

Unaprjeđenje prodaje charter kompanija kroz druge oblike turizma

Ljubičić, Teo

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:690720>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-18**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**Unaprjeđenje prodaje charter kompanija kroz
druge oblike turizma**

Mentor:

Izv.prof.dr.sc. Srećko Favro

Student:

Teo Ljubičić

Split, rujan 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
2. NAUTIČKI TURIZAM	4
2.1. Definicija nautičkog turizma.....	4
2.2. Podjela i vrste nautičkog turizma	6
2.3. Nautički turizam kao sustav	8
2.4. Strategija razvoja nautičkog turizma.....	9
3. CHARTER TURIZAM.....	11
3.1. Tržište chartera u Hrvatskoj	13
4. MOGUĆNOST RAZVOJA JEDINSTVENIH INTEGRIRANIH PROIZVODA CHARTER DJELATNOSTI.....	17
4.1. Yacht Week.....	17
4.2. Sailweek.....	19
4.3. Sail Croatia.....	20
4.4. Miris soli - inovacije u promicanju charter turizma.....	21
5. ZAKLJUČAK	24
LITERATURA	26
POPIS GRAFOVA	27
SAŽETAK	28
SUMMARY	29

1. UVOD

Turizam kao industrija, te nautički turizam kao njegov sastavni dio, važan je gospodarski sektor čiji su neizravni učinci važniji od onih izravnih, podržavajući na taj način razvoj mnogih drugih industrija. U posljednjih 30 godina, tri osnovna oblika nautičkog turizma – marina, charter i krstarenje, kontinuirano pokazuju rast. Unatoč kriznim vremenima, nautički turizam i njegovi sektori postaju nova prilika za razvoj. Njegov rast može se uočiti na lokalnoj i regionalnoj razini.

Cilj ovoga rada je demistificirati oblike nautičkog turizma uz navođenje potencijala za razvoj s naglaskom na njegov razvoj u Republici Hrvatskoj. Odnosno, svrha je sugerirati na postojanje neiskorištenog potencijala za razvoj ovog oblika turizma inovativnim ponudama gdje se isprepliće charter turizam s drugim oblicima turizma. Prema tome, predmet izrade završnog rada je unaprjeđenje poslovanja charter kompanija kroz druge oblike turizma.

Arhivska građa rada prikupit će se korištenjem desk metode istraživanja jer primjena te metode „omogućava proučavanje mogućih promjena društvenih pojava i ponašanja u određenom vremenskom razdoblju i određenim društvenim sredinama“.¹ Nakon prikupljanja literaturne građe koristit će se metoda deskripcije, metoda kompilacije te metoda analize i sinteze. Metodom deskripcije će se prikazati varijable provedenih analiza. Metoda klasifikacije će biti korištena za raspored rezultata analize. Metoda kompilacije će biti korištena za prikazivanje do sada objavljenih zakona, definicija i postupaka. Metoda analize i sinteze će biti primijenjena za nautički turizam i njegove komponente.

Ovaj rad se sastoji od dva glavna dijela. Prvi se odnosi na teorijsko proučavanje, definiranje te pozicioniranje nautičkog turizma u europskim gospodarstvima i tržištima. Drugi dio pokriva specifična i praktična objašnjenja i perspektive razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj.

¹ Lamza Posavec, 2004: 153 - Lamza Posavec, V. (2004) *Metode društvenih istraživanja*, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, skripta, Zagreb.

2. NAUTIČKI TURIZAM

Plovidbe u svrhu razonode i rekreacije pronalazimo još u 16. stoljeću na nizozemskim kanalima, međutim nautički turizam, kao suvremena turistička aktivnost, počeo se razvijati u 19. stoljeću. Intenzivnija izgradnja specijaliziranih luka za privez brodica i jahti i boravak njihovih posada nautičara započela je u 20. stoljeću.²

U ovom dijelu rada će se nakon definiranja i podjele nautičkog turizma prikazati nautički turizam kao sustav s naglaskom na trendove razvoja charter kompanija u svijetu i Hrvatskoj. Posljednje u ovom poglavlju bit će prikaz Strategije razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine.

2.1. Definicija nautičkog turizma

U literaturi postoje različite definicije turizma, neke od njih su:

- „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravaka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.“³
- „Turizam je skup aktivnosti osoba tijekom njihova boravka u mjestu izvan svog uobičajenog boravišta, i to bez prekida i ne duže od jedne godine, a radi odmora, odnosno zbog poslovnih i drugih razloga.“⁴

Na početku su se turistička putovanja, odnosno odlazak iz mjesta prebivališta na određeno vrijeme, dijelila na aktivna i pasivna, no danas su razvijeni mnogi oblici turizma. Oblici turizma se mijenjaju u skladu s promjena motiva i interesa turista. Tako da danas postoje brojni oblici turizma kao: kongresni, nautički, izletnički, seoski, zdravstveni, vjerski, lovni, ribolovni, eko, kulturni i drugi.

² Favro, S., Kovačić, M. (2010): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Hidrografski institut Split, Split, str. 113.

³ Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokon, Split, str. 3.

⁴ Ibidem, str. 3.

Etimološki, nautički turizam je kombinacija dva pojma, nautike i turizma. Koncept turizma je poznat i dovoljno je proučavan u mnogim radovima. Drugi pojam, nautika, razvijen je od grčke riječi *naus*, što znači brod, lađa ili u širem smislu – pomorstvo.

Među brojnim definicijama nautičkog turizma postoji nekoliko recepcijskih definicija. Definiranje nautičkog turizma se može promatrati u kontekstu nacionalnog zakonodavstva. Tako se u hrvatskom zakonodavstvu nautički turizam definira kao „plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.“⁵

Važno je naglasiti da sve definicije imaju svoju posebnu svrhu, stoga ih ne treba zanemariti, no potrebno je stvoriti definiciju koja najbolje odgovara znanstvenim i praktičnim potrebama istraživanja i rada u industriji nautičkog turizma. Uzimajući definiciju turizma koje su postavili W. Hunziker i K. Karpf kao polazište, za nautički turizam je moguće dati sljedeću definiciju:

Nautički turizam je zbroj višefunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji nastaju boravkom turista na moru unutar ili izvan luka nautičkog turizma, te korištenjem plovila ili drugih objekata povezane s nautičkim i turističkim aktivnostima u svrhu rekreacije, sporta, zabave ili ostalih potreba.⁶

„Za razvitak ove vrste turizma potrebni su geografski preduvjeti kao i razvijena infra i suprastruktura potrebna za prihvat plovnih objekata i njihovih korisnika (nautički centri, marine).“⁷ U nautičkom turizmu se koriste plovni objekti za krstarenje, kružna putovanja ili plovni objekti za višednevni boravak ili noćenje na moru. Razlika nautičkog turizma od ostalih oblika turizma je česta, gotovo svakodnevna pokretljivost, odnosno mijenjanje mjesta boravka.

U definiranju pojma autori prednost daju sportskim sadržajima koje nudi nautički turizam, pa ga svrstavaju u sportski turizam. Budući da je temelj definiranja pojam rekreiranje, važno je naglasiti kako se pod nautičkim turizmom podrazumijeva „ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista – nautičara u lukama nautičkog turizma i

⁵ Narodne novine (2019): Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine d.d., Zagreb, br. 25, čl. 44.

⁶ Luković, T., Gržetić, Z. (2007): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, HHI – Croatian Hydrographic Institute Split, Split 2007, str. 26.

