objekata potrebnih za održavanje i opremu broda

[16] Stavovi i potršnja nautičara u Hrvatskoj (2012.): Institut za turizam, Tomas nautika Jahting, Zagreb
[17] Kolega, J., (2004.): Nautički turizam – jedan od najperspektivnijih oblika hrvatskog turizma, online, dostupno na:http://www.geografija.hr/teme/nauticki-turizam-jedan-od-najperspektivnijih-oblika-hrvatskog-turizma/ [04.05.2018]
[18] Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016.): Nautical tourism in Croatia: Current Situation; Tourism & Hospitality Industry, Congress Proceedings, pp. 66 - 79

za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, trošak usluga, zakonodavstvo vezano uz plovidbu i brodove, porezi.

Opće determinante rezultat su općih zakonitosti razvoja nautičkog turizma i ovisnosti tog razvoja od gospodarskog razvoja općenito, dok su posebne determinante rezultat djelovanja činitelja koji uvjetuju razvoj točno određene sredine. Determinante razvoja nautičkog turizma, planiranjem razvoja, posredno ovise o razini gospodarskog razvoja ne samo domicilne zemlje, već i zemlje ponude koja svoj planirani razvoj sučeljava, a često i pretpostavlja, planu razvoja druge zemlje. [19]

Zbog svog geoprometnog položaja i s jednom od najrazvedenijih obala na svijetu, 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 (ponajviše produljenje sezone), ali i kontinuirano popunjavanje dijela pratećeg lanca vrijednosti.[20]

Tomas Nautika Jahting institut proveo je istraživanje o nautičkom turizmu u Hrvatskoj te su prikupljeni podaci o nautičkom turizmu: sociodemografski profil nautičara, obilježja njihovih putovanja/plovidbe, troškovi za vrijeme putovanja/plovidbe te stavovi o nautičkoj i ukupnoj turističkoj ponudi Hrvatske, ali to ne daje sliku što je turiste "privuklo". Marine u Hrvatskoj privlače nautičare na temelju reljefa, otoka, dostupnosti marina, ugostiteljskom ponudom, ali bi trebale privući svoje nautičare s novim i bogatim zabavnim sadržajem, različitim školama jedrenja i ronjenja, fitnes centrima, saunama, restoranima s 5 zvjezdica i sl. ako žele ostati konkurentne ili poboljšati svoju poziciju na tržištu.

Sve navedeno predstavlja problem istraživanja.

[19] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Eurposkog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split

[20] Strategija razvoja turizma RH do 2020.godine (2013.): Narodne novine, Broj 55, online, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html [04.05.2018]

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja u radu proizlazi iz samog problema istraživanja. Predmet istraživanja definira se kroz determinante ponude koje utječu na privlačnost marina za nautičke turiste i na poslovanje marina.

Stoga će se u ovom istraživanju analizirati elementi ponude nautičkog turizma u RH s aspekta kvalitete i konkurentnosti marina. Za analizu elemenata privlačnosti marina uzet će se kao primjer ACI Marina Split. Istražit će se pozitivni i negativni elementi ponude luka nautičkog turizma kroz analizu stavova i mišljenja korisnika ACI Marine Split tj. nautičkih turista.

1.3. Istraživačke hipoteze

Nakon navođenja problema i predmeta istraživanja definirane su i postavljene hipoteze koje će se istraživanjem/anketnim upitnikom potvrditi ili osporiti. Postavljaju se tri glavne hipoteze te su određene pomoćne hipoteze radi lakšeg testiranja glavnih hipoteza.

H1: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu opći privlačni faktori i to:

H1.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe klima i reljef (razvedenost) obale

H1.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe ljepota i čistoća mora

H1.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu hrana i ugostiteljska ponuda

H2: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu varijabilni faktori i to:

H2.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe dostupnost marina i vezova duž Jadranske obale

H2.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu socijalni elementi, sigurnost i gostoljubivost

H2.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu dodatni zabavni sadržaji

H3: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu varijabilni faktori i to:

H3.1.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu opći troškovi nautičara

H3.2.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu infrastrukturna ograničenja

1.4. Ciljevi istraživanja

Ciljevi ovog istraživanja proizlaze iz navedenog problema i predmeta istraživanja, te su obuhvaćeni postavljenim hipotezama. Osnovni cilj rada je kroz rezultate istraživanja prikazati stavove/mišljenja nautičkih turista o elementima ponude nautičkog turizma koji predstavljaju privlačne determinante/faktore za dolazak nautičkih turista na Jadran, s naglaskom na ACI Marinu Split, te donijeti zaključak o faktorima koji utječu na potražnju za nautičkim turizmom u ACI Marini Split, te pozitivnim i/ili negativnim utjecajem analiziranih elemenata/faktora.

Osim osnovnog cilja, dopunski ciljevi istraživanja su:

- Teorijski razraditi pojmove nautičkog turizma te nautičkog turista
- Analizirati dosadašnji razvoj ACI Marine Split
- Istražiti i analizirati ponudu ACI Marine Split
- Identificirati ključne pozitivne i negativne elemente u ponudi ACI Marine Split
- Dati preporuke za poboljšanje interesa i zadovoljstva nautičkih turista.

1.5. Metode istraživanja

Kako bi se u radu postigli svi ciljevi te ispitale sve postavljene hipoteze, koriste se odgovarajuće znanstvene metode istraživanja.[21] Metode analize, metoda sinteze, induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda kompilacije, metoda klasifikacije i metoda deskripcije.

U izradi teorijskog dijela koristit će se sekundarni izvori podataka. U radu će se koristiti domaća i strana literatura te već objavljeni znanstveni i stručni radovi na ovu i srodne teme.

Za provedbu empirijskog dijela istraživanja prikupit će se primarni podaci. Empirijski dio rada provesti će se putem anketnog upitnika, ispitivat će se nautičari/skipperi koji su ujedno i gosti u ACI Marini Split. Metoda anketiranja – metoda kojom se na temelju anketnog upitnika

[21] Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci (str. 323. – 339.)

istražuju i prikupljaju podatci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja[22]. Anketa će se provesti elektroničkim putem ili osobno. Dobiveni podaci će se obraditi putem odgovarajućih programa te će se prikazati tabelarno i grafički, također svaki podatak će se dodatno pojasniti, u svrhu testiranja postavljenih hipoteza.

1.6. Doprinos istraživanja

Specifičnost ACI Marine Split je u tome što privlači veliki broj nautičara iako, prema informacijama s terena, nema dovoljno dodatnih sadržaja.[23] Ovim radom će se dobiti informacije o pozitivnim i negativnim elementima ponude u ACI Marini Split. Istraživanjem će se doprinijeti spoznaji o ''stanju'' ponude i detaljnijoj slici o kvaliteti iste. Nadalje, specifični doprinos istraživanja trebao bi biti od koristi ACI Marini Split jer će se ispitati stavovi nautičara, te će se omogućiti promišljanje o unaprjeđenju inovativnosti ponude, a samim time i porastu broja nautičara (vraćanju starih i privlačenju novih gostiju) te posljedično porastu prihoda.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad podijeljen je u 5 cjelina.

Prvi dio koji je ujedno i uvodni dio sastoji se od definiranja problema i predmeta istraživanja, ciljeva istraživanja i postavljanja hipoteza istraživanja. Potom će biti riječ o metodama, te doprinosu istraživanja.
U **drugom djelu** rada je predstavljen nautički turizam; pojmovno određivanje, razvoj (Europa i RH), vrste i oblici nautičkog turizma, te gospodarski značaj nautičkog turizma.

[22] Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci (str. 366. – 375.)
[23] Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje fitness-centara, saune, škole ronjenja, jedrenja, jahanja i zabavnih sadržaja. Potencijalni gosti to traže, a hrvatske marine imaju eventualno jedno od navedenog. Neke hrvatske marine su još na stepenici zadovoljavanja osnovne infrastrukture poput zadovoljavajućih sanitarija ili restorana, za razvoj nautičkog turizma iznimno je važan i zračni promet.; Kolega, J. (2004.): Nautički turizam – jedan od najperspektivnijih oblika hrvatskog turizma online, dostupno na: http://www.geografija.hr/teme/nauticki-turizam-jedan-od-najperspektivnijih-oblika-hrvatskog-turizma/ [04.05.2018]

U **trećem djelu** rada su objašnjeni elementi ponude tj. činitelji ponude luka nautičkog turizma također će biti prikazan ekološki i održivi razvoj.

U **četvrtom djelu** su prikazani rezultati empirijskog istraživanja, opisati će se karakteristike uzorka i sumirat će se njihovi rezultati. Također izvršit će se testiranje postavljenih hipoteza.

Posljednji **peti dio** rada sadržava zaključak.

Na kraju rada su sažetak, korištena literatura, prilozi, te popis tablica, grafikona i slika.

2. NAUTIČKI TURIZAM I RAZVOJNI TRENDOVI

2.1. Pojmovno određivanje nautičkog turizma

Općeprihvaćeni pojam pomorstvo u hrvatskom jeziku nema ekvivalenta u drugim jezicima. Od mnogobrojnih definicija pojma pomorstvo najobuhvatnija je u Pomorskoj enciklopediji koja pomorstvo određuje kao "…sve djelatnosti i vještine na moru i u vezi s morem. Sastoji se od iskorištavanja mora kao plovnog puta, eksploatacije morskog bogatstva i eksploatacije luka, brodogradnje, pomorske privrede, pomorskog športa i sl."[24] Nautika je riječ koja povezuje i objedinjuje riječi i pojmove brod i vođenje ili upravljanje bodom. Vođenje broda pretpostavlja posjedovanje različitih znanja i vještina, a prije svega iz područja matematike, astronomije, oceanografije i meteorologije. Razlikuje se obalna i oceanska navigaciju. U navigacijske svrhe se koriste brojni navigacijski uređaji, priručnici za plovidbu i pomorske karte.[25] Termin ‘’nautički’’ potječe od grčke rijeci *nutas* što znaci mornar tj. označava nauku o pomorstvu i vještinu navigacije. Nautički turizam obuhvaća svako zabavno, razonodno, znanstveno, sportsko ribolovno i osvježavajuće kretanje vodenim morskim površinama u turističke svrhe najraznovrsnijim čamcima, jedrilicama, motornim brodicama i sl., kružna putovanja i krstarenja putničkim i drugim brodovima.[26] Veliki broj domaćih i stranih autora smatra nautički turizam kao jednu od vrsta turizma, dok ga neki autori smatraju posebnim oblikom turizma. Enciklopedijski se sintagma „nautički turizam“ definira kao specijalizirani oblik masovnog turizma koji obuhvaća raznolike društvene, gospodarske i prostorne aspekte koji nastaju povodom zadovoljenja rekreacijskih potreba, odnosno „nautičke dokolice“.[27] Nautički turizam dio je općeg turističkog fenomena koji posljednjih godina znatno mijenja strukturu i karakter turističkog prometa. Kao poseban oblik rekreacije, nautički turizam označuje široko područje aktivnosti. Nautičar, osim zadovoljavanja osobnih potreba, najčešće traži i potpunu uslugu za svoje plovilo. Nadalje, sve veća potražnja za stalnim vezom i broj tranzitnih plovila pred Hrvatsku postavlja nove izazove.[28]

Za razliku od turizma koji ima nekoliko svojih znanstveno priznatih definicija nautički turizam to nema. Ipak, obzirom da je nautički turizam selektivna turistička vrsta, moguće se poslužiti

[24] Mrnjavac, E. (1998.): Pomorski sustav, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 15
[25] Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split, str. 6
[26] Favro, S., Kovačić, M. (2010.): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Ogranak Matice Hrvatske, Split, p. 117.
[27] Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split, str. 9
[28] Kovačić, M., Favro, S. (2012.): Mogućnosti razvoja nautičkog turizma na području Zadarske županije, UDK / UDC: 338.48:797.1](497.5-35 Zadar)

postojećim definicijama turizma te iz njih izvesti definicije nautičkog turizma. Koristeći osnovne karakteristike međunarodne definicije turizma, svjetskih turističkih eksperata, nautički turizam se može definirati kao ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, te korištenjem plovnih objekata kao i drugih objekata povezanih za nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba. Slična definicija se nalazi i u hrvatskom Rječniku turizma: „Nautički turizam je naziv za poseban oblik turizma u kojem dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuđem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi razonode. U hrvatskom „Zakonu o turističkoj djelatnosti» (N.N. 8/96), u članku 52. navodi se: «Nautički turizam je plovidba i boravak turista - nautičara na plovnim objektima (jahta, brodica i sl.), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije». Zakon o turističkoj djelatnosti, člankom 53., definira i grupira usluge nautičkog turizma kao:

1. iznajmljivanje prostora uz uređenu i djelomično ili potpuno zaštićenu obalu za smještaj plovnih objekata i turista nautičara koji borave na njima,
2. iznajmljivanje plovnih objekata za odmor i rekreaciju (charter, crusing i sl.),
3. usluge skipera,
4. prihvat, čuvanje i održavanje plovnih objekata na vezu u moru i suhom vezu,
5. usluge snabdijevanja 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 nautičkog turizma.

Nautički turizam, kao spoj turizma i pomorstva, reguliran je s dva osnovna zakona na kojima se bazira njegov razvoj i djelovanje, a to su: Zakon o turističkoj djelatnost iz 1996. godine (NN,8/96.) i Pomorski zakonik iz 2004. godine (NN, 181/2004.).

