

# Potencijali razvoja klastera nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj

---

**Antić, Jakov**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:862152>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-17**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
DIPLOMSKI STUDIJ POMORSTVO

POTENCIJALI RAZVOJA KLASTERA  
NAUTIČKOG TURIZMA U RH

DIPLOMSKI RAD

JAKOV ANTIĆ

DUBROVNIK svibanj, 2022. godine

REPUBLIKA HRVATSKA  
SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
POMORSKI ODJEL  
Diplomski studij Pomorstvo

Ur. broj:

Dubrovnik, 01. ožujak 2022.

Kolegij: Poslovanje i organizacija poslovanja u pomorstvu

Mentor: doc.dr.sc. doc.dr.sc. Krželj - Čolović

## ZADATAK DIPLOMSKOG RADA

Pristupnik: **Jakov Antić, student ak. 2021. / 2022.**

**ZADATAK : Potencijali razvoja klastera nautičkog turizma u RH**

Rad treba sadržavati :

- Teoretske osnove klastera
- Razvoj pomorskih klastera u EU i HR
- Analiza mogućnosti razvoja klastera nautičkog turizma u RH
- Koraci u razvoju klaster nautičkog turizma u RH

Osnovna literatura:

1. Huggins, R., Izushi, H., (ed.): Competition, Competitive Advantage, and Clusters - The Ideas of Michael Porter, Oxford University Press, UK 2011.
2. The role of Maritime Clusters to enhance the strength and development of European maritime Sectors - Report on results, Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, European Commission, Brussels, 2008.
3. Luković, T. (ed.): Nautički turizam Hrvatske - Interuniverzitetski udžbenik, Redak, Split, 2015.

Zadatak uručen pristupniku: 01. ožujak 2022.

Rok za predaju završnog rada: 25. rujna 2022.

Mentor: doc.dr.sc. Krželj - Čolović

Ko-mentor: dr. sc. Antun Asić, kap.

Pročelnik Pomorskog odjela:

doc. dr. sc. Srđan Vujičić

# Sadržaj

1. UVOD.....	8
2. NAUTIČKI TURIZAM.....	10
2.2 Potrošnja turista nautičara.....	12
2.3 Potrošnja nautičara po vrsti potrošnje.....	14
2.4 Nautički turizam kroz godine .....	15
2.5 Povijest nautičkog turizma .....	19
2.6 Plovne jedinice i struktura plovila .....	20
2.7 Usluge nautičkog turizma .....	22
2.8 Tržište nautičkog turizma .....	23
2.9 Ponuda nautičkog tržište.....	25
2. 10 Poslovanje u uvjetima sezonalnosti.....	26
2.11 Tržište nautičkog turizma Hrvatske – Potražnja.....	27
2. 12 Struktura gostiju .....	29
2.13 Prednosti i nedostaci nautičkog turizma u RH .....	30
2.13.1 Prednosti .....	30
2.13.2. Nedostaci .....	31
3. KLASTER .....	33
3.1 Što je Klaster.....	33
3.2 Vrste klastera .....	37
3.3 Prednosti i nedostaci klastera.....	39
3.3.1 Prednosti .....	39
3.3.2 Nedostaci .....	40
3.4 Vrste klastera prema smjeru razvoja.....	41
3.4.1. Od dna prema vrhu (bottom up) .....	41
3.4.2. Od vrha prema dnu ( top down).....	42
3.5 Klasteri i razvoj klastera u Hrvatskoj .....	42

4. NAUTIČKI KLASTERI.....	45
4.1 Nautički klasteri u Europi.....	45
4.2 Metodologija nautičkih klastera .....	47
4.3 Specifične značajke pomorskih klastera.....	51
4.4 Mogući potencijali razvoja klastera u RH .....	52
4.5 Nautički klasteri u Hrvatskoj .....	53
4.6 Nautički klasteri u Hrvatskoj – geografski pristup.....	55
4.7 Nautički klaster u Hrvatskoj te njihove djelatnosti u odnosu na geografske podjele .....	56
4.7.1 Djelatnosti koje bi klasteri trebali pokrivati .....	56
5. ZAKLJUČAK.....	59
POPIS LITERATURE.....	60
POPIS SLIKA/GRAFIKONA/TABELA .....	61

## IZJAVA

S punom odgovornošću izjavljujem da sam završni / diplomski rad izradio / la samostalno, služeći se navedenim izvorima podataka i uz stručno vodstvo mentora / mentorice \_\_\_\_\_.

Ime i prezime studenta / studentice:

Potpis

\_\_\_\_\_

## Sažetak- Potencijali razvoja klastera nautičkog turizma u RH

Nautika na ovim prostorima postoji već dugi niz generacija. U posljednje vrijeme došlo je do velikog rasta nautičara odnosno turista nautičkog turizma. U Hrvatskoj postoji veliki potencijal za razvitak visoke razine nautičkog turizma. Hrvatska je zemlja s preko 1.100 otoka, prepunih prirodnih ljepota te ugodne mediteranske klime, te kao takva ima sve potrebne uvjete za razvijanje istog. Problemi koji trenutno koče napredak su vidljivi kroz sezonalnost posla, neadekvatno razvijena infrastruktura, neujedinjenu i nedostatnu ponudu. Koncentracija posla svodi se na samu špicu sezone dok su ostali mjeseci slabije popunjeni. Luke nautičkog turizma većinom su slabo rasprostranjene i nemaju unutar sebe dovoljno popratnog sadržaja na kojeg bi nautičari mogli potrošiti vrijeme i novac. Potencijalno rješenje se vidi kroz spajanjem različitih aktera u klastera udruženja koja bi povezala razne sudionike u nautičkom turizmu u jedan zajednički proces te bi se tako uz bolje uvjete i podjelom zajedničkih iskustava ostvarila kvalitetnija pozadina za razvitak. Na taj način mogu se razviti neke manje razvijene regije uz more, otvoriti nova radna mjesta te pomoći razvitku cijelog gravitacijskog područja.

Ključne riječi: Nautički turizam, Razvoj, Hrvatska, Klasteri, Nautički klasteri

## Summary- Development potentials of nautical tourism cluster in Republic of Croatia

Nautics in this area has existed for generations. Recently, there has been a great growth of boaters and tourists of nautical tourism. There is great potential in Croatia for the development of a high level of nautical tourism. Croatia is a country with over 1100 islands, full of natural beauty and a pleasant Mediterranean climate, and as such has all the necessary conditions for its development. The problems that are currently hampering progress are visible through the seasonality of work, inadequately developed infrastructure and unbalanced supply. The concentration of work is reduced to the peak of the season, while the other months are less filled. Nautical tourism ports are mostly sparse and do not have enough accompanying content for sailors to spend time and money on. The potential solution is seen through the merger of different actors into cluster associations that would connect various participants in nautical tourism in a common process and thus with better conditions and sharing common experiences would create a better background for development. In this way, some less developed regions along the sea can be developed, new jobs can be created and the development of the entire gravitational area can be helped.

Keywords: Nautical tourism, Development, Croatia, Clusters, Nautical clusters



# 1. UVOD

Nautički turizam, jedna od sastavnica jedinstvenog turističkog sustava, sastoji se od brojnih djelatnosti uslužne i proizvodne prirode. Republika Hrvatska jedna je od značajnijih destinacija nautičkog turizma na Mediteranu i u Europi između ostalog zbog povoljnog geografskog položaja Jadranskoga mora, razvedenosti obale, klimatskih i oceanografskih uvjeta. Uz te prirodne uvjete, razvoj luka nautičkog turizma krenuo je već od sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Razvoju luka nautičkog turizma prethodilo je već bogato iskustvo projektiranja i gradnje brojnih pomorskih luka u svijetu i na Jadranu. Naslijeđene prednosti u Republici Hrvatskoj dobile su novi zamah. Zakonodavstvo je prepoznalo potrebu reguliranja pomorskog dobra na suvremeni način, kao i reguliranje prekograničnih pomorskih prijelaza i plovidbe nautičara. Prosvjeta i znanost doprinijeli su usmjerenom školovanju pomoraca specijaliziranim za plovila nautičkog turizma, a na fakultetima se predaju kolegiji s nekom djelatnosti iz obuhvata sustava nautičkog turizma. Sustav sigurnosti plovidbe na moru značajno je orijentiran na intervencije u nautičkom turizmu. Povrh ovoga potrebno je dodati i suvremene ITC sustave angažirane u sustavu nautičkog turizma. Međutim nautički turizam ne prestaje na plovilima nautičkog turizma i u marinama, već se širi u brojne turističko – ugostiteljske i servise usluge na kopnu. Vrijedno je napomenuti da se u ovom radu pojam nautičkog turizam koristi u užem smislu o odnosu na njegov segment jahtinga na moru i sve što je uz to povezano, a ne obuhvaća na primjer morski ili riječki cruising.