⁷ Geić, S. (2007): Organizacija turizma, Sveucilis te u Splitu, Split, str. 182.

plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode.“⁸

Budući da korištenje ovog oblika turizma nije vremenski određeno sezonom, nautički turizam u zadnje vrijeme postaje masovni fenomen. U prilog ovome ide i izgradnja marina i drugih turističkih luka, kako bi se pružili dodatni sadržaji, te povećala atraktivnost i povećao kapacitet vezova.

2.2. Podjela i vrste nautičkog turizma

Uzimajući u obzir navedene definicije nautičkog turizma, koje navode da je nautički turizam višenamjenska turistička djelatnost s jakom pomorskom komponentom, njegovu klasifikaciju treba promatrati sa znanstvenog i praktičnog aspekta.

U današnje vrijeme sve se više traže posebni oblici nautičkog turizma. Klasični nautički turizam iščezava kao dominantna kategorija.⁹ Na njegovo mjesto stupa suvremeni nautički turizam koji uvjetuje posebne vrste ili oblike nautičko – turističke djelatnosti. Zavisno o činiteljima ponude i potražnje na pojedinim užim ili širim područjima, mogu se razvrstati novi oblici ili vrste nautičkog turizma.

Postoji više kriterija po kojima se nautički turizam može podijeliti na određene podvrste:¹⁰

- prema veličini plovila:
 - veliki ili brodski nautički turizam, koji se obavlja na trajektima, lebdjelicama, putničkim, putničko – teretnim i hidrokrlnim brodovima
 - mali nautički turizam, koji se obavlja na različitim vrstama manjih plovila, kao što su čamci, jedrilice, jahte, gliseri, skuteri, kajaci, splavi i druga slična plovila
- prema vlasništvu plovila:
 - nautički turizam u vlastitom ili klupskom plovilu
 - nautički turizam u unajmljenom plovilu na određeno vrijeme (čarter)
- prema motivu plovidbe:
 - rekreacijski nautički turizam

⁸ Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola, Split, str. 44.

⁹ Ibidem, str. 44.

¹⁰ Ibidem, str. 45.

- sportski nautički turizam
- ribolovni nautički turizam
- prema organizaciji plovidbe:
 - nautički turizam individualnog tipa organizacije
 - nautički turizam grupnog tipa organizacije.

Iako podjele nautičkog turizma postoje, one nisu striktno određene, budući da se isprepliću sadržaji i motivi. U teoretskom smislu, nautički turizam ima tri osnovna pojavna oblika, a oni se grupiraju u sljedeće skupine poslovanja:¹¹

- luke nautičkog turizma
- čarter ili čartering poslovanje s plovilima ili brodovima, u smislu njihovog iznajmljivanja nautičarima
- kruzing je vrsta poslovanja nautičkog turizma, a organizira se kao kružno putovanje plovilom kruzing kompanije ili za tu svrhu nabavljenim i posebno pripremljenim plovilom.

Luke su temeljni čimbenici prometne infrastrukture na vodi. „Pod lukom se podrazumijeva prirodno ili umjetno zaštićen, dovoljno dubok vodeni i s vodom povezani kopneni prostor s izgrađenim obalama, lukobranima, uređajima, prostorijama i dr. objektima namijenjenim za pristajanje, sidrenje, popravak i zaštitu brodova i brodica, ukrcaja i iskrcaja tereta i putnika, uskladištenja tereta i manipuliranja njime, te za odmor posade.“¹² Luke nautičkog turizma su turistički objekti u kojima se, osim usluga veza, pružaju i razne druge usluge. „U svijetu postoji više različitih tipova luka nautičkog turizma ali su marine prevladavajući tip. Luke postaju turistički magnet i zato treba posvetiti punu pozornost istraživanju fenomena njihova nastanka i razvoja.“¹³

Kruzing turizam se svrstava u nautički turizam s obzirom da se temelji na plovidbi i plovidbi, te predstavlja mobilni hotel koji posjeduje sve što i hoteli na kopnu. S obzirom da

¹¹ Luković, T. (2007): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, 58 (11), str. 690.

¹² Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola, Split, str.60.

¹³ Luković, T., Bilić, M. (2007): Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 115.

je riječ o specifičnim turistima s ciljem zadovoljavanja potreba turista kruzeri imaju restorane, kazališta, bazene, butike, saune i brojne druge sadržaje. „U širi pojam krstarenja valja uključiti i usluge luka specijaliziranih za ukrcaj i iskrcaj putnika na krstarenju koje obično razvijaju i posebne terminale za tu svrhu.“¹⁴

2.3. Nautički turizam kao sustav

Nautički turizam je sustav koji je snažno povezan s morskim aktivnostima i obično se odvija pod nekom vrstom lokalne koncesije. Uz izravnu povezanost s morem i plovidbom, nautički turizam je vezan i za pomorstvo, gdje se nautički turizam mora prilagoditi zahtjevima pomorstva.

Vođenje posla pod koncesijom ima učinak na dva načina, ovisno o tome je li koncesija izravna ili neizravna. Primjerice, u marinama postoji izravna koncesija provedena kroz koncesijski ugovor. U charter industriji i krstarenju koncesija je neizravna ili skrivena, a odnosi se na korištenje pomorskih resursa i dobra koja se moraju regulirati zakonom zbog održavanja plovnih puteva.

Pored specifičnih okolnosti tipičnih za nautički turizam i njegove podindustrije, postoji snažan element sezonalnosti, koji je karakterističan za sve vrste turizma. Ovaj sezonski aspekt industrije zahtijeva posebne vještine upravljanja i rješavanje problema strategije za održavanje kontinuiteta poslovanja. Dakako, utjecaj sezonalnosti nije apsolutno negativan, iako može pokazati određeni stupanj varijacije kroz podsustave nautičkog turizma, no uvijek ostaje ključno obilježje industrije.

Povezanost industrije i podindustrija nautičkog turizma može stvoriti složenu međuovisnost i međusobni utjecaj; taj je učinak vrlo promjenjiv i istovremeno izuzetno jak. Gledano iz tržišne perspektive, tržište nautičkog turizma možemo podijeliti na:

- tržište koje je novo za posao i za nautičare - novo tržište; danas je to u velikoj mjeri teoretski, mada postoje neki dijelovi Europe bez razvijenog turizma i potencijalno su nova tržišta

¹⁴ Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, EKOKON doo, Split, str. 79.

- tržište koje je novo nautičarima, ali prepoznato od strane lokalnih tvrtki, a okolnosti su spriječile njegov komercijalni razvoj - zapravo novo tržište (nacionalni parkovi, vojne zone u Italiji i Hrvatskoj koje imaju potencijal za marine, ali u koje donedavno ulazak nije bio dopušten; na primjer posebno političke destinacije poput Brijuna u Hrvatskoj)
- tržište koje je bilo poznato nautičarima, ali iz različitih razloga nije bilo komercijalno razvijeno - potencijalno nova tržišta (uvale bez infrastrukture, većina grčke obale bez dovoljno razvijene industrije marina)
- tržište koje razvija i proširuje svoje značajke, te postaje dio tog tržišta; tržišna ponuda nautičkog turizma - razvijanje novog tržišta (pogodno talijanska, austrijska i njemačka jezera, kao i neka sredozemna turistička tržišta, poput Kaštela i Skradina u Hrvatskoj).

Neke nautičke industrije utječu na razvoj određenog nalazišta ili regije, ovisno o tome koje tržište, tj. odredište im je u fokusu. Ta se činjenica odnosi na sva europska tržišta, ali s varijacijama u vrsti i stupnju utjecaja.

