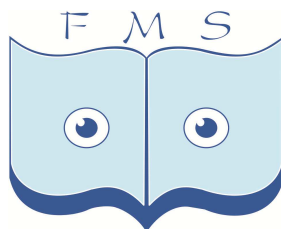


**UNIVERZITET „ADRIATIK“ BAR**  
**FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE**  
**TIVAT**



**Ana Kožušna**

**UTICAJ SAVREMENIH TRENDOVA NA LUKE NAUTIČKOG  
TURIZMA NA PRIMJERU MARINE „PORTO  
MONTENEGRO“**

**SPECIJALISTIČKI RAD**

**Tivat, oktobar 2018.**

**UNIVERZITET „ADRIATIK“ BAR**  
**FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE**  
**TIVAT**

**UTICAJ SAVREMENIH TRENDOVA NA LUKE NAUTIČKOG  
TURIZMA NA PRIMJERU MARINE „PORTO  
MONTENEGRO“**

**SPECIJALISTIČKI RAD**

Mentor: Prof. dr Nikola Vukčević

Predmet: Nautički turizam i poslovanje marina

Student: Ana Kožušna, Br.Indexa: S11/17

Smjer: Nautički turizam i upravljanje marinama

**Tivat, oktobar 2018.**

# SADRŽAJ

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| UVOD .....                                                                           | 5  |
| 1. POJAM I DEFINISANJE TURIZMA.....                                                  | 7  |
| 2. KARAKTERISTIKE TURIZMA .....                                                      | 9  |
| 3. OSOBINE SAVREMENOG TURIZMA .....                                                  | 10 |
| 3.1. Obilježja savremenog turista .....                                              | 12 |
| 4. SAVREMENI TRENDОВI U TURIZMU .....                                                | 14 |
| 4.1. Multigeneracijska porodična putovanja.....                                      | 14 |
| 4.2. Aktivan odmor .....                                                             | 15 |
| 4.3. Riječna krstarenja .....                                                        | 17 |
| 4.4. Gastro putovanja.....                                                           | 18 |
| 4.5. Praznična putovanja.....                                                        | 18 |
| 5. NAUTIČKI TURIZAM KAO OBLAST SAVREMENOG TURIZMA.....                               | 19 |
| 5.1. Pojam nautičkog turizma .....                                                   | 22 |
| 5.2. Istorijski razvoj nautičkog turizma .....                                       | 23 |
| 5.3. Oblici nautičkog turizma .....                                                  | 24 |
| 5.4. Djelatnosti nautičkog turizma.....                                              | 27 |
| 5.5. Pojam i vrste luka nautičkog turizma .....                                      | 28 |
| 6. ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA .....                                                    | 35 |
| 6.1. Neposredni uticaji nautičkog turizma.....                                       | 37 |
| 6.1.1. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma .....           | 37 |
| 6.1.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj uslužnih djelatnosti.....     | 38 |
| 6.1.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodograđevne industrije.....          | 38 |
| 6.1.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje preduzeća za servis brodova.....       | 38 |
| 6.2. Posredni uticaji nautičkog turizma .....                                        | 39 |
| 6.3. Negativni uticaji nautičkog turizma .....                                       | 39 |
| 6.4. Faktori i uslovi za razvoj nautičkog turizma .....                              | 40 |
| 7. NAUTIČKI TURIZAM CRNE GORE .....                                                  | 45 |
| 7.1. SWOT analiza nautičkog turizma Crne Gore.....                                   | 47 |
| 8. SAVREMENI TRENDОВI U NAUTIČKOM TURIZMU .....                                      | 49 |
| 8.1. Praćenje trendova u nautičkom turizmu na primjeru marine Porto Montenegro ..... | 50 |
| ZAKLJUČAK .....                                                                      | 53 |
| LITERATURA.....                                                                      | 55 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| POPIS SLIKA I TABELA ..... | 58 |
|----------------------------|----|

## UVOD

Podaci Svjetske Turističke Organizacije (WTO) potvrđuju da je turizam jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih sektora u svijetu. Prema procjenama, Evropa će perspektivno do 2020. godine imati jednu od najvećih stopa rasta turizma u svijetu od 4%.

Prema statistici WTO svjetski turistički sektor se tokom zadnjih šest decenija značajno razvijao u pogledu broja dolazaka turista i prihoda u turizmu. Taj rast pokazuje važnost turizma u globalnoj ekonomiji, kao i promjenu društvenog i ekonomskog profila svijetskog stanovništva – povećana potrošnja, veće slobodno vrijeme, bolja informisanost stanovništva itd.

Autor Z. Hendija naglašava kako globalna ekonomska i politička dešavanja u svijetu nisu uspjela da zaustave stalni rast turizma u svijetu. Turizam se neprekidno prilagođava, mijenja, preusmjerava u sigurnija područja, ali ne prestaje rasti.

Prema mišljenju većine autora nautički turizam predstavlja kretanje turista-nautičara u plovnim objektima po moru ili rijekama, njihov boravak u lukama nautičkog turizma (marinama) i svu neophodnu infrastrukturu za njihov prihvata i opsluživanje. U savremeno doba se nautički turizam odvojio od svih drugih oblika turizma i postao turistički fenomen koji ostvaruje veoma dobre finansijske rezultate u ukupnom turizmu. S obzirom na to da predstavlja jedan od vodećih selektivnih oblika turizma, on ima vrlo jak uticaj na ukupan turistički sektor zemlje u kojoj se razvija.

Autor L. Dwyer objašnjava da pojam trenda se koristi kada velik broj ljudi usvoji sličan obrazac ponašanja, a u turizmu taj pojam označava raširenije, velike snažne trendove kod turističke potražnje i/ili kod turističke ponude prisutne u cijelom svijetu ili u nekoj većoj turističkoj regiji (Evropi, Evropskoj uniji, na američkom kontinentu, u Azijsko-pacifičkoj regiji itd.).

Trendovi imaju uticaj na tri osnovna dijela nautičkog turizma: luke nautičkog turizma (koje takođe podrazumjevaju marine), charter i cruising. U ovom radu će samo biti obrađen uticaj savremenih trendova na marine na primjeru marine Porto Montenegro u Tivtu.

**Predmet istraživanja** ovog rada je nautički turizam kao jedna od oblasti savremenog turizma i globalni trendovi u nautičkom turizmu koji doprinose njegovom kontinuiranom razvoju.

**Cilj** ovog specijalističkog rada je prikazivanje savremenih trendova u turizmu i njihov uticaj na budući razvoj nautičkog turizma na primjeru marine Porto Montenegro u Tivtu.

Uzimajući u obzir predmet i cilj ovog istraživanja, mogu se **odrediti glavna i pomoćne hipoteze**:

**H0.** Savremeni trendovi imaju uticaj na nautički turizam i profilisanje ponude u nautičkom turizmu.

Iz determinirane glavne hipoteze moguće je izvesti nekoliko pomoćnih hipoteza:

**H1.** Savremeni trendovi stimulišu napredak razvoja manje poznatih destinacija nautičkog turizma.

**H2.** Praćenje savremenih trendova pomažu subjektima nautičkog turizma da ostvare konkurentsku prednost i prilagode potražnji.

U obradi teme specijalističkog rada korištene su sljedeće **naučne metode**: metoda analize, sinteze, metoda klasifikacije, indukcije i deskripcije.

**Struktura** ovog specijalističkog rada je prikazana kroz osam sastavnih dijelova. U uvodnom dijelu su definisani predmet i cilj istraživanja, glavna i pomoćna hipoteze te definisana struktura rada. Prvo poglavlje odnosi se na definisanje pojma turizma. U drugom poglavlju su opisane osnovne karakteristike turizma. Treći dio je posvećen karakteristikama savremenog turizma i karakteristikama savremenog turista. U četvrtom poglavlju je opisano nekoliko trendova koji su trenutno prisutni na turističkom tržištu. U petom poglavlju je prikazan nautički turizam kao oblast savremenog turizma, njegov pojam, istorijski razvoj, kakve oblike i djelatnosti obuhvata nautički turizam te šta su i kakve vrste luka postoje u nautičkom turizmu. U šestom poglavlju obrađena je tematika značaja nautičkog turizma, njegovi posredni i neposredni uticaji, kao i negativni uticaji i uslovi za razvoj nautičkog turizma. Sedmi dio je posvećen nautičkom turizmu u Crnoj Gori, prikazana je SWOT analiza nautičkog turizma u Crnoj Gori. U osmom poglavlju su prikazani savremeni trendovi u nautičkom turizmu i njegovi efekti na primjeru marine Porto Montenegro. U zaključnom dijelu su iznesene obrazložene činjenice o istraženoj problematici.

## 1. POJAM I DEFINISANJE TURIZMA

Pojam turizam dolazi od francuske i engleske riječi *tour* koja označava putovanje, odnosno kretanje u krug<sup>1</sup>, a smatra se da ga je prvi put upotrijebio francuski putnik Victor Jacquemont u svojim „Pismima“ iz 1830. godine. Danas je turizam opšte prihvaćen pojam u svim jezicima i izvedenica je za brojne termine kao turist ili turoperator.

Turizam podrazumijeva poslovne organizacije i državne agencije koje se bave kretanjem roba i usluga i držanjem sredstva za transport, programa i resursa za putovanja. Turistička privreda može da se definiše kao skup privrednih i trgovinskih djelatnosti koje proizvode robe i pružaju usluge koje su namijenjene za turiste. Takođe turistička privreda obuhvata: prevoz putnika, putničke agencije, turoperatore, usluge za smještaj, usluge ishrane, proizvođače suvenira i umjetničkih proizvoda, zabavu, organizacije za i regulisanje turističkog sektora.

Prva stvar vezana za pojam turizma je kretanje ljudi u radi zadovoljavanja svojih potreba. To je fenomen, koji postoji u svim sredinama, ali razlikuje se po obimu i efektima.<sup>2</sup> Turizam se bazira na biološkoj karakteristici čovjeka koja se prikazuje kroz njegovo kretanje u prostoru.

Jedno od prvih objašnjenja turizma je definisano švajcarskim teoretičarima u oblasti turizma, Krapfa i Huncikera, koje je opšte prihvaćeno, i koje se i danas često koristi. „Turizam je niz veza koji se zasniva na putovanju i boravku posjetilaca neke destinacije ako taj boravak ne podrazumijeva stalno prebivalište i ako iz tog boravka ne proizlazi nikakva njihova privredna djelatnost“.<sup>3</sup> Ovakva definicija turizma takođe je prihvaćena od strane Međunarodnog udruženja turističkih eksperata (AIEST). Dakle, ova definicija turizma uključuje u sebe sve osobine turizma kao grane privrede, podrazumijeva se da se ovim pitanjima posveti dodatna pažnja i detaljnije objasne osobine ove privrede, kao i njegove funkcije.<sup>4</sup>

Trenutno je kod većine autora, prihvaćena opšta definicija turizma predložena od strane Svjetske turističke organizacije (UNWTO): „Turizam podrazumijeva sve aktivnosti koje su proizašle iz putovanja i boravka ljudi van njihove uobičajene sredine koje ne traju ne duže od 12 mjeseci u cilju odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga koje nisu vezane za aktivnosti za koje bi primili naknadu u mjestu koje posećuju“.<sup>5</sup> U ovoj definiciji se naglašava tačno određeni vremenski period u kojem se putovanje dešava, tj. manje od 12 mjeseci.

Pojmovi "turizam" i "putovanje" često se koriste kao isti pojmovi, iako nisu. Moguće je utvrditi da pojam "putovanje" (promjena mjesta boravka) predstavlja osnovu turizma, odnosno turističkih kretanja.

Često se upotrebljava izraz „svaki turista je putnik“, u cilju da se potvrdi da promjena mjesta predstavlja temelj za razvoj turizma, kao i da „svaki putnik nije turista“ (ima i onih putnika čija putovanja nisu vezana za odmor, rekreaciju ili zabavu).<sup>6</sup> Pojam turista direktno je vezan za pojam putovanja, ali samo u slučaju tih putovanja koja se organizuju u cilju odmora ili

<sup>1</sup> Ivanović, V., Jovičić, D., Jovičić, Ž. (2005), Osnove turizma: Integralno-fenomenološki pristup. Beograd: Plana tours d.o.o. Str. 7.

<sup>2</sup> Pasinović, M. (1998), Osnovi turizma. Podgorica: Univerzitet Crne Gore. Str. 2.

<sup>3</sup> Bartoluci, M., Kesar, O., Prebežac, D., Čavlek, N. (2011), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga d.o.o. Str. 29.

<sup>4</sup> Brčić, I., Orlandić, R. (2010), Nautički turizam. Faktori i elementi. Bar: „POSPAM“. Str. 13.

<sup>5</sup> [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (11.07.18. 11:56)

<sup>6</sup> Brčić, I., op.cit., str. 10.

zabave u psihičkom i fizičkom smislu. Samo se takva putovanja mogu nazivati turističkim. Na turistička putovanja takođe se odnose i putovanja koja su motivisana željom da se udovolje kulturne potrebe u smislu psihičke rekreacije. Definisanju pojma turista ima dva važnih uslova:

- putovanje koje podrazumijeva privremeni boravak u mjestima koja nisu mjesto stalnog boravka
- promjena mjesta boravka motivisana željom za zabavom i odmorom kao u fizičkom tako i u psihičkom smislu.

Pri izučavanju turizma trebaju se primijeniti sljedeće nauke: ekonomija, sociologija, psihologija, geografija, istorija, antropologija, etnologija, istorija umjetnosti, organizacija rada, statistika i matematika, medicina, tehnološke nauke i druge.

Turizam je danas uslovljen svjetskim načinom života medju globaliziranim sredinama i modernog trenda života, savremenih iziskivanja u poslovanju te mjerom odmora u vidu turizma i turističkih putovanja širom svijeta.

## 2. KARAKTERISTIKE TURIZMA

Od karakteristika turizma posebno se izdvaja ekonomska karakteristika, koja se odnosi na generisanje prihoda i razvoja područja gdje se turističko djelovanje obavlja. Nakon što država prepozna učinak turizma, planira se dalji razvoj upravo zbog funkcija turizma koje su brojne, a posebno bitne su: **multiplikativna funkcija** koja uključuje indukciju povećanih ukupnih učinaka proizvodnje, **funkcija zapošljavanja** koja obuhvata nova radna mjesta, direktno ili indirektno povezanih s turizmom te **funkcija razvoja ekonomski nedovoljno razvijenih područja** kod koje dolazi do prelijevanja sredstava na međunarodnom nivou.<sup>7</sup> Posmatrajući turizam kao granu privrede može se vidjeti da se on puno razlikuje od drugih vrsta djelatnosti po svojim karakteristikama. Osnovne osobine turizma kao privredne grane su:

- složenost strukture turizma (skup privrednih i neprivrednih djelatnosti)
- sezonski karakter poslovanja
- neproizvodni karakter rada
- sezonski karakter poslovanja
- specifičnosti sastavnih elemenata turističkog tržišta
- raznovrsnost (heterogenost).<sup>8</sup>

Pored svih pozitivnih učinaka, turizam u nekim slučajevima može biti otežavajuća okolnost. Posljednjih godina prisutne su pojave međukulturnih sukoba ili zagađivanje okoline koje imaju veliki direktni ili indirektni uticaj na sve društvene i ekonomske sfere života.

Turizam ima pet osnovnih karakteristika:<sup>9</sup>

Turizma ne postoji bez putovanja i kretanja ljudi, boravka turista u turističkim mjestima;

Turistička putovanja moraju se obavljati izvan granica sredine u kojoj se osoba živi i radi;

Privremeni boravak u turističkom mjestu podrazumijeva dvosmjerno, kružno putovanje koje ima vremensko ograničenje u kojem se obavlja;

Cilj turističkog putovanja nikad se ne bazira na stalnom boravku u određenom mjestu;

U turističkom mjestu turisti troše, ali ne zarađuju.

---

<sup>7</sup> Petrić, L., Pivčević, S., Šimundić B. (2013), Ekonomika turizma. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Str. 25-29.

<sup>8</sup> Brčić, I., op.cit., str. 23.

<sup>9</sup> Bartoluci, M., op.cit., str. 30.

### 3. OSOBINE SAVREMENOG TURIZMA

Kraj 19. i početak 20. vijeka je bio posvećen turizmu privilegovanih klasa. Broj kretanja turista nije bio velik jer je ograničeni broj ljudi imao mogućnost putovati. U to vrijeme su nastala prva turistička odredišta na Azurnoj obali koje je bilo posebno popularno od strane britanskog plemstva.

Sredinom 20. vijeka turizam doživljava značajne promjene. Tada se turizam iz privilegije elitnih klasa pretvara u masovni fenomen. U svjetskom turističkom prometu 1950. godine učestvovalo je 25 miliona turista i ostvaren je prihod od 2 milijarde USD. Osamdesetih godina prošlog vijeka obilježile su značajan rast turističkog prometa.

Socijalni turizam (plaćeni odmori), poboljšanje nivoa saobraćaja, infrastructure, globalizacija turističkog tržišta omogućili su da turizam postane masovna pojava.

U tom periodu, određena su dva turistička odredišta – Amerika i Evropa, kao najveće kontraktivne, ali i disperzivne zone. Ova dva regiona bilježila su najveći razvoj turističkog prometa i rast prihoda po osnovu turizma.

