

# Nautički turizam na zadarskom području

---

Šindija, Andrija

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:981211>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-24**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Biograd na Moru**

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**ANDRIJA ŠINDIJA**

**NAUTIČKI TURIZAM NA ZADARSKOM PODRUČJU**  
**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**Biograd na Moru, 2022. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Biograd na Moru**

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovanje i upravljanje**

**Smjer Poslovna ekonomija i financije**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**NAUTIČKI TURIZAM NA ZADARSKOM PODRUČJU**

**Mentor:**  
**dr. sc. Pavao Ivić, v. pred.**

**JMBAG studenta:**  
**2210993370004**

**Naziv kolegija:**  
**POSLOVNA ANALIZA**

**Student:**  
**Andrija Šindija**

## SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
ABSTRACT.....	2
1. UVOD .....	3
2. NAUTIČKI TURIZAM .....	4
2.1. Definicija nautičkog turizma .....	4
2.2. Pojam i vrste marina.....	5
2.3. Usluge koje pružaju marine.....	10
2.4. Uloga marina u ponudi turističke destinacije .....	12
2.5. Modeli marina u turističkim destinacijama .....	14
2.6. Povijesni razvoj ACI marina .....	16
3. NAUTIČKI TURIZAM NA ZADARSKOM PODRUČJU.....	18
3.1. Općenito o nautičkom turizmu na zadarskom području.....	18
3.2. Luke nautičkog turizma u RH i zadarskom području.....	18
3.3. Broj plovila na stalnom vezu.....	22
3.4. Nautički charter promet.....	24
4. ZAKLJUČAK .....	31
IZJAVA .....	32
POPIS LITERATURE .....	33
POPIS SLIKA .....	35
POPIS GRAFIKONA .....	36
ŽIVOTOPIS.....	37

## **SAŽETAK**

U ovom radu obradit će se tema nautičkog turizma u zadarskom području. Objasnit će se povijest te osnovni pojmovi nautičkog turizma. Ostvarit će se detaljan uvid u usluge i ulogu koju pružaju marine u nautičkom turizmu. Što se tiče same teme, bitno je istaknuti luke na zadarskom području, njihovu posjećenost te broj plovila na stalom vezu, kao i nautički charter promet.

**Ključne riječi:** nautički turizam, Zadar, Hrvatska

## **ABSTRACT**

This paper will deal with the topic of nautical tourism in the Zadar area. The history and basic concepts of nautical tourism will be explained. A detailed insight into the services and role of marinas in nautical tourism will be achieved. Regarding the same topic, it is important to highlight the ports in the Zadar area, their attendance and the number of vessels on permanent connections, as well as the nautical charter traffic.

**Key words:** nautical tourism, Zadar, Croatia

## 1. UVOD

Predmet ovog rada je nautički turizam na zadarskom području. Nautički turizam obuhvaća aspekte pomorskog turizma kao što su jedrenje, jahtanje, krstarenje i ronjenje, kao i razvoj u luci, obalne sportove na vodi kao što je vožnja vodenim skuterom, sajmovi brodova, obilasci luka i odredišta morske baštine. Nautički turizam se kao gospodarska grana brzo razvija po opsegu i gospodarskom statusu.

Zadarsko područje, za potrebe ovog rada, orijentirat će se na područje zadarske županije koje obuhvaća površinu od 7.276,23 km<sup>2</sup>, od čega površina kopna iznosi 3641,91 km<sup>2</sup>, a površina morskog dijela iznosi 3845,00 km<sup>2</sup>, odnosno površina otoka iznosi 587,6 km<sup>2</sup>. Županija u svom sastavu ima 6 gradova i 28 općina. Također, županija ima sljedeće marine: ACI marina Šimuni (Pag) - Preko (Preko) - Oliva Island Ugljan (Ugljan) - Veli Iž (Veli Iž) - Marina Ist - Marina Veli Rat - Marina Borik (Zadar) - Marina Zadar (Zadar) - Marina Dalmacija (Sukošan – Bibinje) - Marina Kornati (Biograd na moru) - Marina Šangulin (Biograd na moru).

Cilj seminarskog rada je pružiti teorijsko objašnjenje nautičkog turizma pri čemu se poseban značaj pridaje lukama nautičkog turizma odnosno marinama. Cilj rada je istaknuti nautički turizam na zadarskom području.

Rad se sastoji od četiri dijela. Uvod je prvi dio rada u kojem se objašnjava predmet rada, postavljaju se ciljevi rada te se prikazuje struktura rada. U drugom dijelu rada definira se nautički turizam. Treći dio rada je empirijski dio u kojem se iznose pojedinosti nautičkog turizma na zadarskom području. Zaključak je četvrti dio rada u kojem se iznose zaključci i spoznaje do kojih se došlo tijekom razrade.

## 2. NAUTIČKI TURIZAM

### 2.1. Definicija nautičkog turizma

Nautički turizam se odnosi na kretanje turista u plovilima po moru uključujući njihovo pristajanje u marinama i obuhvaća svu infrastrukturu u marinama potrebnu za njihov prihvata. Ono omogućava prisniji kontakt s prirodom, bijeg od buke i zagušenih plaža. Upravo zbog toga što je za uživanje u ovoj grani turizma potrebno plovilo, nautički turizam pogodan je za turiste nešto veće platežne moći. Iako nautički turizam u hrvatskom turizmu postaje sve važniji, on još uvijek ne ostvaruje odgovarajuću materijalnu dobit koliku bi mogao s obzirom na njegove potencijale, tako da se njegov pravi razvoj tek očekuje (Šamanović, 2007: 224).

Posebna oblik turizma je nautički turizma koji se po svojim specifičnim obilježjima bitno razlikuje od ostalih oblika turizma. Tendencija se stavlja na nužnost pronalaženja kompromisa između potrebe za očuvanjem prirodnog prostora i potrebe za gospodarskim razvojem. Principi dugoročnog razvoja nautičkog turizma koji uključuju upravljanje sustavom nautičkog turizma, očuvanje prirode i okoliša, kvalitetu i konkurentnost, gospodarsku valorizaciju i slično, odrednice su na kojima se ovaj oblik turizma zasniva. Težnja nautičara je da krstare obalom i otocima, a neki od njih borave u matičnoj luci odakle odlaze na izlete. Prednost Hrvatske se ogleda u prirodnim ljepotama i ekološkoj očuvanosti (Nautički turizam, 2019).

Nautički turizam se razvija kontinuirano, a posljednjih dvadeset godina razvija se dinamičnije te je danas prerastao u masovnu pojavu, odnosno prestao biti privilegijem visokih slojeva društva iako po svojoj socijalnoj strukturi obuhvaća klijentelu pretežno viših prihoda. (Ivošević, 1995).

Nautički turizam je dio i oblik turizma koji se odvija na vodi ili uz vodu. Sam naziv dolazi od grčke riječi *naus* (lat. *navis*) koja znači brod. U širem smislu njeno se značenje veže uz pomorstvo, plovidbu, brodarenje i sl. U inozemnoj se literaturi pojam nautički turizam često



poistovjećuje s pojmom marine tourism – dakle isključivo s plovidbom i drugim aktivnostima uz more i na moru, iako se on ostvaruje i na rijekama i jezerima i njihovim obalama, i to na vlastitim i tuđim plovilima za rekreaciju, razonodu i sport, stacionarno ili u plovidbi. S druge strane, marine tourism.

Nautički turizam obuhvaća i aktivnosti turista na plaži koje obično i nisu nužno i direktno povezane s plovidbom. Slične razlike, ne toliko u samom korištenju pojma nautički turizam koliko u njegovom sadržajnom određenju i obuhvatu, nalazimo i u našoj stručnoj i znanstvenoj literaturi i praksi (Luck, 2005).

Raznolikost definicija nautičkog turizma u nas može se ilustrirati činjenicom da neki autori u nautički turizam ubrajaju i vožnju putničkim brodovima, pa čak i teretnim, drugi pod tim pojmom podrazumijevaju i vožnju malim, neregistriranim čamcima, luksuzna krstarenja, sve oblike turizma koji su vezani uz vodu, kao što su, uz već spomenuto, sportovi na vodi i ispod vode, pa čak i biologija mora i podmorja te unutrašnjih voda itd (Luković, 2007). Ono što je važno za razvoj nautičkog turizma jesu marine koje se detaljnije objašnjavaju u nastavku rada.

