

ANALIZA POSLOVANJA HRVATSKIH MARINA U USPOREDBI S MARINAMA U SVIJETU

Vuksan, Tin

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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:124:157320>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-09**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA POSLOVANJA HRVATSKIH MARINA
U USPOREDBI S MARINAMA U SVIJETU**

Mentor:

izv.prof.dr.sc. Srećko Favro dipl.ing

Student:

Tin Vuksan

Split, Kolovoz 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
2. MARINA KORNATI (BIOGRAD).....	4
2.1. Povijest	4
2.2. Ekologija	4
2.3. Infrastruktura	4
2.4. Analiza prihoda marine Kornati.....	5
2.5. Servis marine Kornati	8
2.6. Prihod marine Kornati od nautičkog sajma.....	9
2.7. Prihod marine Kornati od parkinga vozila	11
3. MARINA PUNAT	12
3.1. Povijest	12
4. MARINA MANDALINA	15
5. MARINA FRAPA.....	18
5.1. Povijest	18
5.2. Infrastrukura	18
6. GLAVNE DESTINACIJE NA MEDITERANU ZA PRIHVAT PLOVILA .	19
7. LUKE ZAPADNOG MEDITERANA I ATLANTSKOG LUKA	22
7.1. Nautičke luke Španjolske.....	22
7.2. Nautičke luke Italije	25
7.3. Nautičke luke Francuske.....	30
7.3. Nautički turizam Grčke	32
8. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA	35

1.UVOD

Turizam se sastoji od skupa pojava i odnosa koji se odnose na putovanje i općenito na zadržavanje pojedinca na području koje nije njegovo prebivalište, a sve u svrhu neposlovnog putovanja pri čemu se turist javlja kao tržišni subjekt. Posjetitelj je svaka osoba koja putuje u neko mjesto izvan mjesta stalnog boravka u trajanju do godine dana, s bilo kojim ciljem putovanja osim obavljanja djelatnosti koja se plaća iz izvora u posjećenom mjestu, učenja, zasnivanja stalnog boravka i iseljenja.¹Jedna od grana turizma koja je u sklopu turističke ponude je nautički turizam. Nautički turizam se odnosi na boravak i plovidbu nautičara na plovnim objektima (jahta, brodica, brod), kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije. Iz gospodarskog pogleda, u nautičkom turizmu se objedinjuju različite gospodarske djelatnosti (ugostiteljstvo, smještaj, kupovina, najmovi i sl.). Isto tako, nautički turizam je veliki pokretač investicija u vidu nautičkih luka koje se iz godine u godinu šire diljem svijeta te tako stvaraju val novih investicija. Nautički turizam zauzima značajan udio u cjelokupnom svjetskom turizmu i kao takav predstavlja važan čimbenik razvoja svjetskog pomorskog i gospodarskog sustava. U ovom radu detaljno će se obraditi marina Kornati i njena struktura prihoda, dok će se spomeniti i ostale najbolje hrvatske marine. Također u drugom dijelu rada spomenit će se najbolje svjetske i europske marine te će se u zaključku povući paralela između spomenutih marina.

¹ Srećko Favro: Predavanje nautički turizam i poslovanje marina

2. MARINA KORNATI (BIOGRAD)

2.1. Povijest

Marina Kornati je izgrađena **1974. godine** od strane d.d. Ilirija te je jedna od najstarijih marina na području Republike Hrvatske . Također u marini Kornati je osnovana prva charter kompanija u Hrvatskoj sa flotom od 40 Elanovih plovila te se smatra jednom od pionira nautičkog turizma u Hrvatskoj.

2.2. Ekologija

Marina Kornati je zadovoljila najstrože međunarodne standarde zaštite okoliša i zaštita okoliša jedan je od njenih najvećih prioriteta o čemu već šest godina za redom svjedoči i Plava zastava kao simbol visokog standarda u zaštiti mora i priobalja.

2.3. Infrastruktura

U marini Kornati nalaze se 854 veza koji su rasprostranjeni na 15 gatova koji su opremljeni 24satnom strujom i vodom koji su osposobljeni za prijem plovila do 23 metra duljine. U samoj marini postoji usluga vađenja brodova širine do 7 metara te usluga travel lifta do 50 tona.

Slika 1. Marina Kornati



Izvor: Marina Kornati

U kooperaciji sa ostalim obrtima marina Kornati osigurala je svojim klijentima značajnu podršku u vidu održavanja plovila koji se rasprostire na ponudu od preko 150 zaposlenika unutar marine.

12 čarter kompanija je trenutno registrirano za obavljanje djelatnosti unutar marine Kornati koja je, kao što je poznato u nautičkom svijetu, neizostavna destinacija za svakog jedriličara.

2.4. Analiza prihoda marine Kornati

Analiza prihoda marine Kornati će se obavljati kroz niz segmenata, a za početak je bitno uočiti ukupni prihod koji je marina Kornati ostvarivala kroz godine, a kasnije ga proučiti kroz pojedine segmente.

Ukupni prihod

Tablica 2. Ukupni prihod marine Kornati

	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.
Ukupni prihod	40.604.415,75	39.096.158	40.514.609	39.468.201	37.173.035

Izvor: Ilirija izvješće o poslovanju

Marina Kornati bilježi postupni rast prihoda kroz razdoblje 2013./2017. osim u 2016. godini kad je prihod imao negativan trend, da bi se u 2017. ponovo vratio u pozitivan trend veći nego u 2015. godini. Marina Kornati je **od 2013. do 2017. povećala svoj ukupni prihod za 3,431,380 kn**. Ovaj pokazatelj označava pozitivno kretanje prihoda marine Kornati ukoliko gledamo ukupne prihode, dok kod pojedinih segmenata kretanje nije pozitivno.

Tablica 3. Prihod od ugovorenog godišnjeg veza

	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.
Broj vezova u marini	805	805	805	805	805
Ugovorena plovila	712	714	732	773	790
Prihod od ugovorenih plovila	27.491.171 kn	26.287.342 kn	26.533.781 kn	27.584.388 kn	25.291.581 kn

Izvor: Ilirija izvješće o poslovanju

Prvi negativni trend koji uočavamo u analizi prometa marine Kornati je **broj ugovorenih plovila na godišnjem vezu** koji je u 2017. manji nego u 2013. godini.

Marina Kornati u razdoblju od 2013. nije proširila kapacitete svojih vezova, odnosno broj vezova se zaustavio na 805 unatoč činjenici da se konkurentske marine šire svake godine sve više. Broj ugovorenih godišnjih plovila se postupno smanjivao za 78 plovila u usporedbi 2013. godine sa 2017. godinom. Kod analize prihoda od ugovorenih plovila vidljivo je da je prihod porastao za oko 8% u usporedbi 2013. i 2017. ,a cijena ugovornog veza je porasla kod svih dužina brodova za oko 10% po usporedbi 2013. i 2017. godine.²

Tablica 4. Čarter ili individualni godišnji ugovor

	2017.	2016.	2015.	2014.
Čarter	289	266	273	304
Individualni	423	448	459	469

Izvor: Ilirija izvješće o poslovanju

Kod analize ugovornih vezova može se uočiti **pad individualnih ugovora** za 46 ugovora u odnosu 2014. i 2017. godine, dok je **broj čarter ugovora smanjen** za 15 ugovora u 2017. u odnosu na 2014.³ Ovaj pokazatelj je izrazito bitan zbog odnosa marine sa godišnje ugovorenim individualnim klijentima koji su najčešće najveći potrošači u marinama. Pad ugovornih individualnih vezova je zabrinjavajući pokazatelj za marinu Kornati.

Iz ove tablice vidljiv je porast čarter ugovora u 2017. u odnosu na 2016. godinu, ali čarter kompanije su privatne osobe koje se ne vežu za neku marinu zbog preferencija marine ili zbog nužne kvalitete infrastrukture, nego se vežu za određenu marinu dokle god im marina osigurava niske cijene vezova. Velika razlika između čarter i privatnih gostiju je ta da su privatni gosti lojalniji ukoliko su zadovoljni s uslugom i cijenom unutar same marine, dok čarter kompanije gledaju isključivo svoju dobit, te nerijetko mijenjaju marine, stoga nije poželjno marinama se bazirati samo na čarter kompanije, a po ovim pokazateljima marina Kornati radi upravo to.

² <http://www.marinakornati.com/frontend/data/files/Marina%20Kornati%20cjenik%202018-FINAL.pdf>

³ Izvješće o poslovanju: Ilirija d.d. 2017.

Slika 2. Čarter u marini Kornati



Izvor: Marina Kornati

Tablica 4. Tranzitni ugovori

	2017.	2016.	2015.	2014.
Tranzitni vez - uplovljenje plovila	3.527	3.544	3.479	3.558
Tranzitni vez – noćenje plovila	12.144	12.463	11.793	12.347

Izvor: Ilirija izvješće o poslovanju

Marina Kornati je poznata kao tranzitna marina zbog blizine atraktivnog akvatorija, prije svega Nacionalnog parka Kornati, no i u tom segmentu bilježi negativan trend.

Slika 3. Nacionalni park Kornati



Izvor: Nacionalni park Kornati

Kod **analize tranzitnih ugovora** vidljivo je da je marina Kornati i u tom segmentu zabilježila **pad**, odnosno u 2014. godini je imala 31 više uplovljavanja plovila nego u 2017. godini. Noćenje plovila je isto tako nastavilo negativan trend te je u 2017. ostvareno 203 manje noćenja brodova nego u 2014. godini.

Gledajući ugovorne i tranzitne vezove, marina Kornati u oba segmenta bilježi negativan trend, odnosno pad potražnje u oba segmenta gledajući razdoblje od 2014. godine.