U skupini lex specialis zakona koji se odnose i na nautičko-turističku djelatnost, najvažniji su: Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN,158/2003.), Zakon o koncesijama (NN, 89/92.), Zakon o plovidbi unutarnjim vodama (NN, 19/1998.), Zakon o lučkim kapetanijama

(NN, 124/1997.), Zakon o hrvatskom registru brodova (NN, 81/96.), Zakon o Plovputu (NN, 73/97.)... [29]

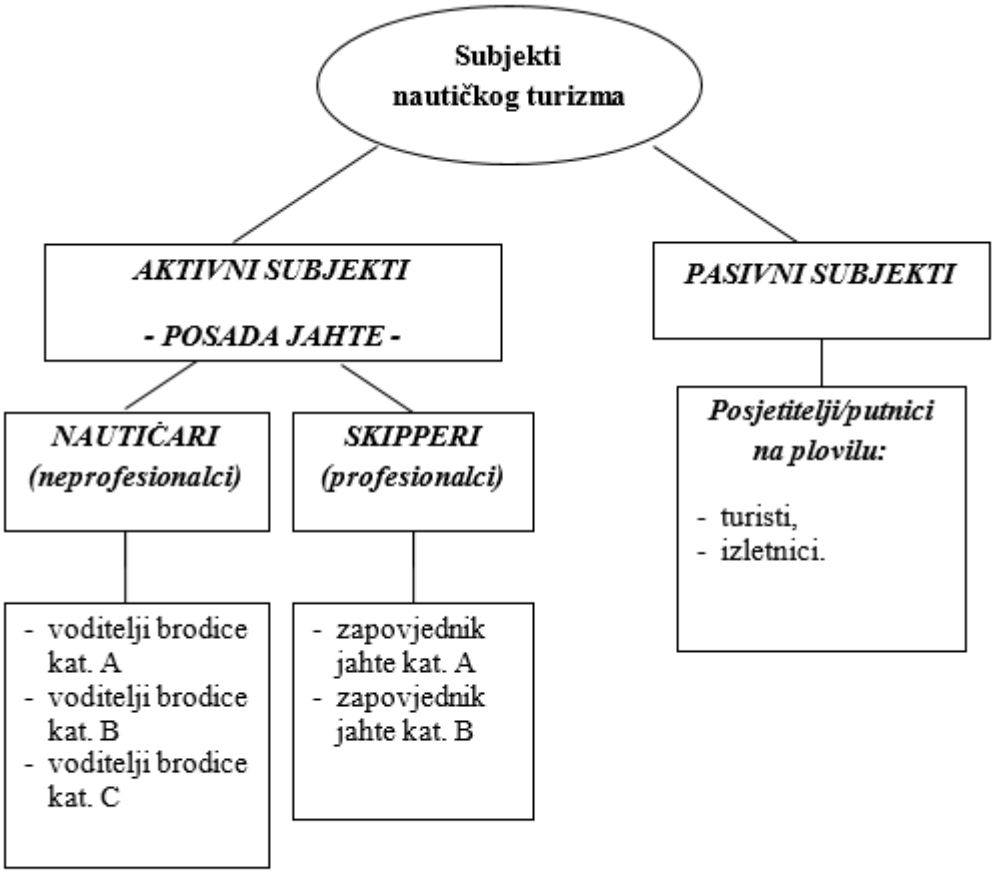
Definiranje nautičkog turizma nije jednoznačno, a ni konačno. Ipak radi jednostavnosti definiranja nautičkog turizma i upotrebe tog pojma u svakodnevnoj praksi, definicija nautičkog turizma oblikovana je prema Lukoviću na sljedeći način: Nautički turizam je polifunkcionalna turistička djelatnost s vrlo izraženom pomorskom komponentom. Ova kratka definicija ima karakteristiku sveobuhvatnosti i prikladna je za praktičnu i znanstvenu upotrebu.[30]

Subjekte nautičkog turizma dijelimo na aktivne i pasivne subjekte. Aktivni subjekti su nautičari i skipperi dok su pasivni subjekti posjetitelji na plovilu. U svijetu chartera, iznajmljivanja plovila aktivni subjekt je u pravilu i pasivni subjekt tj. skipper je ujedno i gost. Smanjuje se broj subjekata nautičkog turizma koji su isključivo posjetitelji na plovilu te kojima su potrebne usluge aktivnog subjekta. Danas postoji velik broj novih skipera u Hrvatskoj, no potražnja je, iz godine u godinu sve manja. Prije nekoliko godina od ukupnog broja rezervacija u charteru od 8 do 10 posto plovila je trebalo skipera, a sada je omjer od 2 do 5 posto (odnosno od 2 do 5 brodova na 100 brodova traži skipera). [31]

Od svih subjekata u ovom radu se analiziraju stavovi nautičara koji su minimalno jednom posjetili ACI Marinu Split, oni su bitni zbog toga što kao stručnjaci za nautički turizam mogu dati konkretnu sliku stanja na Jadranu.

[29] Luković, T. (2007.): Nautički turizam – definicije i dileme, Naše more: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.54 No.1-2 Lipanj
[30] Luković, T. (2007.): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58 No.11, Prosinac
[31] Kigo.hr, online, dostupno na: http://www.kigo.hr/10208/ [01.04.2019]

Grafikon 1. Subjekti nautičkog turizma



Izvor: Luković, T. (2007.): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58 No.11, Prosinac

2.2. Vrste i oblici nautičkog turizma

Ovisno o činiteljima ponude i potražnje na pojedinim užim ili širim područjima, mogu se razvijati novi oblici ili vrste nautičkog turizma. Postoji više kriterija po kojima se nautički turizam može podijeliti na određene podvrste. Najrelevantniji su: veličina plovila, vlasništvo broda, motiv plovidbe i dr.[32] Razlikuju se sljedeće vrste nautičkog turizma: mobilni,

[32] Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, str. 105

plovidbeni, kupališni, boravišni, športski, zimovališni, izletnički, ribolovni, kulturni, zdravstveni i ambijentalni.

Sa stajališta veličine i vrste plovila nautički se turizam dijeli na:

- brodski ili «veliki» (putnički, putničko-turistički brodovi, putničko-teretni brodovi, trajekti i hidrokrilni brodovi, brodovi – ploveće kuće i ploveći hoteli i sl.),
- jahting turizam (jahte raznih tipova i veličina za krstarenje izlete),
- moto-nautički turizam (jedrilice, čamci s motorom i bez njega, gliseri raznih vrsta, razna plovila za šport i rekreaciju, specijalna plovila za podvodnu aktivnost itd.).

Sa stajališta udjela, opsega i područja plovidbe te značenja u nautičkom turizmu dijeli se na:

- «veliki» nautički turizam (plovidba u većim plovnim objektima – oceanska krstarenja, krstarenja u zatvorenim morima, cruising, duži izleti, charteri),
- «mali» nautički turizam ili zabavna navigacija (suvremeno malo brodarstvo – «mala ili 4. flota», jahte, jedrilice, športski čamci, gliseri, razni plovni objekti za zabavu i dokolicu i sl.)

Sa stajališta organizacije plovidbe razlikuju se ove podvrste nautičkog turizma:

- individualni,
- grupni – masovni,
- nautički turizam u konvojima.

Podjela nautičkog turizma prema itinererima (planu plovidbe):

- u zatvorenim morima, rijekama i jezerima,
- prekomorski i oceanski – lokalni,
- nacionalni,
- međunarodni.

Tipovi nautičkog turizma prema svrsi plovidbe:

- izletnički,
- krstarenje, jedrenje,

- plovidba radi športa i razonode,
- podvodna plovidba,
- kombinirani i brzi turistički prijevoz.

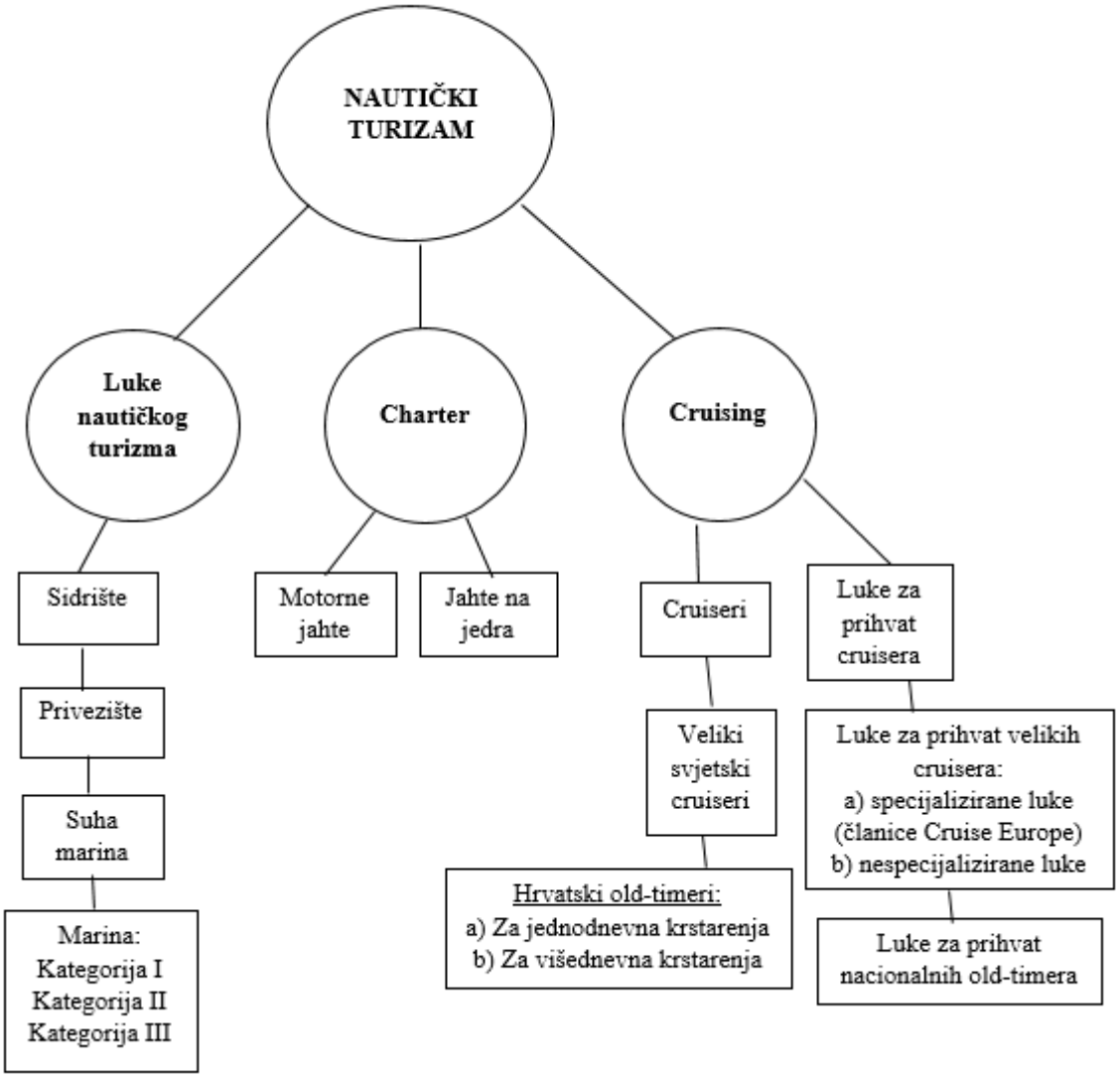
Podjela nautičkog turizma prema sektorima (područjima):

- obalni,
- kupališni (razna plovila-vozila za rekreaciju i šport na moru na nožni, ručni i motorni pogon),
- nautički kamping,
- ladanjski (boravišni) u turističkim lukama,
- nautički turizam na otvorenim morima i oceanima – otočni.

Vrste nautičkog turizma s obzirom na opseg, mogu se promatrati s tri stajališta: zemljopisno-fizičkog, tehničkog i komparativnog, u odnosu prema drugim oblicima turizma.[33]

[33] Luković, T. (2007.): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58 No.11, Prosinac

Grafikon 2. Model nautičkog turizma u RH



Izvor: Luković, T. (2007.): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58 No.11, Prosinac

U prikazanom modelu je vidljivo koliko je podjela kompleksna. Osim na osnovne vrste (luke nautičkog turizma, charter i cruising) postoje i dodatne podjele koje se i dalje razvijaju i nadopunjuju.

Selektivne oblike turizma dijelimo na:

- Rekreacijski
- Poslovni

- Nautički
- Zdravstveni
- Kongresni [34]

2.3. Razvoj nautičkog turizma kroz povijest

2.3.1. Razvoj nautičkog turizma u Europi

Povijest nautičkog turizma povezana je s poviješću pomorske plovidbe.

U antici postoje brojni spisi o pomorskim putovanjima. U Ilijadi i Odiseji središte putovanja su Mediteran i Grčka. Iskustvo navigacije iz antičkog svijeta preuzimaju Arapi i prenose u Španjolsku. Kasnije se talijanski gradovi Genova i Venecija izjašnjavaju kao pomorske sile na Mediteranu. Fokus pomorskog pokreta se seli iz Mediterana u Portugal, gdje je sredinom 15. stoljeća osnovana prva pomorska škola, a od 16. stoljeća izrađuju se prve pomorske karte s detaljnim uputama za plovidbu. Magellan putuje oko svijeta 1519. s kartom svijeta koju je 1515. izradio Leonardo da Vinci.