## **2.2. Pojam i vrste marina**

Pojam marina talijanskog je podrijetla a označava „malu luku“ za prihvat rekreacijskih plovila. Marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma koja u posebno uređenom i opremljenom vodenom i kopnenom prostoru i objektima, osim usluga veza i smještaja plovila, nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadržaje i usluge koje su u stanju zadovoljiti probirljive zahtjeve i želje suvremene nautičko-turističke potražnje (Šamanović, 2007: 221).

Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađen i uređen za usluge veza i čuvanja plovnih objekata, te za smještaj turista nautičara u plovnim objektima ili u smještajnim

objektima marine. U marinama se pružaju i druge uobičajene usluge turistima nautičarima, pa i servisiranje i održavanje plovnih objekata.

Marina, kao moderan lučki objekt za prihvatanje sportskih plovila, opisuje se u stručnoj literaturi još 1928. godine. Prema američkoj „Nacionalnoj udruzi proizvođača motora i brodova“ (*National Association of Engine and Boat Manufacturers Incorporated of America*) marina je mjesto gdje jedriličari mogu plovilo prikladno usidriti, porinuti u more, popravljati, opskrbiti gorivom i drugim brodskim potrepštinama, imati topli tuš, objedovati na obali i biti blizu trgovinske, komunikacijske i prometne infrastrukture. To je specijalizirana luka ili suvremeno uređen i od valova zaštićen akvatorij za potrebe nautičkog turizma i rekreaciju.

Definira se i kao luka koja pruža usluge veza i čuvanja plovnih objekata, ali u njoj se mogu obavljati održavanje i servisiranje koje obavljaju poduzetnici tih djelatnosti ili servisi smješteni u samoj marini i izvan nje. Marina je dominirajući tip turističke luke u svijetu, „krajnji domet“ nautičko-turističke ponude, jer u svom sastavu ima više različito povezanih atraktivnih i lukrativnih uslužnih elemenata za sudionike u zabavnoj navigaciji.

Veličina marine u svezi je s nizom čimbenika kao što su lokacija, karakteristike terena, politika lokalnih vlasti, zahtjev tržišta, financijske mogućnosti poduzetnika i sl. Tako, veličina marine varira od nekoliko desetaka vezova u maloj prirodnoj uvali, gdje se mogu nabaviti nužne stvari potrebne za život u obližnjem selu, do velikih marina s nekoliko tisuća vezova smještenih na prostranom akvatoriju i na kopnu izgrađenim brojnim klubovima, apartmanima, hotelima, parkovima, servisima, trgovinama, kockarnicama, sportskim dvoranama i raznim drugim sadržajima (Luković, 2007).

Prema stupnju opremljenosti, marine se mogu podijeliti na (Šamanović, 2007):

- standardne, s osnovnom udobnošću,
- luksuzne, s visokim stupnjem udobnosti,
- rekreacijske, s mogućnošću korištenja sportsko-rekreacijskih i zabavnih sadržaja.

Prema tipovima gradnje marine se razvrstavaju na:

- američki tip,
- atlantski tip,
- mediteranski tip.

Američki tip marine karakterističan je po jednostavnoj (i standardnoj), kvalitetnoj i relativno jeftinoj izgradnji, funkcionalnom razmješčaju sadržaja, dobroj opremljenosti i učinkovitoj organizaciji poslovanja.

Atlantski tip marine, kao i sve europske marine, u arhitektonskom smislu nema jedinstven tip izgradnje, slabije je opremljen i u prosjeku ima manji kapacitet od američkoga tipa. Stilovi izgradnje ovise o područjima, a mogu biti piramidalni, stupnjeviti, ambijentalni i visoki.

Mediterranski tip marine karakteriziraju relativno manje kopnene površine s čvrstom gradnjom infrastrukturnih objekata. Ti tipovi vezani su uz turističko naselje ili su njegov dio (Šamanović, 200: 751). Posjeduju ograničen broj vezova i namijenjeni su pretežno gostima u ljetnoj sezoni koji kraće borave u luci. S obzirom na položaj akvatorija prema kopnenom okružju, četiri su temeljna tipa marina:

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



1. Marina Novigrad – uvučena



2. Marina Kremik – potpuno uvučena



3. Marina Vrsar – polu-uvučena



4. Marina Puntat - otvorena

### Slika 1. Izgled marine s obzirom na položaj akvatorija

Izvor: Šerić, N., Luković, T. The importance of nautical tourism ports for the economy of the republic of Croatia. In 7. th Paneuropean shipping conference. 2007

Svaki od tih tipova prilagođava se okolnom terenu i uvjetima izgradnje. Prema vlasništvu marina može biti (Šamanović, 2007: 223):

- privatna,
- komunalna,
- javna.

Privatne marine komercijalnoga su tipa i njihovo vlasništvo upućuje na odabir poslovne politike i načina vođenja marine. Poduzetništvo je u njima na prvomu mjestu. Komunalne marine u načelu su javne i njima upravljaju lučke uprave ili država preko lokalne zajednice. Namijenjene su, uglavnom, domicilnom stanovništvu koje prema njima gravitira. Javne marine u vlasništvu su državnih ili lokalnih vlasti.

Karakteristične su po načinu upravljanja i financiranja, te su konkurencija komercijalnim (privatnim) marinama. Nautički turizam, kao oblik turističke potražnje, a i ponude, logična je posljedica sveukupnog gospodarskog razvoja u svijetu. Jedna od osnovnih determinanta razvoja nautičkog turizma jest postojanje i razvoj turizma uopće, kao svjetskog procesa masovnih migracija i zadovoljenja određenih turističkih potreba putem brodarenja, radi odmora i razonode. Put razvitka nautičko-turističke potražnje je toliko dug i mukotrpan koliko i ulazak pojedinog društva ili nacionalne zajednice u krug visokorazvijenih zemalja.

Činjenica je, nautički turizam, bez obzira na konstantnu stopu rasta, još uvijek nema masovni karakter u svjetskim razmjerima. On je privilegij srednje i više klase. Međutim, u posljednje vrijeme prisutna je tendencija njegova širenja i na niže slojeve pučanstva. Zato, treba usmjeriti istraživanja u smjeru buduće turističke potražnje, kako bi se mogla formirati adekvatna nautičko-turistička ponuda (Šamanović, 2007: 223).

### 2.3. Usluge koje pružaju marine

Marine su prevladavajuća vrsta luka nautičkog turizma. Njihov značaj je dominantan u svakom pogledu, jer predstavljaju najviši stupanj razvijenosti nautičke turističke ponude. Po svemu, marine su vrlo utjecajni i važni gospodarski subjekti. Marina je dominirajući tip turističke luke u svijetu, predstavlja krajnji domet nautičko-turističke ponude, jer u svom sastavu ima čitav niz različito povezanih atraktivnih i lukrativno uslužnih elemenata za sudionike u zabavnoj navigaciji (Šerić, 2007).

Usluge koje pružaju marine mogu se raščlaniti na (Šamanović, 2007;223):

- glavne,
- sporedne i
- dodatne.

Glavna usluga koju pruža marina jest usluga veza. U sporedne usluge spadaju

- priključci na struju i vodu,
- odlaganje smeća,
- administrativne usluge,
- pomoć pri spuštanju plovila u vodu,
- vađenje plovila iz vode,
- servis plovila,
- opskrba nautičara rezervnim dijelovima,
- opskrba gorivom,
- opskrba živežnim namirnicama,
- opskrba sportskom opremom i drugim potrepštinama.

Marina preuzima i objedinjuje sve nautičko-turističke usluge i sadržaje od gradnje, porinuća i popravka broda, do opskrbe nautičara rezervnim dijelovima, gorivom i hranom. Do pojave marina te su usluge i sadržaje nudila brodogradilišta, luke za javni promet i trgovine. U suvremenoj marini broj sadržaja i usluga koje se nude nautičkom-turističkom tržištu, proširen je do te mjere da predstavlja krajnji domet nautičko-turističke ponude.