Početkom 21. vijeka turizam prelazi u nove dimenzije, javlja se veća segmentacija turističkog tržišta. Potražnja u turizmu više nije usmjerena samo ka obalnim destinacijama.

Povećava se potražnja za specifičnim oblicima turizma. Osnovu ovih vrsta turizma sačinjavaju potreba za upoznavanjem nepoznatih i specifičnih mjesta, koje nisu u potpunosti afirmisane na turističkom tržištu.

Turizam je relativno nova pojava za čiji je nastanak bilo potrebno da veći broj ljudi raspolaže slobodnim vremenom i finansijskim sredstvima koje su spremni uložiti u putovanje radi odmora, zabave i rekreacije. Veoma važna činjenica koja je stimulirala nastanak turizma bila je razvoj saobraćaja i prevoznih sredstava koji je omogućio veći broj putovanja. Sve veće blagostanje velikog broja stanovnika razvijenih zemalja i razvoj vazdušnog prevoza, koji je omogućio vremenski relativno kratka putovanja u sve udaljenije krajeve, te internacionalizaciju putovanja, za posljedicu su imali da su od sredine 20. vijeka turistička putovanja poprimila masovne dimenzije.

Danas je turizam postao potreba savremenog čovjeka. Tako Munoz<sup>10</sup> među Njemcima koji predstavljaju jedno od najjačih emitivnih tržišta izdvaja „regular travelers” - osobe koje odlaze na turističko putovanje čak i kada im se pogorša ekonomska situacija, jer im je putovanje postalo obrazac potrošačkog ponašanja, pa radije mijenjaju strukturu nego broj tih putovanja.

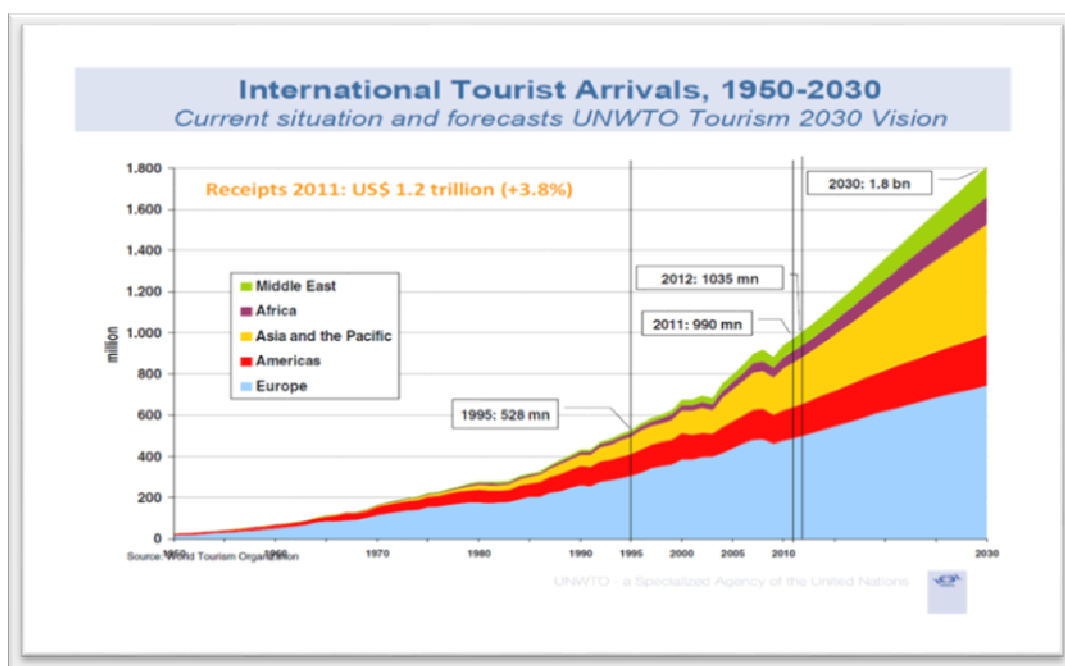
S druge strane, savremeni turista sve je zahtjevniji kako u smislu kvaliteta turističke ponude tako i u smislu raznovrsnosti turističke ponude. Turistička potražnja raste u kontinuitetu pa se povećavaju i proširuju i kapaciteti turističkih ponuda. Kao rezultat moguće je primijetiti da danas gotovo ne postoji ni jedno područje proizvodnje i pružanja usluga koje na neki način ne bi učestvovalo u turističkoj ponudi. Povećanje prava radnika, naročito povećanje broja dana godišnjeg odmora i skraćivanje radne nedjelje, omogućili su ostvarivanje većeg broja putovanja tokom radne godine.

---

<sup>10</sup> Munoz, T. (2007) „Tourism Management 28“ German demand for tourism in Spain, 2007, april, str. 22.

Stresan način života, urbanizacija i zagađivanje okoline te povećana svijest i briga o zdravlju motivisali su ljude na češće prekide u svakodnevnom načinu života koje koriste radi psihofizičkog oporavka. Ove su činjenice uzrokovale toliko snažan razvoj specifičnih oblika turizma da su oni počeli poprimati osobine masovnog turizma. Takođe su dovele do toga da se putuje više puta godišnje, ali na kraći period vremena. Pojava „low-cost“ vazdušnih prijevoznika omogućila je još veću popularizaciju turističkih putovanja pa su broj turističkih putovanja i prihodi od turizma dostigli nevjerovatan nivo.

Savremeni turizam karakterišu velike promjene u odnosu prema okruženju. Negativni efekti koje je masovni turizam ostavio na pojedinim lokacijama, imali su uticaj na pojavu novih shvatanja o budućem razvoju turizma. Razvoj u oblasti nauke i tehnike, razvoj transportnih sredstava, poboljšanje nivoa življenja omogućili su različite promjene u društvenim kretanjima, uključujući turizam i njegov razvoj. Analizirajući prosječne godišnje stope rasta, koja bilježi u drugoj polovini 20 vijeka, može se reći da turizam predstavlja privrednu djelatnost, koja se nalazi u neprekidnom rastu. Većina autora se slažu s teorijom da budućnost turizma zavisi od razvoja drugih sfera života, kao što su: politička i kulturna situacija, ekonomski potencijal, struktura stanovništva. Potreba za turizmom se nalazi u stalnom porastu. Iskorišćavanje i kontinuirani razvoj prirodnog potencijala svoje zemlje predstavlja izazov za sva obalna i pomorska odmorališta koja su u obavezi da pružaju zanimljive poslove svom domaćem stanovništvu. Priobalni i pomorski turizam može biti glavni izvor rasta broja radnih mjesta, posebno za mlade.



Slika 1. Međunarodni dolasci turista.

UNWTO. (2016) „Tourism highlights, 2016 edition“ UNWTO tourism towards 2030, august. Str. 14.

[http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas\\_indicadores/UNTWO\\_Tourism\\_Highlights\\_2016\\_Edition.pdf](http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf) (18.09.18. 16:57)

Na slici br.1. se može vidjeti trenutno stanje i prognoza broja turističkih dolazaka prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) do 2030. godine. Očekuje se 700 miliona turističkih dolazaka u Europi, 900 miliona dolazaka u Americi, skoro 1 600 000 u Aziji, više od 1 600 000 dolazaka u Africi i 1 800 000 na Srednjem Istoku.

### 3.1. Obilježja savremenog turista

Svjetska turistička organizacija definiše pojam turista kao osobu koja putuje izvan granica svog uobičajnog boravka kraće od jedne godine i čiji cilj putovanja nije vezan za obavljanje privredne djelatnosti u destinaciji koju posjećuje.<sup>11</sup>

Karakteristike turista obuhvataju nekoliko elemenata. Prvi element je prostorni – da bi neka osoba bila turista, mora krenuti na put. Prostorna element odnosi se na putovanje turista van mjesta gdje živi i radi te turista određuje geografske granice unutar kojih kreće na put. Drugi element turista je obilježje putovanja – osoba napušta svoje uobičajeno prebivalište dobrovoljno, tokom svog slobodnog vremena, ne obavljajući privrednu djelatnost. Vremenski element turista podrazumijeva da osoba mora se privremeno nalaziti van uobičajene sredine duže od 24 sata, ali maksimalno do 12 mjeseci.<sup>12</sup> Posljednja element turista je cilj putovanja – osobe koje putuju imaju želju za rekreacijom, odmorom, zdravstvenim razlozima, sportom, ili posjeti porodici i prijateljima .

S obzirom da su savremeni trendovi i tendencije na turističkom tržištu usloveli velike promjene, nekadašnji turista se puno promijenio pa je u savremenom društvu poprimio karakteristike koje se bitno razlikuju standardnih.

Savremeni turisti se više ne zadovoljavaju običnim obilascima turističkih destinacija i znamenitosti već žele dobiti posebni doživljaj od turističke ponude. Sve više turista želi svoju privatnost, zato su skloniji boravku u privatnom smještaju gdje će biti daleko od bučne okoline i gdje će moći da se opuste. Savremeni turista sve više troši na stvari na koje do sada nije trošio te time omogućava porast turističke potrošnje.

Danas su turisti u potrazi za avanturom i često biraju destinacije koje nikad nijesu vidjeli da bi vidjeli i doživjeli nešto predivno. S progresom specifičnijih potreba turista pojavili su se i specifični oblici turizma koji se prilagođavaju potrebama savremenih turista.

Ranije su turisti često putovali u grupama a osnovna svrha njihovog putovanja bila je rekreacija i odmor od poslovne svakodnevnice. Njihove destinacije su pretežno bila morska ili planinska područja, gdje bi se zadržavali cijelo vrijeme svog boravka i zadovoljavali svoje turističke potrebe koje su tada bile skromnije. Tokom svog putovanja nijesu mijenjali destinacije već bi se većinu vremena provodili u jednom turističkom odredištu. Smještaj je uglavnom bio hotelski sa punim pansionom, pa nisu trebali brinuti o ishrani i spavanju. Njihova potrošnja je bila niska, i većinom se odnosila na kupovinu suvenira i stvari značajnih za destinaciju koju su posjetili.

Sve više turista posvećuju svoje vrijeme multidestinacijskim putovanjima. Savremeni turista je osoba koja želi da posjeti nekoliko mjesta tokom jednog putovanja kako bi dobio više novih

---

<sup>11</sup> Bartoluci, M., op.cit., str. 26.

<sup>12</sup> Ibid., str. 25.

turističkih utisaka. S razvojem informacijskih tehnologija turisti se mogu ponuditi daleke poželjne destinacije koje nude različite aktivnosti, visokog kvaliteta i poniskoj cijeni. Iz tog razloga, savremenom turističkom ponudom teži da se na zadovolje zahtjevnije želje savremenog turista, da bi turista ostvario svoja očekivanja, kupi ponuđenu turističku uslugu te da se ponovo vrati u željenu destinaciju koju mu je ponudila nezaboravno turističko iskustvo.

Danas se naglašava individualizam i personalizacija, pa je svaka turistička ponuda prilagođena direktno pojedinom turisti. Savremeni turista traži maksimalnu pažnju i kvalitet pružene turističke usluge, a s obzirom na sve veću informiranost, i njegovi zahtjevi danas rastu.

Savremeni turista je relativno mlad, ima visoka primanja, kompulsivan je potrošač, nema puno vremena na raspolaganju, individualan je, eksapist na odmoru i fokusiran na posao kod kuće, manje zainteresovan za edukaciju a više za zabavu, sakuplja doživljaje, uživa u luksuznim i sigurnim uslovima, u potrazi je za uzbudjenjima, ima kratkotrajan raspon pažnje, zainteresovan je za novu tehnologiju i medije i fasciniran kultom slavnih osoba.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Gržinić, J., Bevanda, V. (2014), Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“. Str. 19

#### 4. SAVREMENI TRENDOWI U TURIZMU

Pojam megatrenda koristi se kada velik broj ljudi posjeduje sličan obrazac ponašanja, a u smislu turizma taj pojam podrazumijeva velike trendove u turističkoj potražnji ili u turističkoj ponudi koje su prisutne u cijelom svijetu ili u nekoj određenoj regiji (Evropi, Evropskoj uniji, u Azijsko-pacifičkoj regiji, na američkom kontinentu itd.)<sup>14</sup>

Trendovi u turizmu imaju uticaj na svaki dio ove djelatnosti, na poslovanje manjih i većih turističkih i ugostiteljskih preduzeća. Kako bi opstalo na jakom konkurentskom tržištu, svako preduzeće trebalo bi pratiti što je najpopularnije u ovom trenutku.

Praćenje trendova postalo je "Conditio sine qua non" za svakog učesnika u turizmu, direktno ili indirektno uključenom u turizam. Tokom puno godina trendovi predstavljaju predmet proučavanja od strane stručnjaka vodećih turističkih organizacija u svijetu (Svjetske turističke organizacije UN-a, koja danas predstavlja vodeću međunarodnu organizaciju za poboljšanje nivoa turizma u svijetu, UNWTO-a, i Svjetskog vijeća za turizam i putovanja, WTTC-a i drugih.), a trendovi su centru fokusa svjetskih sajмова turizma (Berlinske berze turizma, ITB-a; Londonske turističke berze, WTM, engl. World Travel Market), regionalnih turističkih asocijacija kao što su Europska turistička komisija, ETC, te Azijsko-pacifičko turističko udruženje, PATA i drugih turističkih organizacija i pojedinaca.<sup>15</sup>

Globalna mreža luksuznih putovanja Virtuoso je utvrdila da će 2018. godina biti posvećena otkrivanju manje posjećenih destinacija.<sup>16</sup> Virtuosov izvještaj za Luxe 2018, koji predviđa što očekivati u putovanjima za buduću godinu, pokazuje želju za netaknutom prirodnom ljepotom koja i dalje privlači putnike.

##### 4.1. Multigeneracijska porodična putovanja

Nakon prelaska na popis trendova od 2010. godine, multigeneracijska putovanja se čvrsto utemeljila kao putnička niša i već nekoliko godina se nalazi na vrhu najvećih trendova u turizmu. Bilo da se iznajmljuje evropska vila za proslavu s dragima, krstarenje na ostrva Galapagos, ili snorkeling na Great Barrier Reef, porodična putovanja stvaraju doživotno pamćenje, jačaju veze i igraju ključnu ulogu u stvaranju osjećaja djetinjstva.

Savremeni turisti žele da istražuju destinacije i oni žele da sve što oni budu radili bude interesantno i zanimljivo za svakog člana porodice. U multigeneracijskim putovanjima turisti traže istinsku vezu sa odredištem koje žele podijeliti s ljudima koje vole.

---

<sup>14</sup> Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. (2009) „Tourism Management“ Destination and enterprise management for a tourism future, februar, str. 63.

<sup>15</sup> Hendija, Z. (2015), Međunarodni turizam, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. Str. 7.

<sup>16</sup> <https://www.virtuoso.com/> (27.06.18. 14:48)



Slika 2. Multigeneracijska putovanja.

<https://www.placesyoullsee.com/20-travel-trends-know-2018/> (29.08.18. 14:48)

Na slici 2. prikazan je primjer multigeneracijskih putovanja, tokom kojih članovi jedne porodice različitih životnih kategorija provode vrijeme zajedno.

Udruženje putnika SAD-a ispitala je i roditelje i djecu o prednostima porodičnog odmora. Otkrili su da takvi odmore stvaraju uslove za dobre odnose unutar porodice i dugotrajne uspomene. Tri četvrtine roditelja kažu da je novac i vrijeme provedeno na porodičnom izletu opravdano jer su sjećanja neprocjenjiva. Takođe postoji mišljenje da s obzirom na veliku zauzetost roditelja porodični odmore jedna od rijetkih stvari koje porodice rade zajedno.

#### 4.2. Aktivan odmor

Ovaj oblik turizma se nalazi u kontinuiranom razvoju. S obzirom na to da je skoro svaki dio zemlje bio posjećen od strane turista, ovaj segment preferira istraživanje vrhova planina, dubine mora i Antarktika.

Postoji nekoliko razloga zašto aktivna putovanja su postali trend u turizmu. Turisti traže za novim iskustvima koja će stvoriti cjeloživotne uspomene. Potraga za otkrivanjem egzotičnih lokacija takođe ima svoju privlačnost. Takođe za turiste je bitno da kvalitetno provedu vrijeme zajedno na porodičnim i multigenerativnim putovanjima.

Top destinacije za aktivan odmor:

1. Island,
2. Galapagos/Ekvador,
3. Kostarika i Čile/Patagonija,
4. Novi Zeland,
5. Peru,

6. Kuba,
7. Antarktik,
8. Arktik/Sjeverni pol,
9. Južna Afrika,
10. Australija.



Slika 3. Aktivan odmor.

<http://blog.virtuoso.com/tips-and-trends/12-vital-travel-experiences-to-have-in-the-next-year/> (29.08.18. 14:51)

Na slici 3. prikazan je jedan od oblika aktivnog odmora – vožnja sankama s psima.

Top aktivnosti koje preferiraju aktivni turisti:

1. Hiking/Trekking,
2. Vožnja biciklom,
3. Kayaking,
4. Putovanja na malim plovilima, jedrilicama,
5. Vino i hrana,
6. Safari/Pregledavanje divljih životinja,
7. Pješaćenje,
8. Fotografisanje,
9. Scuba diving,
10. Umjetnost i kultura.