Sve ovo ukazuje na brojne djelatnosti koje sustav nautičkog turizma obuhvaća i koje su minimum međusobne kooperacije danas nude svoje proizvode i usluge. Menadžerska znanost devedesetih godina prošlog stoljeća došla je do zaključka kako povezivanje brojnih djelatnosti u lancu vrijednosti usluga i proizvoda može značajno doprinijeti zadovoljstvu korisnika, a time i boljem korištenju raspoloživih resursa i potencijala. Taj model suradnje prepoznat je kao klaster (eng. *cluster*).

Shodno navedenom svrha ovoga rada je utvrditi djelatnosti u sustavu nautičkog turizma s ciljem njihova povezivanja u jedinstveni klaster nautičkog turizma u RH.

Postavlja se radna hipoteza:

ZADOVOLJSTVO KORISNIKA NAUTIČKOG TURIZMA MOŽE SE POVEĆATI OBJEDINJAVANJEM SUDIONIKA PRUŽATELJA USLUGA / PROIZVODA NAUTIČKOGA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ U KLASTER NAUTIČKOG TURIZMA.

Osim provjere postavljene radne hipoteze u radu će se pokušati odgovoriti na slijedeća pitanja:

- Koje sve djelatnosti nautički turizam obuhvaća?
- Osnovni pokazatelji nautičkog turizma u RH (plovila, luke nautičkog turizma, turisti nautičari...) u proteklih nekoliko godina?
- Postoje li klasteri nautičkog turizma u Europi?
- Kakav je odnos i iskustvo u RH prema klasterima?
- Koji bi geografski obuhvat imao pretpostavljeni klaster?
- Koje bi djelatnosti klaster obuhvatio i osnove organizacije?

Ovom istraživačkom radu te postavljenoj hipotezi pristupit će se počevši od uvoda kroz koji će se analizirati potencijalne prednosti i mane trenutnog klastera nautičkog turizma. Kao i kod svake težnje za napretkom bitno je upoznati sustav, jasno istaknuti njegove probleme te isto tako naglasiti njegove prednosti. U nastavku rada kroz razradu prikazat će se teorijski pristup klasterima te analiza mogućnosti razvoja klastera nautičkog turizma u RH. Zatim, sljedeće poglavlje kroz koje će se razraditi teme 'Koraci u razvoju klastera', a u radu će biti korištena analiza tržišta u komparaciji s većim nautičkim središtima za isticanje specifičnih koraka. Prije zaključka postavit će poglavlje koje se referira na konkretne poslovne modele kao primjere dobre prakse kako bi se usluge nautičkog turizma mogle unaprijediti i kako bi se ostvario napredak na tom području. U konačnici, kroz zaključak rada prikazat će se analiza svega što je istraženo u okviru ovoga rada skupa sa hipotezom uspješnosti napretka nautičkog turizma kroz klaster u Republici Hrvatskoj

## 2. NAUTIČKI TURIZAM

### 2.1 Nautički turizam općenito

Ideja turizma odnosi se na pojave i radnje koje su vezani za boravak ljudi izvan svog mjesta prebivališta, bez cilja postizanja novog prebivališta ili gospodarskih uzročnika. Turizam nije jedinstvena djelatnost, on je sastavljen od skupa djelatnosti i kao takvog ga treba promatrati. Turizam oblikuje te uvjetuje suvremeni društveni razvoj. Djeluje u prirodi pa se prema tome radi o otvorenom sustavu. Prema Marvelovom djelu; turizam opstaje i organizira se koristeći okruženje i informacije u skladu s okruženjem. Tako da se može reći da je turizam skup gospodarskih djelatnosti koji ima određena obilježja sa složenom strukturom. Karakterističan je zbog sezonalnosti poslovanja, neproizvodnosti rada te specifičnosti tržišta u težnji ostvarenja odnosno realizacije turističkog doživljaja. Pritom se stvaraju brojni indirektni i direktni, primarni i sekundarni utjecaji. Turizam je kompleksan i složen fenomen i s obzirom da je suvremeni turist željan raznih doživljaja te je potrebno utvrditi granice očekivanog i ostvarenog. Ovaj rad usmjeriti će se na istraživanje u jednom od najpropulzivnijih podsustava turizma, nautičkom turizmu i to njegovu podsustavu poznatom pod nazivom jahting. U kontekstu ovog rada koristiti će se oba pojma i nautički turizam i jahting kao istoznačnice. Nautički turizam kao grana gospodarstva je jako zanimljiv zbog činjenice da obuhvaća više različitih djelatnosti. Po definiciji nautički turizam je interdisciplinarno turistički fenomen s izraženom pomorskom komponentom<sup>1</sup>. Koncept nautičkog turizma neodrživ je bez pomorske komponente. Blizina mora bitna je za svaku stavku nautičkog morskog turizma. Nautički turizam zasniva se na boravku turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih. Prilikom tog procesa oni koriste plovne objekte i druge objekte vezane za nautičku turističku djelatnost. Razlog njihovog boravka je uglavnom razonoda, rekreacija, šport ili druge potrebe.

Uz nautički turizam često vežemo pojmove kao što su nautical tourism, yachting, marine tourism, leisure boating i drugi te ih je bitno objasniti i razlikovati. Sama klasifikacija nautičkog turizma objašnjena je na više načina, a najprimjerenija klasifikacija koja se i uči po fakultetima diljem RH je ona postavljena od strane autora Luković, T. & Gržetić, Z.: „Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana“. Utjecaj gospodarskog razvitka na razvoj nautičkog turizma je višestruk. Mnoge globalne promjene koje se odvijaju utječu na nautički turizam. Globalizacija i razne druge promjene uvelike mijenjaju odnose i

---

<sup>1</sup> Nautički turizam Hrvatske Luković 2015

oblike međuzavisnosti utjecaja, te se na taj način stvaraju novi modeli razvoja, osobito na lokalnom i regionalnom nivou. U trenutnoj situaciji postoji trend u kojemu se gospodarski subjekti u nautičkom turizmu počinju ponašati kao oblici korporacija te djeluju na različitim tržištima. Svojom ponudom žele pokriti sve eventualne trenutne i buduće zahtjeve turista i na taj način pružiti cijeli servis. Osim gospodarskog razvoja na nautički turizam utječe i tehnološki razvoj. Može se reći da je nautički turizam rezultat ekonomske razvijenosti određene zemlje. Nautički turizam i gospodarstvo su međusobno ovisni jer se gospodarski razvoj javlja kao uvjet razvoja nautičkog turizma, a razvoj nautičkog turizma za gospodarstvo znači njegov poticaj tj. potiče brži rast gospodarstva. Ipak, pogreška bi bila zaustaviti se na činjenici da je nautički turizam dio turizma, jer se radi o izrazito interdisciplinarnom fenomenu, dakle, potrebno ga je interdisciplinarno obrađivati. Pritom je važno istaknuti njegovu pomorsku komponentu, koja zajedno s turističkom predstavlja njegov osnovni sadržaj. Stoga, najkraće se može se definirati da je nautički turizam interdisciplinarni turistički fenomen s izraženom pomorskom komponentom.<sup>2</sup>

U zakonodavstvu Republike Hrvatske nautički turizam definiran je uz ostale oblike turizma «Zakonom o pružanju usluga u turizmu» (N.N. 130/2017., 25/2019., 98/2019., 42/2020., 70/2021.). člankom 84.: „*Nautički turizam je plovidba i boravak turista (nautičar ili putnik) na plovnim objektima (jahta, brodica ili brod) za osobne potrebe ili gospodarsku djelatnost, kao i boravak u lukama nautičkog turizma i nautičkom dijelu luka otvorenim za javni promet, radi odmora, rekreacije i krstarenja*“. Ovako definiran nautički turizam ima svrhu reguliranja i definiranja nautičkog turizma kao gospodarske djelatnosti, čime se zakonski definira način njegova gospodarenja i prikupljanja statističkih podataka. Ovakva legislativna definicija nije potpuna, ali posve zadovoljava svrhu definiranja.<sup>3</sup>

Jedna od definicija koja se najbolje usidrila u raznoj literaturi je: „*Nautički turizam je ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, te korištenjem plovnih objekata, kao i drugih objekata vezanih za nautičku turističku djelatnost, radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba.*“ Ova definicija ima elemente *realne, konceptualne i nominalne* definicije, jer rasvjetljava bit stvari, te određuje njegov sadržaj i pojašnjava značenje riječi.<sup>4</sup> Ovako postavljena definicija zadovo-

---

<sup>2</sup> Luković, T. & Gržetić, Z.: „Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana“ HHI, Split, 2007. str. 28.