Dodatne usluge su zabava, sport i rekreacija. Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u sadašnjosti, ali ponajviše u budućnosti hrvatskoga gospodarstva. Prema razvojnim mogućnostima u posljednjih 10-ak godina posebno se istaknuo nautički turizam. U većini luka i marina postoji potreba za dodatnim brojem vezova za veće brodove.

Kako bi se povećao kapacitet luka i marina, mogu se instalirati neki suhi vezovi na otvorenom ili zatvorenom, ovisno o raspoloživosti prostora. Luke i marine mogu nuditi sljedeće usluge i aktivnosti:

- nautički klub: za članove i ne-članove,
- bar i restoran s terasom s ponudom lokalnih jela,
- usluge iznajmljivanja za nautičke goste, s mogućnošću iznajmljivanja samo brodova ili brodova sa skiperom.

Mogu se nuditi usluge taksi-brodica za potrebe izleta ili prijevoza klijenata s jednog mjesta na drugo. Škole nautike za različitu klijentelu (osobito u ljetnom razdoblju): djeca, treća životna dob, obitelji itd. Malo brodogradilište i/ili usluge popravka i održavanja brodova (Lejo, 2016: 12).

## **2.4. Uloga marina u ponudi turističke destinacije**

Uloga marina u razvoju nautičkog turizma je presudna jer imaju mnogostruku društveno-ekonomsku funkciju i predstavljaju ne samo bitni već i ograničavajući čimbenik razvitka nautičkog turizma (Šamanović, 2007: 223).

Uz pojam nautički turizam često se koriste i pojmovi marine tourism, yachting tourism, sailing tourism, leisure boating i sl. Ti su pojmovi različitog obuhvata. Nautički turizam posebna je vrsta turizma koja pored plovidbe u vlastitoj organizaciji - krstarenje vlastitim ili unajmljenim plovnim objektima s boravkom i/ili noćenjem turista, obuhvaća i kružna putovanja u organizaciji vlasnika plovnih objekata i putničkih agencija s boravkom i/ili noćenjem turista na plovnim objektima, te plovidbu turista na plovnim objektima radi drugih oblika odmora i rekreacije (ribarenje, ronjenje).

Na razvoj nautičkog turizma imaju posebni činitelji (strategija razvoja nautičkog turizma, 2018):

1. činitelji razvoja nautičkog turizma na strani potražnje,
2. činitelji razvoja nautičkog turizma na strani ponude (utječu na ostvarivanje potreba nautičkog turizma),
3. ponuda privatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga (omogućavaju boravak i
4. plovidbu nautičara izvan mjesta boravka).

Bitna razlika između nautičkog turizma i ostalih oblika turizma je plovidba odnosno velika pokretljivost turista-nautičara, koja podrazumijeva čestu, a nerijetko i svakodnevnu promjenu mjesta boravka. Za određenje stupnja razvoja nautičkog turizma potrebno je sagledati položaj, razvoj i opremljenost luka nautičkog turizma s pripadajućim objektima infrastrukture i suprastrukture.



Marine, kao i druge vrste luka nautičkog turizma, visokovrijedni su objekti kojih razvojna uloga još uvijek nije dostatno istražena. Ipak ostaje činjenica da su one nositelji lokalnog razvoja manje i srednje razvijenih dijelova Mediterana. Bitan je podatak kako je ACI, kao sustav marina, s dvadeset jednom marinom u sastavu, najveći sustav marina u Europi. I unatoč bombastičnoj najavi o kraju ACI-ja kao sustava marina 2001. godine, ostao je i dalje neriješen problem što s tim sustavom (Luković, Bilić, 2017: 115).

Marina, kao najrazvijenija vrsta luka nautičkog turizma, klasificira se prema dodatnim kriterijima, i to: općim minimalnim uvjetima, uređenju i opremi te uslugama. Pritom treba pojasniti da se klasifikacija provodi tako da se marine kategoriziraju u tri kategorije (Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, 1999):

- prva kategorija označava marinu najvišega standarda,
- druga kategorija označava marinu srednjega standarda,
- treća kategorija označava marinu najnižega standarda.

Kategorizacija marina provodi se po logici po kojoj marina treće kategorije mora zadovoljavati opće i posebne minimalne uvjete propisane za sve luke nautičkog turizma pojedinačno, a koji su izuzeti iz posebnih uvjeta što se odnose na kategorizaciju. Marine druge i prve kategorije, prema istom pravilniku, nadograđuju se na propisane uvjete marina treće kategorije.

## 2.5. Modeli marina u turističkim destinacijama

Analizirajući činitelje razvoja luka nautičkog turizma mogu se uočiti bitne razlike koje ovise o nekoliko izvanjskih i unutarnjih činitelja, međusobno uvjetovanih nekim logičnim pravilima. Tako, primjerice, luke nautičkog turizma, posebno marine, kad se osnivaju na lokacijama koje su relativno loše razvijene, preuzimaju ulogu pokretača lokalnog razvoja. Na takvim lokacijama marine razvijaju svoje proizvode i usluge do najvišeg stupnja kvalitete.

Neposredne ili izravne koristi od potrošnje nautičara imaju gospodarski subjekti koji neposredno prodaju proizvode ili usluge nautičarima, kao što su (Šamanović, 2007: 96).

- luke nautičkog turizma, koje prodaju nautičko-turističke usluge nautičarima;
- turistička, turističko-ugostiteljska i trgovinska poduzeća, uslužne radnje i drugi subjekti koji pružaju usluge nautičarima;
- brodograđevna i brodarska poduzeća, te obrtničke radnje koji proizvode i prodaju plovila, vrše njihov remont i popravke, servisiraju i održavaju plovila nautičara i pružaju druge različite usluge.

One marine koje su locirane u velikim gradovima i turističkim centrima, one se uglavnom oslanjaju na kapacitete drugih subjekata. Marine kao dominantan oblik luka nautičkog turizma mogli bi, s aspekta međuovisnosti njihove ponude i stupnja razvijenosti lokacije, podijeliti na (Luković, Bilić, 2017: 121):

- marine razvijenog dijela Mediterana, koje su dio vrlo jake i agresivne ukupne turističke ponude – sredozemne marine, posebno od Genovskoga zaljeva do početka španjolskog dijela Sredozemlja, s Azurnom obalom kao središnjim dijelom toga modela,
- marine razvijenoga dijela Mediterana, koje nemaju uza se agresivnu turističku ponudu
- talijanske marine (jadranske i sredozemne) sve do Genovskoga zaljeva,

- marine srednje razvijenoga dijela Mediterana, koje imaju emitivno razvojni karakter (nisu dio neke jače turističke ponude, nego su one pokretači razvoja ili se naslanjaju na gradsku neagresivnu turističku ponudu) – hrvatske jadranske marine i grčke marine,
- marine dijela Mediterana koji je u razvoju, ili marine maloga geografskog značaja,
- sve ostale marine (slovenske, crnogorske, albanske, grčke).

Analizira li se mogućnost razvrstavanja marina prema obliku i vrsti ponude koju pružaju, razlikuju se (Luković, Bilić, 2017: 122):

- marine koje svoju ponudu razvijaju samostalno u okvirima svojih granica (neke marine u Hrvatskoj, sidrišta i privezišta, te grčke marine),
- marine koje s razvojem ponude izlaze izvan svojih granica, razvijajući i uključujući lokalitet kao dio šire ponude (primjer marine Frapa),
- marine koje razvoj svoje ponude baziraju na privlačnosti većih gradova (Split, Dubrovnik, Zadar, jadranske talijanske marine, grčke gradske marine),
- marine koje su dio veće turističke ponude, pa svojom skromnom ponudom samo upotpunjuju korporativno oblikovanu ponudu (od Genovskog zaljeva preko Azurne obale do početka španjolskoga obalnog dijela Sredozemlja),
- marine koje imaju održiv suživot s industrijskim i drugim gospodarskim zonama (veće španjolske marine Sredozemlja koje su izraženijega tranzitnog karaktera),
- marine koje svoju ponudu razvijaju i oblikuju kao suživot sa sportskim dijelom marine kojom se koristi domicilno stanovništvo za šport i razonodu, te dio marina kojima se koristi za gospodarski ribolov i djelatnosti povezane s morem (zamjetan dio španjolskih marina uspješno razvija takav oblik djelovanja marina),
- marine koje su dio lokalne sportske marine bez gospodarskih aktivnosti (po cijeloj obali Mediterana).