2.4. Strategija razvoja nautičkog turizma

Marina treba biti društveno i servisno orijentirana, a ne samo fizičko spremište brodova. Strukturu luka nautičkog turizma potrebno je uskladiti s različitim zahtjevima, potrebama i tipovima nautičara. Standard luka i marina ne bi se trebao određivati prema želji vlasnika, već prema zahtjevima njegovih najmnogobrojnijih klijenata. Svi objekti nautičkog turizma trebaju se planirati i graditi u skladu s okolišem, kako bi bili resurs u gospodarskoj infrastrukturi lokaliteta. U Strategiji razvoja nautičkog turizma su navedene previđene nove gradnje i to:¹⁵

- izgradnja 15.000 novih vezova, od čega 5.000 u moru u marinama, 5.000 u lukama otvorenim za javni promet i 5.000 na kopnu
- izgradnja novih vezova primarno se usmjerava u postojeće luke nautičkog turizma i luke otvorene za javni promet kao i u devastirane prostore te prostore gdje već postoji djelomično izgrađena infrastruktura

¹⁵ Ministarstvo turizma: Strategija razvoja nautičkog turizma, [Internet], dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf> [10.09.2019.]

- izgradnja marina za prihvat megaplovila, prije svega u atraktivnim destinacijama s cjelogodišnjom ponudom
- izgradnja jedne dodatne matične luke za brodove u domaćem cruisingu
- nova izgradnja podrazumijeva primjenu novih tehnologija i ekoloških

Izrađen je akcijski plan razvoja nautičkog turizma – yachting prema sljedećim značajkama:¹⁶

- izrada studija prihvatnog kapaciteta marina/luka za yachting i cruising te za sidrišta kao preduvjet provedbe aktivnosti na održivi i okolišno prihvatljiv način
- u postojećim i novim lukama nautičkog turizma kao i lukama otvorenim za javni promet obogaćuje se i podiže kvaliteta cjelokupne ponude namijenjene putnicima, posadi i plovilima
- uređenje sustava sidrišta (naplata, usluge, cijene)
- donošenje i usklađivanje regulative
- uspostavljaju se mjerila ‘Prijetelja okoliša’ za marine i prihvatljivi ekološki standardi
- promocija i unapređenje sustava prikupljanja krutog otpada s brodica, jahti, kruzera
- s obzirom na to da su pomorske aktivnosti najveći generator podvodne buke, temeljem znanstvenih i stručnih saznanja definirati područja ograničene plovidbe radi smanjenja utjecaja na morski okoliš
- unapređenje ponude prihvata i otpreme u lukama otvorenim za javni promet u kojima se odvija promet domaćih i stranih kruzera te opremanje međunarodnih polaznih luka za brodove do 2.000 putnika.

Strategija obuhvaća i ostale aktivnosti razvoja proizvoda, odnosno:¹⁷

- stimuliranje dolaska manjih kruzera
- uvođenje područja ograničenja plovidbe i sidrenja u posebno osjetljivim dijelovima akvatorija sukladno procjeni utjecaja na okoliš i prihvatnom kapacitetu
- unapređenje sustava sigurnosti na moru (Obalna straža, služba spašavanja).

Razvedenost obale i otoka, čistoća i bioraznolikosti hrvatskog dijela Jadranskog mora temelji su na kojima se grade pretpostavke i planovi budućeg gospodarskog razvoja

¹⁶ Ibidem

¹⁷ Ibidem.

Republike Hrvatske budući da predstavljaju jednu je od rijetkih strateških prednosti koju Hrvatska posjeduje na svjetskoj razini.

Ciljevi navedeni u Strategiji su predložene metode kojima bi se Hrvatska pozicionirala kao najznačajnije nautičko odredište u Europi i na Mediteranu:¹⁸

- korištenjem mjere principa stimulativne porezne politike koja se primjenjuju na brodarstvo u međunarodnoj plovidbi na odgovarajući način proširiti i na jahte
- uspostavljanjem novog sustava osposobljavanja nautičara, zasnovana na svjetskim standardima kao jednom od pokretača nautičkog turizma
- poticanje izgradnje novih i izmještanje postojećih suhih vezova u skladišno-servisne centre ili gospodarske zone izvan zaštićenog obalnog područja
- poticanjem primjene odgovarajućih ekoloških standarda u zaštiti morskog okoliša, usmjerenu istovremeno na sve karike nautičkog lanca (nautičar – plovni objekt – luka), kao zajednički interes i zadaću
- zalaganje za izgradnju novih luka nautičkog turizma u već urbaniziranim područjima s riješenom komunalnom infrastrukturom, a posebno s izgrađenim sustavima pročišćavanja otpadnih voda
- uspostavljanje međuresorni program izgradnje i obnove flote brodova, brodica i jahti namijenjenih nautičkom turizmu.

Zaključno se može reći kako „nautički turizam je podsustav gospodarske grane pomorskog gospodarstva i turizma unutar ukupnog gospodarstva Republike Hrvatske, sa svim karakteristikama sustava i svojim parcijalnim dijelovima koji se definiraju kao subjekti, objekti i elementi nautičkog turizma.“¹⁹

3. CHARTER TURIZAM

Charter turizam je podgrana nautičkog turizma koji se odnosi na djelatnost iznajmljivanja plovila s uslugom smještaja. Jedinstvena je zbog kombinacije neograničene slobode i

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Favro, S., Kovačić, M. (2010): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Hidrografski institut Split, Split.

visoke udobnosti tijekom putovanja, zbog čega svjedoči sve većom porastu popularnosti i potražnje u svijetu.

Charter djelatnost relativno je mlad ogranak nautičkog turizma koji se pojavljuje tridesetih godina prošlog stoljeća, a u ostatku Europe i Republici Hrvatskoj razvija se pedesetih i šezdesetih godina kao posljedica promjene turističke potražnje i porasta životnog standarda. Na području Europe realizira se oko 70 posto svjetskog jaht – chartera, od čega najveći dio na Mediteranu. Radi se o gospodarskoj aktivnosti proizvodnje rekreativnih plovila, uključujući brodske motore i pripadajuću opremu, te izravno zapošljava oko 280.000 ljudi u Europi, gotovo isključivo (97%) u malim i srednjim poduzećima i ostvaruje prihod veći od 20 milijardi eura godišnje.²⁰

Nadalje, charter djelatnost je iznajmljivanje plovila ili pružanje usluge smještaja na plovilu u unutarnjim morskim vodama i teritorijalnom moru sukladno posebnom propisu kojim je regulirano pružanje usluga u nautičkom turizmu. Prema propisu, charter kompanija može biti fizička ili pravna osoba koja je vlasnik ili korisnik plovila, ili je od vlasnika ili korisnika temeljem pisanog ugovora preuzela odgovornost za upravljanje plovilom i koja je preuzimanjem takve odgovornosti preuzela ovlasti i odgovornosti.

Iznajmljivanje plovila podrazumijeva davanje na korištenje plovila krajnjem korisniku u svrhu razonode, sa ili bez posade, bez usluge smještaja gostiju, uz odgovarajuću naknadu koja je unaprijed utvrđena te je javno dostupna.²¹

Charter turizam može se podijeliti na nekoliko skupina prema odnosu vremenskog trajanja i geografskog obuhvata:²²

Dnevni charter – tipično na dio dana ili cijeli dan, često se odnosi na ture po otocima na brzim gliserima ili gumenjacima.