2.5. Servis marine Kornati

Marina Kornati u svom sastavu ima servisnu zonu za popravke, suhi vez i održavanje plovila. Suhi vez marine Kornati može primiti do 100 plovila koja se mogu održavati na istom. U sklopu servisne zone i suhog veza nalazi se dizalica na kojoj se vrše usluge dizanja/spuštanja plovila, od 10 tona i 50 tona nosivosti, a širina navoza je 7 m.

U sklopu servisne zone, nalaze se prijavljena 34 servisa koji su ovlašteni od strane marine Kornati za obavljanje servisa i održavanja plovila unutar područja marine Kornati.

Marina Kornati je ostvarila **negativan trend** i u ovom segmentu poslovanja koji proporcionalno pada u skladu s manjim prometom plovila u marini koja trebaju usluge dizalice i travel lifta.

Tablica 5. Tablica prihoda od lučkog servisa marine Kornati kroz 5 godina

	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.
Lučki servis	2.692.082	3.022.024	2.996.756	2.667.909	2.951.569

Izvor: Ilirija izvješće o poslovanju

Cijena lučkog servisa za brodove do 17 metara iznosi 535 eura po jednoj operaciji dizanja i dodatnih 90 eura za pranje plovila kompresorom. Ta **cijena se nije mijenjala** od 2013. godine što nam govori o vrlo lako uočljivom padu prometa u 2017. godini koji proporcionalno pada kao i sam promet plovila kroz marinu.

Slika 4. Servis zona marine Kornati

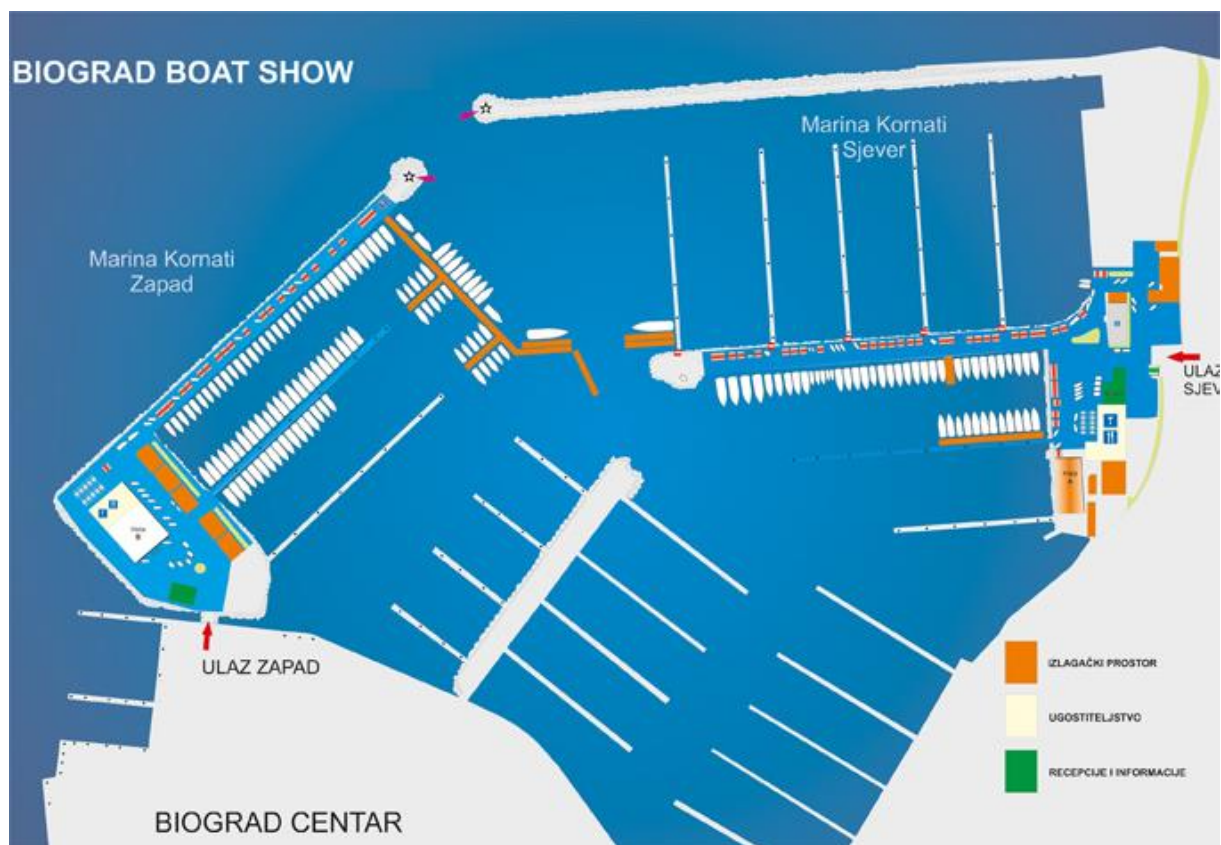


Izvor: Marina Kornati

2.6. Prihod marine Kornati od nautičkog sajma

Biograd Boat show naziv je nautičkog sajma koji se održava u marini Kornati već 20 godina. Sajam se održava svake godine u desetom mjesecu, a jubilarni 20 Biograd Boat Show će se održati u terminu od 18. do 21. listopada.

Slika 5. Plan nautičkog sajma u Biogradu



Izvor : Marina Kornati

Cijena izlaganja iznosi 290 kn po metru kvadratnom za vanjsku površinu, dok cijena u unutarnjoj hali iznosi 390 kn po metru kvadratnom. Ta relativno niska cijena za izlagače omogućila je domaćim manjim izlagačima da predstave svoje proizvode širokoj masi posjetitelja.

Tablica 6. Prihod marine Kornati od nautičkog sajma

	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.
Prihod	2.707.356	2.291.727	3.560.645	1.970.844	1.570.928

Biograd Boat show bilježi rast u 2017. godinu u odnosu na prethodnu, iako je taj iznos manji za 800 tisuća kuna nego iznos koji je zarađen od Biograd Boat Showa 2015. godine koji je ujedno bio najuspješniji sajam po prihodu Marine Kornati. Sajam 2018. godine je jubilarni 20. te marina Kornati može očekivati ponovni porastu prihoda u odnosu na 2017. godinu.

2.7. Prihod marine Kornati od parkinga vozila

Marina Kornati ima 24 satnu portu sa portirom na ulazu u marinu gdje započinje i sam parking marine Kornati. Parking je pod video nadzorom 24 sata te dosta gostiju koriste isti za parking svojih vozila. U marini ima 700 označenih parkirnih mjesta od kojih nije natkriveno niti jedno što je poražavajuća činjenica u usporedbi s drugim marinama koje imaju natkrivena parkirna mjesta i garaže za svoje klijente.

Ovo je još jedan segment poslovanja u kojem marina Kornati ostvaruje prihode, ali kao i ostali segmenti ima jako puno prostora za napredak.

Tablica 8. Prihod marine Kornati od parkinga

	2017.	2016.	2015.	2014.	2013.
Prihod od parkinga	1.971.217	1.921.380	1.908.116	2.001.774	1.958.053

Marina Kornati kroz razdoblje od 5 godina, ostvaruje oko 2 milijuna kuna prihoda od parkinga što varira kroz godine u rasponu od 100 tisuća kuna, u skladu s brojem gostiju. Pod prihode od parkinga spada i godišnja parkirna karta koju imaju svi servisi i čarter kompanije koje djeluju na području marine.

Cjenik marine se nije mijenjao kroz godine, te je cijena dnevnog parkinga za automobile ostala ista svih godina te iznosi 7 eura po autu. Prihod od ovog segmenta bi se mogao povećati ukoliko bi se uložilo u natkrivanje parkirnih mjesta što bi rezultiralo povećanjem cijene samog parkinga, a samim time i povećanjem prihoda od istog.

Slika 6. Parking marine Kornati



Slika 7. Parking marine Dalmacija



3. MARINA PUNAT

Marina Punat izgrađena je 1964. godine od kada i posluje, kontinuirano šireći djelatnost prihvata plovila. Od tada pa do danas marina Punat pozicionirala se kao jedna od većih i najopremljenijih marina na Jadranu.

Marina Punat locirana je na najsjevernijem otoku Sredozemlja – otoku Krku te predstavlja njegovo najjače odredište. Optimalna geografska pozicija marine na ključnim kopnenim i pomorskim putovima od sjevernog prema južnom Jadranu omogućuje joj vrhunsku prometnu povezanost s kopnom. Slijedom navedenoga, marina Punat profilirala se kao nezaobilazno odredište brojnih nautičara kojima je marina dostupna u svako doba godine bilo zračnim, cestovnim ili morskim putem. Zahvaljujući marini Punat, otok Krk najdostupniji je hrvatski otok pristupačan osobnim automobilom, autobusom, brodom i avionom, a najbliži željeznički kolodvor smješten je u Rijeci.⁴

3.1. Povijest

Razvitak Marine Punat moguće je podijeliti na tri ključna razdoblja⁵:

1. Razdoblje od 1964. do 1974. – razdoblje izgradnje Puntarskog brodogradilišta

⁴ Marina-punat.hr (2018) Destinacija za nautički odmor. Dostupno na: <https://www.marina-punat.hr/> (9.9.2018.)

⁵ Tzpunat.hr (2018) Nautika. Dostupno na: <http://www.tzpunat.hr/hr/turisticka-ponuda/nautika/> (9.9.2018.)

2. Razdoblje od 1975. do 1990. – razdoblje ulaganja i izgradnje marine Punat
3. Razdoblje od 1991. do danas – razdoblje pretvorbe, kvalitete i razvitka marine Punat.

Razdoblje izgradnje Puntarskog brodogradilišta

Dana 5. listopada 1964. godine potpisan je prvi ugovor o čuvanju i održavanju proizvedenih brodica, čiji su potpisnici bili William Robert Nesher i Davorin Žic. Zahvaljujući angažmanu i inicijativi inozemnih nautičara, iste godine započinje izgradnja prvih luka za prihvat nautičkih turista koji su svoja plovila odlučili ostaviti u Hrvatskoj na prezimljavanju. Tako su prve tri brodice ostavljene na prezimljavanju bile Athen, Belgrad i Cairo koje se ujedno smatraju iskrom jedne nove djelatnosti koju se nazivalo „zimovanje“.