Prvi zapisi o nautičkom turizmu spominju regate na području nizozemskih kanala u 16. stoljeću. U 17. i 18. stoljeću dolazi do procvata nautičkog turizma u Velikoj Britaniji. U drugoj polovici 19. stoljeća nautički turizam postaje masovnom pojavom.[35] Početkom 19. st. razvoj nautičkog turizma poprima sportski i zabavni karakter, a između dva svjetska rata nautički turizam uključujući manje plovne objekte se širi ali i dalje ne poprima masovno obilježje. 1920. godine u SAD – u razvijaju se luke namijenjene za prihvat brodova, jahti te zabavu i sport. Suvremeni nautički turizam u mnogim aspektima povezan je s brojnim i prestižnim jedriličarskim regatama u svijetu čija je tradicija duga i više od jednog stoljeća. Takve regate postaju ne samo mjesta natjecanja već i mjesta okupljanja iskazivanja prestiža, inovacija u oblikovanju plovila i jedara, razvijanju duha natjecanja, druženja, razmjene iskustva, promocije svake vrste, jednom riječju turizma. [36]

[34] Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split
[35] Mrnjavac, E.(1998.): Pomorski sustav, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka
[36] Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split, str. 19

Prva jedriličarska regata održana je 1749. na Temzi. 1830. godine osnovan je prvi klub u Švedskoj, 1839. u Francuskoj, 1856. u Portugalu, 1867. i Italiji, te 1890. u Splitu.

2.3.2. Razvoj nautičkog turizma u RH

Nautički turizam u Hrvatskoj pojavio se u 19. stoljeću što je gotovo jedno stoljeće kasnije nego u svijetu gdje se razvio već krajem 17. i početkom 18. stoljeća. Ono što je važnije je da se njegov razvoj u ostalom dijelu svijeta razvijao vrlo brzo od polovice 19. st. dok je u Hrvatskoj njegov razvoj tekao vrlo sporo sve do početka 80-ih godina 20. st. Većina današnjih marina i udruga nautičara osniva se 80-ih godina prošlog stoljeća što izrazito povećava popularnost nautičkog turizma. Dakle, intenzivniji njegov razvoj može se pratiti u posljednjih 15 godina, a vrhunac njegovog razvoja se tek očekuje.[37]

Na Hrvatskoj obali, a posebice u Dalmaciji razvoj nautičkog turizma popraćen je s razvojem pomorstva kada jedrenjaci nastupaju umjesto parobroda. Uvedene su prve prijevozničke linije na relaciji Trst – Rijeka, čija su pristaništa bila u Novigradu, Poreču, Rovinju i Puli. Organizirani su i prvi izleti koja su povezivala obalna i otočna mjesta što je stvaralo pretpostavku za daljnji razvitak jadranskog područja. 1890. godine javljaju se prva organizirana putovanja koja su trajala od 10 – 15 dana. Hrvatsku obalu tada su posjetile jahte poznatih ličnosti tog vremena. Tek sredinom 60 – ih godina izgrađene su četiri marine i zabilježen promet od preko 1500 inozemnih plovila što označava razvoj suvremenog turizma. Prva polovica 20. stoljeća predstavlja razdoblje tzv. „klasičnog“ nautičkog turizma, dok u drugoj polovici započinje razvoj „suvremenog“ nautičkog turizma. Od velike važnosti za razvoj nautičko turističke ponude zasigurno ima Adriatic Croatia International Club – ACI čija je zadaća bila pravilno koordiniranje i financiranje nautičkih objekata. U cilju unapređenja nautičkog turizma u Hrvatskoj 1991. godine osniva se „Udruga hrvatskih marina“, a 1994 g. godine, pri Hrvatskoj gospodarskoj komori „Udruženje nautičkog turizma“. Temeljni zadatak tih udruga da se kroz institucionalne oblike što lakše i bolje rješavaju problemi s kojima se susreću članice i unaprijedi poslovanje nautičko – turističkog gospodarstva (poboljša kvaliteta

[37] Jugović, A., Kovačić, M., Zubak, A. (2013.): Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije, Rijeka, ISSN 0554-6397, UDK: 338.48:797.1] (497.5)

nautičko - turističkih usluga, bolje koriste kapaciteti, unaprijedi promocija i propaganda nautičko – turističke ponude i sl.). [38]

2.4. Razvoj nautičkog turizma sa aspekta ekoloških utjecaja

2.4.1. Ekološki aspekti nautičkog turizma i razvoja luka nautičkog turizma

Razvoju masovnog turizma na prostoru hrvatskog dijela Jadrana pogodovao je reljef, razvedena obala s preko tisuću otoka, uvale, poluotoci, zavale, rtovi, klima, temperatura mora, mirno more, sigurnost destinacije...

Turizam u pravilu nije veliki onečišćivač okoliša tamo gdje je izvedena odgovarajuća tehnička komunalna infrastruktura, međutim, još je velik broj turističkih mjesta na obali i otocima s neriješenim osnovnim komunalnim problemima, odnosno izravnim ispuštanjem otpadnih voda bez prethodnog pročišćavanja u more, neadekvatnim odlagalištima otpada i dr. Jadransko more ne pripada morima jačeg onečišćenja, premda ima nekoliko onečišćenih područja, pretežno kao posljedica urbanizacije i industrije. Kakvoća mora još je uvijek daleko bolja nego u ostalim zemljama Sredozemlja. Izravni učinci turizma na prirodni okoliš su: povećano onečišćenje zraka, mora, vode i tla, gomilanje otpada, povećana buka, šumski požari i opće narušavanje ekosustava.[39] Povećanje ponude nautičkog turizma vodi k povećanju stupnja onečišćenja. Republika Hrvatska može poboljšati svoj položaj na turističkoj karti svijeta ako se konstantnim naporima stanje ekosustava održava tj. poboljšava, potrebna su češća mjerenja kakvoće mora, tla i zraka, te ulaganje u komunalnu infrastrukturu.

2.4.2. Održivi razvoj nautičkog turizma

Pojam održivi razvoj je nastao kao rezultat razvoja ekološke misli i njene primjene u praksi. Definira se kao opstojni, obazrivi ili uravnoteženi razvitak, temelji se na konceptu razvoja, koji podržava rast i promjene strukturne proizvodnje i potrošnje, uz održavanje visokog nivoa kakvoće i upotrebljivosti prirodnih resursa. Temeljni stav održivog razvoja je human odnos prema generacijama koje dolaze. Ekologija razvija istraživanje odnosa čovjeka i prirode kroz

[38] Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, str. 186
[39] Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split, str.135.

onečišćenja koja su samo čovjeku i čovjekovom razvoju svojevrsna. Održavanje ekosustava utječe na sve brži horizontalni i vertikalni razvoj ove discipline.

Politika održivog razvoja nautičkog turizma uključuje:

- Zaštitu prirodnog okoliša od negativnih antropogenih utjecaja, i
- Racionalno raspolaganje prirodnim resursima

Nautički turizam, kao najveći korisnik najkvalitetnijeg obalnog prostora, mora ujedno i postati najveći promotor zaštite okoliša. [40]

Održivo i potpuno korištenje obalnog bogatstva, njegovih plovidbenih prednosti moguće je ako se kombiniraju ekonomska i ekološka načela.

Stoga treba poticati ulaganja koja su:

- ekološka (koriste i čuvaju okoliš),
- gospodarska (vraćaju uloženo),
- tehnološka (ostvaruju predviđenu proizvodnju) i
- društvena (čuvaju i unapređuju okoliš, naročito na otocima).[41]

Plava zastava je garancija čistoće i kvalitete mora i obale, te visoke usluge ekološkog standarda, da bi nautička luka dobila istu potrebno je da zadovolji uvjete propisane od strane FEE (Foundation for Environmental Education).

U Hrvatskoj se program Plave zastave za plaže i marine provodi od 1998. godine. U 2009. godini, odnosno u jedanaestoj godini provedbe programa Hrvatska je imala 137 plavih zastava od čega 117 plavih zastava otpada na plaže, a 20 na marine.[42]

2.5. Nautički turizam u Europi i Hrvatskoj u 21. stoljeću – elementi ponude i prihodi marina

U 21. stoljeću desetina ljudi u EU (48 milijuna) se bavi vodenim sportovima redovito. 36 milijuna ljudi redovno sudjeluje u aktivnostima koje uključuju brodove, dok 6 milijuna ljudi

[40] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 245. 247. i 248.
[41] Kovačić, M., (2004.): Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, UDK 627.212:338.48:656.61
[42] Pomorsko dobro, online, dostupno na: http://www.pomorskodobro.com/plava-zastava.html [27.01.2019]

drži svoje brodove na vezu u EU morima. U totalu nautički turizam Europske Unije stvara 234 000 poslova, te generira 28 milijardi eura godišnje. Polovina gospodarskih aktivnosti u europskom obalnom turizmu odvija se na Sredozemlju, te značajan dio na Sjevernom moru, Atlantiku i Baltičkom moru. Studija o nautičkom turizmu tumači kako bi, ukoliko države članice ugovore zajedničku profesionalnu licencu, prihodi od chartera značajno porasli. U slučaju primjene međunarodnog certifikata kompetencije (ICC) za privatne licence prihodi od iznajmljivanja porasli bi sa 240 milijuna € na 270 milijuna € godišnje. Osim navedenog, predlaže se i rješavanje problema ilegalnog odlaganja i ne zbrinjavanja istrošenih brodova, što bi generiralo 78 milijuna € dodatnih prihoda za demontažnu industriju i stvaranje novih radnih mjesta. Iako podaci upućuju na to da su razine aktivnosti u nautičkom turizmu niže nego prije financijske krize iz 2008 godine, tržište ipak pokazuje znakove oporavka. Sa oporavkom se pojavljuju i novi izazovi među kojima i prosječna starost europskih nautičara koja je od 45 do 55 godina, to je trend koji će se vjerojatno nastaviti, ne samo zbog općeg starenja stanovništva nego i zbog pada sudjelovanja u plovidbi među mladim stanovništvom. [43]

Posljednjih nekoliko godina nautički turizam je doživio pravi ‘’boom’’ u Hrvatskoj što se vidi prema povećanju broja charter kompanija te prema povećanju broja plovnih objekata, zbog velike potražnje, u vlasništvu charter kompanija, također očituje se i u broju novootvorenih luka nautičkog turizma.

Nautički turizam potiče razvoj cjelokupnog gospodarstva. Nautički turizam ima najviši i najjači učinak multiplikativnog efekta, pri čemu bi, u najkraćem roku, mogao biti prvi konkurentni proizvod Hrvatske u svijetu. To je grana turizma koja osigurava 180 – 210 dana poslovanja u godini, a obrt uloženog kapitala je mnogo dinamičniji u odnosu na hotelske kapacitete. Povrat uloženog kapitala je i do dva puta brži nego u ostalim granama turizma. [44]

[43] European Commission (2016.): Assessment of the impact of business development improvements around nautical tourism, online, dostupno na: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/473c0b82-18f9-11e7-808e-01aa75ed71a1 [01.04.2019]
[44] Favro, S., Kovačić, M. (2010.): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Ogranak Matice Hrvatske, Split, str. 154. i 155.

Tablica 1. Vrsta plovila na stalnom vezu izraženo u postocima

VRSTA PLOVILA	POSTOTAK
Motorne jahte	48.2%
Jahte na jedra	50.2%
Ostala plovila	1.6%

Izvor: "TOMAS NAUTIKA (2012.): Jahting 2012", Institut za turizam, Zagreb, online, dostupno na: http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf

Iz Tablice 1 se može iščitati da prema vrsti plovila koja su na stalnom vezu prevladavaju motorne jahte i jahte na jedra, dok su ostala plovila dosta manje zastupljena tj. tek 1,6%. U posljednjih nekoliko godina prema ponudama charter kompanija se može primijetiti da broj ‘’ostalih plovila’’ znatno raste, kao što su katamarani, guleti i luksuzni motornjaci.

Tablica 2. Broj plovila na stalnom vezu prema zastavi plovila izražen u postocima

ZASTAVA PLOVILA	POSTOTAK
Hrvatska	31.7%
Austrija	18.6%
Njemačka	16.5%
Slovenija	6.6%
SAD	6.4%
Italija	6.1%
Ostala plovila	14.1%

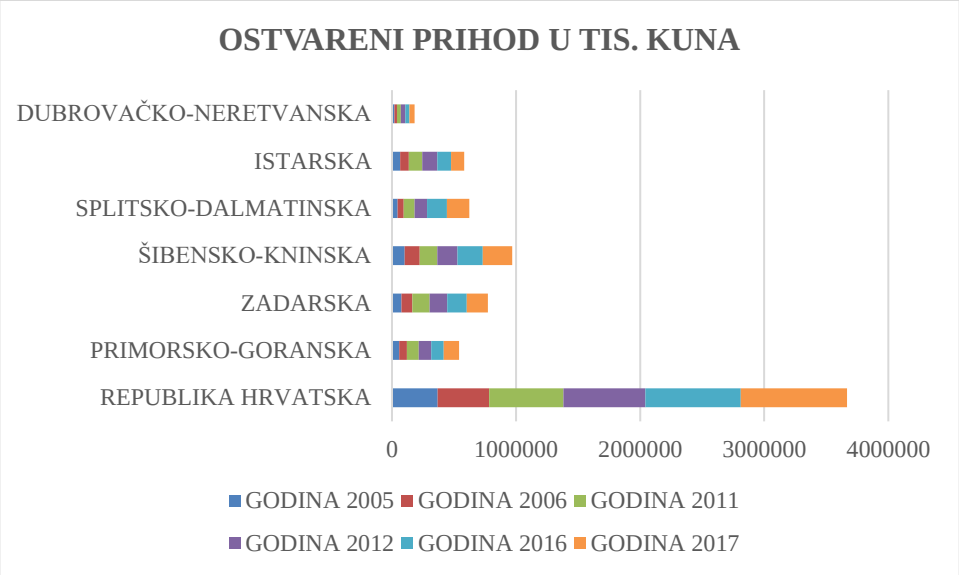
Izvor: "TOMAS NAUTIKA (2012.): Jahting 2012", Institut za turizam, Zagreb, online, dostupno na: http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/novosti/2012-Tomas-nautika-JAHTING.pdf

Iz Tablice 2 se može iščitati da prema zastavi plovila najviše plovila na stalnom vezu je bilo iz Hrvatske, a slijede je Austrija i Njemačka.