## 2.6. Povijesni razvoj ACI marina

Posebni doprinos razvoju nautičko-turističke ponude daje osnivanje Adriatic Croatia International Club – ACI (1983. godine) sa sjedištem na Brijunima. Zadatak ACI-a bio je da koordinira i financira izgradnju nautičkih objekata. To je uvjetovalo stvaranje prvog modernog, organizacijski i funkcionalno povezanog nautičko-turističkog poduzeća na našoj obali. ACI-a su osnovala poduzeća iz turističko-ugostiteljske i trgovinske branše, kao i poduzeća koja su imala interes za plasman svojih proizvoda.

U osnivanju ACI-a učestvovalo je 69 članica osnivača, od kojih je većina financirala izgradnju i učestvovala u poslovanju izgrađenih nautičkih objekata. Već u prvoj godini poslovanja ACI-a, tj. do sredine 1984. godine izgrađeno je 16 marina kapaciteta 4.730 vezova. Godine 2001. ACI je raspolagao sa 21 marinom kapaciteta 5610 vezova.

Od ukupnog broja marina bile su: 4 marine I. kategorije (5 zvjezdica) sa 1530 vezova, 9 marina II. Kategorije (4. zvjezdice) sa 2670 vezova i 8 marina III. Kategorije (3 zvjezdice) sa 1410 vezova. Većina komercijalnih marina izgrađena je osamdesetih godina. Većina pripada lancu ACI. Ostale su samostalne (Šamanović, 2007: 256).

ACI kao sustav marina s dvadeset jednom marinom u sastavu je najveći sustav marina u Europi. Sa sve većim porastom broja nautičkih turista razvijao se cijeli lanac moderno opremljenih marina duž Jadranske obale – Aci marina. Sa svoje 22 marine čine najveći lanac marina na Mediteranu.

Adriatic Croatia International Club, među nautičarima poznatiji kao ACI Club, vodeća je tvrtka nautičkog turizma Hrvatske, a predstavlja jedinstveni lanac od 21 marine koje se protežu od Dubrovnika na jugu do Umaga na sjeveru hrvatskog dijela Jadrana. U 18 godina svog poslovanja ACI marine su, uz nastojanja u smjeru razvoja i popularizacije jedrenja te

prepoznatljiva arhitektonska obilježja ostvarile i prepoznatljivu kvalitetu usluge (Jadransko more, 2018).

Nautički turizam predstavlja jedan od najatraktivnijih vidova turističke ponude naše zemlje, Udruženje nautičkog turizma stjecište je korisnih i neophodnih informacija za nautičare, mjesto na kojemu struka iznosi probleme te ih putem Udruženja rješava, a u svrhu unapređenja turističke ponude na radost i zadovoljstvo nautičara i gostiju koji su za svoj odmor odabrali našu obalu, otoke i more (Jadransko more, 2018).

Posjetitelji suvremeno opremljenih ACI marina mogu, uz uobičajene recepcijske usluge, koristiti usluge tehničkih servisa, restorana, snack-barova, trgovina, praonica te ostalih sadržaja koji oplemenjuju boravak te ga čine ugodnijim, dok imaoći Ugovora o godišnjem vezu u ACI marinama uživaju niz pogodnosti dostupnih samo članovima kluba (10% popusta na cijenu veza u bilo kojoj ACI marini, popusti pri korištenju raznih usluga u marinama, mogućnost godišnjeg kombiniranog (more/kopno) ugovora o vezu).

ACI Club je profesionalnim jedriličarima poznat kao organizator regata u dvobojskom jedrenju, među kojima se ističu ACI Cup i Svjetsko prvenstvo u dvobojskom jedrenju održano u Dubrovniku 1996. te u Splitu 2000. godine. Udruženje se između ostalog ističe aktivnostima u promociji nautičkog turizma Hrvatske te je prisutno na svim važnim nautičkim sajmovima u Europi. Marine kontinuirano rade na obogaćivanju i podizanju nivoa usluge te se prilagođavaju suvremenim potrebama (Jadransko more, 2018).

### **3. NAUTIČKI TURIZAM NA ZADARSKOM PODRUČJU**

#### **3.1. Općenito o nautičkom turizmu na zadarskom području**

Zadarska županija smještena je na središnjem dijelu hrvatske obale Jadrana, sa ukupne površine od 7.276,23 km<sup>2</sup> , od čega je površina kopna 3641,91 km<sup>2</sup> , površina morskog dijela 3845,00 km<sup>2</sup> te površina otoka iznosi 587,6 km<sup>2</sup> . Županija u svom sastavu ima 34 jedinice lokalne samouprave, točnije 6 gradova.

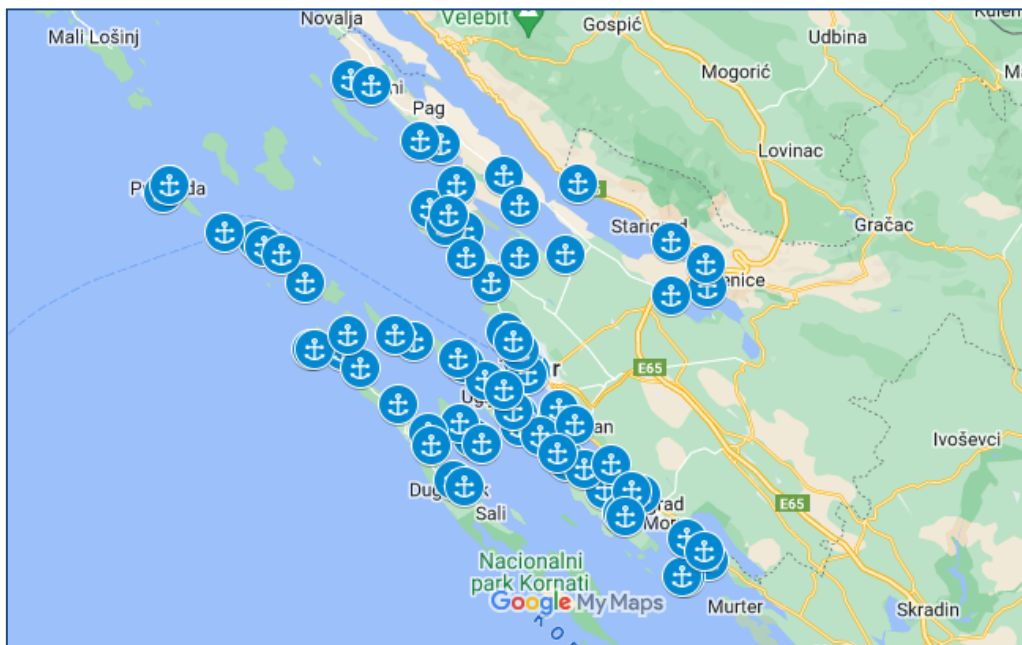
Nautika je jedan od neprepoznatljivijih i najbolje tržišno pozicioniranih turističkih proizvoda Republike Hrvatske. Iznimno atraktivna i razvedena obala s više od tisuću otoka, dobri uvjeti za jedrenje tijekom velikog dijela godine, odlična turistička infrastruktura te duga tradicija nautičkog turizma razlozi su zbog kojih se ovaj segment ponude ubrzano razvija te je Hrvatska danas jedna od top europskih i svjetskih receptivnih destinacija za nautičare (Nautički turizam, 2019).