<sup>3</sup> NAUTIČKI TURIZAM HRVATSKE Interuniverzitetski udžbenik Luković i autori

<sup>4</sup> Luković, T. & co-authors: „Nautical tourism“ CABI Oxford, Oxford, 2013. str. 14.

ljava mnoge kriterije te za tu tvrdnje postoje četiri glavna razloga. Definicija kao takva posjeduje kriterij sveobuhvatnosti. To se može vidjeti kroz primjer da određeni dio korisnika boravak na plovilima, ne koriste isključivo ili uopće za plovidbu. Oni su korisnici plovila te plovidba nije nužna kako bi se zadovoljio kriterij da turist postane nautički turist. Korištenje plovila je dovoljan uvjet da bi ga se smatralo nautičkim turistom. Slijedeći razlog može se vidjeti kroz to da nautički turizam nije nužno provođen samo u lukama nautičkog turizma. On se odvija u ili izvan luka nautičkog turizma. S obzirom na rečeno čak ni plovilo nije nužna stavka za provođenje nautičkog turizma. Trend koji se javlja je i noćenje u okviru nautičkog-turističke ponude u stabilnim objektima po marinama diljem Mediterana. Osim toga postoje i razne ostale vrste pomorskog prijevoza koje ne spadaju u definiciju plovila, odnosno turističke podmornice i batiskafi. Posljednji razlog je onaj što se u definiciji nalazi i drugih potreba, razlog tome je što se gotovo svakodnevno širi ponuda sadržaja u nautičkom turizmu. Mnoga gospodarska poduzeća čije je poslovanje usmjereno za pružanje usluga u nautičkom turizmu svoju ponudu gotovo svakodnevno šire kako bi se zadovoljili potrebu i potražnju koje njihovi klijenti traže.

## 2.2 Potrošnja turista nautičara

Prosječna dnevna potrošnja nautičkog turista u Hrvatskoj prema Tomasu "Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 2017. godine" iznosila je oko 100 eura, ali tu nije uračunat najam plovila kao ni godišnji fiksni troškovi plovila u vlasništvu nautičara. To je vrlo nisko u odnosu na konkurentne turističke destinacije. Ipak, potrošnja nautičkih turista je od iznimne važnosti u usporedbi s ostalim turistima jer je prosječna dnevna potrošnja turista koji su odsjeli u hotelima iznosila oko 89, a osoba u privatnom smještaju 49 eura. Marketinški plan turizma Hrvatske je 2001. godine naveo nautički turizam kao najkonkurentniji turistički proizvod Hrvatske. Hrvatsku krasi izuzetno povoljni uvjeti za daljnji razvoj nautičkog turizma kao što je razvedena obala i brojni otoci, čisto i toplo more, raznolikost krajolika i naselja te postojeća nautička infrastruktura.<sup>5</sup> Djelatnosti koje su povezane sa nautičkim turizmom su raznovrsne od trgovine, prodaje, ugostiteljstva, prijevoza skladištenja, financiranja, umjetnosti, zabave, rekreacija te ostale uslužne djelatnosti. Današnji korisnik nautičkog turizma, po izvještaju turističke

---

<sup>5</sup> Čorak, Mikačić, 2006

zajednice<sup>6</sup>, je osoba koja uživa u raznim uslugama koje susreće na svom putovanju te kao turist troši mnogo novca na razne popratne aktivnosti, stoga je bitno da usluga prati mnoge uslužne djelatnosti koje turist traži odnosno /očekuje.

U nastavku Slika 1 nalaze se djelatnosti koje se mogu pronaći u sklopu nautičkog turizma. Osnovne su one koje su istaknute u početku ovoga poglavlja. Takve se mogu i nazivati kao neophodne dok su one sporedne i dopunske u svrsi poboljšavanja samog nautičkog turizma. Može se reći da dopunske i sporedne djelatnosti nisu neophodne za providbu nautičkog turizma za razliku od osnovnih. Njihova je uloga podići razinu kvalitete usluga nautičkog turizma i omogućiti napredak i rast istoga.

<b>INDRUSTRIJA NAUČKOG TOURIZMA</b>					
<b>SPOREDNE</b>	<b>OSNOVNE VRSTE</b>			<b>DOPUNSKE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ronilački turizam,,</li> <li>- Surfanje,</li> <li>- Rafting,</li> <li>- Ronilice,</li> <li>- Veslanje,</li> <li>- Ribolovni turizam,</li> <li>- Robinzonski turizam,</li> <li>- Svjetionički turizam,</li> <li>- i druge.</li> </ul>	<b>Luke nautičkog turizma</b>	<b>Charter</b>	<b>Cruising</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brodogradnja mega jahti,</li> <li>- Proizvodnja malih plovila</li> <li>- Proizvodnja opreme za n.t.</li> <li>- Usluge skippera</li> <li>- Informacijske usluge,</li> <li>- Škole jedrenja,</li> <li>- Istraživački instituti i edukacijski centri,</li> <li>- I druge usluge</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sidrište</li> <li>-Privezište</li> <li>-Suhe marine</li> <li>-Marine:*</li> <li>-1. kategorija</li> <li>-2. kategorija</li> <li>-3. kategorija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Motorne jahte</li> <li>- sa skipperom</li> <li>- bez skippera</li> <li>-Jahte na jedra:</li> <li>- sa skipperom</li> <li>- bez skippera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cruiseri:</li> <li>a) veliki svjetski cruiseri</li> <li>b) lokalni cruiseri (old timeri)</li> <li>- dnevni cruising</li> <li>- višednevni cruising</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Luke za prihvrat cruisera:</li> <li>a) Luke za velike cruisere:</li> <li>- specijalizirane luke članice "Cruise Europe"</li> <li>- ne specijalizirane luke</li> <li>b) ) Luke za lokalne old timere:</li> <li>- luke u malim mjestima</li> <li>- otočke luke</li> </ul>	
<b>PREDMET ISTRAŽIVANJA</b>					

Slika 1 Industrija nautičkog Turizma Izvor: Luković Nautički turizam knjiga

Na slici 2 se mogu vidjeti mjesečna primanja kućanstva prema dužini plovila. Većina korisnika odnosno 89,2% privređuje preko 2000,00€ mjesečno. Stoga se nameće zaključak daje nautički turizam osobito djelatnosti povezane sa korištenjem plovila rezervirane za turiste bolje platežne moći. Rastom standarda stanovništva na strani potražnje i omasovljenjem ponude vrste i cijene plovila postupno se „bazen“ potencijalnih kupaca usluga nautičkog turizma proširio s elitnog i avanturističkog turizma na srednje platežni stalež.