Aktivna putovanja obuhvataju turiste svih godina, od kojih najveći broj (41%) – putnici između 50 i 65 godina, 24% - između 35 i 50 godina, 21% - 65 godina i stariji, 14% - mlađi od 35 godina.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://blog.virtuoso.com/tips-and-trends/whats-new-adventure-travel-today-guide/> (29.08.18. 14:06)

#### 4.3. Riječna krstarenja

Potražnja za krstarenjem rijekama raste čak i brže od krstarenja okeanom zbog svojih manjih brodova, prikladnih luka, atraktivnih lokacija i sveobuhvatne prirode. U prednosti riječnih krstarenja ubraja se i lokacija riječnih luka, koje se nalaze u srcu gradova, što pruža jednostavan pristup razgledavanju i štedi vrijeme za putovanje do atrakcija. S obzirom na to da su brodovi manji, nema dugog čekanja za ukrcavanje ili iskrcavanje putnika. Većina riječnih krstarenja takođe uključuju izlete na kopnu i obrok, a ponekad i transfer do aerodroma.

Segment krstarenja rijekama u poslednje vrijeme sve više poprima karakteristike dinamičnosti, koje se više odnose na tržište pomorskih krstarenja. Razvojem tog oblika turizma i zbog porasta broja turista i broja operatora, događaju se različite promjene na nekad relativno mirnom i uravnoteženom tržištu krstarenja rijekama.<sup>18</sup> Krstarenja rijekama tokom nekoliko godina interesuje sve veći broj turista, uglavnom su to njemačke rijeke koje se smatraju glavnim destinacijama.



Slika 4. Riječna krstarenja.

<https://www.placesyoullsee.com/20-travel-trends-know-2018/> (29.08.18. 14:37)

Na slici 4. moguće je vidjeti primjer riječnog krstarenja na specijalno izgrađenim brodovima čija nosivost je manja od 200 putnika. Krstarenje rijekama postaje sve popularnija destinacija za turiste koje uživaju u udobnosti krstarenja, ali koji žele posjetiti destinacije koje su nedostupne tokom krstarenja na velikim kruzerima.

<sup>18</sup> Vojvodić, K. (2008) „Naše more“ Razvoj tržišta riječnih krstarenja, jun, str. 33

#### 4.4. Gastro putovanja

Gastro putovanje je jedan od najpopularnijih trendova u svijetu turizma. Mnoge zemlje, gradovi i regije su poznati po svojim jelama. Takve zemlje kao Kanada, Peru i Irska puno ulažu u razvoj gastro ponude i tim povećali broj turističkih dolazaka. Usluge koje su u stalnoj potražnji kod gastro turizma su kulinarski kursevi. U ponudi su kursevi koji traju nekoliko sati ili cijeli dan ili kursevi koji traju nekoliko dana.

Gastro manifestacije imaju veliki značaj za turizam jer se na taj način neki grad ili regija predstavlja turistima kroz svoje specijalitete. Tako turisti probaju nešto posebno što će im ostati u posebnom sjećanju. Turisti vole da putuju u druge destinacije kako bi probali različita jela u ponudi neke regije ili grada.<sup>19</sup>



Slika 5. Gastro putovanja.

<https://www.deliciousitaly.com/> (29.08.18. 15:32)

Na slici 5. je prikazan dio gastro putovanja u Italiji. Food travel je rastući trend, a entuzijasti širom svijeta žude za lokalnim gastro iskustvima tokom putovanja, kao što su naprimjer: workshop kuvanja u Rimu; lov na tartufe u Francuskoj; ručak u restoranu s Michelinovom zvjezdicom; shopping s kuvarom na lokalnoj tržnici, a zatim kuvati ručak s njim, boraveći na farmi, ili jedući privatnu večeru na Kineskom zidu.

#### 4.5. Praznična putovanja

<sup>19</sup> <http://www.iturizam.info/gastro-turizam-je-vazan-dio-turisticke-ponude/> (27.06.18. 20:27)



Slika 6. Praznična putovanja.

<http://blog.virtuoso.com/tips-and-trends/12-vital-travel-experiences-to-have-in-the-next-year/> (29.08.18. 15:28)

Na slici 6. moguće je vidjeti jedan od najčešćih razloga za organizovanje prazničnog putovanja – vjenčanja. Slavljenje porodičnog praznika savršen je razlog za putovanje. Putovanje će učiniti proslavu rođendana ili godišnjice još važnijim. Prema američkom izdanju MMGY Globala 2013. godine, gotovo dvije trećine putnika su putovali da bi proslavili životni događaj ili drugi praznik tokom proteklih 12 mjeseci.<sup>20</sup> Rođendani, godišnjice i vjenčanja, završetak srednje škole su najpopularniji praznici za odmor.

## 5. NAUTIČKI TURIZAM KAO OBLAST SAVREMENOG TURIZMA

Nautički turizam je kompleksan i fleksibilan oblik turizma gdje putnici slobodno vrijeme provode na svojim jahtama na ruti koju sami biraju, vezuju svoje jahte i posjećuju istorijske i druge kulturne destinacije, posjećuju gradsko jezgro, idu u kupovinu a takođe koriste usluge drugih turističkih firmi.

<sup>20</sup> <https://www.mmgyglobal.com/news/poat-news-release> (27.06.18. 20:31)

Savremeni nautički turizam je poprimio globalne dimenzije skoro u svim razvijenim zemljama svijeta, a posebno u zemljama Evrope i u SAD-u. Danas u različitim priobalnim zemljama svijeta razmješteno je i plovi oko 150 000 000 plovnih jedinica nautičkog turizma (jahte, jedrilice, motorni čamci). Istovremeno u nautičkom turizmu aktivnoučestvuje, u cilju zdrave razonode, rekreacije i psihosomatskog uravnoteženja, više od 500 000 000 ljudi. Pokazatelji u svim razvijenim turističkim zemljama potvrđuju da ni u jednoj pomorskoj regiji ne može se obavljati aktivni i uspješni turistički promet bez učešća i razvoja nautičkog turizma. Bez obzira na sve pogodnosti i turističke vrijednosti, turistički promet na moru ostaje hendikepiran, ako ga ne prati i odgovarajuća savremena nautička ponuda i infrastruktura.<sup>21</sup>

Na slici 7. je prikazan selektivni oblik turizma – nautički turizam, koji danas predstavlja savremeni turistički proizvod kao složeni kompleks usluga pomoću kojih se zadovoljavaju potrebe turista-nautičara, odnosno nautička potražnja. Nautičkim turizmom nude se turističke usluge koje uključuju luke nautičkog turizma - marine te širok spektar usluga, brojnih servisa i prirodnih uslova.



Slika 7. Nautički turizam.

<https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/hrvatska/nauticki-turizam-jedan-od-najkonkurentnijih-hrvatskih-turistickih-proizvoda/> (18.08.18. 13:43)

Nautički turizam se nalazi u procesu brzog razvoja u obalnim zemljama, on je važan dio turističke industrije koja je postala jedna od najvećih svjetskih industrija. Tehnološka dostignuća vezana za jahte, želja turista-nautičara da posjete i vide nova mjesta, dobri prirodni uslovi, običaji i tradicije, stav prema turizmu lokalnih zajednica, ulaganja zemalja u turistički sektor omogućili su mnogim zemaljama svijeta da zauzmu svoje mjesto na tržištu nautičkog turizma.

---

<sup>21</sup> Bartoluci, M., op.cit., str. 48.

Na tabeli br.1 se može vidjeti spisak popularnih destinacija nautičkog turizma u svijetu. Može se reći da je nautički turizam postao široko rasprostranjen u svijetu i da nautička aktivnost je prisutna skoro na svakoj obali.

Tabela 1. Popularne destinacije nautičkog turizma u svijetu i njihova sezonalnost.

|                          |                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sjeverna Evropa          | Danska, Švedska, Ujedinjeno Kraljevstvo (Maj - Septembar), Norveška (Jun - August).                                                                                                         |
| Zapadna Evropa           | Nizozemska (Maj - Septembar), Francuska, Njemačka (April - Novembar).                                                                                                                       |
| Južna Evropa             | Španija (Maj – Oktobar), Italija, Malta, Grčka, Hrvatska (April – Oktobar).                                                                                                                 |
| Istočno Jadranska Evropa | Turska, Kipar, Izrael (April – Oktobar).                                                                                                                                                    |
| Azija                    | Tajland i Malezija, Australija, Fidži, Tonga (tokom cijele godine), Novi Zeland (Decembar – Januar).                                                                                        |
| Sjeverna Amerika         | Aljaska i Kanada (Jun – Septembar).                                                                                                                                                         |
| Centralna Amerika        | Bahami na Karibskom moru (Inagua, Albako, Andros, Grand Bahami), Antil (Kuba, San Domingo, Haiti, Jamajka, Porto Riko, Gvadalupa, Martinik, Trinidad), Djevičanska ostrva (Novembar – Jul). |
| Južna Amerika            | Rio de Janeiro (Decembar – Mart).                                                                                                                                                           |
| Afrika                   | Tunis, Kanarska ostrva, Sejšeli, Mauricius (tokom cijele godine).                                                                                                                           |

Obrada autorice prema: Güzel, T., Sevinç, F. (2016) „Management&Marketing“Sustainable yacht tourism practices, januar, str. 63.

Prema najnovijim podacima Nacionalnog udruženja pomorskih kompanija (ANEN), čini se da su najteže godine za nautički sektor konačno prošle. Godine 2017. ukupno je 5.275 plovila registrovano u Španiji, što je 9,4% više od onih registrovanih u prethodnoj godini. Ove brojke potvrđuju oporavak sektora koji se zatvara s pozitivnim brojem triju uzastopnih godina, što je trend koji se neće mijenjati 2018. godine, kažu stručnjaci.<sup>22</sup>

Razvoj nautičkog turizma se izražava u odnosu broja stanovnika po jednom plovilu. Godišnja stopa rasta broja plovila nautičkog turizma predstavlja 10%.

Tabela 2. Pregled broja plovila za nautički turizam u izabranim zemljama

| Država | Broj plovila | Broj stanovnika na jedno plovilo |
|--------|--------------|----------------------------------|
|--------|--------------|----------------------------------|

<sup>22</sup> <http://eco-sistems.com/nautical-trends-2018/?lang=en> (29.08.18. 14:50)

|                         |                  |     |
|-------------------------|------------------|-----|
| <b>Italija</b>          | 270 000          | 200 |
| <b>Francuska</b>        | 815 000          | 148 |
| <b>Njemačka</b>         | 900 000          | 224 |
| <b>Velika Britanija</b> | 570 000          | 144 |
| <b>Finska</b>           | 320 000          | 15  |
| <b>Grčka</b>            | 25 000           | 348 |
| <b>Španija</b>          | 64 000           | 528 |
| <b>Švedska</b>          | 700 000          | 10  |
| <b>Švajcarska</b>       | 70 000           | 90  |
| <b>Nizozemska</b>       | 412 000          | 113 |
| <b>Norveška</b>         | 810 000          | 5   |
| <b>UKUPNO</b>           | <b>2 364 000</b> |     |

Obrada autorice prema: Dulčić, A. (2002), Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma. Split: Ekokon. Str. 65.

### 5.1. Pojam nautičkog turizma

Kao jedan od oblika turizma, nautički turizam je složen turistički pomorski pojam, a s obzirom na njegovu jaku povezanost s morem i plovidbom, i njegovo je definisanje složeno.

Termin nautički turizam sastavljen je od riječi *turizam* i *nautika* pa je nautički turizam izvedenica tih riječi.<sup>23</sup> Pojam nautički je došao od grčke riječi *nautus* koja izvorno znači mornar, a označava nauku o pomorstvu.<sup>24</sup> Pojam nautičkog turizma vezan je za zadovoljavanje turističkih potreba za odmorom na vodenim površinama. Nautički turizam je moguće odrediti kao kompleks mnogofunkcionalnih djelatnosti i veza koji obuhvataju boravak turista-nautičara u marinama ili izvan njih, korišćenjem plovila kao i drugih objekata povezanih za turističku nautičku djelatnost.<sup>25</sup>

Sintagma „nautički turizam“ se u enciklopedijama opisuje kao specijalni oblik masovnog turizma koji podrazumijeva različite ekonomske, društvene i prostorne aspekte koji nastaju radi zadovoljenja potreba odmora i rekreacije, tj. „nautičke dokolice“.<sup>26</sup>

Nautički turizam definiše se kao kretanje turista-nautičara u plovnim objektima po moru uključujući njihov boravak u lukama nautičkog turizma i obuhvata svu potrebnu infrastrukturu u marinama za njihovo prihvatanje.<sup>27</sup>

<sup>23</sup> Dulčić, A. (2002), Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma. Split: Ekokon d.o.o. Str. 3.

<sup>24</sup> Šamanović, J. (2002), Nautički turizam i management marina. Split: Visoka pomorska škola u Splitu. Str. 54.

<sup>25</sup> Gržetić, Z., Luković, T. (2007), Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana. Split: Hrvatski hidrogrfski institut. Str. 30.

<sup>26</sup> Dulčić, A., op.cit., str. 9.

<sup>27</sup> Ibid., str. 8.

Prema autorima L. Dončevića i L. Kosa „nautički turizam je skup svih odnosa i usluga koji nastaju kretanjem ljudi plovilima po moru u cilju turizma“, i smatraju da pojam nautičkog turizma takođe obuhvata „najmanje neevidentirana plovila“, a zatim „čamce ili manje plovne objekte“ koji se obično „smatraju jahtama“ i „turistička krstarenja.“<sup>28</sup>

„Nautički turizam se odnosi na posebnu vrstu turizma koja se zasniva na plovidbi i boravku turista-nautičara u vlastitom ili iznajmljenom plovilu i različite nautičke aktivnosti u cilju odmora i rekreacije.“<sup>29</sup>

## 5.2. Istorijski razvoj nautičkog turizma

Istorija nautičkog turizma je povezana s istorijom pomorske plovidbe i navigacije. U starom vijeku postoji opis pomorskog putovanja, to je putovanje Homera izloženo u epu „Odiseja“. Početkom novog vijeka iskustva plovidbe od antičkog svijeta preuzimaju Arapi i prenose u Španiju, a dalje se širi Jadranom. Prva transokeanska krstarenja koja istovremeno predstavljaju i početak savremenog nautičkog turizma zabilježena su krajem 18.stoljeća.

Primjeri putovanja masovnog karaktera mogu se pronaći i u najstarijoj istoriji čovječanstva, drevnom Egiptu, antičkoj Grčkoj, Rimskom carstvu i vjerskim hodočašćima. Taj nekadašnji putnik bio potomak modernog turista, ali ta putovanja su imala drugačiji karakter. Upoređujući karakteristike putovanja u prošlosti i savremenih putovanja se ne može potvrditi veza njihovog razvoja. To su samo apstraktne sličnosti u razlozima, dok u svemu ostalom među njima ne postoji ništa slično.<sup>30</sup>

Putovanja u prošlosti i savremena putovanja puno se razlikuju u ekonomskom i društvenom smislu, vremenskoj učestalosti i prostornoj, broju i mnogim drugim elementima.

Plovidba u cilju odmora, zabave i sporta javlja se u 16.vijeku u obliku regata po kanalima Nizozemske dok je savremeni nautički turizam počeo svoj razvoj u 19. vijeku. U 19. vijeku Tommas Cook je prvi put organizovao putovanja i 1857. godine organizovao, putničku agenciju za pomorski prijevoz putnika, koja je bila prva u svijetu. Tada se počinje graditi specijalna vrsta brodova namjenjenih za prijevoz putnika i počinje plovidba u cilju odmora.

Razvoj nautičkog turizma obuhvata putovanja u cilju sporta, zabave koja počinju početkom 19.vijeka, a u periodu između prvog i drugog svjetskog rata nautički turizam se širi, ali ipak se ne pretvara u masovnu pojavu. U tom vremenskom periodu bila su organizovana različita krstarenja morima i okeanima, kruzing krstarenja i istraživanja, a 1928. godine započeta izgradnja prvih marina u svijetu. Ekspanzija se javlja početkom 60-ih godina, a 70-tih godina već počinje razvoj turističkih krstarenja velikim brodovima.

U 20. vijeku započinje aktivna izgradnja specijalizovanih luka za privez plovila i boravak njihovih posada. Za takvu vrstu luka Udruženje konstruktora, motora i brodova iz New Yorka 1928.g. iskoristilo naziv *marina*, koji od tada postaje međunarodno prihvaćen i korišten pojam za osnovne objekte nautičkog turizma, specijalizovane luke u kojima se osim primarnih usluga, nudi i veliki broj usluga hotelijerskog, ugostiteljskog i sportskog karaktera.

<sup>28</sup> Ibid., str. 10.

<sup>29</sup> Vukonić, B., Čavlek, N. (2001), *Rječnik turizma*. Zagreb: MASMEDIA d.o.o. Str. 235.

<sup>30</sup> Alfier, D. (1994), *Turizam, izbor radova*. Zagreb: Institut za turizam. Str. 18.

Prva polovina 20. vijeka je posvećena klasičnom nautičkom turizmu. Osnovne osobine tog razdoblja su: fokus na klijente visoke platežne moći, korištenje plovila visokog komfora i opremljenosti, ograničenost u prostornom kretanju, osnovni oblici nautičkog turizma – krstarenje i jedrenje. Razvoj „savremenog“ nautičkog turizma započinje u drugoj polovini 20. vijeka.