Rast ovog segmenta ponude osobito je dinamičan kada je riječ o nautičkom charteru, tj. komercijalnom segmentu ponude koji je tijekom posljednjeg desetljeća doživio osobito snažnu ekspanziju. Materijal u nastavku temelji se na dostupnim pokazateljima DZS-a vezanim uz nautičku infrastrukturu i plovila u hrvatskim marinama, kao i pokazateljima vezanim uz promet nautičkog chartera zabilježen putem sustava eCrew Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture i integriranim u ukupne pokazatelje turističkog prometa u sustavu eVisitor (Nautički turizam, 2019).

#### **3.2. Luke nautičkog turizma u RH i zadarskom području**

Nautički turizam u Zadarskoj županiji već spada u razvijene oblike turizma. Nautički turizam definiramo kao plovidbu i boravak turista nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog

turizma radi odmora i rekreacije, što podrazumijeva korištenje svih objekata i usluga unutar marina.



## Slika 2. Luke na zadarskom području od lokalnog značaja

Izvor: (<https://www.cpa-zadar.hr/luke-1/luke-lokalnog-zna%C4%8Daja>)

Popis marina Zadarske županije: ACI marina Šimuni (Pag) - Preko (Preko) - Oliva Island Ugljan (Ugljan) - Veli Iž (Veli Iž) - Marina Ist - Marina Veli Rat - Marina Borik (Zadar) - Marina Zadar (Zadar) - Marina Dalmacija (Sukošan – Bibinje) - Marina Kornati (Biograd na moru) - Marina Šangulin (Biograd na moru).



**Grafikon 1. Broj luka u nautičkom turizmu Hrvatske**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

1/3 svih luka nautičkog turizma Hrvatske nalazi se na području Zadarske županije.



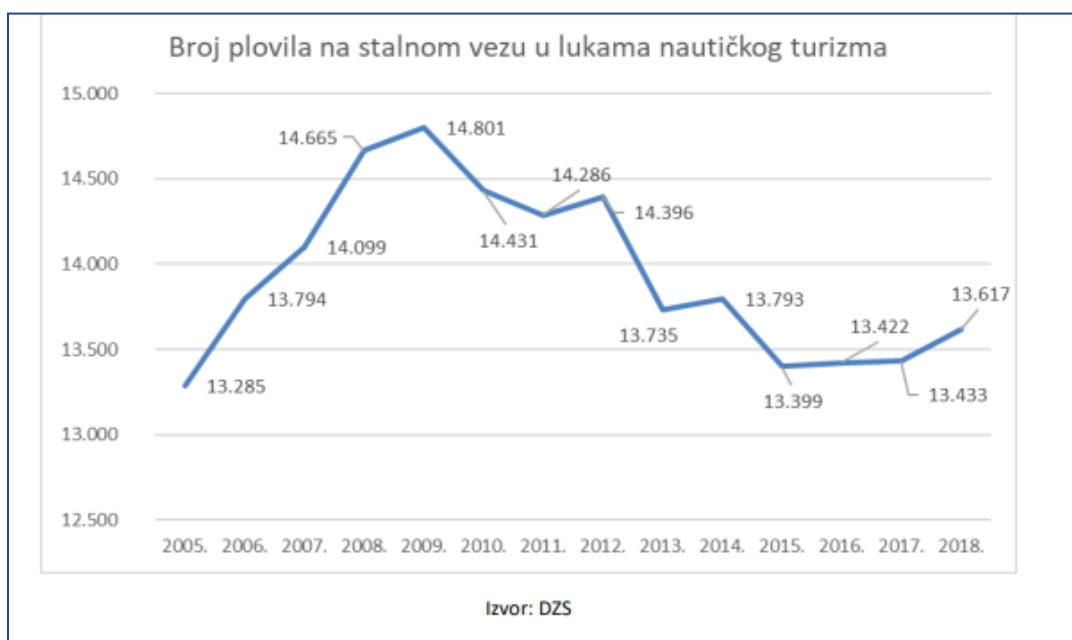


**Grafikon 2. Luke nautičkog turizma po županijama**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

### 3.3. Broj plovila na stalnom vezu

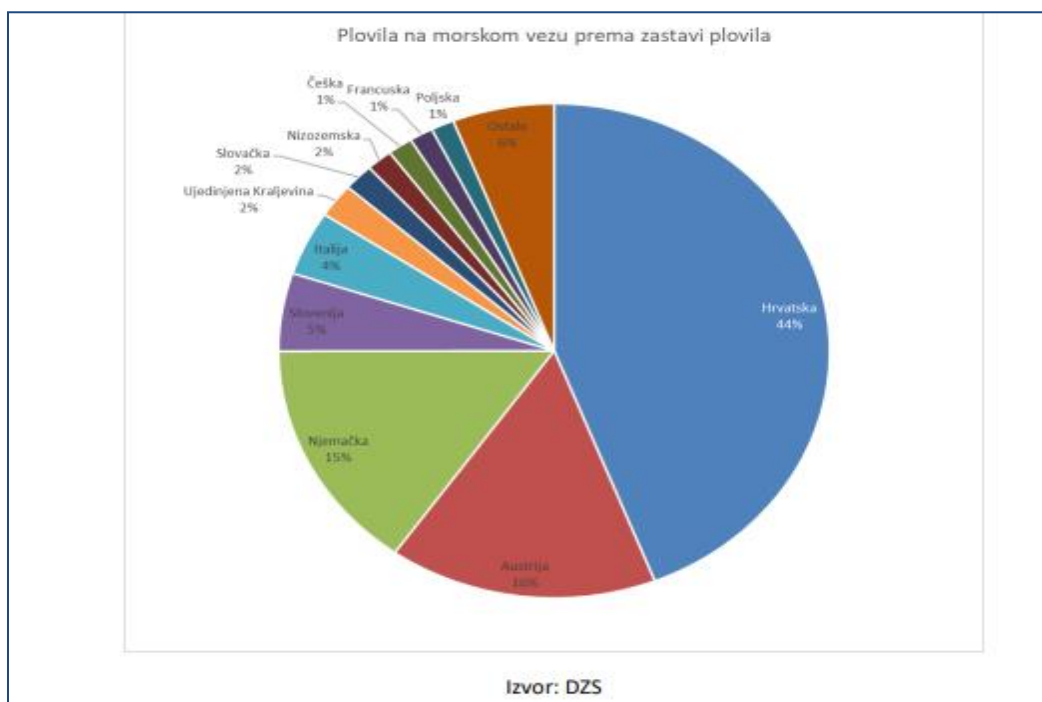
Na dan 31. kolovoza 2018. u Hrvatskoj su registrirana sveukupno 17.274 veza. Istovremeno, na dan 31. prosinca 2018. na stalnom vezu registrirano je 13.617 plovila, od toga su 11.742 plovila za koja je upotrijebljen vez u moru. Stanje 2021. godine pokazuje kako Hrvatska ima 206 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, i to 85 marina (od toga 21 suha marina), 83 sidrišta, 15 privežišta te 23 odlagališta plovnih objekata. Ukupna površina njihova akvatorija iznosi 4 643 877 m<sup>2</sup> s 18 942 veza (DSZ, 2021).



**Grafikon 3. Broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

44% plovila na morskom vezu registrirano je pod hrvatskom zastavom, po 16% pod austrijskom, a 15% pod njemačkom zastavom.