<sup>6</sup> NAUČKI TURIZAM nautički charter HRVATSKE izdanje 2020. svibanj 20 20 . HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

Mjesečna primanja kućanstva/ Household monthly income	Ukupno/ Total	Do 9,0 m/ Up to 9,0 m	9,1 - 11,0 m/ 9.1 to 11.0 m	11,1 - 13,0 m/ 11.1 to 13.0 m	13,1 m i duže/ 13.1 m and longer
Do 1.000 eura/ Up to 1,000 €	2,5	3,0	4,2	2,5	1,5
1.001 do 1.500 eura/ 1,001 to 1,500 €	3,5	3,0	3,1	5,1	2,7
1.501 do 2.000 eura/ 1,501 to 2,000 €	4,8	3,2	3,0	5,9	5,7
2.001 do 2.500 eura/ 2,001 to 2,500 €	6,4	6,9	6,8	6,6	5,7
2.501 do 3.000 eura/ 2,501 to 3,000 €	9,7	9,7	10,6	12,1	7,4
3.001 do 3.500 eura/ 3,001 to 3,500 €	17,3	18,5	17,8	15,0	18,1
3.501 do 5.000 eura/ 3,501 to 5,000 €	26,9	32,1	24,3	22,7	28,9
5.001 do 7.500 eura/ 5,001 to 7,500 €	13,7	13,8	13,2	14,0	13,8
7.501 do 10.000 eura/ 7,501 to 10,000 €	8,0	6,4	10,0	6,3	8,8
10.001 euro i više/ 10,001 € and more	7,3	3,5	7,0	9,8	7,4
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Slika 2 Mjesečna primanja kućanstva prema dužini plovidbe Izvor: Tomas Nautika JAHTING 2017

### 2.3 Potrošnja nautičara po vrsti potrošnje

Prema Tomasu Nautika Jahting iz 2017. godine mogu se analizirati segmenti na koje turisti nautičari troše svoje novac. Interesantno je spomenuti da čak 96% turista odlazi u restorane, te su zadovoljni gastronomskom ponudom. Zadovoljni su osobito kvalitetom i izborom ribe u slobodnom ulovu, a ne one iz uzgoja što je u europskim zemljama sve veći raritet. Od ostalih troškova bitno je napomenuti da čak 84% turista odlazi u kupnju, te 53% u slastičarnice i kafiće, 48% se bavi ronjenjem 40% odlazi na šetnje/pješačenje, 34% u ribolov, 33% posjećuje nacionalne parkove ili druga zaštićena prirodna područja, 32% razgledava znamenitosti, 31% se bavi sportsko-rekreacijskim aktivnostima na moru, 30% posjećuje lokalne zabave. Osim na predmete, nautičari troše novac i na usluge povezane sa nautičkim turizmom, kao što su usluge skipera kojeg koristi čak 34% nautičara. Prilikom svog korištenja plovidbe osim navedenih troškova nautičari troše i na usluge veza u lukama i na sidrištima. U prosjeku se zadržavaju 10 noćenja, ostvarujući šest noćenja u marinama, dva noćenja u mjesnim lučicama te dva noćenja na bovi ili sidru. Ukupni prosječni trošak po turistu nautičaru bio je 1.486 eura po osobi i putovanju. Od toga 62% odlazi za plovidbu, 11% na prijevoz od mjesta stanovanja do polazne luke u Hrvatskoj i natrag te 27% na ostalo. Oko 126 eura se troši na dan bez troškova prijevoza. Prosječni izdaci po putovanju/plovidbi dati su po osobi, a sastoje se od izdataka za prijevoz od mjesta stalnog boravka do polazne luke i natrag, izdataka vezanih uz plovidbu i ostalih izdataka (izdaci za smještaj na kopnu, izdaci za ugostiteljske usluge,

izdaci za usluge trgovine, kulture, zabave, sporta, rekreacije, izleta i ostalih usluga). Prosječni dnevni izdaci nautičara odnose se isključivo na izdatke vezane uz plovilo i ostale izdatke ostvarene tijekom plovidbe i boravka u Hrvatskoj i ne uključuju izdatke za prijevoz od mjesta stalnog boravka do polazne luke i natrag. Dijele se na:

- 1) izdatke vezane za plovilo (izdaci za najam plovila i/ ili skipera, izdaci za tranzitni vez, izdaci za gorivo, izdaci za servisne usluge i ostali izdaci vezani za plovilo)
- 2) ostale izdatke tijekom plovidbe i boravka nautičara u marinama i destinacijama (izdaci za smještaj na kopnu, izdaci za ugostiteljske usluge, izdaci za usluge trgovine, kulture, zabave, sporta, rekreacije, izleta i ostalih usluga).

Procjena prosječnih dnevnih izdataka izračunata je kao omjer ukupnih izdataka tijekom boravka po osobi i broja noćenja u turističkom mjestu.<sup>7</sup>

#### 2.4 Nautički turizam kroz godine

Hrvatska je u prethodnim godinama postala veoma privlačna lokacija za nautičke turiste. Mnogo stvari utječe na trend rasta posjeta među nautičarima pri odabiru Hrvatske obale. Razvedena obala s mnoštvo otoka pruža brojne lokacije za boravak na plovili, blizina emitivnih tržišta, povoljna klima, osjećaj sigurnosti samu su dio razloga za izbor hrvatske obale. Postoji više vrsta nautičkih turista. Ljudi koji svoje vrijeme provedu na aktivnostima koje su u ovisnosti sa morem mogu to raditi na više načina. Od iznajmljivanja plovila preko chartera pa sve do cruise putovanja. Prema Lukoviću (2007), osnovne vrste djelatnosti nautičkog turizma u Hrvatskoj dijele se na luke nautičkog turizma, charter i cruising. Klima također ide u korist rastu nautičkog turizma. Ljetni mjeseci su uglavnom mirni bez mnogo vjetera i bez mnogo padalina. U ljetnim mjesecima neverini su rijetki te kada i ako dođu brzo prođu. Premda nekad ljeti znaju biti dosta jaki, zbog konfiguracije obale lagano je pronaći zaklon ili neku zaštićenu luku. Luković (2007) ističe sljedeće podjele nautičkog turizma.

Prema veličini i vrsti plovila on može biti brodski ili veliki, jahting turizam i motonautički turizam. Prema udjelu, opsegu i području plovidbe podjele mogu biti na veliki nautički turizam i mali nautički turizam te kao zasebna kategorija predstavlja se navigacija iz razonode. Prema planu plovidbe razlikujemo nautički turizam na zatvorenim morima rijekama i jezerima, dok prema organizaciji plovidbe može biti individualni, grupni, masovni ili nautički turizam u konvojima. Prema planu plovidbe razlikujemo više vrsta nautičkog turizma odnosno

---

<sup>7</sup> Stavovi i potrošnja nautičara u TOMAS NAUTIKA Jahting 2017



turizam u zatvorenim morima, rijekama i jezerima, prekomorski i oceanski, lokalni, nacionalni i međunarodni. Podjele koje postoje prema Lukoviću s obzirom na svrhu plovidbe, nautički turizam mogu biti: krstarenje, jedrenje, izletničke, plovidbe radi športa i razonode, kombinirani i brzi turistički prijevoz. Podjela nautičkoga turizma prema područjima je na: obalni, kupališni, nautički kamping, boravišni, otočni nautički turizam i nautički turizam na otvorenim morima i oceanima. Definiranje pojma i podjela nautičkog turizma je relativno složena. Podjele se odnose na različite grane i djelatnosti ove vrste turizma, a svaka je podjela točna. Ovisi jedino o tome je li u prvom planu vrsta plovila, svrha, plan ili organizacija plovidbe.

U Hrvatskoj po podacima državnog zavoda za statistiku u 2019. godini nalazi se 185 luka nautičkog turizma. Od toga su 82 marina od kojih je 18 suhih marina. Broj sidrišta iznosi 79 dok je broj privezišta oko 11. Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, sidrišta predstavljaju dio vodenog prostora u uvali zaštićenoj od nevremena koja je pogodna za sidrenje plovnih objekata. Privezište služi pristajanju plovnih objekata, a taj vodeni prostor je opremljen priveznim sustavom. Za razliku od sidrišta i privezišta, suha marina označava dio kopna koji služi čuvanju plovnih objekata. Marina pruža iste takve usluge, ali i usluge uobičajene nautičarima, usluge servisiranja i održavanja plovnih objekata. Prema njihovim podacima u Hrvatskoj se nalazi 18 625 veza. U te brojke spadaju i privatna plovila. U lukama nautičkog turizma u 2020. godini na stalnome vezu bilo je 14 312 plovila čime je ostvaren rast od 0,4% u odnosu na 2019. godinu. Vezom se u moru služilo 83,3% plovila. Prema vrsti plovila na stalnom vezu u moru najviše je bilo motornih jahti (47,6%), slijede jahte na jedra (47,3%) te ostala plovila (5,1%). Motorne jahte koriste kao pogon isključivo snagu svojih motora dok jahte na jedra kao pogon koriste jedra pričvršćena na jarbole, a pod naletom vjetra pogone ovo plovilo.