Broj upisanih brodica u prvih devet mjeseci 2018. godine nadmašio je brojku iz cijele 2017. – 124.394 do kraja rujna 2018. u usporedbi sa 122.964 u dvanaest mjeseci prošle godine – s tim da je porastao i broj upisanih jahti na gotovo 3000. Ukupan broj charter plovila u Hrvatskoj narastao je na 4.375, a preko pola milijuna nautičkih gostiju ostvarilo je gotovo 3,5 milijuna noćenja, dok su marine u 2017 godini imale preko 17.000 vezova.[45]

[45] Dalmatinski portal, online, dostupno na: http://dalmatinskiportal.hr/hrvatska/hrvatska/40545 [22.01.2019]

Tablica 3. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma bez PDV-a



Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnima na www.dzs.hr

Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2006. iznosio je 414,2 milijuna kuna, pri čemu je 286,9 milijuna kuna ostvareno od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog prihoda iznosi 69,3%. U odnosu na 2005. ukupan prihod veći je za 12,5%, dok je prihod od iznajmljivanja vezova veći za 9,6%.[46] Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2012. iznosio je 660,0 milijuna kuna, pri čemu su 487,8 milijuna kuna ostvarena od iznajmljivanja vezova, što od ukupno ostvarenog prihoda iznosi 73,9%. U odnosu na 2011., ukupan prihod veći je za 10,0%, dok je prihod od iznajmljivanja vezova veći za 11,0%. [47] Ukupno ostvaren prihod luka nautičkog turizma u 2017. iznosio je 855 milijuna kuna. Od toga je 598 milijuna kuna ostvareno od iznajmljivanja vezova, što je 70,0% od ukupno ostvarenog prihoda. U odnosu na 2016. ukupan prihod veći je za 11,2%, a prihod od iznajmljivanja vezova za 10,9%.[48]

[46] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2006., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/hrv/publication/2006/4-4-6_1h2006.htm [02.04.2019]
[47] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/04-03-05_01_2012.htm [02.04.2019]
[48] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2017., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-04_01_2017.htm [02.04.2019]

Tablica 4. Kapacitet luka nautičkog turizma i zaposleni

	STANJE 31.08.2006	**STANJE 31.08.2012**	**STANJE 31.08.2017**
POVRŠINA AKVATORIJA, M^2	4 274 010	3 266 746	3 711 951
BROJ VEZOVA	15 973	17 454	17 067
DUŽINA RAZVIJENE OBALE ZA PRIVEZ PLOVILA, M	117 202	58 634	62 993
BROJ MJESTA ZA SMJEŠTAJ PLOVILA NA KOPNU, M^2	5 187	5 359	4 610
UKUPNA POVRŠINA PROSTORA NA KOPNU, M^2	1 090 394	783 168	741 681
BROJ ZAPOSLENIH	1 245	1 347	1 665
SEZONSKI RADNICI	281	261	448

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnima na www.dzs.hr

U tablici je prikazano stanje prije krizne 2008. godine te nakon, uočava se da je stanje bilo bolje 2006. u odnosu na 2012. godinu, ali također vidi se i oporavak prema zadnje dostupnim podacima tj. za 2017. godinu.

3. ELEMENTI PONUDE NAUTIČKOG TURIZMA

Nautičko tržište se definira kao skup odnosa ponude i potražnje u području dobara i usluga, što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. [49]

Nautičko tržište se dijeli na emitivno i receptivno, podjela je prihvatljiva za sve vrste nautičkog turizma i jasno prikazuje kretanje ponude i potražnje na nautičkom tržištu. Receptivno tržište ima karakter tržišta ponude.

Receptivno tržište u smislu tržišta ponude počiva na dvije osnovne skupine i tri podskupine (činitelja):

- Objektivni: atraktivni (prirodni) činitelji
- Subjektivni: komunikativni i receptivni (prihvatni) činitelji.

Marine kao dominantan oblik luka nautičkog turizma, promatramo sa aspekta međuzavisnosti svoje ponude i stupnja razvijenosti lokacije, dijele se na:

- Marine razvijenog dijela Mediterana, koje su dio vrlo jake i agresivne turističke ponude – sredozemne marine
- Marine razvijenog dijela Mediterana, koje nemaju uz sebe agresivnu turističku ponudu – talijanske marine
- Marine srednje razvijenog dijela Mediterana, koje imaju emitivno razvojni karakter – hrvatske jadranske marine i grčke marine
- Marine dijela Mediterana koji je u razvoju, ili su malog geografskog značaja - sve ostale marine (slovenske, crnogorske, albanske).[50]

[49] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 141
[50] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 164 i 165

Tablica 5. Nautički parkovi u svijetu

	2006		2013	
DRŽAVA	**NAUTIČKI PARKOVI**	**MARINE I LUKE**	**NAUTIČKI PARKOVI**	**MARINE I LUKE**
AUSTRALIJA	738 948	2 200	1 835 000	450
FINSKA	731 000	1 750	807 000	1 770
FRANCUSKA	725 935	376	483 051	370
NJEMAČKA	441 530	2 647	505 795	2 700
IRSKA	25 067	34	27 010	24
ITALIJA	400 000	105	469 038	429
NOVI ZELAND	403 000	200	514 284	209
NIZOZEMSKA	280 000	1 200	520 000	1 135
POLJSKA	51 170	290	68 940	1300
UK	463 019	500	551 560	565
SAD	16 128 400	12 000	15 906 067	11 000
ŠVICARSKA	753 000	1000	881 000	1500
EUROPA	/	/	4 686 387	10 201
UKUPNO SVIJET	/	/	23 625 650	23 380

Izvor: Izrada autora prema: Osservatorio del turismo, I prodotti Turistici in Campania, Il Turismo Nautico (2008.) i Industria nautica (2015.)

Nautička ponuda se može razvrstati u tri osnovne grupe:

- Na ponudu luka nautičkog turizma
- Ponudu chartera
- Ponudu cruisinga

Unutar podjele se razlikuju i sub-vrste ponude, koje se klasificiraju do nivoa subjekta nautičkog turizma. [51]

Istraživanja Nautika − Tomas 2004 provedena u ljeto 2004. godine pokazuju da su nautičari (od 24 elementa ponude) zadovoljni samo s dva elementa, i to 'ljepotom prirode i krajolika' i 'osobnom sigurnošću'. Ovim se elementima može pridodati i srednje ocijenjen element, a to je 'uslužnost osoblja u marinama'. Svim ostalim elementima ponude nautičari su bili nezadovoljni.

[51] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 167

3.1. Činitelji ponude luka nautičkog turizma

Ponuda luka nautičkog turizma razvrstava se prema vrstama luka nautičkog turizma iz kojih se ponuda oblikuje na konkretnijem nivou, razlikuju se sljedeće ponude luka nautičkog turizma:

- ponuda sidrišta
- ponuda privezišta
- ponuda suhih marina
- ponuda marina[52]

Ponuda sidrišta se temelji, kao što i samo ime kaže, na sidrenju na posebno opremljenim napravama za sidrenje. Na sidrištima nije dozvoljeno duže zadržavanje. Privezište je dio vodene površine koji ima sustav za privez i može imati do deset vezova. Suhe marine su na kopnu te služe za skladištenje i transport plovnih objekata, dok je marina dio vodene površine koja služi za pružanje sluga veza i smještaja na plovnom objektu. Ovisno o razini opremljenosti, marine se kategoriziraju u tri kategorije: 1. kategorija najvišega, 2. srednjega te 3. kategorija najnižega standarda.

Prema zakonu u Narodnim Novinama u marini i suhoj marini se mogu pružati usluge pića, napitaka i prehrane.[53]

Među činitelje razvoja nautičkoj turizma na strani ponude spadaju objektivni činitelji u čiju grupu spadaju prirodni činitelji razvoja i društveno atraktivni činitelji, te subjektivni činitelji u čiju skupinu spadaju činitelji veze, prihvatni činitelji i posrednički činitelji. Također razlikuju se i ostali tj. neutralni činitelji.

3.1.1. Opći činitelji ponude luka nautičkog turizma

Pod opće činitelje ponude spadaju objektivni činitelji. U tu grupu činitelja spadaju prirodni činitelji kao osnovni razvojni preduvjet i se svrstavaju u najviše rangirane činitelje, te društveni atraktivni činitelji koji su povijesna ljudska nadogradnja na prirodne činitelje, oni su rezultat održivog razvoja danas se prepoznaju kao npr. kulturna baština.

[52] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 167
[53] Narodne Novine, NN 72/2008, broj dokumenta 2402 (2008): online, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_06_72_2402.html [10.02.2019]

Među prirodne činitelje spadaju:

- Čisto i prozirno more
- Slikovita obala
- Zanimljivo podmorje
- Morske životinje
- Uvjeti za jedrenje
- Klimatski uvjeti (jačina vjetrova, vidljivost, temperatura, morske struje..)
- Sadržaji na obali [54]

Pod društveno atraktivne činitelje spadaju sve vrste kulturno-povijesnih i društvenih znamenitosti. To je razlog zašto se marine grade u blizini povijesnih jezgri grada, kao što je slučaj i sa ACI marinom Split koja je izgrađena pokraj Dioklecijanove palače, što uzrokuje produženje sezone te ostanak turista ne vezano za nautiku.

Tablica 6. Zadovoljenje pojedinim elementima nautičke turističke ponude u marinama Hrvatske u odnosu na konkurentne zemlje Mediterana

	BOLJE U HRVATSKOJ U USPOREDBI S:					
	SLOVENIJOM	**ITALIJOM**	**FRANCUSKOM**	**ŠPANJOLSKOM**	**GRČKOM**	**TURSKOM**
IMAGE ZEMLJE	32.0%	28.1%	12.5%	15.1%	18.3%	36.6%
OSJEĆAJ SIGURNOSTI	34.0%	38.2%	39.2%	46.2%	44.7%	58.5%
KLIMA	58.0%	45.6%	25.8%	29.0%	22.8%	43.9%
LJEPOTA KRAJOLIKA	66.0%	60.7%	38.5%	46.2%	35.8%	53.7%
EKOLOŠKA OČUVANOST ZEMLJE	62.0%	61.2%	35.1%	52.7%	39.9%	56.1%
ČISTOĆA MORA	78.0%	71.1%	58.8%	64.5%	43.3%	63.4%
ČISTOĆA MJESTA	38.0%	43.2%	29.2%	41.9%	26.7%	56.1%
GOSTOLJUBIVOST	24.0%	27.5%	19.6%	24.7%	26.1%	36.6%
UGOSTITELJSKA PONUDA	30.0%	19.7%	10.4%	9.8%	22.3%	19.5%
KAPACITET MARINA	60.0%	19.1%	15.5%	16.1%	31.7%	31.7%
OPREMLJENOST MARINA	52.0%	18.2%	21.6%	15.1%	30.0%	31.7%
PROSTORNI RASPORED MARINA	58.0%	25.2%	20.6%	21.5%	32.2%	36.6%
VRIJEDNOST ZA NOVAC	50.0%	27.6%	25.8%	24.7%	20.6%	26.8%

Izvor: Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str 207

[54] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str 198. i 199.

Tablica prikazuje stanje nautičke ponude u Hrvatskoj u 2004. godini u odnosu na konkurentske zemlje, te je prikazano posljednje dostupno istraživanje.

3.1.2. Varijabilni činitelji ponude luka nautičkog turizma

Pod varijabilne činitelje ponude spadaju subjektivni činitelji oni su rezultat ljudskog rada i napora, novijeg su datuma tj. nemaju dominantno povijesnu vrijednost, a ljudski rad i napor su usmjereni u svrhu potreba nautičkog turizma. Razlikuju se činitelji veze, prihvatni činitelji i posrednički činitelji.

Komunikacija i sustav informiranja spadaju među činitelje veze. Komunikacija je je od ključne važnosti za održavanje i uspjeh djelatnosti, složen je pojam jer predstavlja spoj komunikacijskih sposobnosti, komunikacijskog obrazovanja i tehničkog komunikacijskog sustava koju je gospodarski subjekt izgradio u svrhu interne i eksterne komunikacije.[55] Danas svaka charter kompanija ima svoju web stranicu, Facebook i Instagram profile, Skype… za komunikaciju s potencijalnim ali i bivšim klijentima.