Savremeni nautički turizam u mnogim aspektima povezan je s brojnim i prestižnim jedriličarskim regatama u svijetu čija je tradicija duga i više od jednog vijeka. Takve regate postaju ne samo mjesta natjecanja već i mjesta okupljanja i iskazivanja prestiža, inovacija u oblikovanju plovila i jedara, razvijanju duha natjecanja, druženja, razmjene iskustva, promocije svake vrste, tj. turizma.<sup>31</sup>

Makroregija Mediterana ima najdužu tradiciju i najbrži razvoj nautičkog turizma. Mediteran je područje vrlo značajno za nautički turizam svijeta. Egejsko more, te istočna obala Jadranskog mora, mnogobrojni zalivi kao Genovski, Solunski, Tarantski, Sidra, Gobeški itd., brojne uvale i hiljade grčkih i hrvatskih ostrva predstavljaju idealan morski prostor za nautičare.<sup>32</sup>

### 5.3. Oblici nautičkog turizma

Nautički turizam obuhvata brojne oblike turizma, te se stalno pojavljuju novi. Podrazumijevaju se svi oblici sporta, razonode, rekreacije i aktivnosti na vodi, zato ne postoji njihova zakonska ili naučna sistematizacija.

U toku razvoja nautičkog turizma pojavljaju se nove aktivnosti, koje ga čine bogatijim i mijenjaju njegovu strukturu. Umjesto klasičnog nautičkog turizma koji se smatrao dominantnom kategorijom, pojavlja se savremeni nautički turizam koji ima karakteristike masovnog fenomena raznovrsne strukture. Kompleksna struktura savremenog nautičkog turizma ima karakteristike cijelim nizom drugih oblika turizma (izletnički, sportski, ribolovni, zdravstveni, kupališni), koji stvara posebne, selektivne oblike djelatnosti u nautičkom turizmu.

Nautički turizam se može podijeliti na podvrste prema više kriterijuma. Ti kriterijumi su: motiv plovidbe, vlasništvo broda, veličina plovila. Na takav način dijele se prema motivu plovidbe (ribolovni nautički turizam, sportski nautički turizam, rekreacijski nautički turizam), prema vlasništvu broda (nautički turizam u iznajmljenom plovilu na određeni period vremena, sopstvenom, klupskom plovilu), prema veličini plovila (mali nautički turizam i veliki, brodski nautički turizam), i prema organizaciji plovidbe (individualan ili grupni tip organizacije nautičkog turizma).

Veliki (brodski) nautički turizam podrazumijeva kružna putovanja i izleti, pružanje usluga smještaja, ishrane, pića na brodu privezanom uz obalu na određeno vrijeme i u određenim uslovima.

---

<sup>31</sup> Dulčić, A., op.cit., str. 19.

<sup>32</sup> Cf., Vidučić, V., Zelenika, R., Munitić, A., Pašalić, Ž., Šimunić, S. (2007), Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme. Split: Sveučilište u Splitu, pomorski fakultet.

Danas u svijetu prevladava mali nautički turizam. On se obavlja narazličitim vrstama brodova malih dimenzija kao što su: jedrilice, gliseri, jahte, čamci i druga plovila za zabavu, sport i rekreaciju. Ova vrsta nautičkog turizma obično podrazumijeva zabavne navigacije i sportsko-takmičarskog nautičkog turizma.

Takođe je potrebno spomenuti nautički turizam u iznajmljenim plovilima. U ovoj podvrsti nautičkog turizma turist-nautičar ima nekoliko mogućnosti: plovidba u sopstvenom plovilu i sa sopstvenom navigacijom, plovidba u sopstvenom plovilu i navigacijom kojom se bavi stručno osposobljena posada, plovidba u iznajmljenom plovilu i sopstvenom navigacijom, iznajmljenom plovilu i navigacijom koju prepušta stručno osposobljenoj posadi.

U slučaju plovidbe u iznajmljenom plovilu postoje nekoliko mogućnosti: moguće je ploviti slobodnim izborom plovidbe, ploviti grupisano u floti od luke do luke pod rukovodstvom kapetana flote. Plovidba iznajmljenim plovilima u flotili karakteristična je za englesku klijentelu. Samo iskusni pomorci su sposobni iznajmiti jahtu ili jedrilicu i otploviti u otvoreno more. Takođe se često nude usluge skipera za turiste-nautičare s niskim nivo nautičkog obrazovanja. Cijena iznajmljivanja plovila zavisi od: vremenskog perioda u kojem se plovilo iznajmljuje, vrste, veličine i snage pogonskog uređaja plovila.

Uobičajeno je da se oblicima turizma smatraju slijedeće aktivnosti vezane za vodu:<sup>33</sup>

- Boravak i plovidba malim plovilima, brodicama i jahtama, na morskim i unutrašnjim vodama.
- Krstarenje (eng. *crusing*) morem ili unutrašnjim vodama, putevima prema određenom itinereru, u svrhu razonode, sporta, pregledavanja određenih područja ili obuke. Obuhvata sve vrste brodova, a posebno turističke brodove, tzv. ploveće hotele, jahte, jedrilice krstašice i motorne brodove. U ovaj skup se mogu uključiti i školska krstarenja.
- Sportovi na vodi i ispod vode gdje se ubrajaju kajakaštvo, rafting, veslanje i jedrenje u brojnim klasama, sportski ribolov i sportovi pod vodom poput podvodnog ribolova, podvodne fotografije i takmičenja u ronjenju.
- Biologija mora i podmorja te unutrašnjih voda, područje naučnog i naučno popularnog programa mnogih institucija na obali i velikih akvarijuma koje posjećuju turisti, ali i opšteg interesa mnogih koje privlači voda kao izvor života.

S obzirom na upotrebu plovila, nautički turistički promet možemo podijeliti na:<sup>34</sup>

- Turiste-nautičare koji koriste velika plovila za kružna putovanja u grupama.
- Turiste-nautičare koji koriste manja plovila za porodična krstarenja koja po svojim tehničkim karakteristikama omogućuju dužiji boravak u njima.
- Turiste-nautičare koji koriste mala plovila za osobne ili porodične potrebe, a po svojim tehničkim karakteristikama nisu pogodna za višednevne izlete i boravke.

Nautički turizam se može podijeliti i prema statističkim kriterijimima koje koriste lučke kapetanije i njihove ispostave te luke za nautički turizam. Podjela se vrši prema vrsti broda,

---

<sup>33</sup> Ibid., str. 189.

<sup>34</sup> Ibid., str. 192.

zatim na domaće i strane brodove, a strani brodovi se dijele na zemlje porijekla odnosno prema zastavi broda.

Postoji podjela nautičkog turizma prema vrsti djelatnosti (nautičko-turističke ponude). Tako nautički turizam se dijeli na<sup>35</sup>:

- luke nautičkog turizma,
- čarter,
- kruzning.

Sa stanovišta veličine i vrste plovila, nautički turizam se dijeli na<sup>36</sup>:

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

Podjela nautičkog turizma na tipove prema ambijentu u kome se realizuje<sup>37</sup>:

- nacionalni,
- međunarodni,
- obalni,
- prekomorski,
- u zatvorenim morima,
- na unutrašnjim vodama (rijekama i jezerima).

Tipovi nautičkog turizma prema cilju<sup>38</sup>:

- kupališni (uz korištenje raznih plovila za rekreaciju i sport na vodi na nožni, ručni ili motorni pogon),
- podvodni (ronilački),
- izletnički,
- boravišni (u turističkim lukama, kamping),
- plovidba radi sporta i razonode,
- krstarenje,
- jedrenje,
- nautički turizam na otvorenim morima – ostrvski (robinzonski),
- turistički prevoz,
- kombinovani.

Sa stanovišta organizacije nautički turizam može biti<sup>39</sup>:

- individualni i
- grupni – masovni.

---

<sup>35</sup> Brčić, I., op.cit., str 52.

<sup>36</sup> Ibidem.

<sup>37</sup> Ibid., str. 53.

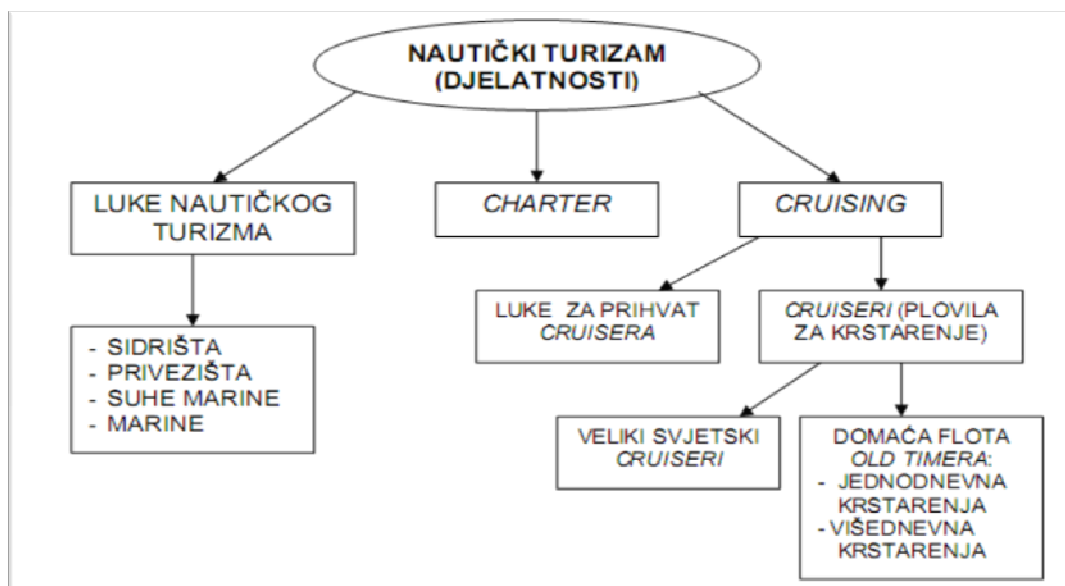
<sup>38</sup> Ibidem.

<sup>39</sup> Ibidem.

Nautički turizam podrazumijeva korektno i ekološki svjesno ponašanje čovjeka prema okolini i kulturnoj baštini, što predstavlja glavni uslov da se nautički turizam održi kao oblik aktivnog odmora. Takođe, nautički turizam označava odnos turista-nautičara koji zadovoljavaju vlastite potrebe, a koji nastaju kretanjem ljudi plovilima po moru, rijekama ili jezerima, u cilju turizma. Turističke svrhe obuhvataju sportske aktivnosti, ribolov, rekreaciju i razonodu, kulturne i zdravstvene potrebe.

#### 5.4. Djelatnosti nautičkog turizma

Na slici br. 8. može se vidjeti model razvrstavanja osnovnih djelatnosti, koje obuhvata nautički turizam. Nautički turizam se dijeli na tri osnovne djelatnosti: luke nautičkog turizma, charter i cruising. Nautički turizam postaje primjer turističke industrije čiji je razvoj, kako ekonomski tako i multifunkcionalan i naučno multidisciplinaran.<sup>40</sup>



Slika 8. Osnovne djelatnosti nautičkog turizma.

Luković, T. (2007) „Naše more“ Nautički turizam – definicije i dileme, str.29

Savremeni nautički turizam se smatra dominantnim sektorom u ekonomskom razvoju područja u kojem se obavlja. Veći dio ukupnog turističkog prometa u svijetu usmjeren je prema preobalnim regijama.

Nautičke usluge se mogu podijeliti na:<sup>41</sup>

- Osobne usluge u fazi plovidbe i stacioniranja broda (opskrba, servisiranje i čuvanje broda na vezu).

<sup>40</sup> Gržetić, Z., op.cit., str. 102.

<sup>41</sup> Dulčić, A., op.cit., str.28.

- Materijalne usluge koje uključuju veće ili manje popravke broda.
- Usluge usmjerene prema plovilu, a aktiviraju se i uključuju u turističku ponudu.
- Korištenje plovila na određenom području.
- Usluge koje se direktno pružaju turistima nautičarima, davanje različitih informacija turistima nautičarima (vremenska prognoza, nautički vodiči i sl.)
- Usluge usmjerene na korištenje nautičkog plovila.
- Iznajmljivanje plovnih objekata s posadom ili bez posade, s pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja, u cilju odmora, rekreacije i krstarenja turista-nautičara (charter, cruising i sl.)

Nautički turistički charter je djelatnost iznajmljivanja plovila. Ponuda se odnosi na iznajmljivanje plovila sa ili bez skipera i iznajmljivanje nekoliko plovila kojima se krstari od luke do luke pod zapovjedništvom profesionalnog kapetana.

Postoji nekoliko vrsta chartera:

- dnevni – kao dopuna hotelskom smještaju,
- lokalni – plovila koja imaju svoju luku sa privezom na području njihovog kružnog putovanja,
- nedjeljni – jedrilice ili motorni brodovi dužine 7 – 15 m,
- međunarodni – uključuje luksuznija i novija plovila opremljena poput luksuznih.

Nautički turizam je turizam mobilnog karaktera, te pripada sportskoj rekreaciji na plovilu, ali potrebno takođe naglasiti važnost njegove stacionarne komponente kao jedne od najvažnijih činjenica u razvoju tog oblika turizma, a stacionarna komponenta sastoji se od primarnih receptivnih kapaciteta i dopunskih kapaciteta. U primarne receptivne kapacitete spadaju luke nautičkog turizma, suvi vezovi, brodogradilišta, parkirališta, trgovinski i turističko-ugostiteljski objekti, te proizvodni i proizvodno-uslužni kapaciteti.<sup>42</sup> Dopunske kapacitete takođe čine objekti za rekreaciju, sportski tereni i ostali prateći objekti. Veliki značaj takođe imaju i prometni kapaciteti koji su na kopnu, a odnose se na puteve, željezničke puteve, te aerodromi.

## 5.5. Pojam i vrste luka nautičkog turizma

Takvi faktori kao položaj, razvoj i opremljenost luka nautičkog turizma s objektima infrastrukture i suprastrukture imaju veliki značaj u procesu određenja nivoa razvoja nautičkog turizma. Luka nautičkog turizma je specijalizovana luka namjenjena za prihvatanje i smještaj plovnih objekata, te je opremljena za pružanje usluga turistima-nautičarima i plovilima.

---

<sup>42</sup> Gračan, D., Radnić, R. (2003), Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma. Rijeka: Društvo za proučavanje i unapređenje pomorstva republike Hrvatske. Str. 310.

Autori, koji se bave problemom nautičkog turizma, definišu pojam marine kao turističkog objekta koji u poslovnom, prostornom, građevinskom i funkcionalnom smislu formira cjelinu ili koji u okviru velike prostorne cjeline ima izdvojeni dio i sve neophodne uslove za potrebe nautičkog turizma.<sup>43</sup>

Luke za nautički turizam se dijele na: sidrišta, vežišta, suve marine i marine.



Slika 9. Sidrište.

<https://www.hippopx.com/hr/anchorage-sunset-winter-snow-beauty-227486> (04.09.18.14:17)

Na slici 9. je prikazana jedna od vrsta luka nautičkog turizma – sidrište. Sidrište je dio akvatorije koji služi za prihvatanje plovila u uvali zaštićenoj od loših vremenskih uslova.<sup>44</sup> Sidrište je namijenjeno boravku brodova u kratkom periodu vremena (noćenje/nekoliko dana). Nisu opremljena komercijalnom infrastrukturom. Sidrište mora imati dio vodenog prostora pogodnog za sidrenje plovnih objekata, te uređen najmanje jedan, interventni privez s opremom za privez plovnih objekata.

---

<sup>43</sup> Brčić, I., op.cit., str. 86.

<sup>44</sup> Ibidem.



Slika 10. Vežište.

<http://www.tz-vis.hr/> (04.09.18. 14:21)

Na slici 10. moguće je vidjeti primjer vežišta, koje predstavlja dio vodene površine i obale namijenjen za odlaganje i pristajanje plovila na suvom te pružanje usluga transporta, spuštanja u vodu i dizanja iz vode plovnog objekta. Ovakva vrsta luka ne podrazumijeva boravak turista i pripremu plovila za plovidbu. Ukoliko postoji mogućnost u vodenom prostoru se dozvoljavaju privežišta i mogu se označiti i mjesta na kojima je dozvoljeno sidrenje plovničkih objekata.

Na slici 11. je prikazana suva marina, koja se sastoji od ograđenog dijela obale uređenog za čuvanje i održavanje plovila i pružanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor ili iz vodenog prostora do suve marine.<sup>45</sup>

Posebni uslovi za suve marine su određeni u pravilniku o suvim marinama, a to su: ograđen i osvijetljen prostor za smještaj plovila; recepcija za prihvatanje plovničkih objekata s neophodnom opremom za poslovanje i održavanje suve marine; čuvarska služba 24 sata dnevno; stalci za plovne objekte na suvom; organizovana služba za transport plovničkih objekata; osigurana mogućnost spuštanja plovila na vodenu površinu i podizanje iz vode; vrijedeća polica osiguranja za plovne objekte od rizika krađe i oštećenja dok se nalaze u marini; priključak na električnu mrežu od 220 V na svakih 20 plovničkih objekata; priključak na higijenski ispravnu vodu na svakih 50 plovničkih objekata te barem jedna prostorija za ličnu higijenu turista-nautičara na svakih 100 plovničkih objekata.