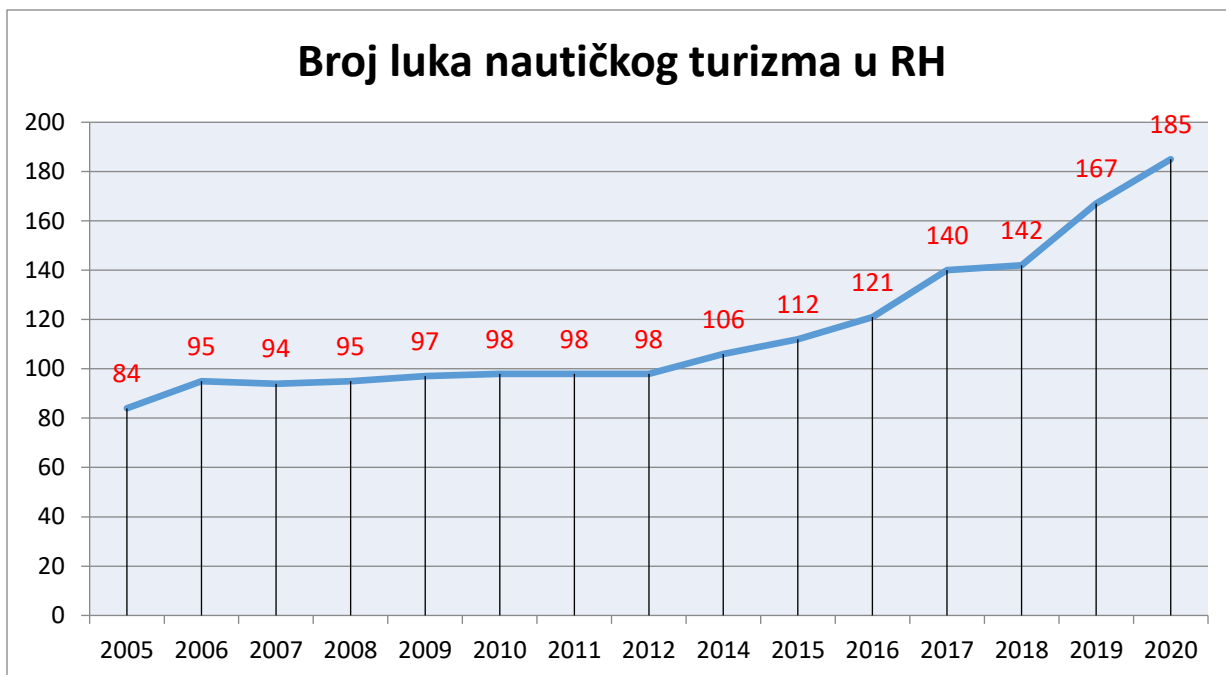


Tabela 1 izvor: vlastita izrada 2022.

U prikazanoj tablici (tabela 1) možemo vidjeti da u period od 2005. do 2020. godine dolazi do rasta broja luka nautičkog turizma. Broj od preko 100 luka nautičkog turizma izgrađen je ili otvoren u periodu od 2005. do 2020. godine.

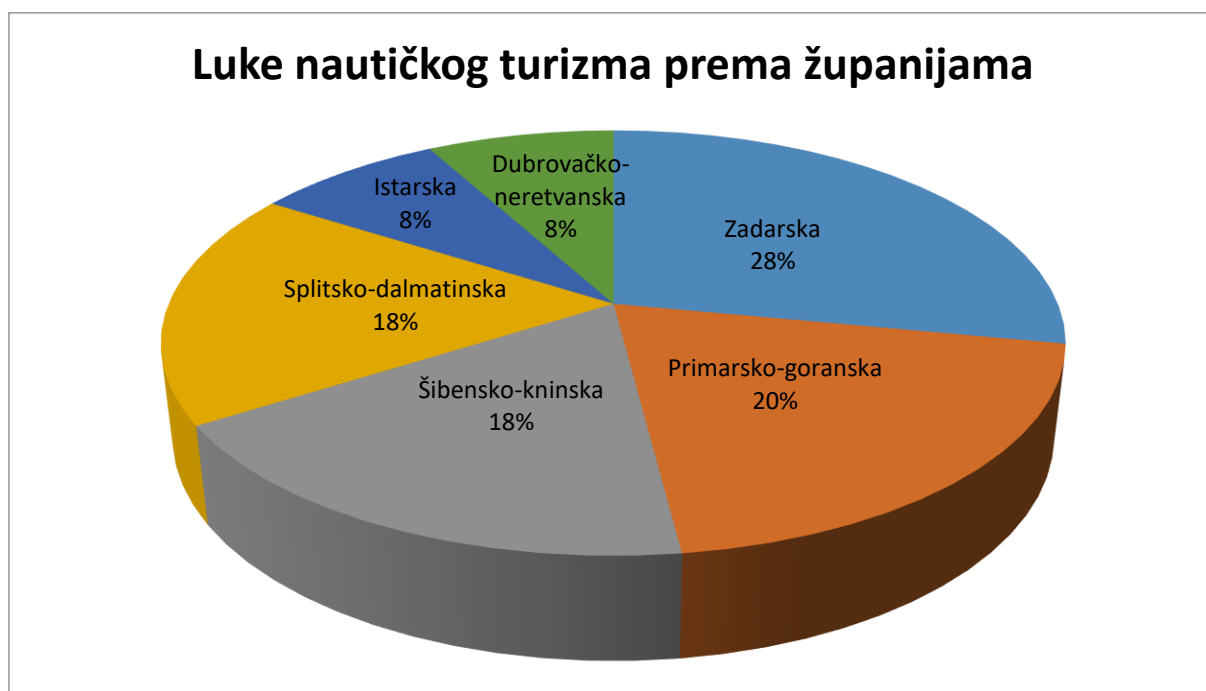
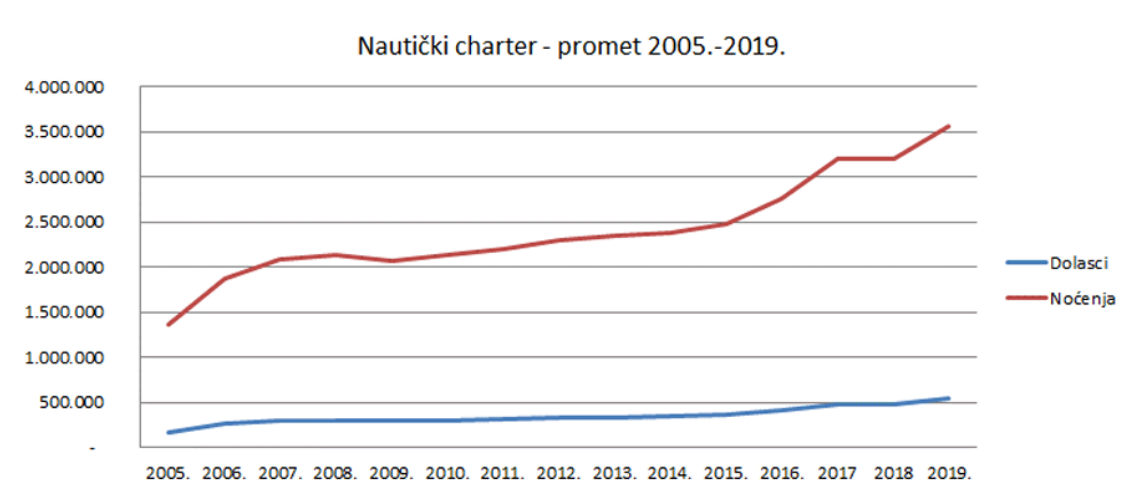


Tabela 2 izvor: vlastita izrada,2022.

U grafikonu tabela 2 možemo vidjeti da se većina luka nautičkog turizma nalazi u 4 županije. A to su Zadarska, Primorsko-goranska, Šibensko-Kninska te Splitsko-Dalmatinska. Činjenica je da se većina nautičkog turizma odvija te gravitira u akvatoriju ispred gradova Šibenik, Zadar i Split. Ponuda nautičkog turizma te ostale popratne aktivnosti najbolje su razvijene upravo u tom području. Prirodne ljepote kao što su Kornati, razvijene luke nautičkog turizma, gastronomska ponuda te razvijena prometna infrastruktura i povezanost te mogućnost priveza na mnoga mjesta samo su neki od razloga što je nautički turizam koncentriran na to područje. Klima je ljeti kao i u ostatku Hrvatske povoljna, ali blizina raznih atrakcija i brojnost otoka koja štiti od otvorenog mora odvađa to područje od ostalih na Jadranu.