Lokalni charter – može trajati više dana na širem području oko marine, najčešće s motornjacima.

Tjedni charter – najpoznatiji i najzastupljeniji oblik chartera, odnosi se na putovanje u trajanju od najčešće sedam dana ili više na iznajmljenim jedrilicama dužine od 7 do 15 metara.

²⁰ Akcijski plan razvoja nautičkog turizma

²¹ Pravilnik o uvjetima za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja plovila

²² Madžar J, Nautički turizam, Veleučilište u Šibeniku – odjel menadžment, Šibenik, 2016.

Međunarodni charter – odnosi se na kružna putovanja na luksuznim megaplovilima ili jedrilicama opremljenim s najmodernijom opremom. Takav oblik putovanja pruža maksimalni komfor za goste tijekom putovanja. Naime, na takvim plovilima pružanje ugodnih uvjeta za život je nužno jer su putovanja najčešće na duže relacije. Također, u ovu kategoriju se mogu uvrstiti preoceanska putovanja s posebnim brodom namijenjenim za takav napor. Najčešće su to jedrilice dužine preko 15 metara opremljene s visokokvalitetnom opremom poput generatora, water maker-a i solarnih ploča koji omogućuju samoodrživi boravak i život na brodu tijekom putovanja. Ovakav tip putovanja je iznimno opasan i zahtijeva posadu s visokom razinom znanja i iskustva. Također ova putovanja se mogu provoditi samo nekoliko puta godišnje te su stoga i skuplja od ostalih oblika putovanja te namijenjena klijenteli veće kupovne moći.

3.1. Tržište chartera u Hrvatskoj

Hrvatska je danas jedna od receptivnih destinacija za nautičare, a rast ovog segmenta ponude je dinamičan kada se govori o nautičkom charteru, odnosno komercijalnom segmentu ponude. Hrvatska u pogledu ponude ima vrlo pogodne uvjete za razvoj charter turizma.

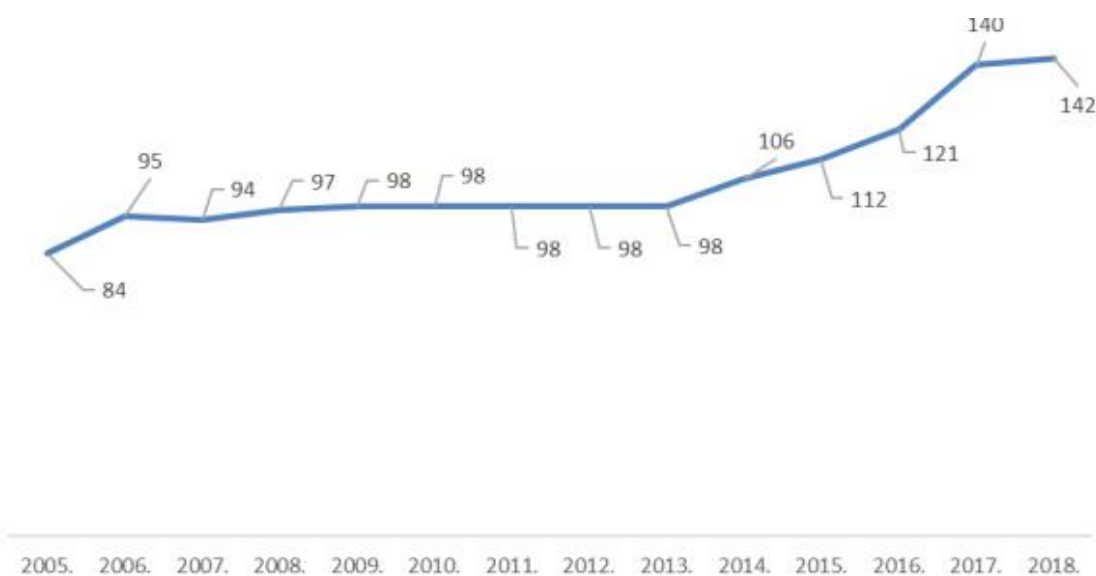
Razvedenost hrvatske obale je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj. Uz razvedenost obale i atraktivnost otočnoga prostora, Hrvatska se ističe reljefnim obilježjima. Naime, hrvatska obala je visoka, strma i stjenovita što prostoru daje posebnu čar.

Osim u pogledu prirodnih atraktivnosti, razlozi zbog kojih strani nautičari preferiraju Hrvatsku nad drugim destinacijama jesu njena geografska pozicioniranost prema drugim europskim emitivnim destinacijama u usporedbi s mnogo daljom Grčkom ili Turskom, zatim njeno obilježje relativno nove i neotkrivene zemlje te sigurnost same destinacije.

Također, Hrvatska raspolaže s velikim brojem kvalitetnih marina diljem cijelog Jadranskog akvatorija. Hrvatski jahting turizam raspolaže s oko 17.000 namjenskih vezova u moru za brodice i jahte te s oko 5.500 vezova na kopnu, u ukupno 142 luke nautičkog turizma, od čega su 53 marine.

U razdoblju od 2003. do 2013. godine, došlo je do promjene u strukturi ponude vezova prema veličini plovila – smanjen je udio vezova za plovila do 12 metara dužine, a povećan udio vezova za plovila duža od 12 metara, a posebno ona duža od 15 metara (rast od 209%).²³ Sljedeći graf prikazuje broj luka u nautičkom turizmu.

Graf 1. Broj nautičkih luka u Hrvatskoj od 2015. do 2018. godine



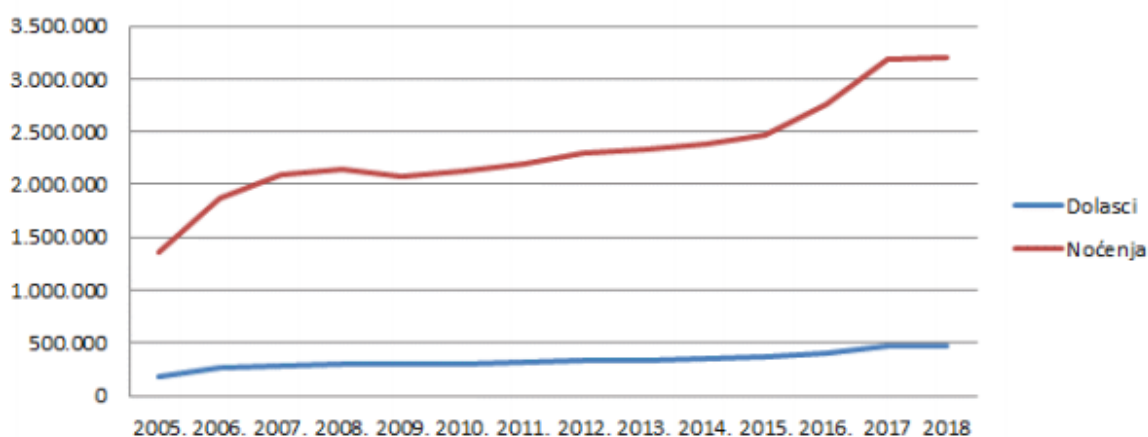
Izvor: HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]

Prema podacima iskazanim u prethodnom grafu uočava se kontinuiran rast broja nautičkih luka u promatranom razdoblju od 2005. do 2018. godine.

Nautički charter se prati kroz sustav eCrew Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture. Sljedeći graf prikazuje ostvarene dolaske i noćenja u nautičkom turizmu.