---

<sup>45</sup> Ibid., str. 87.



Slika 11. Suva marina.

<http://www.blue-nautica.com/hr/dry-docking/hangar-i-suha-marina.html> (04.09.18. 14:24)

Marina se sastoji od dijela akvatorije i posebno izgrađene i uređene površine za pružanje usluga vezivanja i čuvanja plovniha objekata, te smještaj turista-nautičara, u plovnim objektima ili u objektima smještaja u kompleksu marine. Marine se kategoriziraju u više kategorija prema kvalitetu usluga.<sup>46</sup> Svaka luka nautičkog turizma koja se deklarira kao marina mora zadovoljiti sljedeće osnovne tehničke uslove: priključak električne struje 220 V na svakih 20 vezova; priključak za higijenski ispravnu vodu na svakih 20 vezova; uređaj za dizanje od najmanje 50 kn; servisna radionica za intervencije na plovilima; prostor za odlaganje brodova na kopnu; najmanje jedna toaletna grupa i tuš kabina s toplom vodom na svakih 50 vezova; VHF pomorsku radio – stanica; oprema ili pribor za pružanje prve pomoći; restoran ne dalje od 500 metara; dnevni meteorološki izvještaj; parking za automobile najmanje 50% od broja vezova (osim područja koja nemaju promet automobila); spust za prikolice; radni čamac; čuvarska služba 0-20 sati; telefon za javnu upotrebu; oprema za sprječavanje širenja zagađenja mora; mjenjačnica; recepcijska služba te snabdjevanje gasom.

Prema nivou opremljenosti, marine se dijele na:<sup>47</sup>

- standardne marine, s osnovnim nizom usluga,
- luksuzne marine, koje imaju visok stupanj udobnosti,
- rekreacijske, s mogućnošću korištenja sportsko – rekreacijskih i zabavnih sadržaja.

Tabela 3. Elementi kategorizacije luka nautičkog turizma.

<sup>46</sup> Dulčić, A., op.cit., str. 174.

<sup>47</sup> Bilić, M., Luković, T. (2007) „Naše more“ Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja, jun, str.114.

| Opšti minimalni uslovi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Uređenje i oprema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Usluge                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lokacija i nivo izgrađenosti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Lokacija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Usluge                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaštita okoline</li> <li>- sigurnost plovila i ljudi</li> <li>- snabdijevanje vodom</li> <li>- odvod</li> <li>- uklanjanje otpada</li> <li>- sanitarna opremljenost</li> <li>- izgrađeni vezovi**</li> <li>- vatrogasna oprema**</li> <li>- rasvjeta**</li> <li>- lučka rasvjeta i oznake**</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- pristup i prometna povezanost</li> <li>- kopneni prostor</li> <li>- usluge prehrane i pića</li> <li>- trgovine</li> <li>- servisi i oprema</li> <li>- ostali objekti</li> <li>- usluge smještaja</li> <li>- snabdijevanje vodom</li> <li>- snabdijevanje strujom</li> <li>- higijena i čistoća</li> <li>- pogodnosti za goste</li> <li>- prostori za osoblje</li> <li>- prostor na kopnu za odlaganje minim. 50% plovila*</li> <li>- Yacht club*</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- prijem i čuvarska služba</li> <li>- održavanje sanitarnih i ostalih prostora</li> <li>- zaštita gostiju</li> <li>- servisne i ugostiteljske usluge i trgovina</li> <li>- znanje stranih jezika</li> <li>- pogodnosti za goste</li> <li>- izgled osoblja*</li> <li>- iznajmljivanje jahti*</li> </ul> |

\*Odnosi se samo na nautičko turistički centar.

\*\*Moraju imati sve luke nautičkog turizma, osim sidrišta i vežišta.

Obrada autorice prema: Bilić, M., Luković, T. „Naše more“ Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj, oktobar, str. 120.

Marina, kao jedna od vrsta luka nautičkog turizma, dijeli se prema dodatnim kriterijumima, i to: opštim minimalnim uslovima, uređenju i opremi i uslugama. Na takav način marine se kategoriziraju u tri kategorije:<sup>48</sup>

- prva kategorija odnosi se na najviši standard marine – oznaka: MARINA I. KATEGORIJE
- druga kategorija označava marinu srednjeg standarda – oznaka: MARINA II. KATEGORIJE

<sup>48</sup> Ibid., str. 119.

- treća kategorija označava marinu najnižeg standarda – oznaka: MARINA III. KATEGORIJE

Prema tipovima gradnje marine se razvrstavaju na:

- Američki tip marine karakteriše se po jednostavnoj, kvalitetnoj i relativno jeftinoj izgradnji, funkcionalnom razmješčaju sadržaja, dobroj opremljenosti i učinkovitoj organizaciji poslovanja,
- Atlantski tip marine je slabije opremljen i ima manji kapacitet od američkoga tipa. U arhitektonskom smislu atlantski tip nema jedinstven tip izgradnje. Stilovi izgradnje zavise od područja, a mogu biti stupnjeviti, visoki, piramidalni i ambijentalni;
- Mediteranski tip marine koji karakterišu manje površine kopna s čvrstom gradnjom objekata infrastrukture. Ovi tipovi vezani su uz turističko naselje ili su njegov dio. Imaju ograničenu količinu vezova i služe za kratkotrajni boravak tokom ljetnje sezone.

Postoji četiri osnovna tipa marina, koje se dijele prema položaju akvatorija prema kopnenom dijelu:<sup>49</sup>

- otvoreni,
- poluuvučeni,
- uvučeni,
- potpuno uvučeni.

Prema tipu vlasništva marine se dijele na:<sup>50</sup>

- privatne,
- komunalne,
- javne.

Privatne marine su komercijalnog tipa i njihovo vlasništvo reguliše određenje poslovne politike i načina upravljanja marinom. Primarna svrha njihovog postojanja je preduzetništvo. Komunalne marine su javne, one se upravljaju od strane lučke uprave ili države preko lokalne zajednice. Komunalne marine su namjenjene za domaće stanovništvo. Javne marine u vlasništvu su državnih ili lokalnih vlasti. One se razlikuju od drugih marina u smislu upravljanja i financiranja i predstavljaju konkurenciju privatnim marinama. Najviše javnih marina nalazi se u SAD-u.<sup>51</sup>

Savremena luka nautičkog turizma mora biti efikasno organizovana. Organizacija marine zahtjeva efikasno upravljanje kako bi se isplatio uloženi kapital, a da pri tom nautičari budu zadovoljni pruženom uslugom u marini.<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Ibid., str. 117.

<sup>50</sup> Ibid., str. 118.

<sup>51</sup> Bilić, M., op.cit., str.118.

<sup>52</sup> Kovačić, M. (2003) „Pomorski zbornik“ Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, februar, str. 145.

Kako bi se povećalo značenje i kvalitet nautičkog turizma i luka nautičkog turizma, fokus aktivnosti je potrebno usmjeriti na povećanje broja sadržaja, koji su direktno ili indirektno vezani uz luke nautičkog turizma. To bi privuklo veći broj nautičara, a pridonijelo bi i njihovom dužem boravku u marinama.<sup>53</sup>

Efikasno upravljanje, organizacija i strategijske odluke su bitni elementi, koji imaju velik uticaj na nivo poslovanja marine. U zavisnosti od toga da li je marina komercijalna, klubskog tipa, komunalna ili rekreacijska, na njen rad različito utiču kvalitet radne snage, kvalitet i količina ponude, uslovi koncesije, visina tarifa i marže za usluge, red i čistoća, itd. Upravljanje treba organizovati tako da se vodi računa o troškovima i rashodima. Marina koja se nalazi na dobroj lokaciji i posjeduje savremenu opremu ima osnovne pretpostavke za uspješno poslovanje.

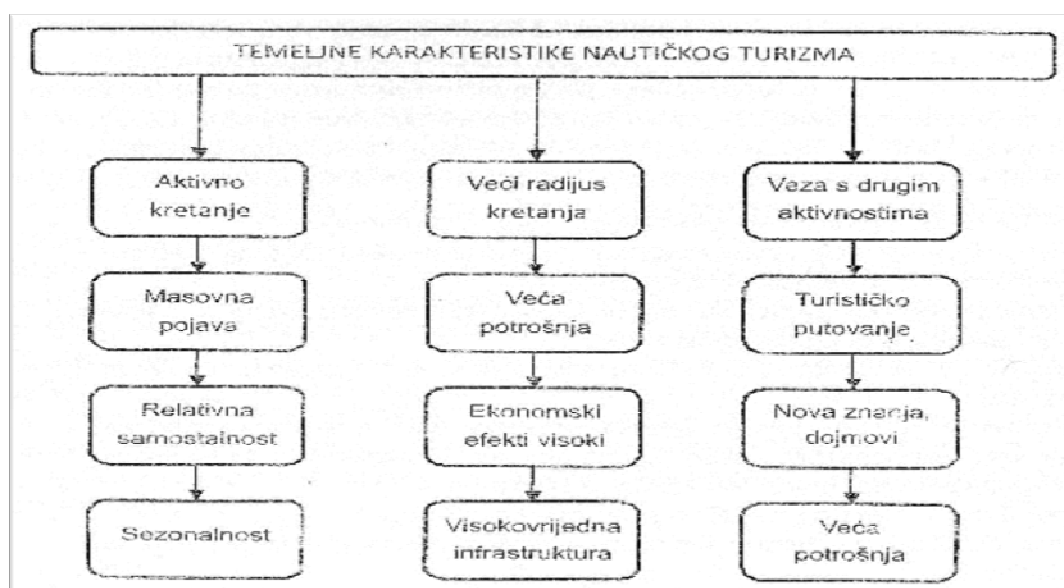
---

<sup>53</sup> Grubišić, N., Dundović, Č. (2001). Luke nautičkog turizma - čimbenik turističkog i gospodarskog razvitka RH. Zagreb: Promet i turizam. Str. 317.

## 6. ZNAČAJ NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam predstavlja novu socioekonomsku pojavu u društvu čiji se procvat tek očekuje. Svojim učincima doprinosi boljem kvalitetu življenja, urbanizaciji i uređenju prostora. Posebnu važnost imaju ekonomski efekti, visoka profitabilnost nautičkog turizma i brojni kompleksni efekti. Velike mogućnosti razvoja privlače strane i domaće investitore, a najbitniji element nautičkog turizma – visoka potrošnja, koja je dva puta veća od potrošnje tzv. klasičnih turista. Nautički turizam ima visoku društvenu i značajnu individualnu rentabilnost, ali njegova profitabilnost je rezultat različitih faktora kao što su: mikrolokacija, temeljni tržišni činitelji, specifičnost poslovanja i visina investicija. Nautički turizam predstavlja i važan izvor deviznog priliva koji se smatra specifičnim oblikom izvoza. To je važan oblik izvoza za zemlje u razvoju.

Radi postizanja što boljih rezultata važne su i društvene intervencije, kojima se potiču investicije u objekte potrebne turističkim djelatnostima. To se provodi raznim olakšicama, beneficijama i povoljnim kamatama. Važan je i višestruki učinak, koji podrazumijeva da se sva sredstva turističke potrošnje ne ostaju u mjestima potrošnje, već nastavljaju svoje kretanje i dalje utiču na ekonomsku situaciju. Nautički turizam je pokretač priobalnog regionalnog razvoja, kroz poticanje razvoja svih drugih djelatnosti s kojima je direktno ili indirektno povezan, te je to njegova najvrijednija razvojna uloga.<sup>54</sup> Nautički turizam kao izvanredan i originalan fenomen u svjetskom turizmu opisuje se kroz neke osnovne karakteristike.<sup>55</sup>



Slika 12. Temeljne karakteristike nautičkog turizma.

Alkier-Radinić, R., Gračan, D., Uran M. (2011), Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU. Opatija: FMTU. Str.190.

<sup>54</sup> Gržetić, Z., op.cit., str. 135.

<sup>55</sup> Alkier-Radinić, R., Gračan, D., Uran M. (2011), Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU. Opatija: FMTU. Str.190.

Iz slike 12. vidljivo je kako nautički turizam predstavlja aktivno kretanje u turizmu za razliku od drugih, stacionarnih vrsta turizma. Nautički turizam je prestao biti turizam za ograničeni sloj ljudi, već je postao masovna pojava. U ovom obliku turizma posebno je izražena relativna nezavisnost turističkih usluga, kao što su usluge ishrane i smještaja. Nautički turizam je sezonskog karaktera (ljetnji turizam). Zbog većeg prostora kretanja (more, rijeke, jezera) i zbog veće potrošnje turista-nautičara nautički turizam ima brojne prednosti u odnosu na ostale vrste turizma. Nautički turizam kao oblast društveno razvijenog turizma koja se pojavila relativno nedavno, beježi kontinuirani razvoj i dobre ekonomske efekte u odnosu na ostale vrste turizma. U nautičkom turizmu fokus je na značaj i vrijednost tehničkih sredstava i objekata (flota, luke, uređaji), nego u ostalim vrstama turizma.

Predmet ponude na nautičkom turističkom tržištu su uvijek konkretne nautičke usluge, koje proizvode i nude određeni tržišni subjekti.<sup>56</sup> Nautički turizam je neprekidno vezan za niz plovniha objekata koje turisti nautičari koriste kao sredstvo ostvarenja svoje turističke rekreacije. Nautičke usluge su danas široko disperzirane i specifične su u odnosu na druge turističke usluge te su vezane za prirodne resurse koje zemlja posjeduje.

Zbog specifične nautičke potražnje i njome povezane nautičke potrošnje, koja ima uticaj na nautičku industriju (proizvodnja plovila za zabavni turizam, proizvodnja opreme i održavanje, osposobljavanje postojećih i izgradnja novih luka), nautički turizam kao i sve druge vrste turizma, ekonomski je veoma zanimljiv.

Potrebno je napomenuti da se u turističkom smislu ne smije fokusirati samo na iskorišćavanje mora, nego takođe je potrebno posvetiti pažnju čitavom nizu turističkih ponuda koje čine odmor turista zanimljivim i nezaboravnim.

Nautički turizam doprinosi cjelokupnom razvoju ekonomike zemlje i to na dva načina.<sup>57</sup> Prvi način vezan je za razvoj nautičkog turizma iznad stope rasta ekonomike, što direktno utiče i na stopu opšteg ekonomskog rasta zemlje. U tom slučaju nautički turizam stimuliše ekonomski razvoj, odnosno teži njegovom bržem rastu. Drugi način razvoja nautičkog turizma je razvoj već postojećih djelatnosti zemlje, neke regije, razvoj novih djelatnosti koje su s njim povezane horizontalno i vertikalno dakle od izletničkog turizma, malih preduzeća, industrije itd. Uz pomoć toga zapošljava se veliki broj domaćih stanovnika koji se bave različitim djelatnostima, koje posredno i neposredno djeluju na zadovoljenje potreba nautičkih turista. Osim ova dva modela nautički turizam je pokretač niza društvenih i ekonomskih promjena.

Neposrednu korist od potrošnje turista-nautičara imaju poslovne jedinice koje direktno prodaju proizvode i usluge turistima-nautičarima, to su luke nautičkog turizma, koje prodaju nautičko-turističke usluge korisnicima, turistička, ugostiteljska, trgovinska preduzeća, uslužne prodavnice i drugi privredne jedinice koje pružaju usluge nautičarima, kao i brodograđevna preduzeća, radnje koje proizvode i prodaju plovila, vrše njihov remont i popravke, obavljaju servis i održavaju plovila turista-nautičara i pružaju druge usluge.

Izgradnja luke nautičkog turizma ima pozitivan uticaj na nivo opšte komunalne opremljenosti lokalne zajednice i povećava broj i kvalitet usluga. Sve to doprinosi profitiranju turističke ponude i imidžu turističkog mjesta. Takođe, marina koja je dobro uklopljena u postojeću

---

<sup>56</sup> Dulčić, A., op.cit., str. 27.

<sup>57</sup> Gržetić, Z., op.cit., str. 111.

gradsku strukturu, može biti novi element turističke atrakcije. Posebni značaj nautički turizam ima u smislu zapošljavanja radno-aktivnog stanovništva.

Nautički turizam je proizašao kao rezultat rasta i dostignutog nivoa ekonomskog rasta. U centru pažnje je čovjek, smanjenje radnog vremena i napredak tehnike i tehnologija, što sve zajedno, uz psihološki element turizma, omogućuje mnoge promjene, kao i na prostoru na kojem se turističke aktivnosti provode tako i na nositeljima tih aktivnosti.<sup>58</sup>

Nautički turizam dugo nije bio prihvatljiv kao faktor u procesu formiranja turističke ponude, a glavni pokazatelji razvoja turizma je bila izgradnja smještajnih kapaciteta i orijentacija na masovni turizam. Osobina savremene turističke potražnje je fokusiranje na avanturizam, individualizam, upoznavanje ambijentalnih vrijednosti. Potrebno je razvijati nautički turizam kao jedan od najperspektivnijih oblika savremenog turizma, uzimajući u obzir prirodne i maritimne uslove kako bi se udovoljilo zahtjevima potražnje i tržišta.<sup>59</sup>

#### 6.1. Neposredni uticaji nautičkog turizma

Neposredne koristi od potrošnje nautičara imaju privredni subjekti koji neposredno prodaju proizvode ili usluge nautičarima, kao što su:

- Marine koje prodaju nautičko-turističke usluge turistima-nautičarima,
- turistička, turističko-ugostiteljska i trgovinska preduzeća, uslužne radnje i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima,
- brodogradilišta,
- brodska preduzeća, te remontne radionice koje prodaju plovila, vrše njihov remont i opravku, obavljaju servis i održavaju plovila.