Slika 3 Nautički charter 2005-2019 Izvor: Ecrew/Evisitor, 2019.

Također na tablici koja je napravljena od strane državnog zavoda za statistiku vidljiv je rast noćenja i dolazaka u kategoriji nautički charter. Podaci su prikupljeni od strane servisa eCrew i eVisitor. Rast je vidljiv te je krivulja rastuća ukazujući konstantan rast u dolascima i noćenjima. Najviše plovila na stalnom vezu bilo je pod zastavom Hrvatske, i to u iznosu od 44,1%. Slijede plovila koja su pod zastavom Njemačke (16,2%) te za njim slijede Austrije (15,5%), Slovenije (5,1%) te Italije (3,2). Kod plovila pod zastavom Austrije, Njemačke i Slovenije vidi se porast. Prema duljini plovila za koje je korišten vez u moru jest najviše ih ima 12 do 15 metara te poslije toga slijede plovila duljine 10 do 12. Zbog COVID-19 pandemije dolazi do određenog pada U 2020. u lukama nautičkog turizma bilo je 121 536 plovila u tranzitu, što je pad broja plovila u tranzitu za 40,7% u odnosu na 2019. Taj negativni rezultat posljedica je pandemije bolesti COVID-19 te epidemioloških mjera poduzetih protiv širenja te bolesti i u Hrvatskoj i u svijetu. Početkom 2020., u siječnju i veljači, porastao je broj plovila u tranzitu u odnosu na iste mjeseci 2019., dok je od ožujka do prosinca 2020. njihov broj pao u odnosu na iste mjeseci 2019. Najveći pad broja plovila u tranzitu bio je u ožujku (za 70,1%), travnju (za

96,4%) te u svibnju (za 92,6%) 2020. u odnosu na iste mjeseci 2019. Prema vrsti plovila u tranzitu za koja je korišten vez u moru, najviše je bilo jahti na jedra (59,8%), slijede motorne jahte (33,6%) te ostala plovila (6,6%). U 2020. u odnosu na 2019. došlo je 45,9% manje jahti na jedra, motornih jahti za 32,3% i ostalih plovila za 35,5%. Najviše plovila u tranzitu bilo je iz Hrvatske (46,0%), Njemačke (14,3%), Italije (11,4%), Austrije (8,0%) i Slovenije (6,4%), što čini 86,1% plovila od ukupnog broja plovila u tranzitu. Pod zastavama navedenih zemalja bilo je manje plovila u tranzitu u 2020. u odnosu na 2019., i to kako slijedi: pod zastavom Hrvatske za 43,5%, pod zastavom Njemačke za 31,7%, pod zastavom Italije za 52,7%, pod zastavom Austrije 32,9% i pod zastavom Slovenije 8,9%.

## 2.5 Povijest nautičkog turizma

Nautički turizam kakav danas poznajemo počeo se razvijati 60-tih godina prošlog stoljeća, ali je zbog izrazite složenosti sustava teško pobliže definirati kad i kako je on počeo. Premda kroz povijest postoje mnogi slučajevi masovnih putovanja ljudi koji datiraju još od Egipta. Takva putovanja je teško definirati kao turistička ali u njima se svakako vidi početak nekakvog turizma. Nemoguće ih je definirati kao turistička putovanja, zbog raznih čimbenika kao što su trajanje, lokacija motiv i slično. Što se tiče turizma vezanog za plovidbu prve plovidbe koje se odvijaju radi rekreacije ili sporta javljaju se u 16. stoljeću u nizozemskim kanalima. Zbog koncentriranosti civilizacije i izrazito povoljnog geografskog položaja upravo je Mediteran bio koljevka za razvijanje mnogih stvari vezanih uz plovidbu. Mnogi gradovi su razvijani na temelju činjenice da se zbog svoje lokacije nalaze na strateški povoljnom mjestu nautičkom prometu, kao jedan takav primjer možemo uzeti razvitak grada Venecije, Dubrovnika ili Zadra. Plovidba je počela zauzimati bitan dio ekonomije i omogućavati alternativne načine prijevoza ljudi i dobara. U korist takvom razvoju imamo i razvijanje same djelatnosti pomorstva i otvaranje prvih pomorskih škola kao što je recimo ona otvorena u Portugalu 15. stoljeću. Zbog toga što je plovidba počela postajati bitan dio svakodnevnice osobito na mjestima koji se nalaze neposredno uz more lagano je povezati da je samo bilo pitanje vremena kada će se plovidba početi koristiti u svrhu zabave i razonode. Na početku tog procesa plovidba iz razonode bila je djelatnost teško dostupna ikome osim onima koji su bili vrlo imućni. Zbog te činjenice razvitak nautičkog turizma u početku je bio jako spor te je stagnirao dugi niz godina. Uz smanjenje troškova te uz veći kadar ljudi koji znaju ploviti stvara se atmosfera povoljna za razvijanje nautičkog turizma odnosno same plovidbe radi uživanja i doživljaja. Osim mijenjanja želja i potreba pojedinca kao faktor razvoja nautičkog turizma vrlo

bitnu ulogu imao je rast platežne moći pripadnika srednje i visoke klase.<sup>8</sup> Osim što se javio značajan razvoj nautičkog turizma u Europi s druge strane oceana dolazi do pojavljivanja interesa i u SAD-u. Oni 1920. započinju sa gradnjom luka specijaliziranih za prihvat jahti, dok su do tada sve luke bile namijenjene za prihvat raznih teretnih brodova. Za razvitak bilo kakvog turizma pa tako i nautičkog turizma bitno je ekvivalentno razviti i infrastrukturu destinacije.

U Republici Hrvatskoj osim zbog izrazito povoljnog geografskog položaja te blage klime dolazi do prvih znakova početaka nautičkog turizma. Austrijski parobrodi koji su bili u vlasništvu Lloyd-a tijekom 19-tog stoljeća osim uobičajenog tereta počinju prevoziti i turiste te tako zapravo započinju prvi koraci nautičkog turizma. 1871. godine izgrađen je prvi hrvatski parobrod Hrvat Senju, dug oko 35 metara, nosivosti 60 tona, m za potrebe parobrodarskog društva s motorom od 30 konjskih snaga a postizao je brzinu od 10 čvorova. Konkretniji koraci mogu se vidjeti u prvim marinama namijenjene isključivo nautičarima 1960-tih. godina. Gradnjom takvog objekta omogućuje razvoj djelatnosti usko vezanih uz nautički turizam, kao što su charter usluge, krstarenja i organizacije raznih izleta. U vremenskom razdoblju između 1960. godine i 1980. godine nautički turizam u Jugoslaviji stagnira, svoju najznačajniju ekspanziju i razvoj doživljava nastankom „Adriatic club Jugoslavija“, današnji „Adriatic club Croatia“.<sup>9</sup> Začetnici charter djelatnosti u Hrvatskoj su tvrtke: ACI, SAS, Coning, AYC, Moorings, Hertzel yachting, Ecker yacht. U početku su se pretežno iznajmljivali motorni brodovi, no danas u charter ulaze sve vrste plovila, od jedrilice za krstarenje ili regatu, preko katamarana do motornih brodova, jahti i megajahti koje su osobito zadnjih godina zastupljene u manjem opsegu. Domovinski rat zaustavio je razvoj nautičkog turizma Republike Hrvatske, te su posljedice istog, godinama usporavale daljnji razvoj. Najznačajnije slabosti i prijetnje turizmu su uvjetovanost klimom, reljefom i političko stanje države. Stoga je rat u Hrvatskoj usporio razvoj nautičkog turizma koji je do tada imao stopu rasta i preko 14%. Međutim, njegov oporavak je tekao mnogo brže nego u drugim granama turizma. Tako je 1991. godine osnovana Udruga hrvatskih marina, 1994. godine Udruženje nautičkog turizma pri HGK, a 2006. godine Hrvatska udruga brodara.