²³ Akcijski plan razvoja nautičkog turizma

Graf 2. Nautički promet (dolasci i noćenja) od 2005. do 2017. godine



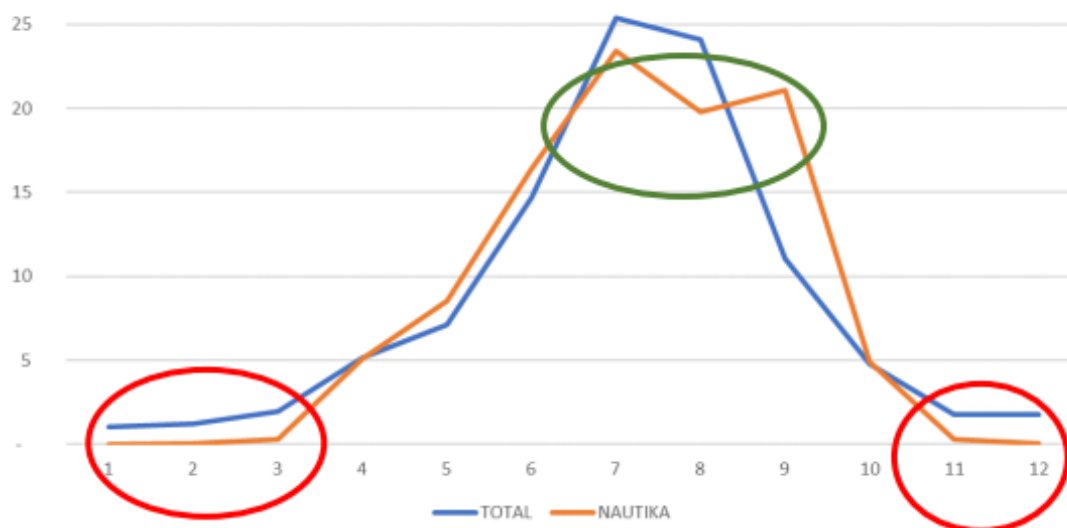
Izvor: HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]

„U skladu s navedenim, u Hrvatskoj je u nautičkom charteru tijekom 2017. zabilježeno 473.896 turističkih dolazaka, kao i 3,19 milijuna noćenja, što u odnosu na 2016. predstavlja rast od 15,5% u dolascima te 15,6% u noćenjima. Istovremeno, s navedenim pokazateljima nautički charter u ukupnom komercijalnom turističkom prometu sudjeluje s 2,64% dolazaka te 3,55% noćenja. Govori li se o sveukupnim rezultatima nautičkog chartera, može se konstatirati kako je trend prometa tijekom posljednjeg desetljeća uzlaznog karaktera, a rast je posebno naglašen u posljednje dvije godine.“²⁴

Glavna problematika cjelokupnog turizma u Hrvatskoj jest sezonalnost. Sezonalnost predstavlja problem kada turistički proizvodi nisu kreirani da se mogu konzumirati tijekom cijele godine. Sljedeći graf prikazuje sezonalnu distribuciju, odnosno sezonalnost turizma, te sezonalnost nautičkog turizma, pojedinačno.

²⁴HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]

Graf 3. Sezonalna distribucija



Izvor: HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]

„Usporedi li se sezonalna distribucija ukupnog turističkog prometa na nacionalnoj razini, sa sezonalnom distribucijom nautičkog chartera razvidno je kako je kod nautičkog chartera fokus na vrhunac sezone (srpanj i kolovoz) nešto manji nego li je to slučaj sa sveukupnim prometom. Istovremeno, udjel rujna znatno je veći nego li je to slučaj sa sveukupnim prometom. Kod mjeseci rane predsezone i kasne posezone (siječanj-ožujak, te studeni prosinac) u segmentu nautičkog chartera gotovo da nema prometa, tako da je u navedenom razdoblju rezultat lošiji od prosjeka.“²⁵

Analizom tržišta chartera može se reći kako se bilježi porast interesa za ovim oblikom turizma. Također, interes se povećava zbog širenja ponude koja se kreira prema potrebama i željama turista. Kada je riječ o trendu chartera, može se zaključiti kako je u pet godina razmaka, između dvaju TOMAS istraživanja nautike (2012.-2017.), došlo do sljedećih promjena: nautičari su u prosjeku većeg stupnja obrazovanja i većih primanja, osjetno više ih je u prvom posjetu Hrvatskoj, raste odjel dolazaka zrakoplovom, dominantno se

²⁵ HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]

informiraju putem interneta, znatno više koriste unajmljene skipere, u prosjeku su izuzetno zadovoljni svim elementima nautičke ponude, te u prosjeku tijekom odmora troše više.²⁶

4. MOGUĆNOST RAZVOJA JEDINSTVENIH INTEGRIRANIH PROIZVODA CHARTER DJELATNOSTI

Nautički turizam može dati veći učinak ukoliko se međusobno stvori sinergija i s drugim oblicima turizma. Navedeno će rezultirati smanjenjem problema sezonalnosti, povećanim ekonomskim učinkom, kao i zadovoljstvom nautičara ponudom sadržaja. Proizvodi se trebaju temeljiti na inovativnosti, ali i cjelovitosti što znači gledanje na turizam kao cjelovitu djelatnost, a ne kroz zasebne sektore. Važno je naglasiti kako je charter turizam povezan s kulturnim turizmom, a prostora za unaprjeđenje ponude ima i uvrštavanjem gastronomskih elemenata u ponudu, kao i elemenata ronilačkog turizma.

U ovom dijelu rada navode se jedinstveni proizvodi integrirani u charter djelatnost, kao primjeri dobre prakse, te se na kraju iznosi prijedlog vlastite izrade, kao inovativni integrirani proizvod koji ima mogućnost realizacije.

4.1. Yacht Week

Yacht week je vrlo dobar primjer integracije ponude nautičkog tj. charter turizma s drugim oblicima sportskog i zabavnog turizma, pritom uspjevajući u stvaranju jedinstvenog brenda koji se učvrstio kao jedan od najekskluzivnijih oblika putovanja za mlade ljude željni dobrog iskustva i zabave, a da pritom ne trebaju imati nikakvog nautičarskog iskustva.

Proizvod Yacht week-a temelji se na cjelovitosti više proizvoda i usluge na više mjesta tijekom sedmodnevnog perioda koji se zatim prodaje po jednoj jedinstvenoj cijeni koja se fakturira po osobi, odnosno ležaju na brodu ili po kabini. Tipična cijena paketa za Hrvatsku iznosi oko 600 eura, a uključuje hranu i piće, gorivo, usluge skipera, pristup glavnim noćnim klubovima na otocima, organizirano rekreativno vrijeme, organiziran obilazak otoka i dr.

²⁶ TOMAS istraživanja [Internet], dostupno na: <http://www.iztg.hr/hr/institut/tomas-nautika/> [10.09.2019.]

Iskustvo na Yacht week-u nije namijenjeno da se provodi nasamo već da se dijeli s mnoštvo novih, mladih ljudi. Osim činjenice da isto plovilo dijeli 8 nepoznatih osoba, putovanje u Yacht week-u organizirana kao flota od 30 do 50 brodova, svi koji prate istu rutu i isti program putovanja. To znači da u određenom trenutku na jednom mjestu bude i preko 300 različitih osoba.