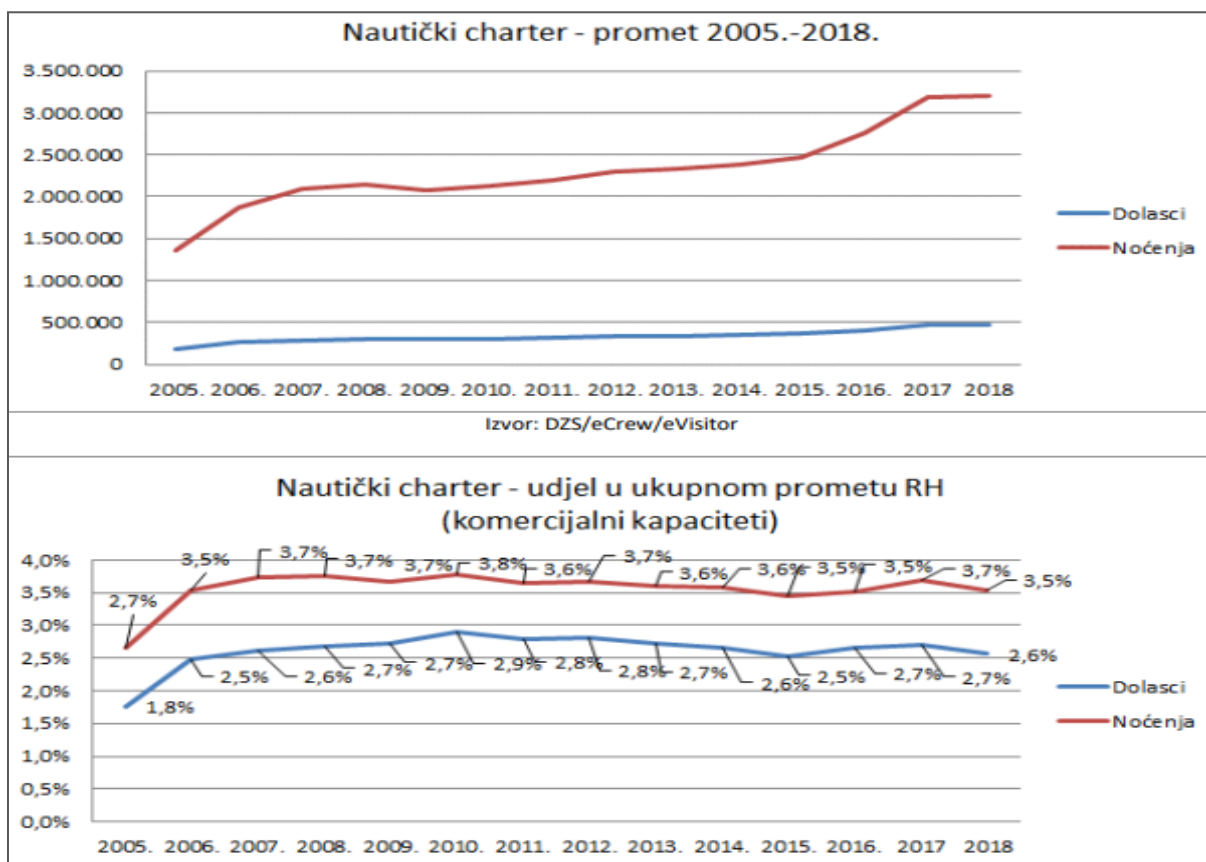


**Grafikon 4. Plovila na morskom vezu prema zastavi plovila**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

### **3.4. Nautički charter promet**

Promet nautičara na vlastitim brodovima (nekomercijalni boravci) statistički se ne prati, već je statistički popraćen jedino promet u segmentu nautičkog chartera (komercijalni promet). Nautički charter prati se putem sustava eCrew Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture. Pokazatelji sustava eCrew integriraju se u ukupnu turističku statistiku sustava eVisitor HTZ-a. U skladu s navedenim, u Hrvatskoj je u nautičkom charteru tijekom 2018. registrirano gotovo 480.000 dolazaka te više od 3.2 milijuna noćenja, što su brojke približno na razini 2017. godine. S navedenim pokazateljima nautički charter ostvario je udjel od 3% u ukupnim turističkim noćenjima Hrvatske. Govorimo li o sveukupnim rezultatima nautičkog chartera, može se konstatirati kako je trend prometa tijekom posljednjeg desetljeća uzlaznog karaktera, dok u 2018. dolazi do blage stagnacije (DSZ, 2019).



**Grafikon 5. Nautički charter (200.-2018.)**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

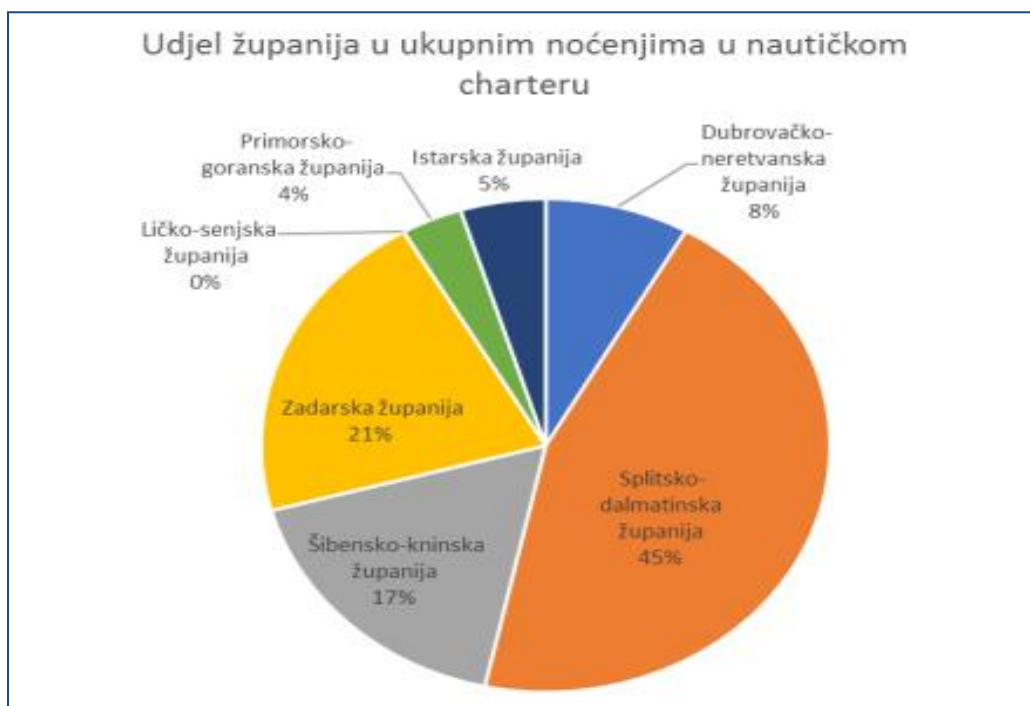
Prostorna i sezonalna distribucija prometa u nautičkom charteru Struktura ukupnih dolazaka i noćenja u nautičkom charteru, prikazani narednim grafikonom, pokazuju značajnu koncentraciju prometa na području Splitsko-dalmatinske županije. Na drugom i trećem mjestu nalaze se Zadarska i Šibensko-kninska županija, dok je najmanji udjel Ličko-senjske županije (DSZ, 2018).



**Grafikon 6. Udjel županija u ukupnim dolascima u nautičkom charteru**

Izvor: Državni zavod za statistiku (<https://podaci.dzs.hr/2021/hr/10192>)

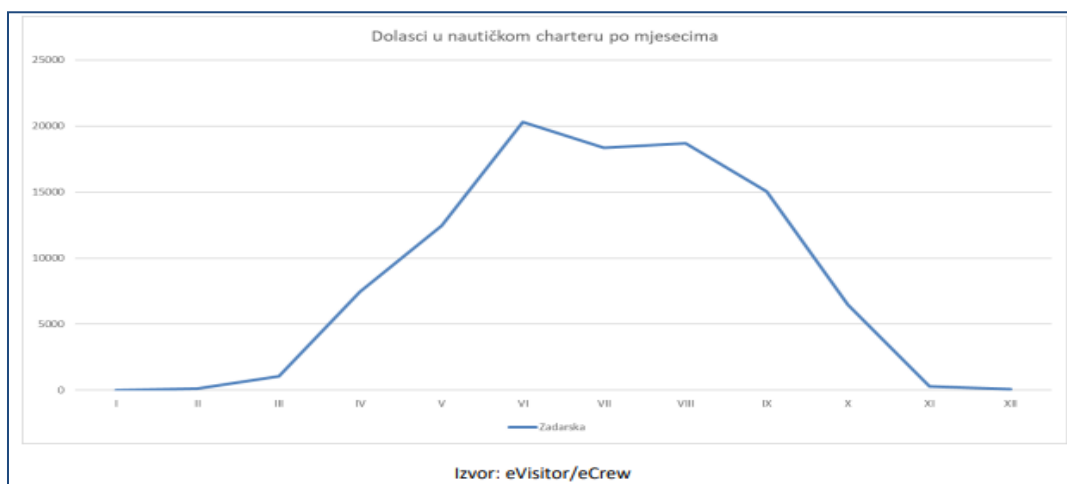
Grafikon 6. prikazuje kako je zadarska županija druga po udjelu županija u ukupnim dolascima u nautičkom charteru čiji je udjel 21%.