## 2.6 Plovne jedinice i struktura plovila

Plovilo je plovno sredstvo sposobno za kretanje po moru, rijekama i jezerima koje služi najčešće za prijevoz robe i putnika. Brodom se smatraju samo veći plovni objekti,

---

<sup>8</sup> (Nautički turizam Hrvatske D. Ivošević, 1995).

<sup>9</sup> (Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma - A. Dulčić, 2002)

dok se manji nazivaju čamci i brodice. Za razliku od splavi, brod, kao i čamac, ima koritast oblik koji mu daje uzgon potreban kako bi plutao na vodi. U kontekstu nautičkog turizma možemo se susreti sa raznim tipova plovila. Oni na koje najčešće nailazimo su čamci (oni na jedra ili oni na vesla), motorni čamci, gliseri, jedrilice, jedrenjaci, jahte motorne ili one koje se pogone na jedra, katamarani, trimarani, putnički brodovi, teretno putnički brodovi, turistički hotel i slično.<sup>10</sup> Da bi plovilo zadovoljavalo uvjete da bude turističko mora biti duže od tri metra. Manja plovila poput kajaka, kanua ili plovila namijenjena za jedrenje na dasci, na valovima ili namijenjena skijanju na vodi ne smatraju se turističkim plovilima. Turističke podmornice su plovila namijenjena boravku ispod vode kako bi turisti doživjeli podmorje, floru i faunu svijeta tišine.<sup>11</sup> Plovila nautičkog turističkog prometa dijele se na ona za masovni ili privatni turizam. Mini cruiseri, cruiseri i ostale brodice za krstarenje su turistička plovila namijenjena za višednevna turistička masovna putovanja. Plovila namijenjena za privatni turizam su jahte. Jahte se razlikuju prema veličini. Brodice, vikend i športski čamci su najbrojnija skupina plovila te su neki od njih namijenjeni kraćem boravku na njima. Sportski plovni objekti većinom služe natjecateljskoj svrsi sportova na vodi. Pravilnik o kategorizaciji plovnih objekata nautičkog turizma izdvaja pet kategorija plovnih objekata:

- rekreacijski plovni objekti za zabavu i rekreaciju kao što su daske za jedrenje, jedrilice, čamci, pedaline i slično. Pokreće ih ljudska snaga ili vjetar. Natjecateljski plovni objekti su čamci poput jedrilica, kanua i kajaka koji služe za sport, obuku ili natjecanja. Uz ljudsku snagu i vjetar, može ih pokretati i motor.
- jahte su namijenjene dužem boravku, a pogonjene su vjetrom ili motorom.
- izletnički plovni objekti služe za dnevna krstarenja ili prijevoz turista.
- plovni objekti za turistička kretanja namijenjeni su višednevnom boravku na krstarenjima i kružnim putovanjima.<sup>12</sup>

Brod je plovni objekt duži od dvanaest metara, brodica manja od dvanaest metara, a pomoćna brodica, koja služi isključivo plovidbi između sidrišta i obližnje obale, kraća je od tri metra. U brodove ubrajamo teretne brodove i putničke. Putnički su jahte, ploveći hoteli i putnički brodovi. Brodice su motorne jahte, gliser, jahte jedrilice i druge.

---

<sup>10</sup> Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma – CROSBY A. Dulčić 2002.

<sup>11</sup> IBID.

<sup>12</sup> IBID.

## 2.7 Usluge nautičkog turizma

Maritimne djelatnosti su širi pojam od nautičkog turizma. Predstavljaju ukupnost turističkih aktivnosti na moru, u moru i na obali, uključujući aktivnu i pasivnu rekreaciju, sve sportske i nautičke aktivnosti, kao i sva kretanja u vezi s odmorom i rekreacijom na turističkim plovnim jedinicama, plažama, turističkim lukama i drugim pomorsko turističkim brodograđevnim objektima. Jedan od najbrže rastućih segmenata maritimnih djelatnosti je nautički turizam.<sup>13</sup> Maritimne djelatnosti su ključne stavke u razvitku nautičkog turizma. Prirodne ljepote, geografski položaj, ugodna klima i druge stvari koje se mogu pronaći ili se vežu uz boravak nautičara na obali jadranskog mora privlače nautičare da dođu a neke će zadržati ovdje. Ali maritimne djelatnosti su one koje će povećati potrošnju i dati novi razlog za zadržavanje i povratak turista u taj dio. Popratne djelatnosti su upravo razlog veće potrošnje i dužeg zadržavanja nautičara na određenom prostoru. Nautičari osobito oni koji svoje vrijeme troše na ekskluzivnim plovilima žele osim lokacijskih ljepota i ekvivalentnu ponudu u obliku gastronomije, ugostiteljstva, smještaja i slično.

Kao jedna od selektivnih vrsta, nautički turizam predstavlja skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja plovnim jedinicama i boravka posjetilaca na priobalnim prostorima i naseljima u svrhu rekreacije, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.<sup>14</sup> Nautički turizam obuhvaća niz stupnjeva u zadovoljenju potreba bavljenja i kretanja na moru kao osnovnom elementu, počevši od jedrenja do različitih vrsta putovanja motornim pogonom na većim ili manjim plovnim jedinicama u vlastitoj ili tuđoj poduzetnosti.<sup>15</sup>

Uz potrebu za rekreativnom plovidbom vezan je čitav niz različitih usluga, od sigurnog veza i čuvanja broda te mogućnosti za njegovo održavanje, proizvodnju i prodaju plovila i opreme, do restoranske i hotelske ponude, ponude trgovina namijenjenih nautičarima (namirnice, odjeća i obuća, pribor za nautičare i brodove), parkirališta za automobile, mogućnosti najma plovila, ronjenja, ribolova, davanje odgovarajuće podrške za plovidbu, kao što su karte, CD-romovi, vodiči, služba meteorološke podrške, carina i policija, služba spašavanja na moru, informacije, odnosno promocija nautičarske ponude, tečajevi i škole za nautičare, mogućnosti

---

<sup>13</sup> MENADŽMENT TURIZMA – ZBIRKA POSLOVNIH SLUČAJEVA Bartoluci, Čavlek i sur., 2007:213 str

<sup>14</sup> Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma – CROSBY A. Dulčić 2002

<sup>15</sup> MENADŽMENT TURIZMA – ZBIRKA POSLOVNIH SLUČAJEVA Bartoluci, Čavlek i sur., 2007:

zabave na kopnu, razgledavanja kulturnih spomenika i drugih atrakcija na kopnu, prisustvo na događanjima itd.<sup>16</sup>

Turistička dobra mogu biti ili proizvodna ili naslijeđena. Ono kako se definira turistička usluga jest predmet potrošnje turista. Prirodna dobra su ona dobra koja nisu nastala kao rezultat ljudskog rada, nego su nastala zbog prirodnih procesa. U takva dobra u smislu nautičkog turizma smatramo klimu, biljni i životinjski svijet. S druge strane proizvodna dobra su ona dobra koja su nastala ili nastaju u procesu ravijanja turizma. Različite usluge postoje koje se smatraju uslugama u nautičkom turističkom prometu. U Republici Hrvatskoj postoji zakon koji striktno određuje koje se to usluge smatraju uslugama u nautičkom turizmu. Neke od tih usluga su iznajmljivanje prostora, iznajmljivanje vezova, iznajmljivanje prostora za smještaj plovnih objekata i slično. Također po zakonu u te usluge spadaju djelatnosti iznajmljivanja plovnih objekata, usluge skipera, usluge snabdijevanja nautičara, usluge za prihvatanje, čuvanje ili sličnih radnji plovnim objektima. Aktivnosti kao što su obuke skipera, škole jedrenja i raznovrsni tečajevi također spadaju u te djelatnosti. Popratne djelatnosti u vidu iznajmljivanja pribora, opreme ili sličnih stavki koji se mogu koristiti prilikom boravka na moru isto spadaju u tu grupu.

## 2.8 Tržište nautičkog turizma

Tržište nautičkog turizma, prema osnovnoj definiciji tržišta, mjesto je sučeljavanja ponude i potražnje. Svako tržište, promatrano sa čisto tržišnog aspekta, ima svoje specifičnosti koje je važno analizirati i obrazložiti. Kako se oblikuje nautičko turističko tržište i koji ga činitelji oblikuju, osnovna su pitanja na koja je potrebno odgovoriti u tržišnoj analizi nautičkog turizma. Potrebno je naglasiti da nautičko turističko tržište ispunjava tri osnovna kriterija aktivnog tržišta:

- homogen(i) proizvod(i) definiran u ponudi,
- kupci i prodavači se mogu lako naći u bilo koje vrijeme i
- cijena je javno obznanjena.