Među prihvatne činitelje spadaju kapaciteti. U 2017. godini u Republici Hrvatskoj je bilo 140 luka nautičkog turizma, od čega 70 marina. Iz godine u godinu broj luka je u porastu, a time i broj vezova tj. broj plovnih objekata koji služe kao smještajni kapaciteti u nautičkom turizmu.

Među posredničke činitelje spadaju agencije. Charter djelatnost je iznajmljivanje plovila ili pružanje usluge smještaja na plovilu u unutarnjim morskim vodama i teritorijalnom moru. Charter kompanija je fizička ili pravna osoba vlasnik ili korisnik plovila ili je od vlasnika ili korisnika temeljem pisanog ugovora preuzela odgovornost za upravljanje plovilom i koja je preuzimanjem takve odgovornosti preuzela ovlasti i odgovornost. [56]

U Hrvatskoj je u 2014. godini bilo 1.913 registriranih charter tvrtki (od čega su 652 bile aktivne) s 4.784 charter plovila. [57]

[55] Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split, str. 213
[56] Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma, online, dostupno na: https://mint.gov.hr/vijesti/hrvatska-domacin-najvecem-susretu-charter-industrije-u-svijetu/charter-djelatnost/8893 [09.02.2019]
[57] Institut za turizam, Akcijski plan razvoja nautičkog turizma (2015.), online, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi//005_151022_akc_p_nautic.pdf [08.02.2019]

Hrvatska čarter-flota trenutačno drži čak 40 posto svjetske flote za najam plovila, čarteraši među prvima otvaraju i zatvaraju sezonu. [58]

3.1.3. Prikaz stanja ponude luka nautičkog turizma u RH

U lukama nautičkog turizma 31. prosinca 2006. na stalnom vezu bila su 13 794 plovila, što je za 3,8% više nego 31. prosinca 2005. Vezom u moru koristilo se 86,6%, a isključivo mjestom na kopnu 13,4% njih. Prema vrsti plovila na stalnom vezu koja su se koristila vezom u moru, 45,1% su motorne jahte, 49,8% su jahte na jedra, a 5,1% su ostala plovila. Prema zastavi plovila najviše plovila na stalnom vezu bilo je iz Hrvatske (35,3%), Austrije (19,7%), Njemačke (17,6%), SAD-a (6,1%), Slovenije (5,2%) i Italije (4,7%), što od ukupnog broja plovila na stalnom vezu iznosi 88,5% .

Broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u 2006. iznosio je 211 782, što je za 6,2% više nego u 2005. Prema vrsti plovila u tranzitu koja su se koristila vezom u moru, 29,4% su motorne jahte, 68,0% jahte na jedra, a 2,6% ostala plovila. U tom razdoblju najviše plovila u tranzitu bilo je iz Hrvatske (33,4%), Italije (23,7%), Njemačke (13,1%), Austrije (8,8%) i Slovenije (4,1%), što od ukupnog broja plovila u tranzitu iznosi 88,1%. [59] U lukama nautičkog turizma 31. prosinca 2012. na stalnom vezu bilo je 14 396 plovila, što je za 0,8% više nego 31. prosinca 2011. Vezom u moru koristilo se 85,5% plovila, a isključivo mjestom na kopnu 14,5%.

Prema vrsti plovila, na stalnom vezu koja su se koristila vezom u moru, 48,2% su motorne jahte, 50,2% su jahte na jedra, a 1,6% su ostala plovila. Prema zastavi plovila najviše plovila na stalnom vezu bilo je iz Hrvatske (31,7%), Austrije (18,6%), Njemačke (16,5%), Slovenije (6,6%), SAD-a (6,4%) i Italije (6,1%), što čini 85,9% od ukupnog broja plovila na stalnom vezu. Broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u 2012. iznosio je 181 628, što je za 3,6% manje nego u 2011.

Prema vrsti plovila u tranzitu koja su se koristila vezom u moru, 33,6% su motorne jahte, 63,4% su jahte na jedra, a 3,0% su ostala plovila. U tom razdoblju najviše plovila u tranzitu bilo je iz

[58] Jutarnji list (2018), online, dostupno na: https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/drzimo-40-svjetske-carter-flote-a-gdje-je-novac-imamo-zlatnu-koku-od-koje-bismo-trebali-zaradivati-basnoslovne-cifre-a-prihodi-su-prilicno-skromni/7513533/ [04.04.2019]

[59] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2006., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/hrv/publication/2006/4-4-6_1h2006.htm [02.04.2019]

Hrvatske (46,3%), Italije (18,4%), Njemačke (11,5%), Austrije (7,6%) i Slovenije (3,8%), što čini 87,6% plovila od ukupnog broja plovila u tranzitu.[60] U lukama nautičkog turizma 31. prosinca 2017. na stalnom vezu bilo je 13 tisuća plovila, što je 0,1% više nego 31. prosinca 2016. Vezom u moru služilo se 86,7% plovila, a isključivo mjestom na kopnu 13,3%.

Prema vrsti plovila na stalnom vezu u moru najviše je bilo jahti na jedra, i to 51,0%. Zatim slijede motorne jahte (45,6%) te ostala plovila (3,4%). Najviše plovila na stalnom vezu bilo je pod zastavom Hrvatske, i to 42,5%. Zatim slijede plovila pod zastavom Austrije (16,5%), Njemačke (16,0%), Slovenije (5,0%), Italije (4,7%) i Ujedinjene Kraljevine (2,6%). U tranzitu u 2017. bile su 202 tisuće plovila, što je 1,9% više nego u 2016. Prema vrsti plovila u tranzitu za koja je upotrijebljen vez u moru, najviše je bilo jahti na jedra, i to 65,7%. Zatim slijede motorne jahte (29,7%) te ostala plovila (4,6%). U 2017. najviše plovila u tranzitu bilo je iz Hrvatske (46,0%), Italije (15,0%), Njemačke (12,6%), Austrije (7,3%) i Slovenije (3,8%), što čini 84,7% plovila od ukupnog broja plovila u tranzitu.[61]

[60] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/04-03-05_01_2012.htm [02.04.2019]
[61] Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2017., online, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-04_01_2017.htm [02.04.2019]

Tablica 7. Prikaz stanja luka nautičkog turizma

2006. GODINA	UKUPNO	SIDRIŠTE	PRIVEZIŠTE	**MARINE**					NERAZVRSTANE LUKE NAUTIČKOG TURIZMA
				SUHA MARINA	MARINA I. KATEGORIJE	MARINA II. KATEGORIJE	MARINA III. KATEGORIJE	MARINA KATEGORIZIRANA I OZNAČENA SIDRIMA	
REPUBLIKA HRVATSKA	95	15	17	10	6	27	13	/	7
PRIMORSKO-GORANSKA	29	7	5	8	1	5	2	/	1
ZADARSKA	24	8	8	/	/	5	2	/	1
ŠIBENSKO-KNINSKA	11	/	/	/	2	5	4	/	/
SPLITSKO-DALMATINSKA	11	/	2	2	/	5	1	/	1
ISTARSKA	14	/	1	/	3	5	4	/	1
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	6	/	1	/	/	2	/	/	3
2012. GODINA	UKUPNO	SIDRIŠTE	PRIVEZIŠTE	**MARINE**					NERAZVRSTANE LUKE NAUTIČKOG TURIZMA
				SUHA MARINA	MARINA I. KATEGORIJE	MARINA II. KATEGORIJE	MARINA III. KATEGORIJE	MARINA KATEGORIZIRANA I OZNAČENA SIDRIMA	
REPUBLIKA HRVATSKA	98	17	13	11	6	24	17	4	6
PRIMORSKO-GORANSKA	29	8	6	6	1	3	3	1	1
ZADARSKA	19	7	2	2	/	4	4	/	/
ŠIBENSKO-KNINSKA	13	1	/	/	2	4	5	/	1
SPLITSKO-DALMATINSKA	16	1	2	2	/	5	3	2	1
ISTARSKA	15	/	2	/	3	6	2	1	1
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	6	/	1	1	/	2	/	/	2
2017. GODINA	UKUPNO	SIDRIŠTE	PRIVEZIŠTE	**MARINE**					NERAZVRSTANE LUKE NAUTIČKOG TURIZMA
				SUHA MARINA	MARINA I. KATEGORIJE	MARINA II. KATEGORIJE	MARINA III. KATEGORIJE	MARINA KATEGORIZIRANA I OZNAČENA SIDRIMA	
REPUBLIKA HRVATSKA	140	61	6	13	5	16	17	19	3
PRIMORSKO-GORANSKA	26	9	2	5	1	2	3	4	/
ZADARSKA	46	32	2	4	/	4	4	/	/
ŠIBENSKO-KNINSKA	21	7	/	1	2	3	5	3	/
SPLITSKO-DALMATINSKA	27	12	1	2	/	3	3	5	1
ISTARSKA	12	/	1	/	2	2	2	5	/
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	8	1	/	1	/	2	/	2	2

Izvor: Izrada autora prema podacima dostupnima na www.dzs.hr

Evidentan je rast ponude iz godine u godinu, ali taj rast je nedostatan da zadovolji sve veću potražnju za nautičkim turizmom.

Najpoznatiji lanac marina u Republici Hrvatskoj je Adriatic Croatia International Club (ACI) osnovan 1983. te danas broji 22 marine uzduž cijele hrvatske obale.

Slika 1. Lokacije ACI marina



Izvor: Internet, www.aci-marinas.com

ACI marina Split sagrađena je među prvima nakon osnivanja kompanije između 1982 i 1985 godine, te je otvorena za turiste 1986. godine. Smještena je u jugozapadnom dijelu gradske luke Split, sjeverno od poluotoka Sustipan, u blizini stare gradske jezgre. Najbliže luke su Milna i Maslinica, do kojih su potrebna cca 2h jedrenja, to su uz Čiovo i najbliži otoci tj. Brač i Šolta. Otvorena je cijele godine te ima dugačak lukobran koji štiti od južnih vjetrova.

Marina ima 318 vezova u moru i 30 mjesta za smještaj plovila na kopnu. Sadržaji marine su: recepcija s mjenjačnicom i s prodajnim mjestom modnih dodataka iz ACI kolekcije, bankomat, više restorana s caffe-barom, ledomat, sanitarni čvor sa zasebnim odjeljkom za invalide, praonica rublja, prodavaonice prehrambenih proizvoda i nautičke opreme, charter agencije i prodaja plovila, servisna radionica, servis za jedra, dizalica nosivosti 10 tona, navoz 45 tona, igla za skidanje jarbola, crpka za gorivo nalazi se na udaljenosti od 100 metara, Wi-Fi sustav za pristup internetu, 2 Tesla Only električne punionice snage do 22kW i 1 Tesla Universal električna punionica snage do 22kW.[62]

[62] Adriatic Croatia International Club, online, dostupno na: https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-split/ [01.04.2019]

Lanac marina ACI u prvih je devet mjeseci 2016 godine ostvario neto dobit od 33,2 milijuna kuna, što je 7 posto manje nego u istom prošlogodišnjem razdoblju. Ukupni prihod u tom razdoblju iznosio je 165,3 milijuna kuna i na razini je prošlogodišnjeg, a ukupni rashod 132,1 milijunom kuna ili 2 posto više. Poslovni prihodi iznose 155,7 milijuna kuna i na razini su prošlogodišnjih. U njihovoj strukturi najveći udio sa 72,5 milijuna kuna zauzimaju prihodi od godišnjeg veza, koji su u usporedbi s tri prva lanjska kvartala smanjeni za 1 posto. S nešto više od 51 milijuna kuna slijede prihodi od dnevnog veza, koji su povećani za 10 posto. Od zakupa i sporednih djelatnosti ACI je u prvih devet mjeseci prihodovao 11,3 milijuna kuna ili 2 posto manje nego lani, a od ostalih usluga nautičarima 9,3 milijuna kuna, uz 3-postotni međugodišnji pad. Gledajući po marinama, najveći prihod u prvih devet mjeseci od 18,7 milijuna kuna ACI je ostvario u Marini Split.[63]

2018 godina se pokazala rekordnom za ACI. Dobit kompanije porasla je za 54 posto na 38, 4 milijuna kuna, dok EBIDTA iznosi 93,9 milijuna kuna. Ukupni prihodi skočili su za sedam posto u odnosu na godinu ranije i iznose 216 milijuna, a poslovni za 11 posto i bili su 210 milijuna kuna. S druge strane, rashodi kompanije porasli su samo jedan posto. Prihodi od veza u ACI marinama također su zabilježili rast, što ne čudi budući da su prošle godine sve marine te kompanije uprihodile više nego 2017. Pritom su najveći porast ostvarile marine Dubrovnik, Veljko Barbieri (Slano) te marine Split i Korčula. [64]

[63] Poslovni dnevnik, online, dostupno na: http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/neto-dobit-aci-ja-332-milijuna-kuna-najuspjesnija-marina-split-319978 [01.04.2019]
[64] Jutarnji.hr, online, dostupno na: https://novac.jutarnji.hr/makro-mikro/rekordna-godina-dobit-aci-marina-porasla-za-visokih-54-posto-na-384-milijuna-kuna/8434487/ [01.04.2019]

Slika 2. ACI marina Split



Izvor: Google slike

4. ANALIZA ELEMENATA PRIVLAČNOSTI PONUDE MARINA NA PRIMJERU ACI MARINE SPLIT

Ciljevi ovog istraživanja proizlaze iz navedenog problema i predmeta istraživanja, te su obuhvaćeni postavljenim hipotezama. Osnovni cilj rada je kroz rezultate istraživanja prikazati stavove/mišljenja nautičkih turista o elementima ponude nautičkog turizma koji predstavljaju privlačne determinante/faktore za dolazak nautičkih turista na Jadran, s naglaskom na ACI Marinu Split, te donijeti zaključak o faktorima koji utječu na potražnju za nautičkim turizmom u ACI Marini Split, te pozitivnim i/ili negativnim utjecajem analiziranih elemenata/faktora.