Početak šezdesetih godina prošlog stoljeća Brodogradilište je u Puntu poslovalo pozitivno, no 1965. godine kada je potpisan ugovor o gradnji dviju jahti s grčkim brodovlasnicima – Evgenikon i Mirabelnakon, loša organizacija i nedostatak stručnog projektantskog kadra rezultiraju financijskim poteškoćama brodogradilišta kada se javlja ideja o ulasku u novu djelatnost – zimovanje jahti i čamaca domaćih i inozemnih brodovlasnika. Od tada pa do 1978. godine Marina Punat posluje u sastavu brodogradilišta Punat, a od 1978. godine djeluje samostalno prije svega zahvaljujući povećanoj nautičkoj potražnji koja je rezultirala obogaćenjem nautičke ponude i instaliranjem prihvatnih kapaciteta i nautičkih sadržaja, a krajnji je rezultat izgradnja prve hrvatske marine „Punat“.

Izgradnja marine „Punat“ označava početak razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, a danas su marina i brodogradilište neodvojivo povezani kao dva najznačajnija poduzeća u sastavu Marina Punat Grupe.⁶

Razdoblje najvećeg ulaganja i gradnje (1975. – 1990.)

Sredinom 70-tih godina prošlog stoljeća otklonjene su sumnje u opravdanost razvijanja nautičkog turizma u Puntarskoj dragi, a u narednih 15 godina marina je građena u osam faza. Specifičnost ove Marine sastoji se i u tome što je prvi puta u ovom slučaju odlučeno da će se gradnja financirati putem bankarskih kredita, a već je 1975. godine izgrađeno 450 vezova.

Bitna je i 1985. godina u kojoj je usvojen i danas poznati logotip marine, čiji je dizajner Sergio Gobbo predao idejno rješenje za zaštitni znak Marine s bracerom, ali grčkog podrijetla zbog čega je prihvatio prijedlog zaposlenika Marine da temelj grafičkog rješenja bude izvorna

⁶ Krk.hr (2018) Marina Punat. Dostupno na: http://www.krk.hr/smjestaj/Marina_Punat (9.9.2018.)

primorska hrvatska bracara te je od tada samo dotjerivan i nalazi se na svim ilustracijama Marine. Iste godine po prvi je put samostalno organizirana Međunarodna regata krstaša Punat 85, te je 2014. održana 30-ta jubilara regata u koju su se uključili brojni turistički radnici iz Punta i inozemstva.

Razdoblje od 1991. – danas

I u ratnim je uvjetima Marina nastavlja s ulaganjima u osnovna sredstva te podizanje kvalitete usluga. Novi program ulaganja sastojao se od slijedećih sadržaja:

- ugrađeni su kanalizacijski priključci objekata u Marini na kanalizacijski sustav Punta
- asfaltirani su cesta i plato uz more na sjevernom djelu Marine
- nabavljena je za Kanajt kuhinjska oprema Rade Končar i ostala nužna oprema za tu djelatnost
- projektne dokumentacije za sidrište Klimno ali taj projekt nikada nije ostvaren.

Godine 1999. Marina Punat je prva marina koja je potpisala s Vladom Republike Hrvatske Ugovor o koncesiji pomorskog dobra radi gospodarskog korištenja luke posebne namjene – luke nautičkog turizma te je dobila Koncesiju u skladu sa Zakonom na 32 godine.⁷

Marina Punat je među prvima marinama u Republici Hrvatskoj koja je primijenila i certificirala sustav kvalitete ISO 9001. Ovaj međunarodno priznat certifikat omogućio je Marini bolji nadzor procesa i troškova upravljanja, međusobno uredio odnose unutar organizacije i povećao učinkovitost i produktivnost. Spomenuti se certifikat izdaje u trajanju od tri godine, dok svakih šest mjeseci akreditirana certifikacijska kuća Bureau Veritas provodi nadzorne audite.

Marina je prva u Republici Hrvatskoj postavila uređaj pročišćavanje otpadnih voda proizvođača ACT koji pri pranju brodova odvaja sve nepoželjne čestice i odvodi ih na posebno odlagalište, što je izuzetno važno u pogledu i funkciji zaštite okoliša.

Godine 2007. formalno je potpisan društveni ugovor Marina Punat Grupe d.o.o., društva za upravljanje i ulaganje. Zadatak je društva bio upravljanje posredstvom direktora pojedinih povezanih Društava s cijelom Marina Punat Grupom, koja nije pravni subjekt.

Godine 2010. ostvaren je stoljetni san mnogih Puntara, jer je početkom godine Marina Punat Grupa postigla dogovor s Općinom Punat i Plovputom Split o početku radova na produbljivanju

⁷ Tzpunat.hr (2018) Nautika. Dostupno na: <http://www.tzpunat.hr/hr/turisticka-ponuda/nautika/> (9.9.2018.)

i proširenju plovnog kanala u Puntarsku dragu. Iskopani kanal je duži od 115 metara dužine, 15 metara širine i 5,5 metara dubine. Rezultati ovog pothvata zabilježeni su već prve godine zbog bolje cirkulacije i čišćeg mora u uvali. Postavljeni su svi pristupni mostići – fingeri (njih 19), na gat A5 čime se uvelike prilagodilo gostima vezivanje brodice, ulaz i izlaz s plovila, a mornarima olakšan posao održavanja veza.

Dana 24. siječnja 2012. ishodaena je Potvrda glavnog projekta čime je omogućen početak radova na rekonstrukciji i proširenju Marine Punat d. o. o.

Danas Marina Punat djeluje kao složeno dioničko društvo i ubraja se među najveće i najbolje hrvatske marine.



4. MARINA MANDALINA

Marina Šibenik d.o.o. poznatija pod nazivom Marina Mandalina, odnosno D-Marin, smještena je u Šibeniku. Osobitost je ove marine ta što je ista jedino odredište za super-jahte u Republici Hrvatskoj koje je u mogućnosti priveza jahti dugačkih do 140m dužine s mogućnošću pružanja brojnih usluga održavanja u susjednom brodogradilištu u blizini marine. Kapacitet marine čini 429 vezova u moru od kojih je 79 mjesta specijalno dizajnirano za privezivanja super jahti.⁸

⁸ Mandalinamarina.hr (2018) D-Marin, Marina Mandalina. Dostupno na: <http://www.mandalinamarina.hr/hr/marina/> (9.9.2018.)

D-Marin Marinas Grupa opredijelila se za jahting industriju u 2003. godini sa D-Marin Turgutreis marinom koja je locirana u Turskoj na poznatom poluotoku Bodrum. U 2009. godini grupaciji se pridružila i D-Marin Didim marina a u 2010. godini i D-Marin Gocek marina. U 2009. godini D-Marin Marinas se ulaskom Hrvatske u grupaciju s D-Marin Mandalina marinom i međunarodno proširila. Nakon D-Marin Mandalina marine u 2012. godini Dogus Grupi se pridružila i D-Marin Dalmacija marina i D-Marin Borik marina. D-Marin Grupa posjeduje 11,00% vlasništva jednog od najvećeg lanca marina na Mediteranu ACI (Adriatic Croatia International) sa 21 marinom.

Od početka 2012. godine, marinu je posjetio velik broj međunarodno priznatih super-jahti različitih veličina od 40-95 metara. Osim mogućnosti snažne opskrbe električnom energijom i uvjetima neograničenog korištenja gaza, Marina Mandalina se također preporučuje kao idealno mjesto za pristajanje super jahti od strane vlasti.

U prosincu 2012. godine ulazi u partnerstvo s Lamda Development i Kiriacoulis Mediterranean Cruises Shipping što je rezultiralo ulaskom u grupaciju svjetskih superjacht marina Flisvos marine, koja je treća premium marina destinacija u Grčkoj, Gouvia, Lefkas i Zea, čime se povećava ukupni kapacitet D-Marin na gotovo 9.000 vezova. D-Marin je vrlo brzo stvorila pravu mrežu super-jahti i marina povezujući mnoge svjetske prestižne „yachting“ destinacije, stvarajući vrhunski doživljaj i nove prilike za sve vlasnike jahti i goste.

U siječnju 2015. godine D -Marin Mandalina nagrađena je s pet Zlatnih sidra od strane Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske što ju izdvaja kao jedinu hrvatsku marinu nagrađenu tako visokom kategorijom.

Godine 2015. marina je dobitnica prestižne nagrade Američke akademije u ugostiteljskih znanosti, „Five Star Diamond“, a iste godine marina biva nagrađena Plavom zastavom kao garantom ekološke kompatibilnosti. U sklopu Marine djeluje i nautički centar za pružanje usluga u nautičkom turizmu a koji je ujedno i jedan od najpoznatijih i najuspješnijih nautičkih centara na području Republike Hrvatske.

Osim usluga iz područja nautičkog turizma i djelatnosti marina, predmet poslovanja Marine Mandaline je i⁹:

⁹ D-marin.com (2018) About us. Dostupno na: <http://www.d-marin.com/en/marinas/croatia/mandalina/about-us.aspx> (9.9.2018.)

- pružanje usluga u seljačkom, zdravstvenom, kongresnom, športskom, lovnom i drugim oblicima turizma, pružanje ostalih turističkih usluga;
- pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanje usluga smještaja;
- javni cestovni prijevoz putnika i tereta u unutarnjem i međunarodnom cestovnom prometu;
- pomorsko-tehničke i istraživačke usluge na moru i podmorju; - održavanje i popravak motornih vozila;
- iznajmljivanje i posredovanje u iznajmljivanju vozila (rent-a-car) i plovnih objekata, usluge skipera i sl;
- usluge putničke agencije;
- savjetovanje u vezi s poslovanjem i upravljanjem.