##### 6.1.1. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma

Moderna luka nautičkog turizma je objekat kompleksne nautičko-turističke ponude gdje se turistima-nautičarima nudi čitav kompleks usluga, sportskog, nautičkog, rekreativnog, zabavnog karaktera.

Investicije koje se ulažu u izgradnju i razvoj luka nautičkog turizma ima veću stopu rentabilnosti od svih ostalih vrsta turizma. U marinama se pružaju se takve nautičko-turističke usluge kao što su: usluga veza, usluga snabdijevanja vode i električne energije, prodaja goriva, održavanje plovila, servis plovila, usluga iznajmljivanja plovila, a takođe usluge škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodova, usluge davanja vremenskih prognoza, prodaja bescarinske robe i različite druge usluge.

Najbolji rezultati od nautičkog turizma postižu se u organizovanom čarteru, tj. iznajmljivanju plovniha objekata turistima-nautičarima koji preferiraju plovidbu u iznajmljenim plovilima.

---

<sup>58</sup> Kovačić, M., op.cit. Str. 140.

<sup>59</sup> Vuković, I. (2000). Međunarodna ekonomija i turizam. Zagreb: Dalmatina. Str. 209.

#### 6.1.2. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje i razvoj uslužnih djelatnosti

U usluge koje se nude u nautičkom turizmu takođe se ubrajaju trgovinske, ugostiteljske i ostale usluge koje utiču na razvoj trgovinske, ugostiteljske djelatnosti koje su potrebne za zadovoljavanje zahtjeva turista-nautičara. Zbog toga se u marinama posvećuje posebna pažnja otvaranju trgovinski, ugostiteljskih objekata.

Moguće je organizovanje trgovačke mreže u lukama nautičkog turizma koja će kvalitetno snabdjevat i turiste-nautičare svim neophodnim prehrambenim i higijenskim proizvodima.

#### 6.1.3. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje brodograđevne industrije

Nautički turizam takođe ima uticaj na razvoj brodograđevnih preduzeća (posebno male brodogradnje) i industrije, ukoliko su u funkciji proizvodnja i održavanje plovila i opreme za potrebe nautičkog turizma.

Osim prodaje plovila, sve češće se grade brodovi za čarter. U posljednje vrijeme uočava se povećanje potražnje za većim plovilima luksuznog tipa, kao što su brodovi za krstarenja i izleti luksuzno opremljenim jahtama. Istovremeno se povećava potražnja i za manjim sportskim i luksuznim brodovima, jedrilicama i gliserima. Izgradnja plovni objekata za potrebe nautičkog turizma pokazala se puno rentabilnijom za razliku od izgradnje plovila za ostale namjene.

#### 6.1.4. Uticaj nautičkog turizma na poslovanje preduzeća za servis brodova

S obzirom na veliki broj raznovrsnih savremenih plovila i brodskih pogona, postoji potreba za ogromnim brojem popravaka, strojeva, rezervnih dijelova i osposobljenih za taj posao radnika.

Zato je neophodna mala brodogradnja koja može pružiti usluge izgradnje novih plovila i drugih raznovrsnih usluga turistima nautičarima.

U vezi s tim, mala brodogradnja može pružiti veliki broj usluga turistima-nautičarima: rekonstrukcije plovila, uslugu tehničkog servisiranja, kapitalan remont, popravke nakon havarija, pregled, izvlačenje itd.

Za svakog nautičara je važno da u mjestu gdje će ljetovati postoji mogućnost popravke plovila i nabavke rezervnih dijelova.

## 6.2. Posredni uticaji nautičkog turizma

Posredne uticaje imaju poslovni subjekti koji direktno ne prodaju usluge nautičarima, dok neposredni uticaji ostvaruju se prodajom proizvoda ili usluga nautičarima.

Izgradnja luke nautičkog turizma može imati pozitivan uticaj na opšti nivo komunalne opremljenosti lokalne sredine i povećati broj i kvalitet različitih usluga. Podrazumjeva se izgradnja ili poboljšanje komunalnih usluga: vodovoda, kanalizacijske mreže, električne mreže, telefonske mreže. Sve to pomaže u profilisanju turističke ponude i poboljšanju imidža destinacije. Takođe, marina koja se dobro uklapa u arhitektonsku sliku grada, može postati novi element turističke atrakcije.

Nautički turizam ima veliki značaj u smislu zapošljavanja stanovništva. Prema istraživanjima, svaki osmi radnik u svijetu danas je zaposlen u turističkom sektoru ili putničkom prometu, s tendencijom povećanja tog broja.

S obzirom na to da je nautički turizam je diomedunarodnog nautičko-turističkog tržišta, potrošnja turista-nautičara utiče na povećanje nacionalnog dohotka i deviznog prihoda. To ima pozitivni uticaj na razvoj nacionalne privrede.

## 6.3. Negativni uticaji nautičkog turizma

Osim pozitivnih uticaja nautičkog turizma, postoje i brojni negativni uticaji o kojima se takođe ne smije zaboravljati tokom kreiranja poslovne i razvojne politike u nautičkom turizmu.

Negativni uticaji nastaju ako rezultat aktivnosti u nautičkom turizmu svih učesnika, a među njima se ubrajaju:

- zauzimanje i uzurpacija obalnih i morskih prostora;
- zagađenje obale i vodenih površina naftom, naftnim derivatima i raznim ambalažnim i drugim otpacima;
- devastacija i neovlašćeno prisvajanje biološkog i kulturno-istorijskog nasljeđa.

Nelegalnom izgradnjom marina i dodatnih objekata infrastrukture i suprastrukture u prirodno osjetljivom području, uništavaju se i gube prirodne ljepote. Tokom izgradnje marine, potrebna je velika opreznost pri planiranju obalnog prostora. Neophodno je zakonsko ograničenje za izgradnju komercijalnih objekata na ekološki osjetljivim i lokacijama.

Potrebno je ograničiti broj luka nautičkog turizma na uskom prostoru obale, zbog teškog kontrolisanja nivoa zagađenja. Umjesto toga treba podsticati izgradnju manjih marina na udaljenim područjima, posebno ostrvima.

Izvor nekontrolisane buke i zagađenja čini veliki promet automobila tokom turističke sezone, posebno uz obalu, kao i plovila svih vrsta i veličina u moru.

Nekontrolisani i nelegalni sportski ribolov i različite druge podvodne aktivnostimogu predstavljati veliku opasnost za biološki život. Posebnu opasnost za biološki život u moru

predstavlja sportski ribolov nedopuštenim sredstvima, u zabranjeno vrijeme i u zabranjenim zonama.

#### 6.4. Faktori i uslovi za razvoj nautičkog turizma

Nautički turizam danas predstavlja najprofitabilniji oblik turističke ponude. Postoji nekoliko vrsta faktora i uslova koje utiču na njegov razvoj kao na selektivni oblik turizma i pomoću kojih nautički turizam opstaje na svijetском turističkom tržištu. Među ovim uslovima se ubrajaju **prirodni uslovi, tržišni, ekonomski i normativni.**

**Prirodni uslovi** čine osnovni uslov postojanja i razvoja nautičkog turizma određene regije i zemlje.

Prirodne uslove obuhvataju sve što potiče iz prirode i predstavlja pogodni resurs za razvoj nautičkog turizma, uključujući obalni i vodeni prostor, konfiguraciju zemljišta, ljepote pejzaža, temperaturu vazduha, meteorološke prilike, vidljivost na moru, rijekama i jezerima, prozirnost i boju mora, kao i niz drugih prirodom danih elemenata na moru, rijekama i jezerima.

Prirodni element koji pomaže razvoju ovog oblika turizma je voda. Obalni i morski prostor su najbitniji prirodni elementi za razvoj nautičkog turizma. To ima poseban značaj za zemlje Sredozemnog i Jadranskog mora.<sup>60</sup>

Prirodno – resursna osnova razvoja nautičkog turizma ima takve karakteristike<sup>61</sup>:

1. Prirodno – geomorfološki elementi kao što su: reljef priobalnog prostora – morskog, riječnog ili jezerskog
2. Hidrografski elementi, odnosno fizičke, termalne i hemijske osobine vode
3. Klimatske karakteristike podneblja, temperatura vazduha, oborine, vjetrovi, insolacija, vlažnost vazduha i oblačnost.

Prirodni reljef predstavlja veoma važan faktor razvoja nautičkog turizma, kao posebne karakteristike vode: fizičke, termičke i hemijske. Fizičke karakteristike podrazumijevaju valove, morske struje, plimu i osjeku; termičke karakteristike – temperatura vode i njena providnost; a hemijske karakteristike obuhvataju hemijski sastav vode. Klima je takođe bitan faktor za razvoj nautičkog turizma, zbog svog direktnog uticaja na plovidbu, boravak turista-nautičara na svojim plovilima i njihove aktivnosti na moru. More predstavlja obalni prostor koji je najznačajniji element za razvoj nautičkog turizma.<sup>62</sup>

**Tržišni uslovi** razvoja nautičkog turizma formiraju nautička ponuda i potražnja. Na tržištu nautičkog turizma se odlučuje što, kako i za koga će se proizvoditi.

Na razvoj nautičkog turizma utiču sljedeći faktori:

1. Faktori razvoja nautičkog turizma na strani potražnje,

---

<sup>60</sup> Dulčić, A., op.cit., str.35.

<sup>61</sup> Ibid., str.36.

<sup>62</sup> Ibid., str.35.

2. Faktori razvoja nautičkog turizma na strani ponude (utiču na zadovoljavanje potreba nautičkog turizma),

3. Ponuda privatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga (omogućavaju boravak i plovidbu nautičara van mjesta boravka).

Pod nautičkom turističkom potražnjom podrazumijeva se onaj broj proizvoda i usluga koji turisti-nautičari su u mogućnosti da kupe kako bi zadovoljili potrebe boravka na plovilu, održavanja svog plovnog objekta uz prihvatljivu cijenu.<sup>63</sup> Nautička potražnja formira se uticajem različitih ekonomskih, prometnih kulturoloških i drugih faktora<sup>64</sup> - nautičku potražnju predstavljaju turisti nautičari koji žele kupiti plovila ili nautičke turističke aranžmane.

Nosioce turističke potražnje predstavljaju nautički turisti koji imaju karakteristiku heterogenosti, tj. fizičkih, socijalnih, nacionalnih, kulturnih i ekonomskih karakteristika. Turisti u nautičko – turističkom prometu najčešće se segmentiraju prema kriterijumu fizičkih osobina (starost, spol) i socijalnih osobina (zanimanje nautičkih turista). Definicija nautičke turističke potražnje može se izvesti iz opšte definicije turističke potražnje, tj. onaj *broj turističkih usluga i roba koju su turisti-nautičari spremni da kupe kako bi zadovoljili potrebe boravka na plovnom objektu i održavanja tog plovila, uz određeni nivo cijena*, odnosno kurs nacionalne valute, ako je u pitanju potražnja iz inostranstva.<sup>65</sup>

Turisti-nautičari su jedni od glavnih elemenata tržišnih uslova razvoja nautičkog turizma. Oni su, kao nosioci nautičke potražnje, vrlo heterogena skupina u pogledu fizičkih, socijalnih, nacionalnih, kulturnih i ekonomskih karakteristika te u pogledu upotrebe plovnih sredstava i objekata za smještaj.<sup>66</sup>

Nautička turistička ponuda se formira tako da se zadovolje želje i potrebe turista nautičara i da se ostvari razvoj nautičkog turizma. Ponuda obuhvata nautičko turističke usluge koje kupuju turisti-nautičari.

Vrste usluga u nautičko turističkoj ponudi se dijele na nekoliko aspekata: teritorijalni aspekt prikazuje lokacijske karakteristike, strukturni aspekt se odnosi na vrste usluga, a izražavaju se sadržajima koji se nude nautičarima.

Osnovni skup elemenata koje formiraju turističku ponudu su:

- atraktivni elementi (prirodni i društveni uslovi),
- komunikativni elementi (donošenje odluka o lokaciji luka),
- receptivni elementi (formiranje raznih sadržaja za potrebe nautičara).

Tržišni uslovi stvaraju osnovu za kontinuirani razvoj nautičkog turizma i odvajaju ga od drugih selektivnih oblika turizma. Upravo tržišni uslovi stvaraju nautičku turističku ponudu i potražnju.

---

<sup>63</sup> Ibid., str. 56.

<sup>64</sup> Ibid., str. 55.

<sup>65</sup> Ibidem.

<sup>66</sup> Ibid., str. 58.

**Ekonomski uslovi** razvoja nautičkog turizma, u funkciji proizvodnje nautičkih turističkih usluga su<sup>67</sup>: rentni učinak koji se zasniva na eksploataciji prirodnih dobara (godišnja zarada od kapitala) i eksternalije koje se zasnivaju na činjenici da prirodno dobro upotrebom mijenja kvalitet što može štetiti drugim korisnicima.

Ekonomski uslovi razvoja nautičkog turizma i turizma uopšte se dijele na pozitivne i negativne<sup>68</sup>:

Pozitivni ekonomski učinci:

- poboljšanje nivoa deviznog bilansa,
- generisanje proračunskih prihoda,
- aktiviranje turističkih potencijala,
- povećanje zaposlenosti,
- regionalni razvoj,
- razvoj malog preduzetništva,
- stimuliranje ekonomskim tokovima među područjima i sudionicima turističkog procesa,
- zapošljavanje prometnih kapaciteta.

Negativni ekonomski učinci:

- sezonalnost,
- inflacija cijena proizvoda, usluga i zemljišta,
- zavisnost od nekoliko glavnih emitivnih tržišta,
- odlivi,
- mijenjanje ekonomske strukture recepivnog prostora,
- porast troškova života stanovništva,
- porast oportunitetnih troškova.

Ekonomski uslovi su u direktnoj vezi sa ukupnim ekonomskim razvojem određene zemlje, jer se razvoj nautičkog turizma zasniva na razvoju industrije, a posebno proizvodnji i servisu plovila i druge potrebne opreme.

S obzirom da je nautički turizam kompleks privatnog i javnog sektora, on zahtijeva zakonsko regulisanje.

**Normativni uslovi** koji utiču na razvoj nautičkog turizma su<sup>69</sup>:

- pravni režim korištenja javnih površina ili obale i mora, te korištenje i zaštita ovih javnih dobara u ekonomske svrhe, posebno u razvoju nautičkog turizma,
- pravni uslovi poslovanja marina koje svoje nautičke turističke usluge ostvaruju koristeći javno pomorsko dobro,
- turisti-nautičari i plovni objekti kao korisnici nautičkih turističkih usluga, što zahtijeva definisanje zakonskog okvira u kojem se obavlja promet. Podrazumijeva se zakonsko određenje kada i na koji način se plovni objekat, domaći i strani, može uključiti u pomorski promet kao i nautičari koji koriste plovilo.

---

<sup>67</sup> Ibid., str. 95.

<sup>68</sup> Cf., Križman Pavlović, D. (2008), Marketing turističke destinacije. Zagreb: Mikrorad.

<sup>69</sup> Dulčić, A., op.cit. Str.108.

- Poseban značaj normativno uređenje ima za sigurnost prometa. Sigurnost plovidbe podrazumijeva se kao javna usluga, što zahtjeva formiranje složene mreže institucija koje te usluge pružaju, te finansiranja, kontrole i recepcije tih usluga.

Postojeća materijalna osnova (baza), resursi i tekuća materijalna (investiciona) izgradnja takođe predstavlja važan element u razvoju nautičkog turizma.

Materijalna izgradnja u nautičkom turizmu obuhvata izgradnju novih i proširenje već postojećih objekata, modernizaciju postojećih objekata, nabavku potrebne opreme i inventara za investicije koje se vrše radi:

- izgradnje novih kapaciteta,
- rekonstrukcija,
- proširenja,
- modernizacije.

Jedan od osnovnih zadataka materijalne izgradnje je podizanje odgovarajućih turističkih luka i izgradnja turističke male flote.

U materijalnu osnovu (receptivni kapaciteti) u nautičkom turizmu spadaju:<sup>70</sup>

- turističke luke različitog tipa, namjene i veličine,
- nautičko-turistička flota,
- nautičko-turistička sela,
- sidrište,
- vezove uz obalu,
- zimovalište, skladište i radionice za plovnu flotu,
- brodogradilište,
- parking,
- trgovinsko-opskrbe i turističko-ugostiteljske objekte,
- proizvodne i proizvodno-uslužne kapacitete,
- objekte za dokolicu,
- prometne kapacitete na kopnu i obali, a u vezi s nautičkim turizmom,
- stanice za snabdjevanje,
- uređaje i oprema,
- osnovna i tzv. viša infrastruktura.

Nautički turizam se javlja kao rezultat sveobuhvatnog razvoja ekonomije u svijetu. Ekonomski razvoj, kao faktor turističkog razvoja nautičkog turizma, ima višestruk uticaj.

---

<sup>70</sup> Jadrešić, V., op.cit., str. 31.