4.1. Postavljanje istraživačkih hipoteza

Razlikuju se sljedeće determinante/faktori razvoja nautičkog turizma [65]:

- Općeniti (fiksni): klimatski uvjeti (sunčani dani, frekvencija i intenzitet temperature vode, zraka i vode), ljepota i čistoća mora, ljepote krajolika koji uključuje razvedenu i raznoliku obalu i otoke s naseljima
- Posebni (varijabilni): prometna dostupnost polazne luke u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, prostorna raspodjela i objekti u marinama, sposobnost povezivanja brodova u marini i izvan nje, ljubaznost i obrazovanje osoblja, ponuda drugih objekata potrebnih za održavanje i opremu broda za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, trošak usluga, zakonodavstvo vezano uz plovidbu i brodove, porezi.

Na temelju navedenih determinanti su postavljene hipoteze i podhipoteze.

H1: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu opći privlačni faktori i to:

H1.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe klima i reljef (razvedenost) na obali

H1.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe ljepota i čistoća mora

H1.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu hrana i ugostiteljska ponuda

[65] Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016.): Nautical tourism in Croatia: Current Situation; Tourism & Hospitality Industry, Congress Proceedings, pp. 66 - 79

H2: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu varijabilni faktori i to:

H2.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe dostupnost marina i vezova duž Jadranske obale

H2.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu socijalni elementi, sigurnost i gostoljubivost

H2.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu dodatni zabavni sadržaji

H3: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu varijabilni faktori i to:

H3.1.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu opći troškovi nautičara

H3.2.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu infrastrukturna ograničenja

4.2. Interpretacija i analiza rezultata istraživanja

Kako bi se istražio problem istraživanja, postavljen u samom početku rada, i utvrdilo mišljenje krajnjih korisnika (nautički turist) o elementima privlačnosti luka nautičkog turizma provedeno je anketno istraživanje autorice ovog diplomskog rada u periodu od siječnja do ožujka 2019 godine. Ispitala su se mišljenja nautičara koji su barem jednom plovili u Republici Hrvatskoj. Anketni upitnik se sastoji od 27 pitanja od kojih je dio odabir, te dio kratki odgovor. Anketnim upitnikom se ispituju stavovi o ACI marini Split u odnosu na druge marine u svijetu tj. anketnim upitnikom se pokušavaju prikazati stavovi nautičkih turista o elementima ponude luka nautičkog turizma koji predstavljaju privlačne determinante/faktore za dolazak nautičkih turista na Jadran, s naglaskom na ACI Marinu Split, te donijeti zaključak o faktorima koji utječu na potražnju za nautičkim turizmom u ACI Marini Split, te pozitivnim i/ili negativnim utjecajem analiziranih elemenata/faktora. Istraživanje je provedeno anonimno. Anketno istraživanje je provedeno na uzorku N=50 osoba. Metodom anketiranja (online anketni upitnik kreiran na stranici Google obrasci) su prikupljeni odgovarajući podaci, a dobiveni rezultati će biti prezentirani u nastavku rada.

Tablica 8. Profil ispitanika

OPIS	BROJ ISPITANIKA	
	APSOLUTNO	RELATIVNO
SKIPERSKA DOZVOLA?		
Da	33	66.0%
Ne	17	34.0%
STAROSNA SKUPINA		
18 - 25	14	28.0%
26 - 40	29	58.0%
40 - 60	7	14.0%
60+	0	0.0%
SPOL		
Ženski	18	36.0%
Muški	32	64.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Profil ispitanika se prikazuje kroz varijable spola, dobi te je li ispitanik skipper ili ne. Tablica prikazuje broj ispitanika koji imaju dozvolu za upravljanje plovilom (minimalno voditelj brodice kategorije B). 66% ili 33 ispitanika posjeduju skipersku dozvolu. Najveći broj ispitanika je između 26 i 40 godina i to 58% ili 29 ispitanika, zatim slijede ispitanici između 18 i 25 godina njih 14 ili 28% te ispitanici između 40 i 60 godina kojih je 14% tj. 7, nije bilo ispitanika iznad 60 godina. Navedeno kazuje da u ACI Marinu Split dolaze nautičari srednje životne dobi. Struktura ispitanika prema spolu kazuje da je veći broj muškaraca i to 64%.

Tablica 9. Motivi odabira Splita (Hrvatska) kao početne točke

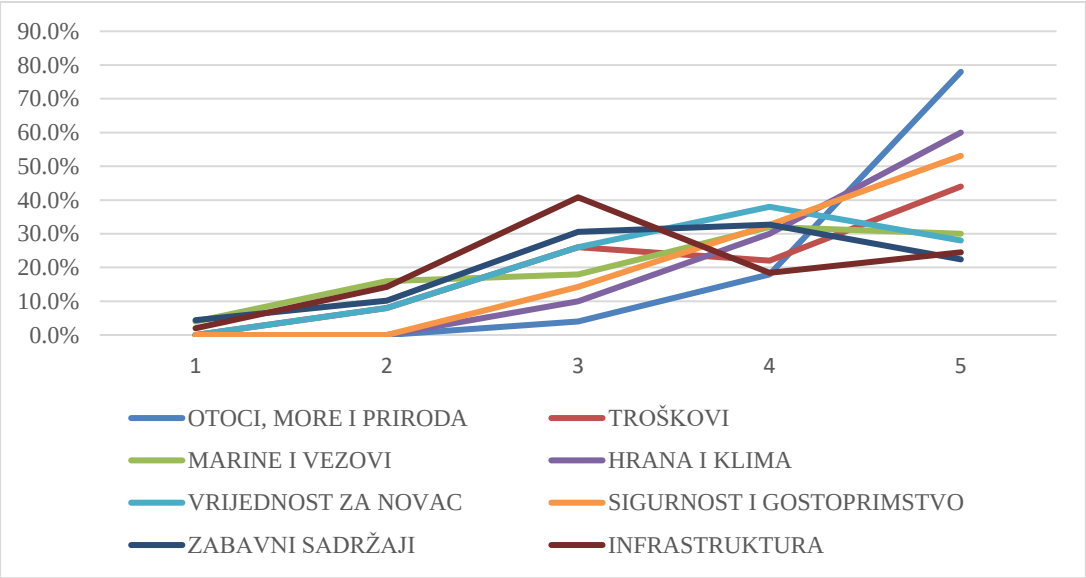
MOTIVI ODABIRA SPLITA KAO CHECK IN TOČKE	BROJ ISPITANIKA	
	APSOLUTNO	RELATIVNO
OTOCI, MORE I PRIRODA	31	62.0%
TROŠKOVI	3	6.0%
MARINE I VEZOVI	1	2.0%
HRANA I KLIMA	4	8.0%
VRIJEDNOST ZA NOVAC	1	2.0%
SIGURNOST I GOSTOPRIMSTVO	2	4.0%
ZABAVNI SADRŽAJI	0	0.0%
INFRASTRUKTURA	2	4.0%
OSTALO	6	12.0%
UKUPNO	**50**	**100.0%**

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Iz tablice je vidljivo da najviše ispitanika bira dalmatinsku obalu tj. ACI Split zbog otoka, kristalno čistog mora i prirode i to 62% ispitanika tj. 31 nautički turist, slijede hrana i klima koje bira 8% ispitanika. Sve druge kategorije su zastupljene u malim postocima. Navedeno navodi na zaključak da bi ACI Split trebao poboljšati ponudu da privuku što veći broj turista, te da isti dolaze i iz drugih razloga osim prirodnih ljepota.

U sljedećoj skupini pitanja ispitanici su ocjenama od 1 do 5 ocjenjivali navedene hipoteze. Ocjena 1 predstavlja veoma loše, dok ocjena 5 predstavlja odlično.

Grafikon 3. Zbirni pregled hipoteza



Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Tablica 10. Otoci, more i priroda

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	0	0.0%
2	0	0.0%
3	2	4.0%
4	9	18.0%
5	39	78.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 78% ispitanika tj. njih 39 od ukupno 50 najvišom ocjenom (ocjena 5) ocijenilo je otoke, more i prirodu. Može se zaključiti da ispitanici nemaju negativno mišljenje o prirodnim ljepotama jadranske obale.

Tablica 11. Troškovi

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	0	0.0%
2	4	8.0%
3	13	26.0%
4	11	22.0%
5	22	44.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 44% ispitanika tj. njih 22 od ukupno 50 najvišom ocjenom ocijenilo troškove u ACI marini Split, što znači da većina ispitanika ne smatra da su troškovi previsoki.

Tablica 12. Marine i vezovi

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	2	4.0%
2	8	16.0%
3	9	18.0%
4	16	32.0%
5	15	30.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 32% ispitanika tj. njih 16 od ukupno 50 smatra da su marine kvalitetne, te da je dostupnost vezova dostatna. 4% ispitanika ima negativno mišljenje o dostupnosti marina i vezova.

Tablica 13. Hrana i klima

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	0	0.0%
2	0	0.0%
3	5	10.0%
4	15	30.0%
5	30	60.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 60% ispitanika tj. njih 30 od ukupno 50 najvišom ocjenom ocijenilo je hranu i klimu. Može se zaključiti da ispitanici nemaju negativno mišljenje o hrani i klimi.

Tablica 14. Vrijednost za novac

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	0	0.0%
2	4	8.0%
3	13	26.0%
4	19	38.0%
5	14	28.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 38% ispitanika tj. njih 19 od ukupno 50 smatra da su dobiju dovoljno/kvalitetno za ono koliko plate.

Tablica 15. Sigurnost i gostoprimstvo

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	0	0.0%
2	0	0.0%
3	7	14.3%
4	16	32.7%
5	26	53.1%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 53,1% ispitanika tj. njih 26 od ukupno 50 najvišom ocjenom ocijenilo je sigurnost i gostoprimstvo. Može se zaključiti da ispitanici nemaju negativno mišljenje te smatraju ACI marinu Split sigurnom, te njene zaposlenike ljubaznima.

Tablica 16. Zabavni sadržaji

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	2	4.4%
2	5	10.2%
3	15	30.6%
4	16	32.7%

5	11	22.4%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 32,7% ispitanika tj. njih 16 od ukupno 50 pozitivnim ocjenjuju dodatne sadržaje, dok 7 ispitanika nema pozitivno mišljenje.

Tablica 17. Infrastruktura

OCJENA	ISPITANICI	ISPITANICI (%)
1	1	2.0%
2	7	14.3%
3	20	40.8%
4	9	18.4%
5	12	24.5%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazani rezultati empirijskog istraživanja. Prema srednjoj vrijednosti 40,8% ispitanika tj. njih 20 od ukupno 50 daje srednju ocjenu za infrastrukturu. 8 ispitanika ima negativno mišljenje, dok 21 ispitanik ima pozitivno mišljenje. Može se zaključiti da su potrebna dodatna infrastrukturna ulaganja.

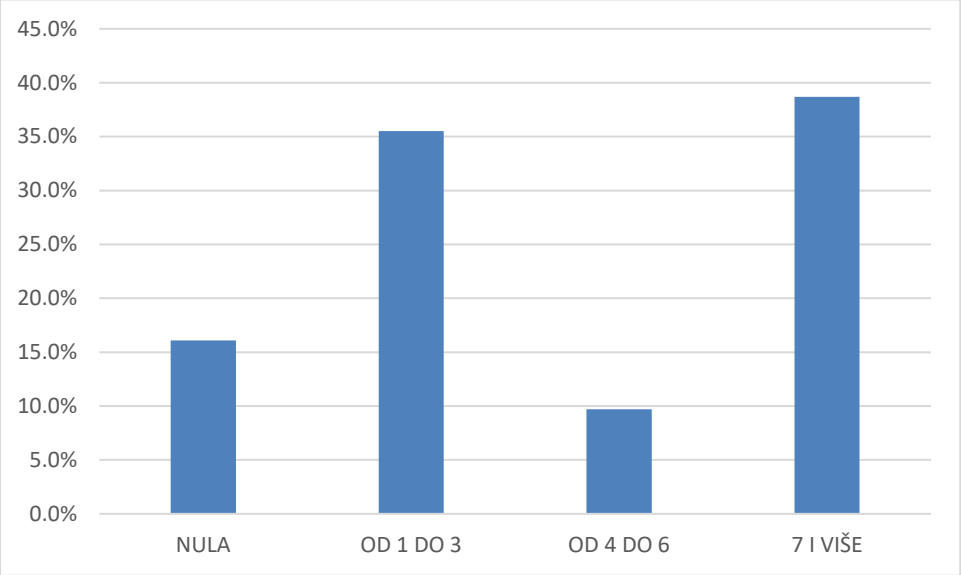
Tablica 18. Ocjena ACI marine Split u odnosu na druge marine

OCJENA	ISPITANICI (%)
1	3.1%
2	9.4%
3	34.4%
4	43.8%
5	9.4%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

U tablici su prikazane ocjene za ACI Split u odnosu na druge marine koje su ispitanici posjetili. Ocjenu pet odabralo je 9,4% ispitanika, četiri 43,8% ispitanika, tri 34,4% ispitanika, dva 9,4% ispitanika te jedan 3,1% ispitanika.