D-Marin Marina Grupa je poduzeće „Dogus Grupe“ , jednog od najvećih konglomerata u Turskoj. D-Marin Marinas Grupa nastoji ponuditi uglednu globalnu mrežu premium marina destinacija u istočnom dijelu Sredozemnog i Jadranskog mora, postavljajući nove standarde putem jedinstvenih usluga za korisnike, inovativne infrastrukture, izvrsne socijalne ustanove i specijalizirano osoblje.¹⁰



¹⁰ Marinafrapa.com (2018) O nama. Dostupno na: www.marinafrapa.com (9.9.2018.)

5. MARINA FRAPA

Marina Frapa smatra se jednom od suvremenijih hrvatskih marina. Smještena u Rogoznici, malom ribarskom mjestu između Šibenika i Splita, u privatnom vlasništvu i odredište od iznimnog značaja brojnim nautičarima i turistima.

5.1. Povijest

Izgradnja marine započela je 1992.godine, a prva su plovila, odnosno prvi nautičari, u istu uplovili već 1998.godine. Prvom od brojnih Plavih zastava odlikovana je 2001. godine a angažman marine nagrađen je i u sljedećim 2002., 2003., 2004., 2005., 2006., 2007., 2008., 2009., 2010., 2011.godinama.¹¹

Osim Plavom zastavom, marina je nagrađena i „Zlatnim jedrom“, brandom kvalitete, za najbolju jadransku marinu. Ovu je nagradu dobila 1999., 2000. i 2001.godine. Osim navedenoga, marina je višestruki dobitnik nagrada „Turistički cvijet-kvaliteta za Hrvatsku“, iznimno priznate nagrade koja se dodjeljuje odabranima na „Danima hrvatskog turizma“ svake godine nakon završetka turističke sezone. Marina je bila dobitnica 2003., 2004., 2005. i 2007.godine, da bi 2008.godine bila nagrađena posebnom nagradom „Kristalni cvijet“ u kategoriji „Najbolje marine Jadrana 2008.“, obzirom da je već četiri puta odnijela titulu najbolje marine hrvatskog Jadrana.

Dvije godine uzastopno, 2007.i 2008. godine, marina je dobitnica međunarodno uvažene nagrade „New Millenium Award“ koja se dodjeljuje za najbolje svjetske marine. Marina se odlikuje s više od stotinu specifičnih sadržaja za turiste-nautičare čime je svoju sezonu produžila za dva mjeseca. Kapacitet marine je 450 vezova u vodi i 150 na suhom.¹²

5.2. Infrastruktura

Govoreći o kategorizaciji, ova je iznimna marina kategorizirana s tri zvjezdice iz čega proizlazi kako je fokusirana na elitnu klijentelu sa zapada Europe. Centar marine čini izgrađeni otok na kojem je smješten jedan dio sadržaja kao što su recepcija, kontrolni toranj,

¹¹ Loc. cit.

¹² Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institute, Split., str. 336.

servis, 396 m dug tranzitni gat pogodan i za prihvat mega jahti, hotel „Otok“ i pripadajuće parkiralište, većina ugostiteljskih sadržaja te ostali prateći uslužno-poslovni objekti.¹³

U kompleksu se nalazi deset gatova i tranzitni gat s 450 vezova. Na kopnenom dijelu se nalazi hotel „Kopno”, otvoreni bazeni s noćnim klubom, bogati sportski centar, kongresne sale, parkiralište s videonadzorom. Od objekata i usluga tu su još: dva restorana, pizzeria, slastičarnica, tri bara, Champagne bar, kapetanski klub, vinoteka, otvoreni bazen, beauty studio, trgovina, čokoladarnica, trgovina nautičke robe, gift shopovi, benzinska crpka i slično. Od sportskih sadržaja tu su squash, fitness centar, kuglana, stolni tenis, tenis, balote, veliki šah i sala za biljar. Marina organizira i tematske izlete i radionice te kulturne izlete. Marina posluje tijekom cijele godine.



6. GLAVNE DESTINACIJE NA MEDITERANU ZA PRIHVAT PLOVILA

Prihvat plovila na mediteranskom se području odvija u brojnim lukama odnosno zemljama, od Španjolske, Portugala, Francuske, Engleske i Italije, pa sve do Grčke, Turske, Cipra i Malte. Navedene mediteranske luke svoju su infrastrukturu, prilagođenu razvoju nautike, razvijale stoljećima, a gotovo su sve gore spomenute zemlje okarakterizirane kao pomorske, sa

¹³ Marinafrapa.com (2018) O nama. Dostupno na: www.marinafrapa.com (9.9.2018.)

snažnim pomorskim flotama i stanovništvom odraslim uz more. Za najveći je broj tih zemalja Mediteran životni izazov i potreba.¹⁴

Kao luke od većeg značaja smještene na zapadnoj mediteranskoj obali izdvajaju se Španjolska i Portugal, ujedno i dvije zemlje koje povezuju kružna ili kruzing putovanja oceanskog tipa s mediteranskim rutama. Nautičke usluge tih zemalja su, prema podacima Nautical sport club iz Londona, na zadovoljavajućoj razini, a nautičarima se savjetuje da prije nego što krenu ka oceanima, u lučkim ispostavama i marinama naavedenih dvaju zemalja obave popunu svojih zaliha, ali i zatraže sve vrste savjeta neophodne za duže plovidbe. Nadalje, najveća su nautička sjedišta smještena u Barceloni i Veneciji, obalnim gradovima. S druge strane Portugal se odlikuje snažnim nautičkim bazama na Azorima i Castelu Brancu. Bitno je naglasiti kako Španjolska posjeduje morsku obalu dužine 4.964 kilometra, a Portugal 1.793 kilometra.¹⁵

Govoreći o Gibraltaru, u istome je smješteno čak nekoliko nautičkih centara uspostavljenih od strane Engleza za prihvata i opskrbu svojih plovnih jedinica, a danas su na raspolaganju svim nautičarima. Nautički centri izvori su informacija o svim vrstama plovila a, s druge strane obala ovih zemalja nalaze se nautički centri u Maroku, Alžiru i Tunisu, u tamošnjim lukama. Ipak, ove je luke mudrije izbjegavati, osim u slučaju nužde.

Za navedenim nema ni pretjerane potrebe, jer je Francuska putem nekoliko velikih luka, prije svega Marseillesa, u mogućnosti pružiti nautičaru svaku potrebitu uslugu i opskrbu. Dužina morske granice je 3.427 kilometara, a kvaliteta radova je zajamčena, iz razloga što su sve marine i lučke instalacije pod strogom kontrolom države. Iz Marseillesa se organiziraju velika putovanja prema drugim kontinentima, ali i kružna putovanja Mediteranom. Tamo je smješten i jedan od najvećih mediteranskih centara nautičkog turizma. Uz navedeno djeluju nautičke baze u Lionu, Nici i Le Havreu. Italija je sa svojim lukama i marinama, od Tirenskog do Jadranskog mora, pomorska sila velikog formata, a zemlja raspolaže s iznimnim brojem plovnih jedinica a u njezinim nautičkim centrima može se obaviti svaki popravak plovnog objekta, te dobiti svaku traženu uslugu. Iz Venecije, Genove i drugih pomorskih gradova moguće je ostvariti prijevoz brodom u bilo koji dio svijeta. Italija posjeduje snažnu pomorsku flotu uz veliki broj privatnih plovila za osobna putovanja, a vrlo su razvijena i charter putovanja, kao i iznajmljivanje jahti i drugih manjih plovnih jedinica. Dužina talijanske

¹⁴ Gračan, D., Alkier Radnić, R., Vizjak, A. (2007) Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu (2007) Pomorski zbornik 44 (1), str. 128.

¹⁵ Ibid., str. 129.

morske obale je 4.996 kilometara, s relevantnijim nautičkim bazama iz Trsta, Venecije, Genove, Napulja, te na Siciliji i Sardiniji.

Još dvije zemlje s razvijenim nautičkim turizmom su Cipar i Malta, u kojima je moguće nabaviti svu potrebnu opremu za opskrbu plovila, kao i obaviti popravak u slučaju potrebe. Kroz Cipar i Maltu prolaze gotovo svi koji kreću kroz Sueski kanal, a stalno je pristajalište i za sva kružna putovanja u mediteranskom akvatoriju. Osim toga, i Cipar i Malta su osobito istaknute svojim povijesno kulturnim naslijeđem, a u svakoj od marina u tom području je moguće iznajmiti plovilo sa i bez posade.

Još jedna zemlja koja je od davnina poznata kao pomorska, svakako je Grčka u kojoj gotovo svako obalno mjesto posjeduje svoje пристаниште, a marine i drugi nautički centri nalaze se na svakih pedesetak kilometara. Najpoznatiji nautički centri smješteni su u Pireju, u kojem je nautičaru moguće dobiti svaku potrebnu uslugu. Uz iznimne povijesno kulturne vrijednosti i baštinu mogu se iznajmiti plovila svake vrsti te ploviti otočkim akvatorijem. Dužina morske obale 13.676 kilometara. Važnije nautičke baze nalaze se u Ateni, Solunu, Janini, Patrasu i Pireju.¹⁶

Arapski dio Mediterana, isključujući Egipat, nije osobito interesantan, a donedavno je bio potpuno nezgodan za plovidbu, radi pustinje, niske muljevite obale, bez specijalnih znamenitosti, no pod kontinuiranom ratnom opasnosti.