Ekonomski razvoj pomaže u ispunjavanju osnovnog uslova za nastanak potražnje u nautičkom turizmu. Ekonomski razvoj stimuliše stvaranje potrebnih finansijskih sredstava za nabavku plovnih objekata i slobodnog vremena za plovidbu.

S druge strane, tehnološki razvoj kao sastavni dio ukupnog ekonomskog razvoja, kroz nove tehnologije i materijale, metode građenja plovila, ekološke pokrete, na svoj način utiče na razvoj nautičkog turizma. Sportska plovila i plovila za razonodu zahvaljujući pojavom novih metoda građenja su postala pristupačna i jeftinija za šire slojeve društva. Bez obzira na kontinuiranu stopu rasta, nautički turizam još uvijek nije masovna pojava u svijetu. Nautički turizam ostaje privilegija srednje i više klase.

## 7. NAUTIČKI TURIZAM CRNE GORE

Poslednjih nekoliko godina nautički turizam kao socioekonomski fenomen zauzima značajno mjesto u svim mediteranskim zemljama i ostvara kontinuirani rast broja turista zainteresovanih za ovaj vid turizma. Crna Gora pozicionira se kao turistička destinacija, koja zahvaljujući svojoj bogatoj prirodi i kulturno-istorijskom nasljeđu može postati lider na tržištu nautičkog turizma.

Zahvaljujući svojoj lokaciji obala Crne Gore predstavlja idealno mjesto za razvoj nautičkog turizma. Crna Gora ima veliki broj prirodnih zaklona i uvala koje se mogu koristiti u slučaju nevremena, malih mjesta unutar prirodnih luka, dovoljan broj stanica za snabdijevanje gorivom, radnje za prodaju nautičke opreme, servis za remont i popravku plovila i drugih sadržaja neophodnih za razvoj nautičkog turizma. Prije nekoliko godine od strane vlade Crne Gore je bila usvojena strategija razvoja nautičkog turizma, bile su određene tačne lokacije izgradnje marina, urađena klasifikacija i pripremna realizacija marina. Predstavljene su sedam marina u Crnoj Gori sa svim sadržajima, uslugama i ponudama koje one nude.<sup>71</sup>

Crna Gora raspolaže morskom obalom dužine 288,21 km, 25,61 km ostrovskom obalom obalom rijeke Bojane 22,80 km. Najrazuđeniji dio kopnene obale čini zaliv Boke Kotorske. Kotorsko-risanski zaliv predstavlja 15% obale Crne Gore i predložen je za upis u kulturnu i prirodnu baštinu UNESCO.

Marine u Budvi, Baru, Herceg Novom, Kotoru i Tivtu pokrivaju čitavo primorje Crne Gore. Ove marine pružaju usluge vezivanja, snabdijevanja plovnih objekata gorivom, servisiranja plovila, a takođe raspolažu specijalizovanim radnjama za prodaju nautičke opreme.

Na slici 13. je prikazana marina Budva, koja ima svu neophodnu infrastrukturu za primanje i čuvanje jahti tokom cijele godine.



Slika 13. Marina Budva.

<sup>71</sup> <http://nautickiturizamucg.blogspot.com/> (01.08.18. 12:42)

<https://d8ys5mrbqhmjx.cloudfront.net/montenegro/photos/dukley-marina-budva/large/dukley-marina-budva-403307.jpg> (07.09.18. 11:28)

Na slici 14. moguće je vidjeti najveću luku na primorje Crne Gore - luku Bar. Luka Bar povezuje Crnu Goru sa ostalim svijetom, jer Jadranskim morem graniči sa Italijom. Marina raspolaže sa 528 vezova u mora koja su podijeljena u 11 sekcija, 4000 m<sup>2</sup> marine služe za suvi dok. Neke od sekcija sadrže priključke za snabdijevanje vodom i strujom, a osim vezova marina takođe nudi usluge poliranja, pranja i muringa.



Slika 14. Luka Bar.

<http://www.barinfo.me/text.php?kategorija=1&id=11060> (07.09.18. 11:54)

U Crnoj Gori se počela obraćati pažnja na značaj nautičkog turizma za privredu kao i u ostvarivanju prihoda po broju dolazaka plovila i turista-nautičara. Učešće obale Crne Gore iznosi 0,65%, odnosno 46000 km duge obale Mediterana, u čije 22 obalne države dolazi više od 200 miliona turista. Takva priobalna država kao što je Crna Gora ispunjava sve uslove za razvoj nautičkog turizma, koje podrazumijevaju luke nautičkog turizma i marine.<sup>72</sup>

Tabela 4. Broj plovila koja su ušla u teritorijalne vode Crne Gore u 2017. godini.

| Broj plovila koja su doplovila morem | Broj plovila koja su dovezena kopnom | Vrsta plovila ( u procentima) |
|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| 3 840                                | 758                                  | Jahte na jedra – 43,4%        |
|                                      |                                      | Motorne jahte – 40,8%         |
|                                      |                                      | Ostali plovni objekti – 15,8% |

Obrada autorice prema: <http://senat.me/nauticki-turizam-crna-gora/> (01.08.18. 12:47)

<sup>72</sup> Milisavljević, M. (2003), Marketing. Beograd: savremena administracija. Str. 17.

Ukupno tokom 2017. godine u teritorijalne vode Crne Gore je ušlo 4.598 stranih plovila za sport, rekreaciju i razonodu, što je za 4,9% više nego u 2016. godini. U 2017. godini ovim plovilima je doputovalo 23 001 turista, što je za 6,7% više nego u 2016. godini.

Tabela 5. Broj lica koja su prispjela u Crnu Goru stranim brodovima u 2017. godini

| Ukupan broj lica koja su doputovala u Crnu Goru | Ukupan broj lica koja su doputovala prema državljanstvu (u procentima) |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 23 001                                          | Velika Britanija – 17,7%                                               |
|                                                 | Italija – 5,5%                                                         |
|                                                 | Hrvatska – 3,3%                                                        |
|                                                 | Njemačka – 2,9%                                                        |
|                                                 | Francuska – 2,8%                                                       |
|                                                 | Austrija – 2,3%                                                        |
|                                                 | SAD – 2,0%                                                             |
|                                                 | Ostale zemlje – 63,5%                                                  |

Obrada autorice prema: <http://senat.me/nauticki-turizam-crna-gora/> (01.08.18. 12:47)

Tokom 2017. godine je ostvareno 430 kružnih putovanja stranih brodova u vodama Crne Gore. Na brodovima je bilo 540.445 putnika. Broj putovanja je manji za 10,4% nego je u 2016. godini, dok je broj putnika veći za 1,5%.

Prema državnoj pripadnosti, struktura brodova koji su uplovili u teritorijalno more Crne Gore u 2017. godini je sljedeća: Bahami (29,3%), Malta (28,1%), Panama (8,1%), Belgija (6,7%), Bermudi (6,3%), Italija (4,2%), Grčka (3,5%), Maršalska Ostrva (3,3%) i drugi.<sup>73</sup> Nautički turizam predstavlja još jedan korak u procesu realizovanja strategije razvoja turizma i ukupne turističke ponude Crne Gore.

#### 7.1. SWOT analiza nautičkog turizma Crne Gore

SWOT analiza nautičkog turizma Crne Gore predstavlja sistematizovani kompleksni pregled prednosti, nedostataka, mogućnosti i prijetnji iz kojeg je moguće vidjeti koje mjesto zauzima nautički turizam Crne Gore na svijetском tržištu, koji su njegovi potencijali, perspektive razvoja na tržištu i prijetnje s kojima se suočava. SWOT analiza se sastoji od osnovnih parametara: strenghts (snage), weakneses (slabosti), opportunities (prilike) i threats (prijetnje).

U nastavku je prikazana SWOT analiza nautičkog turizma u Crnoj Gori.

Tabela 6. SWOT analiza nautičkog turizma u Crnoj Gori.

<sup>73</sup> <http://senat.me/nauticki-turizam-crna-gora/> (01.08.18. 12:47)

| SNAGE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | SLABOSTI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prirodna ljepota jadranske obale;</li> <li>- Bogata kulturna i historijska baština s svjetski priznatim i zaštićenim lokacijama;</li> <li>- Pomorska tradicija;</li> <li>- Gostoljublje;</li> <li>- Pogodni klimatski i maritimni uslovi;</li> <li>- Ekološki očuvane podmorje;</li> <li>- Postojeća turistička infrastruktura;</li> <li>- Visokoškolsko obrazovanje u oblasti turizma i pomorstva;</li> <li>- Prostorne mogućnosti za izgradnju novih luka nautičkog turizma;</li> <li>- Mogućnost proširenja postojećih luka.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedovoljan kapacitet marina nautičkog turizma;</li> <li>- Sezonski karakter poslovanja luka nautičkog turizma;</li> <li>- Nedovoljna količina vezova za mega jahte;</li> <li>- Nedostatak pojedinih vrsta usluga;</li> <li>- Niski nivo kvaliteta usluga;</li> <li>- Preizgrađenost prostora obalne zone;</li> <li>- Nedovoljna razvijenost saobraćajne povezanosti;</li> <li>- Neodgovarajuće odlaganje otpada i pročišćavanje otpadnih voda;</li> <li>- Korupcijska aktivnost;</li> <li>- Ponuda osnovana samo na uslugama vezova, bez dodatnih sadržaja;</li> <li>- Neiskorištenost potencijala;</li> <li>- Nedovoljan broj kvalitetnih kadrova.</li> </ul> |

| PRILIKE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | PRIJETNJE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Porast tražnje za nautičkim turizmom;</li> <li>- Donošenje strategije razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori;</li> <li>- Ulazak u Europsku Uniju;</li> <li>- Bogata prirodna i kulturna baština;</li> <li>- Porast tražnje za kruzing turizmom;</li> <li>- Lako dostupne, bliske destinacije;</li> <li>- Razvoj male brodogradnje;</li> <li>- Produženje sezone;</li> <li>- Crna Gora postaje popularnija turistička destinacija;</li> <li>- Porast kvaliteta turističke ponude;</li> <li>- Veliki potencijal za investicije</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Politička nestabilnost u regiji;</li> <li>- Preizgrađenost obale;</li> <li>- Zagađenje okoline s brodova;</li> <li>- Brzi razvoj drugih destinacija;</li> <li>- Neodgovarajuća privatizacija;</li> <li>- Svjetske sigurnosne krize;</li> <li>- Nekontrolirani razvoj nautičkog turizma;</li> <li>- Neodgovarajuća zakonska regulativa;</li> <li>- Pojava zaraznih bolesti;</li> <li>- Gradnja novih vezova u konkurentskim zemljama;</li> <li>- Rast konkurencije u zemljama Mediterana;</li> <li>- Rast broja turista niske platežne moći.</li> </ul> |

Obrada autorice na osnovu SWOT analize nautičkog turizma u Hrvatskoj: Hrvatski hidrografski institut. (2006), Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske. Zagreb: TOTUS d.o.o. Str. 95-96.

Jedna od glavnih prednosti nautičkog turizma u Crnoj Gori je njena prirodna ljepota, povoljna klima i ekološki očuvano more i podmorje. Navedene prednosti stimuliraju rast i razvoj nautičkog turizma, te čine Crnu Goru atraktivnom destinacijom za turiste-nautičare.

Osim prednosti u nautičkom turizmu postoje također i nedostaci. Jedan od njih je ponuda luka nautičkog turizma bazirana samo na vezovima, koja ne posjeduje drugih dodatnih sadržaja. Na takav način pogoršava se nivo privlačnosti marine za turiste.

Dodatni prinos razvoju nautičkog turizma u Crnoj Gori će obezbijediti takve prilike kao što su: produženje sezone, razvoj male brodogradnje i porast kvaliteta turističke ponude. Uočavanjem prilika Crna Gora može zauzeti svoje mjesto na svjetskom tržištu nautičkog turizma i postati konkurentna destinacija u tom segmentu turizma.

Najveće prijetnje iz okruženja koje bi mogle usporiti budući razvoj nautičkog turizma u Crnoj Gori su: brzi razvoj drugih destinacija, gradnja novih vezova u konkurentskim zemljama, preizgrađenost obale i moguća politička nestabilnost u regiji.

## **8. SAVREMENI TRENDOWI U NAUTIČKOM TURIZMU**

S obzirom da se svjetski trendovi u turističkoj ponudi sve više razvijaju s procesom globalizacije, oni danas predstavljaju glavne smjernice za rast i razvoj nautičkog turizma. Zbog toga nautički turizam ima izuzetno značajnu ulogu u svjetskom turizmu. U rezultatu kontinuiranog razvoja i naglih promjena u strukturi potražnje, zadnjih se godina traže posebni i novi oblici nautičkog turizma. Tokom razvoja nautičkog turizma stalno se pojavljuju nove vrste usluga koji ga čine raznovrsnim i bogatijim.

Kao rezultat analize nekoliko vodećih resursa posvećenih nautičkom turizmu u Evropi i Americi posebno se može izdvojiti trend povećanja potražnje za dužim vezovima namjenjenim za veće megajahte. Ovaj trend također uključuje u sebe povećanje potražnje za čitavim nizom pratećih usluga kao što su: ugostiteljske usluge, visoko specijalizovane usluge servisa koje odgovaraju tehnički moderno opremljenim jahtama, odgovarajući nivo internetskog prometa za veliku posadu mega jahti te ubrzano punjenje električnom energijom i gorivom. Takva tendencija podstiče marine širom svijeta za proširenje postojećih kapaciteta i infrastrukture za mega jahte, u rezultatu čega se dobija pokrivanje još jednog segmenta turističkog tržišta.

Takođe, u poslednje vrijeme je došlo do povećanja potražnje za nerazvijenim odmorištima: mirnim mjestima prirodne ljepote kojima se može pristupiti i uživati sa mora. Vlasnici jahti više ne traže visoko prometne, komercijalne destinacije. Otežavajući element za razvoj takvog

segmenta tržišta leži u nedovoljnom broju usluga na udaljenijim lokacijama i potrebi za poboljšanom zaštitom okoline.

Marine sve više postaju vlasnici plovnih sredstava, nudeći usluge transporta i morskih izleta uz usluge zakupa brodova. Ovaj trend je već u toku, a menadžment grupe marina u svojim godišnjim izvještajima o prihodima ubjeđuju kako je usluga iznajmljivanja plovila postala najveći izvor prihoda. Analize tržišta neprestano pokazuju kako posjedovanje male flote brodova može biti ekonomski isplativo za marine.<sup>74</sup>

Kao jedan od savremenih trendova u nautičkom turizmu javljaju se marine klubskog tipa koje umjesto usluga veza i iznajmljivanja plovila nude uslugu članarine. Takve marine služe za porodična okupljanja, formiranje prijateljstva u društvu nautičara. U odmoristima takvog tipa turisti osjećaju privatnost i ekskluzivnost marine.

Hibridni ili 100% elektromotori počinju pronalaziti svoje mjesto i u nautičkom sektoru. Njihove prednosti uključuju značajnu uštedu goriva i očite prednosti u pogledu autonomije. Međutim, oni takođe dobijaju podršku od strane onih koji žele da njihovo plovilo bude ekološki bezbjedno, tj. eco-friendly. Iako se u početku to može činiti kao manje povoljna opcija, postoje neki uistinu konkurentni modeli na tržištu.

Jedna od stvari koje ljudi najčešće traže to je više prostora na brodu. Proširivi srednji dio plovila je dobro rješenje za one koje žele dobiti nekoliko dodatnih metara na svom brodu. Kad se brod nalazi u vodi, njegove strane se mogu odvojiti od srednjeg dijela kako bi brod postao veći.

Nautički turistički sektor se stalno razvija i postaje savremeniji, a stare tradicije ostaju pozadi. To takođe uključuje i sunce kao novi izvor energije. Prije nekoliko godina je bilo nemoguće pomisliti da sunce bude izvor električne energije, pogotovo na brodovima. Međutim, od 2016. godine je moguće imati fotonaponsku solarnu energiju (solarne ploče) na brodovima. To je sigurno najbolje rješenje za nautičare koji uvijek žele biti sigurni da su baterije pune. Iako se to čini skupocjenom investicijom u početku, ova inovacija se brzo isplati, ako se pogleda ušteda goriva.

#### 8.1. Praćenje trendova u nautičkom turizmu na primjeru marine Porto Montenegro

---

<sup>74</sup> <http://www.marinadockage.com/marinas-innovative-profit-centers-amenities-reap-big-revenues/> (27.06.18. 20:31)



Slika 15. Marina Porto Montenegro u Tivtu.

<http://www.dailymail.co.uk/travel/article-2867217/Move-Monte-Carlo-Porto-Montenegro-new-hotspot-rich-famous.html> (12.08.18 16:14)

Na slici 15. je prikazana marina Porto Montenegro koja je smještena u gradu Tivat u Crnoj Gori i koja je jedna od najekskluzivnijih marina na cijelom Jadranu. Kompleks Porto Montenegro se sastoji od marine za jahte, rezidencija i poslovnih prostora. Porto Montenegro sadrži naselje u sklopu marine i matičnu luku za jahte, koji imaju sve potrebno kako bi zadovoljili zahtjeve i potrebe vlasnika jahti i njihove posade sa neophodnom infrastrukturom za mega jahte. Osim prodavnica specijalizovane nautičke opreme, butika, centra za inovacije, salona ljepote, Porto Montenegro takođe sadrži teretanu, studije za yogu i pilates, terenima za tenis i skvoš, kuglanu, vaterpolo kamp. Takođe se u Yachting Club-u Porto Montenegra regularno organizuju regate, trke motornih čamaca, časove veslanja, časove pravljenja drvenih čamaca i druge događaje. U specijalizovanim radnjama se nudi servis takvih dobavljača kao što su: Honda, Yamaha, Shell, Volvo Penta.