Grafikon 4. Koliko ste puta izabrali ACI Split kao početku točku putovanja



Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Grafikon prikazuje koliko su puta ispitanici izabrali ACI Split kao početnu točku svog putovanja. Najviše ispitanika 38,7% je odabralo ACI Split 7 ili više puta dok 16,1% ispitanika nije izabralo ACI Split kao početnu točku svog nautičkog putovanja.

Tablica 19. Najbolja i najlošija značajka ACI marine Split

HIPOTEZE	**NAJBOLJA ZNAČAJKA ACI MARINE SPLIT**	**NAJLOŠIJA ZNAČAJKA ACI MARINE SPLIT**
TROŠKOVI	12.5%	25.0%
VEZOVI	12.5%	12.5%
VRIJEDNOST ZA NOVAC	3.1%	12.5%
SIGURNOST I GOSTOPRIMSTVO	37.5%	3.1%
ZABAVNI SADRŽAJI	3.1%	25.0%
INFRASTRUKTURA	18.8%	18.8%
LOKACIJA	9.3%	0.0%
OSTALO	3.2%	3.0%
UKUPNO	**100%**	**100%**

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Na prvom mjestu kao najbolju značajku ACI Split ispitanici su odabrali su sigurnost i gostoprimstvo s 37,5%, na drugom mjestu infrastruktura s 18,8% i na trećem mjestu vezovi i

trškovi s 12,5%. Kao najlošije u ACI Split ispitanici su ocjenili nedostatak zabavnih sadržaja i troškove s po 25%. Dok je na drugom mjestu infrastruktura s 18,8%. Zatim slijede vrijednost za novac i vezovi s 12,5%.

U opisnim pitanjima u empirijskom istraživanju ispitanici su napisali koje su prema njihovom mišljenju bolje od ACI Split. Najviše puta se spominju Marina Mandalina u Šibeniku, Marina Baotić smještena u Segetu Donjem i marina Martinis Marchi smještena pokraj dvorca u Maslinici na otoku Šolta, te marina na Hvaru. Spominju se i marine izvan Hrvatske i to Porto Montenegro i Antibes. Marine koje su prema ispitanicima lošije od ACI Split su Marina Kaštela, koja je napisana najviše puta, te Kremik.

Kao preporuke za poboljšanje ACI Split ispitanici navode: zabavne sadržaje, vezove te više mjesta među vezovima i da budu širi, parkirna mjesta, kafiće, niže troškove i veću ljubaznost.

Tablica 20. Opće informacije o navikama ispitanika

OPIS	BROJ ISPITANIKA
HOĆETE LI OPET IZABRATI ACI SPLIT KAO VAŠU CHECK IN TOČKU	
Da	50.0%
Ne	0.0%
Ne znam	50.0%
TRAJANJE PUTOVANJA	
7 dana	68.0%
14 dana	20.0%
Ostalo	12.0%
TIP ODMORA	
Luksuzni	24.0%
Avantura	16.0%
Sport	8.0%
Zabava	30.0%
Poslovno putovanje	10.0%
Teambuilding	10.0%
Obiteljsko putovanje	2.0%
TIP PLOVILA	
Jedrilica	62.0%
Motorni brod	16.0%
Katamaran	16.0%
Gulet	0.0%
Mini kruzer	6.0%
PREFERIRANI PERIOD	
Predsezona	18.0%
Sezona	66.0%
Postsezona	16.0%
JESTE LI PRVI PUT U RH	
Da	20.0%
Ne	80.0%

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

50% ispitanika je odabralo opciju ponovnog dolaska u ACI Split i 50% ispitanika je reklo da ne zna, dok nitko nije odabrao opciju ne dolaska u ACI Split. **N**ajviše ispitanika bira sedmodnevna kružna putovanja i to 68%, dok 20% bira 14 dana. 30% ispitanika bira odmor za zabavu, 24% ispitanika bira luksuzna putovanja, 16% ispitanika avanturistička i 10% ispitanika bira poslovna, tembuilding putovanja, dok 8% bira sportska kružna putovanja. 62% ispitanika

bira jedrilice, 16% ispitanika katamarane i motorne brodove i 6% mini kruzere. Preferirani period dolaska ispitanicima je sezona, dok je 80% ispitanika prethodno posjetilo Hrvatsku.

Prema empirijskim rezultatima najviše ispitanika se vratilo u Hrvatsku zbog prekrasnog mora, prirode, nacionalnih parkova, otoka, niskih troškova, dobrog provoda, hrane i ljudi. Također nije navedeno mnogo negativnih iskustava. Navedeni su troškovi, premalo mjesta u marini, nedovoljno vezova, te skupa rezervacija veza u ACI Split.

4.3. Testiranje hipoteza istraživanja

Na osnovi rezultata empirijskog istraživanja, moguće je donijeti odluku o prihvaćanju/ odbacivanju postavljenih hipoteza istraživanja:

H1: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu opći privlačni faktori i to:

H1.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe klima i reljef (razvedenost) obale

H1.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe ljepota i čistoća mora

H1.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu hrana i ugostiteljska ponuda

U prethodnom poglavlju iz grafova i tablica vidljive su pozitivne ocjene za opće privlačne faktore. Na sva pitanja odgovor je bio pozitivan tj. dodijeljena je ocjena 5, koja je najviša ocjena. Ispitanici u najvišem broju biraju ACI marinu Split zbog mora, otoka, hrane i klime.

Tablica 21. Deskriptivna statistika za H1 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu opći privlačni faktori.			
Standard Error	7,436397	Standard Error	5,7008771
Median	2	Median	5
Standard Deviation	16,628289	Standard Deviation	12,747549
Sample Variance	276,5	Sample Variance	162,5
Kurtosis	3,9580849	Kurtosis	0,5798817
Skewness	1,9825035	Skewness	1,2068685
Range	39	Range	30
Minimum	0	Minimum	0
Maximum	39	Maximum	30

Sum	50	Sum	50
Count	5	Count	5
Confidence Level(95,0%)	20,646748	Confidence Level(95,0%)	15,828172

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Tablica 22. T-test za H1 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu opći privlačni faktori.		
Mean	10	12,5
Variance	276,5	175
Observations	5	4
Pooled Variance	233	
Hypothesized Mean Difference	0	
df	7	
t Stat	-0,24415	
P(T<=t) one-tail	0,407058	
t Critical one-tail	1,894579	
P(T<=t) two-tail	0,814117	
t Critical two-tail	2,364624	

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Uzimajući u obzir signifikantnost i srednju vrijednost hipoteza H1 se prihvaća.

H2: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu varijabilni faktori i to:

H2.1.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječe dostupnost marina i vezova duž Jadranske obale

H2.2.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu socijalni elementi, sigurnost i gostoljubivost

H2.3.: Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu dodatni zabavni sadržaji

U prethodnom poglavlju iz grafova i tablica vidljive su pozitivne ocjene za pozitivne varijabilne faktore. Sva pitanja su dobila uglavnom viske ocjene 4 i 5, što kazuje da su ispitanici uglavnom zadovoljni dostupnošću vezova, osjećaju se sigurno, smatraju da su zaposlenici ljubazni, te da postoji zadovoljavajući broj dodatnih sadržaja.

Tablica 23. Deskriptivna statistika za H2 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu varijabilni faktori.			
Standard Error	2,5495098	Standard Error	5,0039984
Median	9	Median	7
Mode	0	Mode	0
Standard Deviation	5,7008771	Standard Deviation	11,189281
Sample Variance	32,5	Sample Variance	125,2
Kurtosis	-0,859172	Kurtosis	-0,913797
Skewness	-0,404796	Skewness	0,7690068
Range	14	Range	26
Minimum	2	Minimum	0
Maximum	16	Maximum	26
Sum	50	Sum	49
Count	5	Count	5
Confidence Level(95,0%)	7,0785739	Confidence Level(95,0%)	13,893327

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Tablica 24. T-test za H2 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split pozitivno utječu varijabilni faktori.		
Mean	10	12,25
Variance	32,5	126,9166667
Observations	5	4
Pooled Variance	72,96428571	
Hypothesized Mean Difference	0	
df	7	
t Stat	-0,392664007	
P(T<=t) one-tail	0,353125224	
t Critical one-tail	1,894578605	
P(T<=t) two-tail	0,706250447	
t Critical two-tail	2,364624252	

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Uzimajući u obzir signifikantnost i srednju vrijednost hipoteza H2 se prihvaća.

H3: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu varijabilni faktori i to:

H3.1.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu opći troškovi nautičara

H3.2.: Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu infrastrukturna ograničenja

U prethodnom poglavlju iz grafova i tablica vidljive su pozitivne ocjene za negativne varijabilne faktore. Sva pitanja su dobila uglavnom viske ocjene 4 i 5 što nam kazuje da su ispitanici uglavnom zadovoljni troškovima u marini tj. da ih ne smatraju previsokima, te su zadovoljni infrastrukturom.

Tablica 25. Deskriptivna statistika za H3 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu varijabilni faktori			
Standard Error	3,807887	Standard Error	3,120897
Median	11	Median	9
Mode	0	Mode	0
Standard Deviation	8,514693	Standard Deviation	6,978539
Sample Variance	72,5	Sample Variance	48,7
Kurtosis	-0,3629	Kurtosis	0,910616
Skewness	0,364482	Skewness	0,451075
Range	22	Range	19
Minimum	0	Minimum	1
Maximum	22	Maximum	20
Sum	50	Sum	49
Count	5	Count	5
Confidence Level(95,0%)	10,57239	Confidence Level(95,0%)	8,665

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Tablica 26. T-test za H3 hipotezu

Na potražnju za ACI marinom Split negativno utječu varijabilni faktori		
Mean	10	12
Variance	72,5	32,66667
Observations	5	4
Pooled Variance	55,42857	

Hypothesized Mean Difference	0	
df	7	
t Stat	-0,40046	
P(T<=t) one-tail	0,35038	
t Critical one-tail	1,894579	
P(T<=t) two-tail	0,70076	
t Critical two-tail	2,364624	

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Google obrasca, 2019

Uzimajući u obzir signifikantnost i srednju vrijednost hipoteza H3 se prihvaća.

5. ZAKLJUČAK

Prirodni resursi čine Republiku Hrvatsku najpoželjnijom nautičkom destinacijom na Sredozemlju i jednom od najpoželjnijih nautičkih destinacija u svijetu. Posljednjih godina nautički turizam u Republici Hrvatskoj eksponencijalno raste i donosi iz sezone u sezonu sve veće prihode i ostvaruje sve bolje rezultate. S obzirom na rezultate koje nautički turizam ostvaruje potrebno je dodatno ulagati da bi se i dalje nastavili ostvarivati pozitivni rezultati. Dosadašnji razvoj se temelji isključivo na prirodnim resursima (sunce i more) te na razvedenosti obale, koja svakog pravog nautičara privlači, to naravno nije dovoljno nuditi nautičkim turistima tokom njihovog boravka. Konkurencija također zabilježava jako dobre rezultate te su potrebne inovativne promjene prvenstveno u infrastrukturi te nedostatku sadržaja, da bi se nastavili pozitivni rezultati. Marine uzduž Jadranskog mora imaju prednost što su smještene u neposrednoj blizini kulturno-povijesnih građevina, kao što je i primjer ACI marina Split koja je smještena 10 minuta od povijesne jezgre grada Splita, te mnogi stručnjaci to vide kao prednost za daljnji razvoj. Nautički turizam sve više privlači i mlade nautičke turiste, to se najbolje vidi u masovnoj popularnosti flotilla chartera i cabin chartera kao što su Yacht Week i Sail Week Croatia.

Rezultati istraživanja u ovom diplomskom radu su pokazala kako nautički turisti biraju jadransku obalu za svoje kružno putovanje prvenstveno zbog prirodnih resursa i reljefa. 78% ispitanika je najvišom ocjenom ocijenilo otoke, more i prirodu, te 60% najvišu ocjenu daje za klimu i hranu. Ispitanici daju srednju ocjenu za troškove i vrijednost za novac. Također ispitanici daju niske ocjene za infrastrukturu i zabavne sadržaje. Ispitanici kao najbolju značajku ACI marine Split odabiru sigurnost i gostoprimstvo, te kao najlošiju značajku troškovi i zabavni sadržaji, što bi trebao biti znak marini da su potrebna dodatna ulaganja te razvoj. Jedna od zamjerki ispitanika je nedostatak vezova u marini, te nedostatak mjesta između vezova. Ispitanici su marinu Baotić i marinu Martinis Marchi označili kao bolje od ACI Split, te Marinu Kaštela kao lošiju. Ispitanici najradije odabiru jedrilice te provode sedam dana na moru.

Istraživanje je potvrdilo hipoteze postavljene u ovom radu te dokazalo kako potencijali nisu iskorišteni, te da nautičkog turista privlače opći privlačni faktori poput reljefa i mora na koje ne možemo utjecati,Istraživanjem se utvrdilo da su ispitanici nezadovoljni varijabilnim faktorima poput infrastrukture i dodatnih zabavnih sadržaja, što daje jasne signale nositeljima

odluka za korake koje je nužno učiniti u pogledu poboljšanja sadržaja ACI Marine Split a u svrhu povećanja broja nautičara i posljedično prihoda.
Prema financijskim izvješćima ACI svake godine posluje sve bolje te posjeduje kapital za nova ulaganja te je preporuka ACI marini Split, prema empirijskom istraživanju, više ulaganje u broj vezova te proširenje da bi se dobilo više mjesta među vezovima kako su to prema anketnom upitniku glavne zamjerke, uz dodatna parkirna mjesta, kafiće te zabavne sadržaje, kako je nemoguće pouzdati se isključivo u prirodne ljepote te očekivati da će se gosti zauvijek vraćati.