Govoreći o Egiptu, bitno je naglasiti kako su nautički centri otvoreni pod utjecajem Engleza, a kao poznatiji se ističe nautički centar u Aleksandriji te onaj na Suez. Aleksandrija je poznata kao пристаниште još iz doba faraona, kada se iz iste kretalo na putovanja izvan Afrike. Gotovo sva organizirana kružna putovanja Mediteranom dotiču ta mjesta u Egiptu. Pojedinačni nautičari na tim mjestima mogu dobiti svu potrebnu uslugu za svoja plovila.¹⁷

Govoreći o formalno pravnom uređenju, bitno je naglasiti kako razvijene mediteranske zemlje kao što su Španjolska, Francuska i Italija, imaju stare zakone i učinkovite sustave za donošenje istih. Nadalje, u tim se zemljama osobita pozornost posvećuje radu na suvremenim zakonskim regulativama iz područja nautičkog turizma. Sustav donošenja zakonskih akata, uz njihovo testiranje, smanjenje rizika i poteškoća koje je moguće izazvati nespretnim

¹⁶ Ibid., str. 129.

¹⁷ Ibid., str. 130.

formuliranjem, često je važniji i od samog zakona. Manje razvijene zemlje ne akceptiraju taj problem te stvaraju visoki stupanj zakonske nesigurnosti i neefikasnosti donesenih zakona. Usklađivanje razvoja, koje nameće povezivanje ekonomskog i zakonskog sustava na europskoj razini, omogućit će brži razvitak gospodarstva pomorskih zemalja. Taj sklad na širem tržišnom području, u osnovi, treba povezati europske zemlje, pri čemu će se profilirati i nautički turizam.

7. LUKE ZAPADNOG MEDITERANA I ATLANTSKOG LUKA

Italija, Francuska, Španjolska i Portugal čine regiju Zapadnog Mediterana i Atlantskog luka. Najveća luka regije, prema ostvarenom prometu, je luka Marseille (FR), a slijede je Le Havre (FR), Algeciras (ESP), Dunkerque (FR) i Taranto (IT).¹⁸

Portugalske luke ostvarenim prometom uvelike zaostaju u odnosu na ostale luke u regiji. S druge strane, gospodarstva Italije, Francuske i Španjolske su među najrazvijenijima u Europi, a luke u tim zemljama imaju veliki udio u ukupnom prometu europskih luka te se ubrajaju u najopremljenije i tehnološki najnaprednije luke.

Ipak, neovisno o tome što raspolažu suvremenom infrastrukturom i suprastrukturom, te luke se, također, suočavaju s problemima u poslovanju što se prije svega odnosi na potrebu za kontinuiranim investiranjem u proširenje lučkih kapaciteta, kao i na investiranje u obnovu i širenje kopnenih prometnica koje ih povezuju sa zaleđem. Važan učinak na količinu prometa ima okolnost da lukama upravljaju državna tijela, no ipak koncesije nad pojedinim terminalima u rukama su privatnih operatera. Za luke to znači veće tržište, veći promet i veću konkurentnost.

7.1. Nautičke luke Španjolske

Španjolska nema specijalan zakon koji isključivo uređuje područje nautičkog turizma pa se kroz druge zakonske akte rješavaju problemi nautičkog turizma. Nadalje, španjolske su marine među najstarijima na Mediteranu, stoga su mnoge koncesije prošle polovinu vremena korištenja (više od 25 godina). Ipak, unatoč tomu investiranje se nije zaustavilo, prije svega jer je država, u pravilu, većinski partner u procesu ulaganja (oko 50%), što je ujedno i

¹⁸ Optimar- Benchmarking strategic options for European shipping and for the European maritime transport system in the horizon 2008-2018, Lloyd's Register, Farplay, 2008., str. 79

garancija da su sredstva privatnih ulagača zaštićena. Opisana aktivna politika Španjolske ne samo da državu čini aktivnim partnerom, nego i sudionikom u procesu poticanja razvoja nautičkog turizma.¹⁹

Turistička se djelatnost u Španjolskoj tretira kao opće društvena djelatnost od osobitog interesa, zbog čega se tom gospodarskom segmentu posvećuje osobita državna pozornost. Takav oblik gospodarskog razvoja potiče se u deset primorskih regija koje se sve uspješno razvijaju. S druge strane u marinama potpuno privatnih interesa, također se primjerena pozornost pridaje interesima domicilnog stanovništva te se nastoji uskladiti interese privatnog kapitala i interese domaćih stanovnika te njihov međusobni suživot.²⁰

Nautički turizam Španjolske razvija se u uvjetima razvijenog gospodarstva s bruto nacionalnim dohotkom od oko 22.000 američkih dolara po stanovniku i konstantno je u porastu. Španjolska se proteže na 7.880 metara obale koja zbog svoje razvedenosti u velikoj mjeri utječe na razvoj nautičkog turizma. Slično kao što je to slučaj s drugim mediteranskim zemljama, i u Španjolskoj su kapaciteti daleko manji od potražnje te se praktično na dnevnoj bazi izgrađuju nove marine, nadograđuju postojeće ili se pak podiže razina usluga u marinama. Veće marine su najčešće bliže velikim gradovima, a u posljednjih nekoliko godina popularno je i povezivanje većeg broja marina u jednu, čime se smanjuje ukupan broj marina na tom prostoru. Razlog navedenome je pojava tzv. mega jahti koje pristižu s područja Atlantika u znatno većem broju nego u ostale zemlje, a upravo zbog toga je Španjolska bilježi marine s najvećim rasponom u broju vezova na Mediteranu.

U Španjolskoj je smještena najveća marina na Mediteranu i u Europi, marina „Empuriabrava“ koja raspolaže s oko 5.000 vezova od čega je 700 vezova za mega jahte iznad 26 metara dužine. Španjolska se odlikuje najkvalitetnijim regionalnim sustavom praćenja stanja i razvoja nautičkog turizma Europe. Slijedom navedenoga se potražnja za kapacitetima marina, osobito u sezoni, procjenjuje na veličine koje uvelike prelaze postojeće kapacitete, što je temelj ubrzanom razvoju i rastu.²¹

Stupanj gospodarske iskorištenosti lučkih kapaciteta u Španjolskoj je vrlo dobar i nema većih oscilacija, no s druge strane svaka nautička luka posjeduje određeni dio vezova za

¹⁹ Dundović, Č., Kovačić, M. (2004) Komparativna analiza organizacijskih modela sjevernojadranskih nautičkih luka, 42 (1), str. 225.

²⁰ Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str.303.

²¹ Ibid., str. 267.

komercijalno poslovanje, sportske aktivnosti te za lokalno stanovništvo. Kapaciteti marina kao najvažniji dio nautičkog turizma nisu adekvatni za podmirenje potreba nautičara, što osobito dolazi do izražaja u vrijeme sezone. Navedeno predstavlja priliku razvoju poduzetništva, koje se može veoma uspješno razvijati na poslovima razvoja nautičkog turizma, jer kronično nedostaju nautičko turistički kapaciteti, a što dugoročno otvara mogućnost poduzetničke izgradnje marina i marinskih usluga.

Kapaciteti marina kreću se od 300 do 700 vezova, uz prevladavanje onih od oko 400 vezova, a opremljene su svom potrebnom opremom te restoranima, trgovinama i slično. U nekima su gostima na raspolaganju manji hoteli i apartmani, a smještajni kapaciteti udovoljavaju kriterijima urednosti i pristupačnosti.

U velikim se gradovima uz more nalaze marine namijenjene mega jahtama, kapaciteta od 1.000 vezova. Primjer takve marine je mega marina u Barceloni koja posjeduje jednu veliku privatnu marinu s 1.600 vezova podijeljenu u dvije manje marine, a koju koriste nautičari iz cijele Europe.

Osim marina u Barceloni, značajna je marina Port Ginesta koja raspolaže s 1.000 vezova u moru, te vrsnom opremom na obali. Najveća španjolska, ali i europska marina je Empuriabrava koja posjeduje 5.000 vezova u moru, od toga 700 vezova na obali.²²

Prema starosnom kriteriju, španjolske su marine među najstarijima u Europi, a iste posluju, kako je već spomenuto, temeljem dodijeljenih koncesija koje su sklopljene na razdoblje od 50 godina, a mnoge od njih su ostvarile preko polovice vremena korištenja, glede iznimno dobrog modela zajedničkih ulaganja u marine, te dobrih poslovnih rezultata, investitori i dalje vrše ulaganja u njihovo daljnje širenje i poslovanje.

Većinski ulagač u izgradnji marina je država, u omjeru od oko 50 posto ulaganja, a na taj se način osiguravaju i privatni financijski ulagači, jer se time opasnost od financijskog rizika za ulagače uvelike minimalizira.

Iskorištenost obale je maksimalna, a nebrojeni su primjeri suživota industrije i turizma, uz strogo poštivanje zaštite prirode u okruženju. Duž cijele obale izgrađena je suvremena cestovna i željeznička mreža, dobro povezana s europskim putnim pravcima.. Uzevši u obzir da se Španjolska nalazi na obalama dvije velike vodene površine, normalno je očekivati

²² Ibid., str. 303.

snažnije poslovno čarter angažiranje, dok se za takav trend već pripremaju vodeće španjolske turističke institucije.²³

Iz navedenoga se lako daje naslutiti kako na turizam u Španjolskoj otpada desetina ukupnih gospodarskih aktivnosti, a iz godine u godinu sve bolji rezultati značajan su poticaj španjolskom gospodarstvu. Što se tiče turista u Španjolskoj dominiraju britanski turisti a slijede Nijemci i Francuzi.

Kruzing se u Španjolskoj razvija u okviru poslovanja kruzing poduzeća ili velikih korporacija, a posrednici u tom poslovanju su mala i srednja poduzeća. Daljnji nautički razvoj kruzinga u Španjolskoj uvelike je ovisan o poslovnim rezultatima koje će ostvariti kruzing luke te njihovom daljnjem razvoju, a koje se nalazi u Barceloni, Toledu, Malagi, Valenciji, Palma Malorci, Almeriji i Gibraltaru. U Španjolskoj se planski ne razvijaju veliki kruzer sustavi i velika kruzer plovila, već se više razvijaju kapaciteti za prihvat kruzer plovila i pružanje turističkih usluga korisnicima-turistima. Najpoznatija kruzing poduzeća su Pullmatur Cruceros, koji posjeduje četiri kruzer plovila srednje veličine, Spanish Cruise Une sa sjedištem u Madridu, a poslovanje vrši jednim srednje velikim plovilom, te Viajes Iberojet, S.A.- Iberojet Cruseros koji posjeduje za korištenje četiri srednje velika plovila.²⁴

7.2. Nautičke luke Italije

Suvremeni nautički turizam se u Italiji javio u razdoblju između dva svjetska rata, a začetci se razvoja talijanskog nautičkog turizma vežu uz osnivanje jedriličarskih klubova i mnogih regatnih natjecanja. Baš kao i u ostalim mediteranskim zemljama, šezdesetih godina 20. stoljeća i u Italiji nautički turizam doživljava svoj procvat.