Proizvod koji nudi se u Yacht Week je istraživanje uvala, uživanje u mediteranskoj hrani i zabava do ranih jutarnjih sati. Proizvod uključuje plovidbu u trajanju od sedam dana, sa spavanjem svih sedam noći na jahti. Plovidbom turisti istražuju Hvar, Bol i Vis. Osim toga, DJ zabavlja turiste, a skiper je tu da se brine o krstarenju. Turisti u slobodno vrijeme imaju mogućnost šetati otocima, rekreirati se morskom jogom te uživati u brojnim drugim sadržajima.

U nastavku se nalazi primjer tipičnog itinerara u Yacht week-u:²⁷

Prvi dan: Dolazak, upoznavanje s drugim članovima posade i skiperom, večera na brodu ili vanka u restoranu

Drugi dan: Kretanje prema otoku Visu, kupanje u usputnim obližnjim uvalama u velikim prstenovima koji čini preko 30 jahti od jednom, razgledavanje Visa, noćni izlazak

Treći dan: Ranojutranje kretanje prema otoku Hvaru, krstarenje po Paklenim otocima, kupanje i tulumarenje u uvalama, obilazak grada Hvara, organiziran ručak, organizirano rekreativno vrijeme

Četvrti dan: Mogućnost organiziranog obilaska otoka Hvara i obližnjih otoka brzim brodom, obilazak otoka kopnenim putem, organiziran ručak, izlazak u poznatim Hvarskim noćnim klubovima

Peti dan: Kretanje prema otoku Braču, kupanje u uvalama, pristanak u grad Bol i obilazak plaže Zlatni rat, organizirana druženje i joga, izlazak u klub 585

Šesti dan: Jedinstveno jedriličarsko iskustvo organiziranjem Yacht week regate, cjelodnevno kupanje i tulumarenje u zaštićenim uvalama s vlastitim DJ-em, ručak i večera na brodu

²⁷ <https://www.theyachtweek.com/croatia>

Sedmi dan: Posljednji dan proveden u gradu Splitu, organizirano razgledavanje, organiziran ručak, posljednji noćni izlazak u poznatim gradskim noćnim klubovima

Vidimo upravo kako Yacht week kroz ponudu raznoraznih usluga i sadržaja odlično upotpunjuje brojne oblike lokalne turističke ponude i jedinstvenog sadržaja kojeg pakira i prodaje po cjelovitoj pristupačnoj cijeni, pritom štedeći gosta od potrebe mukotrpog planiranja i organizacije.

4.2. Sailweek

Sailweek je Hrvatska organizacija osnovana 2012. godine i vrlo je slična konkurentskom Yacht week-u po pitanju ponude integriranih paket putovanja, sastavljenih od manjih lokalnih ponuda, primarno namijenjenih za mlade.

Glavne prednosti i snage Sailweek-a su njena raznolikost ponude i sadržaja. Osnovana i primarno zastupljena na hrvatskom tržištu, Sailweek mnogo bolje ukomponira zabavni sadržaj jedinstvenih za lokalitete poput organiziranog ronjenja poznatih olupina ili odlazak na zipline u Makarskoj. Također, zbog manjeg troška organizacije i obujma poslovanja, Sailweek nudi svoje pakete po nešto nižoj cijeni od svojih konkurenata.

U glavnoj ponudi ima nekoliko različitih vrsta paket putovanja poput Party, Ultra i Dubrovnik rute. „Party route“ se odnosi na sedmnodnevno putovanje brodom po lokalnim otocima i mjestima, svakodnevno tulumarenje i izlaske po najpoznatijim noćnih klubovima, sve u floti od preko 20 brodova od puta.

„Ultra route“ predstavlja gotovo identični program putovanja osim što je limitiran na period održavanja poznatog Ultra Music Festivala u Splitu. Ovaj paket traje samo dva tjedna u cjeloj godini, jedan tjedan koji završava na Ultri, a drugi koji počima na njoj.

„Dubrovnik route“ je jedinstven po činjenici što je jedini oblik jednosmjernog putovanja u odnosu na klasična kružna u ponudi. Ruta se može započeti iz Splita, pritom završavajući u Dubrovniku, ili obrnuto. Ujedno je posebna jer nudi širi obujam Jadranskog akvatorija koji se može razgledati tijekom putovanja, umjesto uobičajnog obilaska 3 ili 4 otoka.

4.3. Sail Croatia

Sail Croatia je tvrtka osnovana 2005. godine u svoje poslovanje obavlja usko na hrvatskom području. Jedinstvenost njene ponude očituje se u raznolikosti prema različitim demografijama gostiju, odnosno svoju ponudu ne prilagođava samo mladima već različitoj dobi.

Ponuda Sail Croatia se dijeli na dvije kategorije: Sail Croatia Cruises i Sail Croatia Yachts. Osim ponude jedrilica, kompanija ima u floti i nekoliko guleta i kruzera najviše namijenjenih za stariju klijentelu koji zahtijevaju veću udobnost i slobodu kretanja tijekom puta. Sail Croatia Cruises sadrži raznolik izbor itinerara, svaki jedinstven na svoj način, krojen prema različitim ukusima i preferencijama gostiju. Od njih možemo navesti: „Navigator“ – namijenjen mladima željnima zabave i provoda, „Explorer“ – namijenjen onima željni odmaranja, razgledavanja i uživanja, „Elegance“ – pruža najveći standard udobnosti življenja, namijenjen starijim gostima i onima veće platežne moći, „Cycle“ – spoj sportske razonode i nautike, uključuje obilazak otoka s mora i kopna s visokokvalitetnom biciklističkom opremom, „Hike“ – sličan kao i prethodni biciklistički program, samo se razgledavanje vrši pješice s potrebnom opremom za trekking i planinarenje. Ovaj program ujedno je namijenjen za starije goste željni razgledavanja bez velikog napora.

Sail Croatia Yachts predstavlja charter ponudu kompanije. Charter se može izvoditi na tradicionalan način iznajmljivanja jedrilice sa ili bez usluge skipera, no osim toga u ponudi sadrži i organizirano paket putovanja s nazivom „Under 39s“ namijenjeno primarno za mlade ljude u potrazi za zabavom. Paket putovanja uključuje unaprijed isplaniran itinerar koji uključuje obroke u restoranima, piće, tulumarenje u zavučenim uvalama ili većim mjestima, obilazak znamenitosti i kušanje lokalne gastronomije.²⁸

Sail Croatia Yachts nema veliku flotu kao prethodne organizacije, već se sastoji od 5 – 7 brodova od puta. Ovakav pristup omogućava ujedno i veću fleksibilnost i uslužnost gostima po pitanju raspoloživog sadržaja, što drugi možda ne nude kao npr. kušanje vina na otoku Hvaru ili organizirane ture u Modru špilju na Visu.

²⁸ <https://www.sail-croatia.com/>

Sail Croatia teži izvrsnosti kao vodeći tržišni lider u turističkoj industriji. Na vodeće mjesto su se pozicionirali upravo radi prepoznavanja potencijala Hrvatske kao jednog od najživopisnijeg i najuzbudljivijeg odredišta za odmor u Europi i u skladu s time omogućavajući svojim turistima posjećivanje i istraživanje ljepota Hrvatske.

4.4. Miris soli - inovacije u promicanju charter turizma

Kako bi se mogao kreirati inovativan proizvod koji predstavlja sinergiju različitih oblika turizma u jedinstven proizvod charter turizma, potrebno je analizirati navike, potrebe i zahtjeve nautičara. Prema provedenim istraživanjima nautičari borave od četiri do sedam noćenja, čarteraši u prosjeku borave do osam noćenja, a ostali 13. Nadalje, dominantne aktivnosti nautičara na destinacijama su odlazak u kupovinu i restorane, a potom slijede odlasci u slastičarnice/ kafiće, izleti u nacionalne parkove/ zaštićena područja i dr. Na začelju su aktivnosti poput obilazaka vinskih cesta/ cesta maslinika, posjeti kazalištima/ priredbama te zabavnim parkovima.