Navedeno je moguće uočiti i u velikim svjetskim marinama koje imaju hotele s wellnessom i konferencijskim salama, prvoklasne restorane, uređene sanitarne čvorove, dizalice za jedrilice, mogućnosti suhog veza, i sl.

ACI marina Split može maksimalno napredovati, pozitivno se razvijati te privući još veći broj nautičkih turista samo ako su svjesni svojih nedostataka, prvenstveno vezova i troškova istih, te svoju ponudu usmjere prema maksimalnom zadovoljenju nautičara i pruže im dodatne vrijednosti.

I zaključno, osvrćući se na trendove na razini cijele Splitsko-dalmatinske županije, najave Turističke zajednice SDŽ su optimistične. U 2019. , na jesen, trebalo bi biti otvoreno devet gradilišta luka nautičkog turizma u Srednjoj Dalmaciji. Planirane investicije županijske Lučke uprave za područje Srednje Dalmacije, uz potporu Ministarstva, u 2019. godini iznose oko 300 milijuna kuna, čime će se značajno poboljšati pomorska infrastruktura. Navedeno bi trebao biti signal ACI Marini Split o potrebama promišljanja ulaganja u dodatne sadržaje, o mogućnostima istih s obzirom na geografski položaj i prostorna ograničenja, što ipak zbog sveobuhvatnosti nije bio problem istraživanja ovog diplomskog rada, ali na temelju rezultata istraživanja je vidljivo da bi takva ulaganja vjerojatno doprinijela porastu konkurentnosti marine tj. većoj privlačnoj moći.[66]

[66] Dalmatinski portal (2019):, online, dostupno na: http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/na-jesen-pocinje-gradnja-cak-devet-luka-nautickog-turizma-u-splitsko-dalmatinskoj-zupaniji/42632 [12.03.2019]

LITERATURA:

1. Blažević, B. (2007.): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija

2. Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON d.o.o., Split

3. Favro, S., Kovačić, M. (2010.): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Ogranak Matice Hrvatske, Split

4. Gračan, D. (2006.): Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, Tourism and hospitality management, Vol.12 No.1 Lipanj

5. Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T. (2016.): Nautical tourism in Croatia: Current Situation; Tourism & Hospitality Industry, Congress Proceedings

6. Jugović, A., Kovačić, M., Zubak, A. (2013.): Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije, Rijeka, ISSN 0554-6397, UDK: 338.48:797.1] (497.5)

7. Kovačić, M., (2004.): Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, UDK 627.212:338.48:656.61

8. Kovačić, M., Gračan, D., Jugović, A., (2015.): The scenario method of nautical tourisam development – a case study of Croatia, Faculty of Maritme Studies, University of Rijeka

9. Kovačić, M., Favro, S. (2012.): Mogućnosti razvoja nautičkog turizma na području Zadarske županije, UDK / UDC: 338.48:797.1](497.5-35 Zadar)

10. Luković, T. (2007.): Nautički turizam – definicije i dileme, Naše more: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.54 No.1-2 Lipanj

11. Luković, T. (2007.): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, Vol. 58 No.11, Prosinac

12. Luković, T., Gržetić, Z., (2007.): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i Europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut, Split

13. Petrić, L., (2011.): Upravljanje turističkom destinacijom, Načela i praksa, Udžbenici sveučilišta, Ekonomski fakultet, Split

14. Pivac, S. (2010): Statističke metode (predavanja, diplomski studij, kolegij „Statističke metode“), e-nastavni materijal, Split

15. Mrnjavac, E. (1998.): Pomorski sustav, Pomorski fakultet u Rijeci, Rijeka

16. Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split

17. Vukonić, B. (2005.): Povijest hrvatskog turizma, Prometej i HAZU, Zagreb

18. Zelenika, R. (2000.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci

19. Stavovi i potršnja nautičara u Hrvatskoj (2012.): Institut za turizam, Tomas nautika Jahting, Zagreb

20. Strategija razvoja turizma RH do 2020.godine (2013.): Narodne novine, Broj 55, online, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html [04.05.2018]

21. Luković, T., Bilić, M. (2007.): Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja, online, dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/25004 [04.05.2018]

22. Kolega, J. (2004.): Nautički turizam – jedan od najperspektivnijih oblika hrvatskog turizma online, dostupno na: http://www.geografija.hr/teme/nauticki-turizam-jedan-od-najperspektivnijih-oblika-hrvatskog-turizma/ [04.05.2018]

23. Grgić, I. (2013.): Turizam kao djelatnost, Križevci, online, dostupno na: http://www.vguk.hr/articlefiles/425_940_workshop-1-october.pdf [29.05.2018]

24. Turizam, enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, online, dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 [30.05.2018]

25. Osservatorio del turismo, I prodotti Turistici in Campania, Il Turismo Nautico (2008.): online, dostupno na:

http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2008-02-01_00771.pdf [30.01.2019]

26. Industria nautica, CLM, (2015): online, dostupno na: https://www.clusterlombardomobilita.it/wp-content/uploads/2015/12/G-151019-Quadraro-nautica.pdf [01.04.2019]

27. European Commission (2007.): , Maritime affairs, Shaping a prosperous future for nautical tourism in Europe online, dostupno na: https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/content/shaping-prosperous-future-nautical-tourism-europe_en [08.02.2019]

28. European Commission (2016.): Assessment of the impact of business development improvements around nautical tourism, online, dostupno na: https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/473c0b82-18f9-11e7-808e-01aa75ed71a1 [01.04.2019]

29. Državni zavod za statistiku: Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma, online, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-04_01_2017.htm; https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/04-03-05_01_2012.htm; https://www.dzs.hr/hrv/publication/2006/4-4-6_1h2006.htm [02.04.2019]

30. Narodne Novine, NN 72/2008, broj dokumenta 2402 (2008): online, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_06_72_2402.html [10.02.2019]

31. Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma, online, dostupno na: https://mint.gov.hr/vijesti/hrvatska-domacin-najvecem-susretu-charter-industrije-u-svijetu/charter-djelatnost/8893 [09.02.2019]

32. Institut za turizam, Akcijski plan razvoja nautičkog turizma (2015.), online, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi//005_151022_akc_p_nautic.pdf [08.02.2019]

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Popis tablica:

Tablica 1. Vrsta plovila na stalnom vezu izraženo u postocima……26

Tablica 2. Broj plovila na stalnom vezu prema zastavi plovila izražen u postocima……26

Tablica 3. Ostvareni prihod luka nautičkog turizma bez PDV-a……...27

Tablica 4. Kapacitet luka nautičkog turizma i zaposleni……...28

Tablica 5. Nautički parkovi u svijetu……30

Tablica 6. Zadovoljenje pojedinim elementima nautičke turističke ponude u marinama Hrvatske u odnosu na konkurentne zemlje Mediterana……32

Tablica 7. Prikaz stanja luka nautičkog turizma……36

Tablica 8. Profil ispitanika……42

Tablica 9. Motivi odabira Splita (Hrvatska) kao početne točke……42

Tablica 10. Otoci, more i priroda……..43

Tablica 11. Troškovi……..……44

Tablica 12. Marine i vezovi……...……44

Tablica 13. Hrana i klima……..44

Tablica 14. Vrijednost za novac……45

Tablica 15. Sigurnost i gostoprimstvo……...45

Tablica 16. Zabavni sadržaji……45

Tablica 17. Infrastruktura……46

Tablica 18. Ocjena ACI marine Split u odnosu na druge marine……46

Tablica 19. Najbolja i najlošija značajka ACI marine Split……47

Tablica 20. Opće informacije o navikama ispitanika……49

Tablica 21. Deskriptivna statistika za H1 hipotezu……...50

Tablica 22. T-test za H1 hipotezu……..51

Tablica 23. Deskriptivna statistika za H2 hipotezu……...52

Tablica 24. T-test za H2 hipotezu……..52

Tablica 25. Deskriptivna statistika za H3 hipotezu……...53

Tablica 26. T-test za H3 hipotezu……..53

Popis slika:

Slika 1. Lokacije ACI marina……37

Slika 2. ACI marina Split……..……39

Popis grafikona:

Grafikon 1. Subjekti nautičkog turizma……17

Grafikon 2. Model nautičkog turizma u RH……..……20

Grafikon 3. Zbirni pregled hipoteza……..43

Grafikon 4. Koliko ste puta izabrali ACI Split kao početku točku putovanja……47

PRILOZI

Prilog 1. Anketa

Nautical ports pull factors on the example of ACI Marina Split

This survey is used for research for graduate thesis.
When you answer it is important to compare other marinas in which you were with the marina in Split (ACI Marina Split).

This survey lasts only couple of minutes.

Thank You so much for your time!

Are you skipper?

Yes

No

Age?

18 - 25

26 - 40

40 - 60

60 +

Sex?

Female

Male

Prefer not to say

What is the main reason why did you choose Split (Croatia) as check in destination for sailing?

Islands, cristal clear sea, nature..

Costs

Marinas and berths

Food and climate

Value for money

Safety and hospitality

Entertaining content

Infrastructure

More:

Please grade next option - Islands, cristal clear sea, nature - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Costs - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Marinas and berths - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Food and climate - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Value for money - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Safety and hospitality - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Entertaining content - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

Please grade next option - Infrastructure - with grades 1 - 5

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

What would be your grade for ACI marina Split in comparison to other marinas

Very bad

1

2

3

4

5

Excellent

How many times did you choose ACI Marina Split as your check in point? *

0

1 - 3

4 - 6

7 and more

What is the best feature of ACI Split

Costs

Berths

Value for money

Safety and hospitality

Entertaining content

Infrastructure

More:

What is the worst feature of ACI Split

Costs

Berths

Value for money

Safety and hospitality

Entertaining content

Infrastructure

More:

Is there marina that is incomparably better than ACI Marina Split? If yes please write a name of this marina.

Is there marina that is incomparably worse than ACI Marina Split? If yes please write a name of this marina.

What would be your recommendation for improvement of ACI Split

Are you going to choose ACI Split as your check in point in future?

Yes

No

I don't know

What is duration of your sailing week?

7 days

14 days

More:

What type of vacation did you choose?

Luxury

Advanture

Sport

Fun

Business

Teambuilding

More:

What type of boat did you choose?

Sailing boat

Motor boat

Catamaran

Gulet

Mini cruiser

More:

What is your preferable sailing period?

Pre season

Season

Post season

Is this your first time sailing in Croatia?

Yes

No

What prompted you to come again to Croatia?

If you had some negative experience, could you describe it?

SAŽETAK

Glavni cilj ovog diplomskog rada/istraživanja bio je ispitati stavove/mišljenja nautičkih turista o elementima ponude luka nautičkog turizma koji predstavljaju privlačne determinante/faktore za dolazak nautičkih turista na Jadran, s naglaskom na ACI Marinu Split, te donijeti zaključak o faktorima koji utječu na potražnju za nautičkim turizmom u ACI Marini Split, te pozitivnim i/ili negativnim utjecajem analiziranih elemenata/faktora.

U prvom dijelu rada predstavljeni su problem i predmet istraživanja, postavljene su istraživačke hipoteze, ciljevi i doprinos rada. Teorijski je analiziran nautički turizam, njegov razvoj kroz povijest u svijetu i u Republici Hrvatskoj, vrste i oblici nautičkog turizma, njegov razvoj sa aspekta ekoloških utjecaja te njegovo gospodarsko značenje. Nadalje su teorijski razrađeni elementi ponude luka nautičkog turizma tj. opći i varijabilni činitelji i prikazano je stanje ponuda luka nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. U empirijskom dijelu rada sastavljen je anketni upitnik kojeg su ispunjavali nautički turisti koji su plovili Jadranom i izabrali ACI marinu Split kao polaznu točku svog putovanja.

Istraživanjem su potvrđene postavljene hipoteze.

Ključne riječi: nautički turizam, ponuda, luke nautičkog turizma, ACI marina Split

SUMMARY

The main aim of this graduate thesis / research was to examine the views / opinions of nautical tourists on the elements of the offer of nautical ports which represent attractive determinants / factors for the arrival of nautical tourists on the Adriatic, with an emphasis on ACI Marina Split, and to make a conclusion on factors influencing demand for nautical tourism in ACI Marini Split, and positive and / or negative influence of the analyzed elements / factors.

The first part of the thesis represents the problem and the subject of research, research hypotheses, goals and contribution of work have. The theoretically analyzed nautical tourism, its development through history in the world and in the Croatia, the types and forms of nautical tourism, its development from the aspect of ecological influences and its economic significance. Theoretically elaborated elements of the offer of nautical tourism ports, ie. general and variable factors, are presented and the state of the offer of nautical ports in the Croatia is presented. In the empirical part of the thesis a survey questionnaire was compiled by nautical tourists who sailed the Adriatic Sea and chose ACI Marina Split as the starting point/check in point of their journey.

Research hypothesis were confirmed.

Keywords: nautical tourism, supply, nautical tourism port, ACI marina Split