Prvi jači poticaj razvoju nautičkog turizma Italije dala je Okružnica Ministarstva trgovačke mornarice 1970. g., kada je omogućena izgradnja marina pomoću koncesija na općem dobru što se sve više razvija, većim dijelom i zbog državnih poticaja. S tim u svezi, sve veći broj plovila, kao i interes države i poslovnih krugova za razvoj nautičkog turizma pogodovao je izgradnji velikog broja luka namijenjenih nautičkom turizmu.²⁵

²³ Ibid., str. 304.

²⁴ Ibid., str. 304.

²⁵ Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str.301.

Duga obala, izniman broj povijesnih i kulturnih spomenika, kao i adekvatna nautička infrastruktura snažan su poticaj razvoja nautičkog turizma. Optimalne uvjete za razvoj nautičkog turizma u Italiji nalazimo na obali Campagnie, jer je razvedenija od drugih obalnih dijelova. Na spomenutom se dijelu obale posebno ističu dijelovi Gaetskog, Napuljskog i Salemskog zaljeva. Drugi dio talijanske obale nema značajnije pogodnosti za razvoj nautičkog turizma, jer je obala jednolična. Koeficijent razvedenosti talijanske obale iznosi 1,4, dok koeficijent istočne jadranske obale iznosi čak 9,9.

Na cjelokupnoj talijanskoj obali nalazimo samo jednu otočna skupina Tremiti i otok Pianosa, smješteni na poluotoku Monte Gargano. U slučaju nevremena nautičari su u mogućnosti zakloniti se zajedno s plovilima u zavjetrinu otoka Tremiti. Na žalost, ostala su sidrišta uglavnom slabo zaštićena od nevremena. Glede velikih količina slatke, a zagađene vode i industrijskog otpada iz najsnažnije industrijske talijanske regije najveći dio sjeverne talijanske obale je zamućen i izuzetno ekološki zagađen.

Italija zauzima važno mjesto u kategoriji europskog nautičkog turizma a osim toga, Italija je, uz Grčku, zemlja s najviše morske obale u Europi. Dužina morske obale Italije iznosi oko 8.500 kilometara s otocima, što je čini zemljom s najvećim obalnim kapacitetima. Iako ima najviše obale, u njoj nije razmjerno tome razvijen nautički turizam. Neovisno o tome što Italija nije najveća nautička zemlja u Europi, nalazi se u društvu razvijenih.²⁶

Uzevši u obzir prisutnost velikih gospodarskih razlika između sjevera i juga Italije, često je izbijanje politički uvjetovanih sukoba pa je samim time teško govoriti o nekoj zajedničkoj razvojnoj politici unutar nautičkog turizma Italije. Prema nekim naznakama nastoji se politiku razvoja nautičkog turizma diferencirati od općeg turističkog razvoja zemlje iz razloga što se razvoj nautičkog turizma u Italiji nastoji identificirati s povijesnim i kulturnim razvojem pojedinih gradova i u istima se razvija.

Italija je razvila veliku cestovnu mrežu dugačku 320.000 kilometara, od koje su 6.400 kilometara moderne autoceste. S druge strane, svaki od obalnih gradova svih mora smještenih oko Italije dobro je povezano mrežom putova i putovanje vozilom od jednog do drugog mora ne može trajati više od sat vremena vožnje. Razvijena mreža putova u velikoj mjeri pomaže

²⁶ Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str.165.

razvoj nautičkog turizma, osobito u južnim dijelovima zemlje do kojih je moguće stići relativno brzo.

Razvoj nautičkog turizma u južnim dijelovima Italije uvelike pomaže razvoj tih inače nerazvijenih dijelova zemlje, prije svega riječ je o Siciliji i Sardiniji, u kojima se zahvaljujući razvoju nautičkog turizma generiraju nova radna mjesta lokalnom stanovništvu čime se potiče razvoj njihovih regija. Primjera radi, na Siciliji, Sardiniji i drugim otocima danas se grade iznimne marine opremljene svim potrebnim uređajima i nautičkom opremom, kao i visokom razinom turističke ponude.

Država omogućava pravo koncesije koja se u Italiji odobrava na vremenski period od 30 do 50 godina, a koncesije se za marine daju na razdoblje od 50 godina. S obzirom na to da jadranska obala nije primjerena za gradnju marina klasičnih oblika, na tom se obalnom dijelu grade marine tipa - izvučene marine, tj. marine se grade u moru te se nakon izgradnje spajaju s obalom putem nasipavanja mora.

Osnovne značajke luka nautičkog turizma Italije rezultat su dulje tradicije nautičkog turizma. Najčešći kapacitet marina je 400 vezova, no taj se taj prosjek povećava sve većim ulaganjima, pri čemu se uočava razlika u razvijenosti nautičkog turizma na sjevernom, srednjem i južnom dijelu Apeninskog poluotoka. Na sjevernom su dijelu smještene brojne različito opremljene marine. Tako su nove marine opremljene na najvišoj razini, dok su starije u fazi rekonstrukcije ili pak u fazi privatizacije.

Privatizacijski se proces odvija različitim intenzitetom, tako se na sjeveru završava, a na jugu započinje. Gradnja marina u sjevernom dijelu Italije, koji čini obalni pojas Jadrana, podređena je muljevitom morskom dnu koje je nastalo pod utjecajem rijeke Po. Tu su osnovni infrastrukturni objekti – gatovi marine jednostavne konstrukcije (grade se pomoću velikih drvenih stupova koji se zabijaju u muljevito dno). Opisani oblik gradnje marina nestaje u srednjem dijelu Italije u kojem se marine grade kao i u ostalim dijelovima Mediterana, odnosno dominiraju pontoni.

Ulagачi u marine su domaći investitori – individualni ili velike financijske kompanije (osobito se ističe ulaganje financijske kompanije GMBH). Tako je, primjerice, na Sardiniji Agakan izgradio marinu istoimenog naziva, pri čemu je država poduprla gradnju, želeći na taj način potaći razvoj nerazvijenog juga Italije.

Između investitora i države gotovo da nema uzročne veze, odnosno politika je potpuno odvojena od poduzetništva. Odnos između poduzeća i države egzistira na način da država vrlo adekvatno ispunjava svoje obveze. Pomorsko dobro sve više gubi tutorstvo države i može se u investicijama koristiti kao hipoteka banaka.

U sjevernom dijelu u marinama prevladava njemački kapital, dok se na jugu struktura mijenja te prevladava domaći kapital. Poslovanje plovilima (charter) najčešće je u nadležnosti malih privatnih poduzeća koja opstaju temeljem poreskih rasterećenja.²⁷

Tablica 8. Broj vezova u Italiji, raspoređen prema regijama

REGIJA	MARINA	LUKA	PRIVEZIŠTE	UKUPNO
Liguria	13.989	8.483	2.186	24.658
Toscana	10.517	6.737	2.901	20.155
Lazio	1.148	5.226	1.291	7.665
Campania	8.634	5.320	1.050	15.004
Calabria	2.026	764	329	3.119
Puglia	7.289	2.042	1.526	10.857
Molise	288	-	-	288
Abruzzo	391	2.207	105	2.703
Marche	1.228	3.917	3.098	5.145
Emilia Romagna	2.733	2.610	11	5.354
Veneto	59	3.580	-	3.639
Friuli V.G.	5.432	7.188	3.349	15.969
Sardegna	5.368	7.643	140	13.151
Sicilia	6.582	5.165	2.102	13.849
UKUPNO	65.684	60.882	14.990	141.556
UDIO	46,4%	43,0%	10,6%	100,0%

Izvor: <http://www.ucina.net/en/>

Najveći je broj vezova, kako je to prikazano tablicom, smješten u marinama (46,4%), dok se gotovo podjednak broj vezova nalazi u lukama nautičkog turizma (43%), odnosno 60.882 veza. Znatno manji broj vezova nalazi se u privezištima, gdje je od ukupnog broja smješteno samo 10,6% svih vezova, što daje brojku od 14.990 vezova.

Najvažnije osobine marina u Italiji mogu se sabrati u nekoliko važnih odlika:

- talijanske marine imaju prosječno oko 450 vezova, dok se stalnim ulaganjima u infrastrukturu nastoji taj broj povećati,

²⁷ Dundović, Č., Kovačić, M. (2004) Komparativna analiza organizacijskih modela sjevernojadranskih nautičkih luka, 42 (1), str. 225-226.

- razlika u razvijenosti nautičkog turizma Italije polazeći od sjevera prema jugu je razvidno velika.

U sjevernom dijelu Italije i to u dijelu Jadranskog mora prema Mediteranu smješten je čitav niz različito opremljenih marinskih kapaciteta, izgrađenih u ranijem vremenu nautičkog razvoja, u koje se vrše kontinuirana ulaganja s ciljem njihova osuvremenjivanja, a provodi se i njihova privatizacija. Novoizgrađene se marine, s drugu strane, odlikuju visokom razinom opremljenosti.²⁸

Nautičari u Italiju dolaze iz brojnih razloga, a prije svega radi interesa za povijesnu i kulturnu ostavštinu. U nautičkom turizmu ostvaruje se visoka razina tranzita, s tim da se većina plovila sklanja u marine glede vremenskih nepogoda.²⁹

Nautička flota u Italiji bilježi snažniji rast prodaje plovila od drugih nautičkih mediteranskih zemalja. Na talijanskom tržištu plovila dominiraju kupci iz Njemačke, koji kupuju razne vrste talijanskih plovila, što je potaklo provođenje dodatnih istraživanja na području marketinga. Ispitivanja se odnose na to koje su vrste plovila tražene na tržištu i koje su potrebne osobite plovila, s ciljem održavanja plasmana na tržištu plovila.