Grafikon 7. Udjel u ukupnim noćenjima u nautičkom charteru

Izvor: e-Vizitor

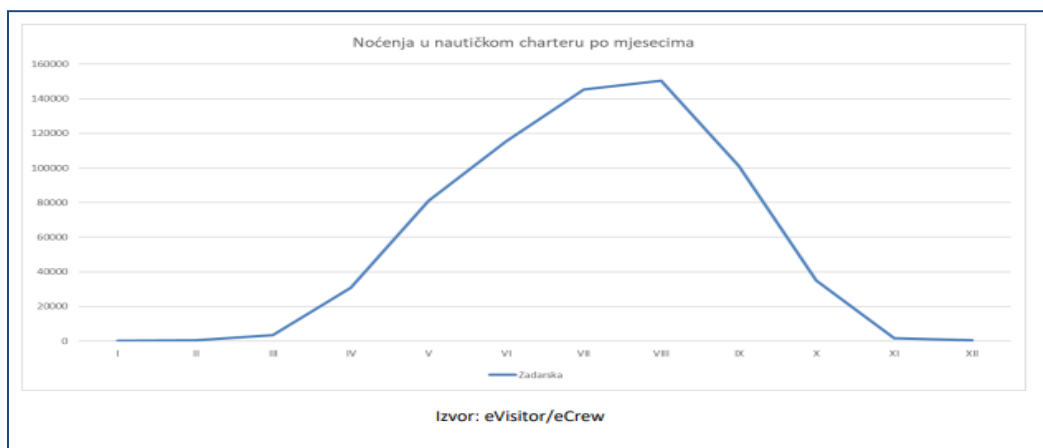
Prema udjelu županija u ukupnim noćenjima u nautičkom charteru zadarska županija zauzima drugo mjesto s udjelom od 21%. Lipanj i kolovoz, a potom srpanj mjeseci su tijekom kojih Zadarska županija bilježi najveći broj dolazaka u nautičkom charteru.



**Grafikon 8. Broj dolazaka u nautičkom charteru u Zadarskoj županiji prema mjesecima**

Izvor: eVisitor

S druge strane, najviše noćenja županija bilježi tijekom kolovoza, a potom srpnja, što ukazuje na činjenicu da su boravci u lipnju, unatoč najvećem broju dolazaka, generalno osjetno kraći nego li tijekom vrhunca ljeta.

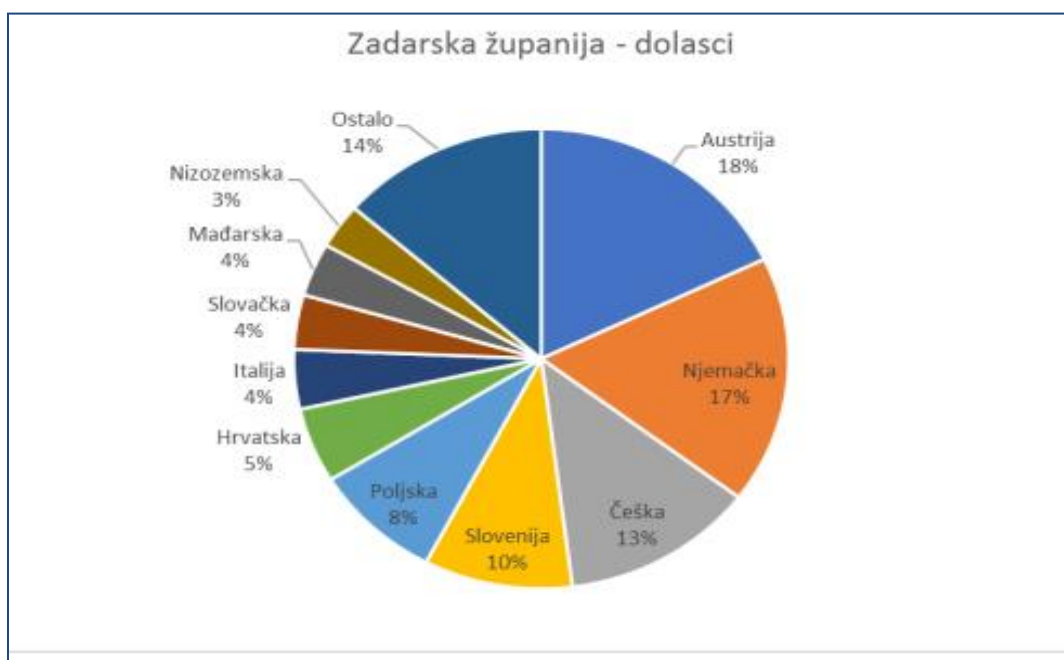


**Grafikon 9. Noćenje u nautičkom charteru u zadarskoj županiji**

Izvor: eVisitor



Prema strukturi tržišta, najviše dolazaka u nautičkom charteru na području zadarske županije ostvaruju Austrijanci, a potom Nijemci i Česi. Domaći turisti nalaze se na šestom mjestu (Grafikon 10).

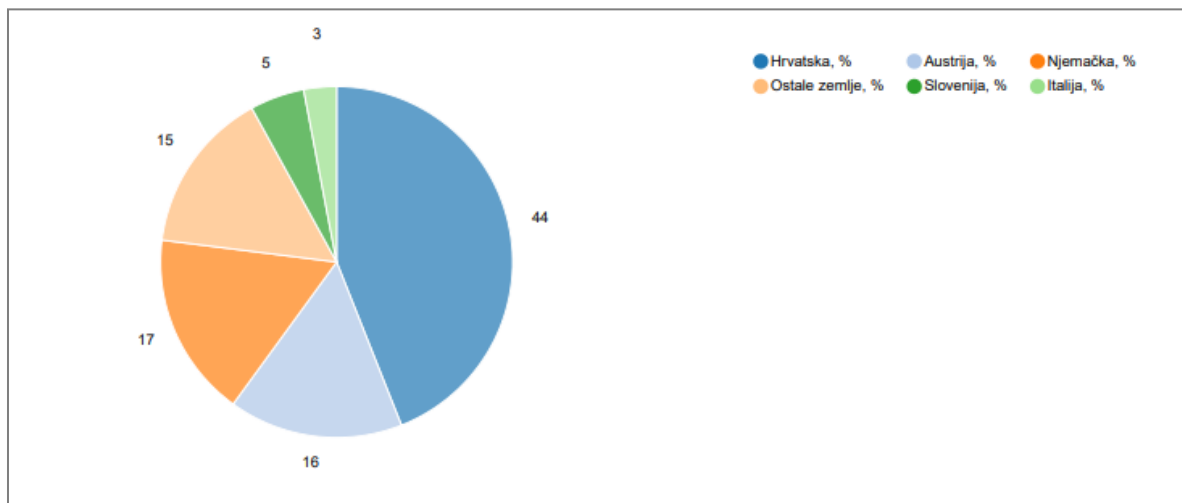


**Grafikon 10. Dolasci u Zadarskoj županiji**

Izvor: eVisitor

Redosljed tržišta prema ostvarenim noćenjima gotovo je identičan, uz nešto bolju poziciju Poljske u odnosu na Sloveniju (u usporedbi s dolascima).

Što se tiče strukture broja plovila U 2021. u Zadarskoj županiji je bilo u stalnom vezu 2 408 plovila (20.0%).