Važno je naglasiti kako se nautička turistička ponuda proširila naspram one u 2012. (ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, prihvat u zračnoj luci/ transfer, prihvat u marini, ekološka očuvanost, prostorna distribucija marina, stanje broda, gastro ponuda u destinacijama, opskrba vodom, vezovi, uslužnost osoblja i dr.). Međutim, ponuda još uvijek nije na zavidnoj razini.

Ponuda integriranih proizvoda u charter ponudi prikazana u prethodnim poglavljima se može ocijeniti kao nedovoljna da zadovolji potrebe tržišta. Upravo zato se u nastavku prikazuje ideja o charter proizvodu koja bi se mogla realizirati u skorije vrijeme.

Naime, riječ je o sedmodnevnom putovanju (plovidbi) jadranskom obalom prilikom koje će se turisti se upoznati s kulturom i gastronomijom, no i drugim oblicima turizma koje nudi Hrvatska.

Turisti (do 8 osoba) bi se okupili u splitskoj luci. U luci bi ih dočekale dvije osobe koje bi im poželjele dobrodošlicu, upoznale s planom plovidbe te ih povelu na jahtu. Nakon što bi se turisti smjestili i popili piće dobrodošlice, započela bi plovidba pod nazivom Miris soli. Prvo odredište je otok Hvar. Otok Hvar je najsunčaniji hrvatski otok koji se ističe po bogatoj povijesti i kulturnom nasljeđu. Turisti bi po dolasku na Hvar upoznali se s Hvarom

kao enološkom prijestolnicom. Kako Hvar više od dvije tisuće godina njeguje vinarstvo, posebnost Hvara je da bi turisti vožnjom offroadom kroz krajolik otoka kojeg odlikuje dalmatinski krš, polja lavande, maslinici i vinogradi posjetili otočku vinariju. Bit je upoznati turiste s tradicijom hvarskih vinara, te educiranje o procesu pripreme vine od samog branja grožđa do njegovog posluživanja na stol. Nakon toga turisti imaju slobodno vrijeme za sebe – dva sata, te se u večernjim satima vraćaju na jahtu.

Sljedeće jutro plovidba bi se nastavila prema Šibeniku. U Šibeniku će turistima biti predstavljena kulturna baština Šibenika. Katedrala svetog Jakova u Šibeniku je jedno od najznačajnijih graditeljskih ostvarenja koje je od 2000. godine na UNESCO-voj listi svjetske kulturne baštine. Tvrđava svetog Nikole je renesansa građevina venecijanskog graditeljstva, te je značajan kulturni spomenik. Perivoj Roberta Visianija je jedan od najljepših parkova koji je spoj perivojne kulture i krajolika. Tvrđava Barone bila je izgrađena prvenstveno kao manja utvrda, a danas se doživljava kroz tehnologiju stvarnosti kroz oživljavanje likova, zvukova i prizora Šibenika iz 17. stoljeća. Sve su to kulturna obilježja Šibenika koja će biti predstavljena turistima. Nakon posjeta Šibeniku, obilasku njegovih kulturnih spomenika i parka, turisti imaju dva sata slobodno. Turistima je omogućeno i opuštanje u masaži, kao uslugama zdravstvenog turizma, te se u večernjim satima vraćaju na jahtu, gdje slijedi program prema dogovoru.

Treći dan putovanje se nastavlja prema Nacionalnom parku Kornati te Parku prirode Telašćica. Turisti bi imali priliku uživati u morskom plavetnilu, prolaziti pored najvećih uzgajališta ribe i školjaka. Jahta se zaustavlja u Parku prirode Telašćica gdje se nalazi slano morsko jezero koje je prema legendama ljekovito jezero. Turisti imaju dva sata za kupanje u jezeru i šetanju po parku. Nakon toga slijedio bi odlazak na privatni otok gdje bi turiste dočekao pripremljeni ručak lokalnih specijaliteta. Nakon ručka turisti imaju dva sata za kupanje u bistrom moru. Ovdje je turistima omogućeno i ronjenje sa školom ronjenja za početnike. Nakon toga plovidba bi se nastavila do mjesta na kojem obitavaju dupini. Jahta se usidrava ili noći u marini i nastavlja se zabava na putovanju prema dogovoru.

Četvrto jutro se nastavlja ka Zadru. Zadar je specifičan jadranski grad. U Zadru će turistima biti predstavljen Pozdrav suncu, Morske orgulje i hrvatsko najstarije sveučilište. Također, turisti će imati mogućnost da posjete Muzej stakla, Arheološki muzej, popnu se na zvonik svete Stošije, te prošetaju Kalelargom. Turisti se u večernjim satima vraćaju na jahtu, te slijedi program prema dogovoru.

Peto jutro krenulo bi se na otok Pag. Na otoku Pagu turisti bi imali organiziran ručak – specijalitet pašku janjetinu. Prilikom posjeta Pagu, organizirao bi se posjet sirani u kojoj bi turisti degustirali poznati paški sir, kao i u tvornicu soli, gdje bi zainteresirani mogli sudjelovati u određenim segmentima proizvodnje soli koju bi u konačnici ponijeli sa sobom nakon njene izrade. Također, po obilasku otoka, turisti bi posjetili radionicu izrade paške čipke koju bi također mogli ponijeti sa sobom. Navečer se organizira odlazak na Zrće, te slijedi povratak na jahtu.

Šesto jutro uključuje cjelodnevno kupanje i slobodne aktivnosti bez striktnog plana po dogovoru s gostima. To može uključiti obilazak obližnjih otoka ili razgledavanje. Na kraju dana brod se vraća u marinu u gradu Zadru, gdje gosti mogu skupa provesti cijelu večer po želji.

Sedmi dan gostiju napuštaju brod uz nekakav znak uspomene u prilog. Gostima se organizira prijevoz po potrebi do aerodroma.

Zaključno se može reći kako je predstavljeni proizvod spoj kulturnog, prirodnog, gastronomskog, avanturističkog, nautičkog i zdravstvenog turizma. Program je napravljen, tako da se na svakoj odredišnoj destinaciji uživa u određenom obliku turizma. Turisti svaki dan imaju vrijeme za kupanje i odmor, imaju organizirana tri obroka, dvije užine i neograničene količine pića. Spavanje svake večeri je na jahti. Uz navedeni program moguća su određena odstupanja u dogovoru s grupom turista. Zanimljivo je što će turisti s ovog putovanja ne samo ponijeti lijepe uspomene, već i suvenire/proizvode koje će sami izraditi.

Program će biti namijenjen najviše obiteljima i ponešto starijim gostima koji traže mirniji oblik provoda bez velikih grupa i tulumarenja. Cilj ovog programa je najviše upoznati i približiti ljude s raznolikom hrvatskom tradicijom koju ima za ponuditi, uz obilazak velikog područja Jadranskog akvatorija.

Putovanje je namijenjeno da bude jednosmjerno, no moguća je i kružna varijanta, ali s više uključenih dana u programu. Također, putovanje će se moći obavljati individualno, odnosno bez flote ili u grupi s još nekoliko drugih brodova s istim programom. Svaki brod imati će svog skipera i po potrebi hostesu ili pratitelja.