Pri procjenama budućeg razvoja nautičkog turizma, tržište na kojem se odvija ponuda marinskih usluga u Italiji, posjeduje više nego je to slučaj u Francuskoj i Španjolskoj osobine potencijalnog tržišta, posebice promatrano s aspekta ulaganja nautičkog turizma. Navedeno se odnosi na cijelu obalu, a osobito na jug Italije.

Italija posjeduje drugu po dužini obalu na Mediteranu, ali po izgrađenosti obalnih resursa još nije dostigla Francusku. U Italiji se potražnja za nautičkim vezovima kreće u veličini od oko 100.000 vezova, a toliku količinu je potrebno postupno i izgraditi.

Na osnovi realnog sagledavanja nautičkih mogućnosti u Italiji bi se u narednom vremenu od deset godina trebalo izgraditi više marina, koje bi trebale ponuditi tržištu preko 250.000 vezova. Ova zamisao trebala bi se ostvariti proširenjem sadašnjih kapaciteta marina na sjeveru Italije, gdje Italija posjeduje znatne prirodne resurse, daleko veće nego njezini glavni konkurenti, Francuska, Grčka, Francuska i Španjolska. Razlog takve strateške politike sastoji se u tome, jer se prilikom izgradnje ranijih marina uzela u obzir mogućnost njihova naknadna

²⁸ Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str. 165.

²⁹ Ibid., str. 166.

proširenja te se ostavio određeni prostor, koji se sada nastoji popuniti. Uz navede aktivnosti u Italiji se planira izgradnja potpuno novih marina na jugu Italije kao i na otocima.

7.3. Nautičke luke Francuske

Francuska je danas druga svjetska turistička velesila koja svoju nautičku flotu razvija na dvije obale, Mediteranskoj i Atlantskoj, a nautički su centri izgrađeni duž čitave francuske mediteranske obale. Tijekom cijele godine svi su raspoloživi kapaciteti u nautičkim centrima popunjeni, a osobito je teško naći slobodno mjesto tijekom ljetne sezone. Francuski nautički turizam je iznimno razvijen, čemu u prilog ide podatak da je na samo dvije stotine kilometara francuske obale izgrađeno 29 marina koje posjeduju 22.000 vezova.³⁰

Francuska je putem nekolicine velikih luka, prije svega luke Marseillesa, u mogućnosti osigurati nautičaru svaku potrebnu uslugu i opskrbu. Dužina morske granice iznosi 3.427 kilometara. Kvaliteta radova je zagarantirana, jer su sve marine i lučke instalacije pod strogom državnom kontrolom. Iz Marseillesa se organiziraju velika putovanja prema drugim kontinentima, ali i kružna putovanja Mediteranom. Tu je smješten jedan od najvećih mediteranskih centara nautičkog turizma. Osim navedenoga, ovdje djeluju nautičke baze u Lionu, Nici i Le Havreu.³¹

U francuskim se marinama pretežito prihvaćaju plovila do trinaest metara dužine, a cijena priveza ovisna je o prihvaćenoj kategoriji istoga, dužini plovila, sezoni, kao i dužini zakupa. Cjenovno određenje plovila iznad 25 m odvija se tako da se cijena povećava prema dužini plovila.

Francuske su marine solidno opremljene, uz pružanje visoke razine nautičkih usluga, a na korištenje je moguće dobiti usluge dizanja i spuštanja plovila u vodu, potrebna snaga dizalica, priključci za vodu, struju i plin, crpke za gorivo, spremišta za čuvanje plovila u zimskom periodu, sanitarni uređaji te korištenje raznih sportskih terena i opreme, dvorane za razne sportske aktivnosti, telekomunikacijski uređaji, restorani, barovi i slično. Nautičarima stoje na

³⁰ Gračan, D., Alkier Radnić, R., Vizjak, A. (2007) Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu (2007) Pomorski zbornik 44 (1), str. 269.

³¹ Ibid., str. 129.

usluzi cjelodnevni meteorološki izvještaji, vođenja plovila, medicinske usluge, te razni tečajevi: ronjenja, skijanja na vodi, jedrenja i slično.³²

Snaga turizma Francuske određuje nautičkom turizmu poseban status, najčešće uklopljen u ukupnu turističku ponudu zemlje. Razvoj turizma Francuska sagledava kroz razvoj sadržaja turističke ponude na Mediteranu, kao jedinstvenom europskom receptivnom turističkom tržištu. Francuska se izdvaja kao centar koji pokreće razvoj turizma na Mediteranu kroz njegovo objedinjavanje, istraživanje i zaštitu, a posljednjih se godina transformira u emitivnu nautičku turističku zemlju.³³ Primjerice, na Korzici koja ima dvije stotine i pedeset tisuća stanovnika djeluje trideset i pet marina sa sedam tisuća vezova.

Razvoju nautičkog turizma u Francuskoj, posebice na Azurnoj obali, pridaje se velika pozornost. Osobito se ističe visokom razinom i kvalitetom usluge, a nalazi se na vrhu europske turističke, a prije svega nautičke ponude.

Razvojna politika nautičkog turizma ovisi o cjelokupnom razvoju turizma u Francuskoj i dijeli njegove uspone ili padove. I u Francuskoj su kapaciteti marina nedostadni prema potražnji zainteresiranih nautičara, tako da nedostaje barem dvostruko kapaciteta koji se traže na tržištu, iako se kontinuirano grade novi kapaciteti koje razvijaju velike turističke ili financijske korporacije. Francuski nautički turizam posjeduje neke posebnosti, koje nemaju druge nautičke zemlje.

Francuski je nautički turizam snažno ovisan o investicijskom kapitalu i razvija se u skladu s interesima kapitala, više nego druge nautičke zemlje u Europi. Jedna od najsnažnijih i najvećih marina u Francuskoj je marina Princa od Monaka, koja je njegovo osobno vlasništvo.

Francuske marine prosječno posjeduju oko 500 vezova u moru, te oko 5-10% mjesta na obali. U gradskim marinama te onima unutar hotelskih pogona, poslovanje je organizirano na način da se u marini obavljaju usluge vezova i popravaka plovila, dok se za posadu i nautičke turiste cjelokupna ponuda odvija u hotelima.

U najvećim gradovima izgrađene su mega marine za najveća nautička plovila. Od takvih nautičkih luka, najveća je ona u Marseilleu, koja posjeduje kapacitet od oko 1.900 vezova, a

³² Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str.303.

³³ Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str. 270.

djeluje kao jedinstvena cjelina, iako je organizacijski podijeljena u nekoliko privatnih klubova koji raspolažu s 300 do 400 vezova.

Na Atlantskom oceanu djeluje najveća marina u Francuskoj, pod nazivom „Le Rochelle“, koja raspolaže s 3.500 vezova u moru. U svakoj francuskoj marini se u pričuvi nalazi barem 10% vezova za inozemna plovila, 10% za tranzit, dok 85 do 90% plovila stalno boravi u marini. Sezona korištenja nautičkog turizma traje tijekom cijele godine, dok je nešto slabije poslovanje marina u vremenu od studenog do veljače, iako i tada sve marine posluju. Prema statističkim pokazateljima, slobodnih zemljišnih prostora za gradnju marina više nema, a koriste se već ranije izgrađeni prostori.

Razvoj nautičkog turizma u Francuskoj u narednih deset godina može se planirati na kapacitet od oko 150 do 200 tisuća vezova, s tim da bi se veći dio tih kapaciteta trebao preusmjeriti na Atlantsku obalu. Francuska nautička flota bitan je dio nautičke ponude, a prema veličini je najsnažnija na Mediteranskoj obali. Na jedno nautičko plovilo dolazi statistički 48 stanovnika, dok će se u narednom vremenu nastojati posebna pozornost skrenuti prema njemačkom turističkom tržištu u smislu povećanja njemačkih kupaca za francuska nautička plovila.

Poznato je, da je njemačko tržište najsnažnije prodajno tržište za nautička plovila, a proizvođači nautičkih plovila ubrzano se prilagođavaju zahtjevima tog tržišta. Djelovanje čarter tržišta u svemu prati razvoj i poslovanje marina u Francuskoj, uz napomenu, da je nacionalna čarter flota na Azurnoj obali mnogo snažnija nego ona na drugim obalama.

7.3. Nautički turizam Grčke

Grčka se nalazi na sjecištu tri kontinenta, Europe, Azije i Afrike, i to na jugoistoku Europe. Graniči s Bugarskom, Makedonijom, Albanijom i Turskom. Okružena je Jonskim, Egejskim i Sredozemnim morem. Dužina obale iznosi 13 676 km² te se može pohvaliti trećom najrazvedenijom obalom u Europi (ispred nje nalaze se samo fjordovske države i Hrvatska). Koeficijent razvedenosti grčke obale iznosi 6.00. Iako je hrvatska obala razvedenija, grčka obala ima više otoka i otočića, njih čak 3100 i kao takva predstavlja prirodni raj za turiste – nautičare. Grčka je obala pretežito strma s mnoštvom otoka i poluotoka u Jonskom, Egejskom i Sredozemnom moru. Upravo zbog toga i pogodne mediteranske klime Grčka je jedna od najvažnijih turističkih destinacija svijeta. Grčki arhipelag zauzima 7 500km², uz vrlo raznolik krajolik, pješčane i šljunčane plaže dugačke više od kilometra, uvalice, zaljeve i špilje u

strmim stijinama. Grčka broji 3100 otoka i mnoštvo otočića i hridi razbacanih po morima Grčke od kojih je samo 227 otoka naseljeno.³⁴

Grčka je idilično mjesto za kratka ili duža krstarenja zbog ljepote mnogih otoka i luka koji se mogu posjetiti, kao i pogodne klime. Kruzing se u Grčkoj razvija u domeni svjetskog kruzing turizma, u kojem Grčka spada u srednje jaku receptivnu zemlju.