Kapacitet marine obuhvata 185 vezova sa neophodnom infrastrukturom. U Porto Montenegro takođe se nudi usluga Yacht Assist tima koji se bavi pružanjem različitih usluga i informacija korisnicima marine, od malih popravki i servisiranja jahti do organizovanja putovanja i izleta.

Od 2010. godine Porto Montenegro ima status graničnog prelaza, što podrazumijeva da se sve carinske procedure mogu obavljati u marini, a klijenti u svakom trenutku mogu iskoristiti uslugu snabdjevanja gorivom, koje je oslobođeno poreza. Porto Montenegro je marina koja nudi najduži vez na svijetu, dužine do 250 metara.<sup>75</sup>

U blizini marine se nalaze tri aerodroma: Tivat – 7 km, Podgorica – 90 km i Dubrovnik – 46 km.

<sup>75</sup> <https://www.portomontenegro.com/me/> (01.08.18. 12:55)

Porto Montenegro je dio vodene površine Bokokotorskog zaliva, koji je pod zaštitom UNESCO-a. Kompleks je okružen prirodnom lijepotom, predstavlja autentičnu luku nautičkog turizma gdje se susreću zapad i istok.

Država Crna Gora dozvoljava boravak u svojim teritorijalnim vodama na neograničeni period vremena.

Potrebno je napomenuti da tokom ljetnje sezone 2016. godine u Porto Montenegro uplovilo 744 jahte (najviše u julu – njih 342), 170 mega jahti, 82 od njih subile dužine do 40 metara, 44 jahte – do 50 metara dužine, 24 jahte – do 60 metara i 14 jahti – do 70 metara dužine.

Kompanija Adriatic Marinas je od samog početka igradnje marine Porto Montenegro do danas, izdvojila više od 2.300.000 € u svrhama donacija, sponzorstva, stipendija i podrške zajednici Tivta. Tokom 2014. godine je od strane kompanije bila donirana različita tehnička i sportska oprema u vrijednosti više od 50.000 € za zdravstvene, obrazovne, kulturne i sportske institucije Tivta.

Projekat društveno-odgovornog poslovanja kompanije Adriatic Marinas – Porto Montenegro *Zajedno za zajednicu* u 2016. godini dobio je novu dimenziju, u čijoj se realizaciji posebno fokusira na podršci lokalnih obrazovnih institucija i pružanju stipendija najboljim studentima. Ukupna vrijednost stipendija i donacija u obrazovanje u lokalnoj zajednici te godine iznosila je više od 100.000€. <sup>76</sup>

Kompanija Adriatic Marinas iz godine u godinu nastavlja svoju saradnju sa lokalnim kulturnim, edukativnim i zdravstvenim i sportskim institucijama na području opštine Tivat u cilju kvalitetnijeg života lokalne zajednice u kojoj posluje.

Mnoga svjetski poznata izdanja su nazvali Porto Montenegro „rajem za jahte milijardera“<sup>77</sup>, „jednim od najambicioznijih odmorališta“<sup>78</sup>, „novom destinacijom za jahtaški džet-set“<sup>79</sup>. A Džim Dobson, dopisnik za Forbes kaže da: “Porto Montenegro je oblast koja brzo postaje novi Monako sa najvećim brodovima i superautomobilima milijardera, što ga čini popularnim odmaralištem za najbogatije ljude na svijetu.”<sup>80</sup>

---

<sup>76</sup> <https://www.bokanews.me/featured/porto-montenegro-2016-donirao-100-000e-obrazovanje-lokalnoj-zajednici/> (04.08.18. 13:53)

<sup>77</sup> <https://www.ft.com/content/7250ef06-10bf-11e4-b116-00144feabdc0> (16.09.18. 18:22)

<sup>78</sup> <http://www.bbc.com/travel/story/20130927-montenegros-coastal-comeback> (16.09.18. 18:23)

<sup>79</sup> <https://www.dailymail.co.uk/travel/article-2867217/Move-Monte-Carlo-Porto-Montenegro-new-hotspot-rich-famous.html> (16.09.18. 18:31)

<sup>80</sup> <https://www.forbes.com/sites/jimdobson/2018/07/22/porto-montenegro-is-becoming-the-ultimate-superyacht-sanctuary-along-the-adriatic-coast/#40f086712985> (16.09.18. 18:43)

## **ZAKLJUČAK**

Turizam kao ekonomska, socijalna i kulturna djelatnost predstavlja jednu od najznačajnijih djelatnosti savremenog društva i ekonomskog razvoja u svijetu.

Turizam je jedna od najvećih industrija na svijetu, a njen nautički oblik se nalazi u stalnom razvoju.

Trendove u nautičkom turizmu i u turizmu uopšte je potrebno pratiti i istraživati zbog toga što oni pružaju informacije o tendencijama i kretanjima na tržištu turizma. Na osnovu tih informacija nautičko-turistička ponuda se može prilagoditi potražnji i uslovima okruženja. Prilagođavanje savremenim trendovima u turizmu mora da postane menadžerski imperativ u budućnosti i poslovna politika svih turističkih subjekata koji posluju u turizmu. Kao što je nepoznati autor rekao: „20. i 21. vijek će biti decenije u žurbi, nanosekund kulture. Postojeće samo dvije vrste menadžera: brzi ili mrtvi.“ Time se fokusira na reagovanje poslovnih kompanija na konstantne i brze promjene koje se dešavaju u eksternom okruženju, na međunarodnom tržištu. Dakle, u potražnji će uvijek biti one marine koje su u stanju da brzo reaguju i prilagođavaju se promjenama, prate savremene trendove i tendencije. Marine koje

ne prate moderne tendencije moraju mjenjati politiku svog poslovanja i ulagati dodatna sredstva u modernizaciju svoje infrastrukture radi poboljšanja nivoa kvaliteta ponude (usluga).

Trendovi koji su prisutni na tržištu nautičkog turizma danas mogu imati različiti uticaj na poslovanje marina i formiranje ponude u nautičkom turizmu. Tako, povećanje potražnje za većim jahtama, tj. megajahtama podstiče marine da povećaju svoj kapacitet, što u rezultatu daje pokrivanje još jednog segmenta tržišta. Novi trend povećanja potražnje za marinama u nerazvijenim područjima može imati dvostruki efekat, jer sa jedne strane se javlja povećanje konkurentnosti na tržištu nautičkog turizma, otkrivaju se nove destinacije koje nisu bile poznate ranije. A sa druge strane, opisani trend ima loš uticaj na svjetski poznate luke nautičkog turizma koje su bile u aktivnoj potražnji tokom puno godina kao što su poznate marine u Francuskoj, Italiji i Španiji. Trend iznajmljivanja plovila takođe pomaže marinama pokriti još jedan segment nautičko-turističke potražnje i prošiti spisak usluga u marini. Međutim, praćenje ovog trenda zahtjeva dodatna ulaganja potrebna za kupovinu plovila za zakup. Trend povećanja broja potražnje za eco-friendly plovilima podstiče marine na poboljšanje nivoa postojećih usluga, ili uvođenja novih. Ovaj trend podrazumijeva ugradnju specijalnih stanica za punjenje plovila sa elektro pogonima. Opisani trend stimulise razvoj i modernizaciju nautičkog turizma. Novi trend vezani za plovila sa proširivim srednjim dijelom utiče na modernizaciju infrastrukture marine i pomaže u procesu prilagođavanja potražnji.

S obzirom na gore opisane uticaje savremenih trendova na nautički turizam i poslovanje marina, može se zaključiti da ukupan koncept, politika poslovanja i postojeća infrastruktura marine Porto Montenegro u Tivtu odgovaraju trendovima koji su trenutno prisutni na svjetskom tržištu nautičkog turizma i čine je jednom od najboljih marina u svijetu, što je više puta potvrđeno od strane vodećih svjetskih izdanja, kao što su Forbes, Daily Mail, BBC i Financial Times. Nakon izgradnje marine Porto Montenegro, Crna Gora je postala atraktivna destinacija za boravak jahti.

Za razliku od marine Porto Montenegro ostale marine u Crnoj Gori (marine u Baru, Budvi, Tivtu, Herceg Novom) se nalaze u procesu razvoja, neke od njih podržavaju politiku praćenja savremenih trendova (npr. marina Budva i marina Kotor raspolažu vezovima za mega jahte), a neke služe samo za čuvanje manjih plovnih objekata tokom cijele godine. Radi zauzimanja svog mjesta na tržištu nautičkog turizma spomenute marine moraju povećati ulaganja u razvoj svoje infrastrukture (npr. privući strane i lokalne investitore), proširiti spisak usluga koje se nude u marini (kako osnovnih, tako i dodatnih), pokrenuti reklamnu kampaniju.

Buduća istraživanja bi mogla biti usmjerena na kvantifikaciju trendova u ostalim segmentima nautičkog turizma (charter, cruising).

## LITERATURA:

### Štampani izvori:

Alkier-Radinić, R., Gračan, D., Uran M. (2011), Strateška usmjerenja nautičkog turizma u EU. Opatija: FMTU.

Alfier, D. (1994), Turizam, izbor radova. Zagreb: Institut za turizam.

Bartoluci, M., Kesar, O., Prebežac, D., Čavlek, N. (2011), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga d.o.o.

Brčić, I., Orlandić, R. (2010), Nautički turizam. Faktori i elementi. Bar: „POSPAM“.

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

Gračan, D., Radnić, R. (2003), Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma. Rijeka: Društvo za proučavanje i unapređenje pomorstva republike Hrvatske.

Gržinić, J., Bevanda, V. (2014), Suvremeni trendovi u turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“.

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

Grubišić, N., Dundović, Č. (2001). Luke nautičkog turizma - čimbenik turističkog i gospodarskog razvitka RH. Zagreb: Promet i turizam.

Hendija, Z. (2015), Međunarodni turizam. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.

Hrvatski hidrografski institut. (2006), Studija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske. Zagreb: TOTUS d.o.o.

Ivanović, V., Jovičić, D., Jovičić, Ž. (2005), Osnove turizma: Integralno-fenomenološki pristup. Beograd: Plana tours d.o.o.

Jadrešić, V. (1978), Nautički turizam. Zadar: Pedagoška akademija Zadar.

Križman Pavlović, D. (2008), Marketing turističke destinacije. Zagreb: Mikrorad

Milisavljević, M. (2003), Marketing. Beograd: savremena administracija.

Pasinović, M. (1998), Osnovi turizma. Podgorica: Univerzitet Crne Gore.

Petrić, L., Pivčević, S., Šimundić B. (2013), Ekonomika turizma. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.

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

Vidučić, V., Zelenika, R., Munitić, A., Pašalić, Ž., Šimunić, S. (2007), Pomorski turizam-prometne, razvojne i ekološke dileme. Split: Sveučilište u Splitu, pomorski fakultet.

Vukonić, B., Čavlek, N. (2001), Rječnik turizma. Zagreb: MASMEDIA d.o.o.

Vuković, I. (2000). Međunarodna ekonomija i turizam. Zagreb: Dalmatina.

### **Časopisi i članci:**

Bilić, M., Luković, T. (2007) „Naše more“ Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja, jun-oktobar.

Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. (2009) „Tourism Management“ Destination and enterprise management for a tourism future, februar.

Güzel, T., Sevinç, F. (2016) „Management&Marketing“ Sustainable yacht tourism practices, januar.

Kovačić, M. (2003) „Pomorski zbornik“ Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, februar.

Luković, T. (2007) „Naše more“ Nautički turizam – definicije i dileme, jun.

Munoz, T. (2007) „Tourism Management 28“ German demand for tourism in Spain, april.  
UNWTO. (2016) „Tourism highlights, 2016 edition“ UNWTO tourism towards 2030.  
Vojvodić, K. (2008) „Naše more“ Razvoj tržišta riječnih krstarenja, jun.

#### **Internet izvori:**

[www.unwto.org](http://www.unwto.org) (11.07.18. 11:56)  
<https://www.virtuoso.com/> (27.06.18. 14:48)  
<http://www.iturizam.info/gastro-turizam-je-vazan-dio-turisticke-ponude/> (27.06.18. 20:27)  
<https://www.mmgyglobal.com/news/poat-news-release> (27.06.18. 20:31)  
<http://nautickiturizamucg.blogspot.com/> (01.08.18. 12:42)  
<http://senat.me/nauticki-turizam-crna-gora/> (01.08.18. 12:47)  
<http://www.marinadockage.com/marinas-innovative-profit-centers-amenities-reap-big-revenues/> (27.06.18. 20:31)  
<https://www.portomontenegro.com/me/> (01.08.18. 12:55)  
<https://www.bokanews.me/featured/porto-montenegro-2016-donirao-100-000e-obrazovanje-lokalnoj-zajednici/> (04.08.18. 13:53)  
<http://www.dailymail.co.uk/travel/article-2867217/Move-Monte-Carlo-Porto-Montenegro-new-hotspot-rich-famous.html> (12.08.18. 16:14)  
<https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/hrvatska/nauticki-turizam-jedan-od-najkonkurentnijih-hrvatskih-turistickih-proizvoda/> (18.08.18. 13:43)  
<https://www.placesyoullsee.com/20-travel-trends-know-2018/> (29.08.18. 13:37)  
<http://blog.virtuoso.com/tips-and-trends/12-vital-travel-experiences-to-have-in-the-next-year/> (29.08.18. 14:51)  
<http://blog.virtuoso.com/tips-and-trends/whats-new-adventure-travel-today-guide/> (29.08.18. 14:06)  
<https://www.deliciousitaly.com/> (29.08.18. 15:32)  
<https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/hrvatska/nauticki-turizam-jedan-od-najkonkurentnijih-hrvatskih-turistickih-proizvoda/> (18.08.18. 13:43)  
<https://www.hippopx.com/hr/anchorage-sunset-winter-snow-beauty-227486> (04.09.18.14:17)  
<http://www.tz-vis.hr/> (04.09.18. 14:21)  
<http://www.blue-nautica.com/hr/dry-docking/hangar-i-suha-marina.html> (04.09.18. 14:24)  
<https://d8ys5mrbqhmjx.cloudfront.net/montenegro/photos/dukley-marina-budva/large/dukley-marina-budva-403307.jpg> (07.09.18. 11:28)

<http://www.barinfo.me/text.php?kategorija=1&id=11060> (07.09.18. 11:54)

<http://eco-sistems.com/nautical-trends-2018/?lang=en> (29.08.18. 14:50)

<https://www.ft.com/content/7250ef06-10bf-11e4-b116-00144feabdc0> (16.09.18. 18:22)

<http://www.bbc.com/travel/story/20130927-montenegros-coastal-comeback> (16.09.18. 18:23)

<https://www.dailymail.co.uk/travel/article-2867217/Move-Monte-Carlo-Porto-Montenegro-new-hotspot-rich-famous.html> (16.09.18. 18:31)

<https://www.forbes.com/sites/jimdobson/2018/07/22/porto-montenegro-is-becoming-the-ultimate-superyacht-sanctuary-along-the-adriatic-coast/#40f086712985> (16.09.18. 18:43)

[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas\\_indicadores/UNTWO Tourism\\_Highlights\\_2016\\_Edition.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf) (18.09.18. 16:57)

## POPIS SLIKA I TABELA

|                                                                                            |        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Slika 1. Međunarodni dolasci turista.....                                                  | 11     |
| Slika 2. Multigeneracijska putovanja.....                                                  | 15     |
| Slika 3. Aktivan odmor.....                                                                | 16     |
| Slika 4. Riječna krstarenja.....                                                           | 17     |
| Slika 5. Gastro putovanja.....                                                             | 18     |
| Slika 6. Praznična putovanja.....                                                          | 19     |
| Slika 7. Nautički turizam.....                                                             | 20     |
| Slika 8. Osnovne djelatnosti nautičkog turizma.....                                        | 27     |
| Slika 9. Sidrište.....                                                                     | 29     |
| Slika 10. Privezište.....                                                                  | 30     |
| Slika 11. Suva marina.....                                                                 | 31     |
| Slika 12. Temeljne karakteristike nautičkog turizma.....                                   | 35     |
| Slika 13. Marina Budva.....                                                                | 45     |
| Slika 14. Luka Bar.....                                                                    | 46     |
| Slika 15. Marina Porto Montenegro u Tivtu.....                                             | 51     |
| <br>Tabela 1. Popularne destinacije nautičkog turizma u svijetu i njihova sezonalnost..... | <br>21 |
| Tabela 2. Pregled broja plovila za nautički turizam u izabranim zemljama.....              | 21     |
| Tabela 3. Elementi kategorizacije luka nautičkog turizma.....                              | 31     |

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 4. Broj plovila koja su ušla u teritorijalne vode Crne Gore u 2017. godini. ....  | 46 |
| Tabela 5. Broj lica koja su prispjela u Crnu Goru stranim brodovima u 2017. godini ..... | 47 |
| Tabela 6. SWOT analiza nautičkog turizma u Crnoj Gori. ....                              | 47 |