Cijena će biti fakturirana prema osobi odnosno ležaju, prema kabini ili prema cijelom brodu ukoliko ga iznajmljuje jedna grupa poznanika. Brod ne smije biti stariji od nekoliko

godina jer je u cilju pružati maksimalnu razinu udobnosti. U ponudi će biti razni modeli ponajviše Jeanneui, Bavarie i Lagooni svaki sa svojom individualnom cijenom ovisno o veličini. U cijenu će biti obavezno uključeno gorivo, hrana, piće, usluge skipera i hostese, ulaznike za atrakcije i poneke aktivnosti dok će zasebno plaćati hranu u restoranima ili aktivnosti koje nisu uključene u program.

5. ZAKLJUČAK

Nautički turizam kao grana turizma predstavlja jedan od važnih čimbenika za razvoj Hrvatske općenito, kako danas tako i u budućnosti. Konkurentnost Hrvatske kao nautičke destinacije očituje se u razvedenoj obali s tisuću otoka, pogodnim klimatskim okolnostima i mikro lokalitetima koji omogućavaju rekreativnu plovidbu cijele godine.

Izraz charter označava ugovor ili najam prijevoznog sredstva. U turističkoj industriji, charter ture su označile paket aranžmane koji se sastoje od unaprijed dogovorenih usluga, uključujući prijevoz, smještaj, obroke i mogućnosti pridruženih aktivnosti. Nudeći paket aranžmane po konkurentnim cijenama, jamčeći sigurnost kupaca i smanjujući potrebu pojedinca da organizira odmor, charter agencije su otvorile sve veći broj odredišta za prosječnog turista.

Analizom nautičkog turizma u Hrvatskoj, trendova i potražnje uočava se povećanje dolaska charter turista. Riječ je o turistima koji su visokoobrazovani s višim mjesečnim primanjima od prosječnih. Međutim, kada je riječ o ponudi u charter turizmu, Hrvatska još uvijek nije iskoristila dovoljno svoje potencijale. Različiti oblici turizma se mogu povezati s nautičkim turizmom s ciljem dobivanja jedinstvenog turističkog proizvoda.

U ponudi koja je danas dostupna, najviše je riječ o povezanosti s prirodnim u kulturnim turizmom. No, kako je to nedovoljno, u radu je dan i prijedlog sedmodnevne plovidbe gdje bi turistima bilo omogućeno konzumiranje različitih oblika turizma, kreativan rad, odnosno aktivan odmor.

Luke su u zadnjih pet godina poboljšale kvalitetu svojih osnovnih i dodatnih usluga, a Hrvatska svojom ponudom pokazuje da želi zadržati goste i pružiti im što bolju kvalitetu usluge. Elementi ljepote krajolika predstavljaju svijetle točke hrvatskog turizma i unatoč

nezadovoljstvu pojedinim drugim elementima, nautičari konkurentnost Hrvatske, u usporedbi s drugim mediteranskim zemljama, ocjenjuju izrazito visokom.

Sve češći i mnogobrojniji dolasci turista nautičara očituju se rastom potrošnje, a kroz potrošnju nautičara ostvaruju se brojni posredni i neposredni učinci za pojedine gospodarske subjekte i za gospodarstvo zemlje u cjelini.

Zaključno se može reći kako je uz navedeno potrebno da se potiče i obuka zapošljavanja vodiča mjesta koja se obilaze, kako bi se poboljšala vještina lokalnih vodiča u prezentaciji i interpretaciji prirodne i antropogene turističke ponude.

LITERATURA

1. Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokon, Split.
2. Favro, S., Kovačić, M. (2010): Nautički turizam i luke nautičkog turizma, Hidrografski institut Split, Split.
3. Geić, S. (2007): Organizacija turizma, Sveuc ilis te u Splitu, Split.
4. HTZ (2019): Nautički turizam, [Internet], dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2019-07/Nauticki%20turizam%20Hrvatske%20-%20nauticki%20charter%202018.pdf> [15.09.2019.]
5. Luković, T. (2007): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, 58 (11), str. 689-708.
6. Luković, T., Bilić, M. (2007): Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik.
7. Luković, T., Gržetić, Z. (2007): Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, HHI – Croatian Hydrographic Institute Split, Split 2007.
8. Ministarstvo turizma: Strategija razvoja nautičkog turizma, [Internet], dostupno na: <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf> [10.09.2019.]
9. Narodne novine (2019): Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine d.d., Zagreb, br. 25.
10. Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola, Split.
11. TOMAS istraživanja [Internet], dostupno na: <http://www.iztsg.hr/hr/institut/tomas-nautika/> [10.09.2019.]
12. Lamza Posavec, 2004: 153 - Lamza Posavec, V. (2004) *Metode društvenih istraživanja*, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, skripta, Zagreb.

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Broj nautičkih luka u Hrvatskoj od 2015. do 2018. godine	11
Graf 2. Nautički promet (dolasci i noćenja) od 2005. do 2017. godine	12
Graf 3. Sezonalna distribucija	13

SAŽETAK

Glavni cilj ovoga rada bio je dobiti jedan opći pogled na nautički turizam u segmentu chartera kao njene podgrane i istražiti karakteristike i posebnosti chartera kao neovisne grane turizma. Također, cilj je bio prikazati i njene nedostatke u vidu ponude, te potencijal za budući razvoj.

U prvom dijelu rada predstavljeni su problem i predmet istraživanja, postavljene su istraživačke hipoteze, ciljevi i doprinos rada. Teorijski je definiran nautički turizam, njegove karakteristike i razni oblici, a zatim pominje i charter turizam kao njegov poddio koji predstavlja glavni predmet ovoga rada. Predstavljeni su glavni pokazatelji smjera razvoja, trendovi i demografija gostiju ovog oblika turizma prema kojoj krojimo našu konačnu ponudu. U drugom dijelu rada navedeni su i definirani neki jedinstveni oblici integriranih proizvoda u charter turizmu kao primjer da je takav oblik poslovanja izrazito popularan i uspješan.

Na kraju rada predstavljen je prijedlog jedinstvenog paket putovanja i njegov cjelokupni itinerar koji upotpunjuje razne oblike turizma s charter turizmom. Ovim dijelom pokušano je ukazati na ogroman neiskorišten potencijal turizma zbog nemogućnosti sagledavanja široke slike i stvaranja integriranih turističkih proizvoda.

Ključne riječi: nautički turizam, charter turizam, integrirani proizvod

SUMMARY

The main objective of this study was to get a bigger picture of nautical tourism, especially in the area of the charter industry as its subbranch, its main characteristics and the specifics of charter as an independent industry. Apart from that, the goal was also to illuminate the main deficiencies in the area of supply and the potential for future development.

The first part of the paper presents the problem and the subject of the research, research hypotheses, goals and contribution of work have been set. The theoretical part of tourism, its main characteristics and different forms have been analyzed, as well as charter tourism which represents the main subject of this work. The work presents the main trends in development, as well as the demographic statistic of the charter guests. The second part of the paper presents and analyzes some good examples of unique integrated products in the charter industry, which shows that such a business model is extremely popular and successful.

The last part of the paper presents a proposal for a unique packet-trip and its entire itinerary which unifies different types of tourism with charter tourism. The goal of this part is to illuminate the untapped potential of tourism because of the inability to look at a bigger picture of tourism as a whole and the opportunity to create unique integrated tourism products.

Keywords: nautical tourism, charter tourism, integrated product