Grčka posjeduje sve predispozicije za razvoj luka nautičkog turizma, od prirodne ljepote i kulturne baštine, pa sve do mogućnosti proširenja turističko – nautičke ponude. Godine 1997. Grčka je brojala 13 marina s 4 845 vezova u moru.³⁵ Godine 2014. taj se broj popeo na 140 luka i privezišta s 8 400 vezova.

Za luke nautičkog turizma u Grčkoj može se konstatirati kako nove marine imaju od 300 – 400 vezova, uglavnom su u državnom vlasništvu, iako se krenulo s procesom privatizacije koji bi trebao biti gotov za deset godina, kako je gorivo za brodove najjeftinije u Europi te se opskrba njime nadzire i regulira, da ima razvijen zakon o nautičkom turizmu u domeni čartera, kojim se rigorozno sankcionira sivi i crni čarter.³⁶

Jonsko more jest produžetak Sredozemnog mora na zapadu Grčke na čijem području nalazimo mnoge otoke od kojih su najpoznatiji i najveći Krf, Zakintos i Kefallinia. Ugodna klima i dobro očuvana lokalna tradicija privlače veliki broj turista – nautičara. Marine na Jonskom moru su sljedeće: Kleopatra marina jest marina visokoga standarda i nudi sadržaje za jahte i do 30m dužine. Također, okružena Jonskim morem, turistima – nautičarima nudi i lijepu lokaciju za noćenje. Jedna je od grčkih najsofisticiranijih privatnih marina. Smještena je na Aktion poluotoku, na 1.5 km udaljenosti od zračne luke te u neposrednoj blizini grada Preveza i otoka Lefkada.

Grčka se nalazi na strateškom geografskom položaju, te povezuje Europu, Crno more i Bliski istok. Najveće grčke luke su Pirej i Solun. Njima, kao većinski vlasnik dionica, upravlja država. U luci Pirej najveći se prihod ostvaruje od putničkog prometa, a najveće povećanje prometa se odnosi na uvoz i izvoz kontejnera i tranzit automobila¹. Luka Solun je glavna

³⁴ www.visitgreece.gr/en/geography

³⁵ Konkurentnost hrvatskog turizma, Institut za turizam, 1998.godina, str.101. 48Časopis “More”, ožujak 2004.br. 107, str.37.

³⁶ Luković,T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split., str. 305.

izvozna i uvozna luka za sirovine, opremu i robu široke potrošnje za zemlje u zaleđu koje nemaju morsku obalu.³⁷

8. ZAKLJUČAK

Hrvatski nautički turizam kao jedan od najperspektivnijih dijelova turizma privlači goste kojima je potrošnja na najvećoj razini u usporedbi s drugim kategorijama turista. Najpozitivniji primjer je marina Punat koja je u hrvatskom vlasništvu, a njeno poslovanje uživa veliku reputaciju među nautičarima diljem Europe. Marina Kornati čiju smo analizu prihoda analizirali po segmentima je zbog svoje tradicionalnosti i dobrog imidža među jedriličarima uvijek poželjna destinacija. Marina Frapa kao jedna od najljepših hrvatskih marina je također u hrvatskom vlasništvu i uz marinu Punat su primjer kako i pravilne domaće investicije mogu napraviti kvalitetnu ponudu uz dobro vodstvo i logistiku. Marina Mandalina je u vlasništvu Dogus grupe koja je vlasnik nekoliko marina u Hrvatskoj i svijetu, a njihovo poslovanje se temelji na velikim investicijama kapitala iz Turske, te s velikim investicijama bogate nautičku ponudu Hrvatske.

Španjolska kao jedna od najrazvijenijih država u Europi, dobar je primjer kako država može utjecati na nautički turizam sa svojim investicijama. Čak 50% investicija u nautički sektor ulaže Španjolska država, a marina Empuriabrava u Gironi glavno je sjedište Europskih megajahti. Investicije države ukoliko su pravilno usmjerene, mogu se i u Hrvatskoj implementirati sa dobrim projektom koje bi vodili stručni ljudi. Talijanski nautički turizam je na temelju domaćih investicija velikih korporacija postepeno počeo graditi kapacitete koji će zadovoljiti veliku potražnju na tom području. Italija ima drugu najveću obalu na mediteranu i kao takva ima konkurentsku prednost u vidu moguće ekspanzije kapaciteta. Francuske najveće marine su marina princa od Monaca i marina La Rochelle na Atlantiku, obje marine su se bazirale na nautički turizam na jako visokoj razini koji se bazira na megajahtama čiji gosti dobivaju sve potrebne usluge u hotelima visoke kategorije u sklopu marine, što je u Hrvatskoj nezamislivo. Grčki nautički turizam je svojom prirodnom ljepotom konkurencija sam po sebi, dok se novim valom investicija velikih korporacija udaljava od državnog vlasništva što možemo usporediti sa Hrvatskom u kojoj je privatno vlasništvo u posljednje vrijeme glavni pokretač investicija što u prošlosti nije bio slučaj (ACI Marine).

³⁷ Janjatović, S., Matijević, M. (2008) Europske regije i luke, Pomorski zbornik 45 (1)., str. 140-141.

Hrvatska mora učiti na primjeru nautičkih velesila ponajviše u sustavu vođenja samog poslovanja nautičkih marina i usmjeravanje poslovanja ka najboljem segmentu nautičara, a to su nautičari megajahti. Pritom se ne smije odbaciti tradicionalnost hrvatskog nautičkog turizma koji je godinama bio raj za „male“ nautičare koji su održavali hrvatski nautički turizam na dobrom nivou. Kako se povećavaju investicije u samu djelatnost, tako i rastu apetiti marina koje teže zaradi, a na primjeru marine u Monacu možemo vidjeti kako se bazira na određeni segment potražnje. Ponuda u Hrvatskoj se zasigurno mora odmaknuti od niskobudžetnog restauraterstva koji je popratni sadržaj nautičkom turizmu, a kultura kupovine luksuza kod najbogatijih nautičara u svijetu, u Hrvaskoj je skroz zapostavljena. Hrvatske marine ne pružaju dovoljno sadržaja za kupovinu luksuznih i skupocjenih darova na kojima bi se moglo potaknuti samo poslovanje marine i njihovo reinvestiranje. Hrvatska je vlasnik jednog od najatraktivnijih akvatorija na Mediteranu, ali u nautički turizam se treba konstantno ulagati i „njevovati“ njegovo postojanje jer od prirodnih resursa ne može se konkurirati najvećim svjetskim marinama.

LITERATURA

Knjige

1. Dulčić Ante: Nautički turizam i upravljanje lukama nautičkog turizma
2. Dundović, Č., Kovačić, M. (2004) Komparativna analiza organizacijskih modela sjevernojadranskih nautičkih luka, 42 (1)
3. Favro Srećko, Kovačić Mirjana: Nautički turizam i luke nautičkog turizma
4. Gračan, D., Alkier Radnić, R., Vizjak, A. (2007) Razvoj nautičkog turizma na Mediteranu (2007) Pomorski zbornik 44 (1)
5. Janjatović, S., Matijević, M. (2008) Europske regije i luke, Pomorski zbornik 45 (1)
6. Luković, T., Šamanović J. (2007) Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Hrvatski hidrografski institut, Split
7. Optimar- Benchmarking strategic options for European shipping and for the European maritime transport system in the horizon 2008-2018, Lloyd`s Register, Farplay, 2008.
8. Mandalinamarina.hr (2018) D-Marin, Marina Mandalina. Dostupno na: <http://www.mandalinamarina.hr/hr/marina/> (9.9.2018.)
9. Marinafrapa.com (2018) O nama. Dostupno na: www.marinafrapa.com (9.9.2018.)
10. Marina-punat.hr (2018) Destinacija za nautički odmor. Dostupno na: <https://www.marina-punat.hr/> (9.9.2018.)

11. Krk.hr (2018) Marina Punat. Dostupno na: http://www.krk.hr/smjestaj/Marina_Punat (9.9.2018.)
12. Tzpunat.hr (2018) Nautika. Dostupno na: <http://www.tzpunat.hr/hr/turisticka-ponuda/nautika/> (9.9.2018.)
13. D-marin.com (2018) About us. Dostupno na: <http://www.d-marin.com/en/marinas/croatia/mandalina/about-us.aspx> (9.9.2018.)

Izvori s Interneta:

1. Državni zavod za statistiku - https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-04_01_2015.htm
2. Ilirija d.d. - <https://ilirijabiograd.com/izvjesca-o-poslovanju>
3. Marina Kornati - <http://www.marinakornati.com>
4. Visitgreece.gr (2018) Geography. Dostupno na: www.visitgreece.gr/en/geography (14.8.2018.)

Popis ilustracija

Slika 1. Marine u Zadarskoj županiji	Error! Bookmark not defined.
Slika 2. Zadarski arhipelag	Error! Bookmark not defined.
Slika 3. Nacionalni park Kornati	Error! Bookmark not defined.
Slika 4. Biograd Topcat svjetsko prvenstvo u katamaranima ..	Error! Bookmark not defined.
Slika 5. Marina Kornati	4
Slika 6. Čarter u marini Kornati	7
Slika 7. Nacionalni park Kornati	8
Slika 8. Servis zona marine Kornati	9
Slika 9. Plan nautičkog sajma u Biogradu	10
Slika 10. Parking marine Kornati	Slika 11. Parking marine Dalmacija
Tablica 12. Broj vezova u Italiji, raspoređen prema regijama	28