**Slika 3. Broj stalnih vezova**

Izvor: Izvor: eVisitor

Luke nautičkog turizma u 2021. ukupno su ostvarile 946 milijuna kuna prihoda bez PDV-a, što je 16.5% više u odnosu na 2020. te 3.0% više u odnosu na 2019. Najveći udio u ukupnim prihodima ili 674 milijuna kuna imali su prihodi od iznajmljivanja vezova (što je 71.2% od ukupno ostvarenog prihoda). U odnosu na 2020. prihod od iznajmljivanja vezova veći je za 12.6%. Svih šest morskih županija ostvarilo je porast ukupnih prihoda u 2021. u odnosu na 2020., i to kako slijedi: Splitsko-dalmatinska za 23.6%, Šibensko-kninska za 20.5%, Istarska za 19.8%, Dubrovačko-neretvanska županija za 15,5%, Primorsko-goranska za 9.9% te Zadarska za 7.7% (DSZ, 2021).

## 4. ZAKLJUČAK

Zadarsko područje značajno doprinosi u nautičkom turizmu brojem marina, stalnih vezova te brojem posjećenosti nautičkih turista. Struktura ukupnih dolazaka i noćenja u nautičkom charteru pokazuju značajnu koncentraciju prometa na području Zadarska županije. Zadarska županija je druga po udjelu županija u ukupnim dolascima u nautičkom charteru. Prema udjelu županija u ukupnim noćenjima u nautičkom charteru zadarska županija zauzima drugo mjesto s udjelom od 21%. Lipanj i kolovoz, a potom srpanj, mjeseci su tijekom kojih Zadarska županija bilježi najveći broj dolazaka u nautičkom charteru. S druge strane, najviše noćenja županija bilježi tijekom kolovoza, a potom srpnja, što ukazuje na činjenicu da su boravci u lipnju, unatoč najvećem broju dolazaka, generalno osjetno kraći nego li tijekom vrhunca ljeta. Prema strukturi tržišta, najviše dolazaka u nautičkom charteru na području zadarske županije ostvaruju Austrijanci, a potom Nijemci i Česi. Domaći turisti nalaze se na šestom mjestu Redosljed tržišta prema ostvarenim noćenjima gotovo je identičan, uz nešto bolju poziciju Poljske u odnosu na Sloveniju (u usporedbi s dolascima). Što se tiče strukture broja plovila U 2021. u Zadarskoj županiji je bilo u stalnom vezu 2 408 plovila (20.0%). Luke nautičkog turizma u 2021. ukupno su ostvarile 946 milijuna kuna prihoda bez PDV-a. Najveći udio u ukupnim prihodima ili 674 milijuna kuna imali su prihodi od iznajmljivanja vezova (što je 71.2% od ukupno ostvarenog prihoda). Svih šest morskih županija ostvarilo je porast ukupnih prihoda u 2021. u odnosu na 2020. pri čemu je Zadarska za imala porast prihoda 7.7%.

## **IZJAVA**

### **Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti**

**Ime i prezime studenta:** Andrija Šindija

**Matični broj studenta:** 2210993370004

**Naslov rada:** Nautički turizam na zadarskom području

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## POPIS LITERATURE

1. Fumić, J. The application of mathematics in ACI Marina Split, Pomorski fakultet, Sveučilište u Splitu. 2017. str. 2.
2. Jadransko more, <http://jezera-cruising.com/hr/jadransko-more/obala/marine>,
3. Lejo, M. Suvremene tehnologije u funkciji promocije marina na području splitsko-dalmatinske županije, University of Split. Faculty of economics Split, 2016.
4. Luković, T., Bilić, M. Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja. Naše more: znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, 2007;54(3-4), 114-122.
5. Ministarstvo turizma, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_c-dokumenti/akcijski%20planovi//005\\_151022\\_akc\\_p\\_nautic.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti/akcijski%20planovi//005_151022_akc_p_nautic.pdf),
6. Nautički turizam (2019). Hrvatska turistička zajednica, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf>, (17.08.2022)
7. Nautički turizam (2019). Hrvatska turistička zajednica, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-02/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf>, (17.08.2022)
8. Nautički turizam, <https://www.visitadriatic.eu/dozivite-hrvatsku/nauticki-turizam/>,
9. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (NN, 142/99)
10. Strategija razvoja nautičkog turizma, dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>
11. Šamanović, J., Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002.
12. Šamanović, J. Marketing strategija u funkciji razvoja hrvatskog nautičkog turizma Ekonomski vjesnik br. 1,2 (15): 17 -30, 2002. str.51-63.

13. Šerić, N., Luković, T. The importance of nautical tourism ports for the economy of the republic of Croatia. In 7. th Paneuropean shipping conference. 2007.
14. Šamanović, J., Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, 2002.

## **POPIS SLIKA**

Slika 1. Izgled marine s obzirom na položaj akvatorija .....	8
Slika 2. Luke na zadarskom području od lokalnog značaja .....	19
Slika 3. Broj stalnih vezova.....	30

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj luka u nautičkom turizmu Hrvatske.....	20
Grafikon 2. Luke nautičkog turizma po županijama.....	21
Grafikon 3. Broj plovila na stalnom vezu u lukama nautičkog turizma .....	22
Grafikon 4. Plovila na morskom vezu prema zastavi plovila .....	23
Grafikon 5. Nautički charter (200.-2018.).....	25
Grafikon 6. Udjel županija u ukupnim dolascima u nautičkom charteru.....	26
Grafikon 7. Udjel u ukupnim noćenjima u nautičkom charteru.....	27
Grafikon 8. Broj dolazaka u nautičkom charteru u Zadarskoj županiji prema mjesecima ....	28
Grafikon 9. Noćenje u nautičkom charteru u zadarskoj županiji .....	28
Grafikon 10. Dolasci u Zadarskoj županiji .....	29



## ŽIVOTOPIS

Andrija Šindija



europass

□ Adresa: Seline 11, 23 205, Bibinje, Hrvatska

□ E-adresa: [andrijasindija223@gmail.com](mailto:andrijasindija223@gmail.com) □ Telefonski broj: (+385) 0993750101

Datum rođenja: 22/10/1993 Državljanstvo: hrvatsko

## RADNO ISKUSTVO

[ 01/04/2021 – Trenutačno ] **Poslodavac u servisu za čišćenje i održavanje plovila**

*Šindija Andrija, Obrtnik, More yacht service*

Mjesto: Bibinje

Zemlja: Hrvatska

[ 01/03/2016 – 31/03/2021 ] **Terenski komercijalist**

*Te-pro d.o.o.*

Mjesto: Sveti Martin na Muri

Zemlja: Hrvatska

[ 08/09/2015 – 11/09/2015 ] **Voditelj službe za profesionalne i poslovne usluge**

*Efektiva d.o.o.*

Mjesto: Zadar

Zemlja: Hrvatska

[ 01/07/2015 – 27/07/2015 ] **Voditelj službe za profesionalne i poslovne usluge**

*Efektiva d.o.o.*

Mjesto: Zadar

Zemlja: Hrvatska

[ 02/04/2014 – 11/06/2014 ] **Kemijski tehničar u proizvodnji**

*Maraska poduzeće za proizvodnju alkoholnih i bezalkoholnih pića*

Mjesto: Zadar

Zemlja: Hrvatska

## **OBRAZOVANJE I OSPO-**

## **SOBLJAVANJE**

---

[ 2017 – 2022 ] **Prvostupnik poslovne ekonomije i  
financija**

*Veleučilište s pravom javnosti Baltazar*

*Zaprešić*

Adresa: 10290, Zaprešić, Hrvatska

[ 2008 – 2012 ] **Kemijski tehničar**

*Prirodoslovno-grafička škola Zadar*

Adresa: 23000, Zadar, Hrvatska

## JEZIČNE VJEŠTINE

---

Materinski jezik/jezici: hrvatski

Drugi jezici:

### engleski

SLUŠANJE C2 ČITANJE C2 PISANJE C2

GOVORNA PRODUKCIJA C2 GOVORNA INTERAKCIJA C2

### njemački

SLUŠANJE C2 ČITANJE C2 PISANJE C2

GOVORNA PRODUKCIJA C2 GOVORNA INTERAKCIJA C2

## DIGITALNE VJEŠTINE

---

### Moje digitalne vještine

Rad na računalu | Internet | Windows | Word | Microsoft Word |

MS Office (Word Excel PowerPoint) | Microsoft Excel | Microsoft

PowerPoint | Social Media