Dakle, pretpostavka s kojom se ulazi u analizu tržišta nautičkog turizma sadržana je u činjenici da se radi o dinamičnom aktivnom tržištu ponude.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno Čorak, Mikačić, 2006:43str



Nautičko turističko tržište može se definirati kao skup odnosa ponuda i potražnje. Osobito u području usluga i dobara koji nastaju pod utjecajem turista i imaju svrhu podmirenja turističkih potreba. Da bi se pobliže objasnila specifičnost nautičkog turističkog tržišta potrebno ga je i opisati. Ne treba posebno naglašavati da se bez obzira o kojoj se vrsti turizma radi se o tome da je odnos ponude i potražnje primara i da je centar svih događanja turist (koji može biti nautičar, izletnik, putnik na cruiseru i sl.) Specifičnost nautičkog tržišta izražena je s aspekta prostora ili lokaliteta. Naime, prostor kao dominantni činitelj nautičkog turizma znatno je šire aspektiran nego u bilo kojoj drugoj vrsti turizma, a posebno masovnom turizmu. On je temeljni kamen, ili bazni činitelj na koji se svi drugi činitelji nadograđuju, oblikujući tako nautičko turističko tržište ponude.<sup>18</sup>

Kako Luković u svojoj knjizi spominje nautičko tržište dijelimo na tri podvrste.

- Tržište koje je novo za nautičare, a korporacije nautičkog turizma su ga već poznavale, ali nisu postojali uvjeti za njegov ulazak na tržište ponude - uvjetno novo tržište (Nacionalni Parkovi i nekadašnje vojne zone sa zabranom ulaska, npr. Brijuni),
- Tržište koje je poznato nautičarima, te su ga sporadično koristili, ali nisu postojale pretpostavke da korporacije nautičkog turizma u njega uđu i razviju ga - uvjetno novo tržište (Vis, Nacionalni Parkovi, uvale u koje se ne može bez infrastrukture);
- Tržište koje širi svoja svojstva i ulazi u svima poznato nautičko tržište - staro/novo tržište (Skradin).

Ovakva tipologija tržišta primjenljiva je također u analiziranju nautičkog turističkog tržišta u širem smislu.

Uz ovu podjelu mogli bismo razvrstati tržište prema ponašanju tržišnih subjekata na:

- Tržište s mirnim prilagođavanjem;
- Tržište konkurentske borbe i dogovaranja o strategiji. U prvu grupu tržišta mogli bismo svrstati marine, dok bi tržište chartera i cruisinga mogli ocijeniti kao tržište oštre konkurencije velikih korporacija, subjekata cruisera, uz vrlo intenzivno dogovaranje među subjektima na najvišoj upravljačkoj razini. Slično je i s charterom, jer su tu razlike u veličini charter kompanija veoma izražene. U skladu s tom podjelom,

---

<sup>17</sup> Nautički turizam knjiga Luković 2008. 108 str.

<sup>18</sup> IBID

tržište ponude nautičkog turizma mogli bismo razvrstati prema ponašanju korisnika nautičke turističke usluge na:

- tržište mirne i duže prilagodbe korisnika proizvodima ponude
- tržište s vrlo dinamičnim promjenama u strukturi ponude koja se prilagođava dinamičnoj potražnji.

U prvu grupu tržišta svrstali bismo tržište cruisera, pa tako i hrvatskih lokalnih malih cruisera i trabakula. Na tom tržištu još uvijek dominiraju ustaljene cruising rute, koje su dovoljno dobro organizirane i privlačne, te kao takve odolijevaju vremenskim promjenama. To se pak ne može kazati za ponudu marina i chartera. Kod marina se traži sve bolja i raznovrsnija ponuda, koja se širi izvan granica marine. Hirovita potražnja nautičara i korisnika, uz činjenicu bitnih promjena u kratkim vremenskim razdobljima, traži stalna istraživanja tipa Tomas-nautika, te podizanje kvalitete ponude. Istraživanja su pokazala da je stupanj zadovoljenja potražnje u svim marinama u Hrvatskoj na relativno visokoj razini, ali sadržaji koji se tiču destinacija još su uvijek nedovoljni. To znači da ponuda „kaska“ za potražnjom, što ukazuje na potrebu i prostor za razvoj kvalitete ponude. Na tržištu chartera promjene su vrlo intenzivne i osciliraju s obzirom na veličinu i tip plovila.<sup>19</sup>

Brojne stvari se mogu dodati u ponudu nautičkog turizma, nautički turist je u prosjeku svestran te često voli otkrivati. Širenjem i razvijanjem ponude omogućili bismo raznim turistima da svoje vrijeme kvalitetnije provedu u našem području tebi smo na taj način povećali izgleda da se vrate na tu lokaciju, da istražuju druge lokacije u sklopu naše države i privukli bismo još više raznih turista.

## 2.9 Ponuda nautičkog tržište

Osim ponude marina i ostalih luka nautičkog turizma, važan segment je kvalitetna destinacijska infrastruktura i ponuda na otocima, te učinkovita i osmišljena promocija. Trenutno ponuda dodatnih sadržaja većine otoka se bazira na ugostiteljskoj i gastronomskoj ponudi koja je većinom integrirana u nautički proizvod posredstvom skipera. Bitan čimbenik je i tržište ponude charter kompanija koji su funkcionalno vezani za luke nautičkog turizma. Charter ponuda je izrazito elastičnija od ponude marina jer održava kontakt s nautičarom od

---

<sup>19</sup> IBID

trenutka odluke nautičara za najam plovila sve do povratka nautičara i plovila.<sup>20</sup> Osim takve ponude u jadranskom akvatoriju može se naići i na dodatni turistički sadržaj po otocima. Među njima se nalaze vinske ture, povijesni ture, ronilački centri ali oni nažalost rijeko bivaju uvezni kroz charter kompanije. Do njih gost može doći ili vlastitim istraživanjem ili kroz kontakt sa skiperom odnosno agentom neke turističke agencije. Kako bi se ostvarila bolja ponuda potrebno je integrirati ponudu kroz turističke agencije i charter kompanije. Trenutno je situacija takva da se charter kompanije svode isključivo na iznajmljivanje plovila, te vrlo malo truda ulažu u dodatnu ponudu.

Potrebno je povezati kvalitetne davatelje usluga i prodajne agente kako bi se zajedničkim djelovanjem ostvarila bolja promocija i prodaja. Upravo će se o tome govoriti u daljnjim poglavljima, odnosno udruživanjem u nautičke/pomorske klastere. Prema istraživanju Tomas, upravo su turisti koji koriste charter kompanije ocijenili ponudu lošije od ostalih turista nautičkog turizma. Osim ulaganja charter kompanije u integriranje raznih ponuda potrebno je djelovati na proširenju ponude koje nude marine. Marine mogu biti u središtu grada, kao na primjer marina u Splitu te na taj način može uživati potencijal gradske ponude. S druge strane marine mogu biti udaljene od gradskog središta kao što je Marina Veljko Barbieri u Slanome, mjestu pokraj Dubrovnika, koja mora samostalno djelovati na proširenje ponude. Bitno je naglasiti da marine koje nisu u turističkom središtu teško će razviti široku ponudu usluga ako se većina njihovih vezova sastoji od godišnjih vezova plovila. Takve marine nemaju dovoljnu cirkulaciju ljudi kroz marinu zbog manjka charter plovila tako da bilo kakva rješenja za proširenje ponude će biti teško profitabilna i održiva. Zbog sezonalnosti posla teško je ostvariti da svaka marina ima potrebnu široku ponudu koja bi zadovoljila većinu turista. Potencijalno rješenje ože se pronaći u klasifikaciji marine, odnosno dali je marina više orijentirana za tranzitna plovila (charther plovila u prolazu) ili za godišnje vezove. Pravilnim poslovanjem te postavljanjem tranzitnih marina na učestalije putove charter plovila, može se ostvariti veća iskoristivost, odnosno bolja potrošnja turista.

## 2. 10 Poslovanje u uvjetima sezonalnosti

Bez obzira što je sezonalnost izražena karakteristika turizma i nautičkog turizma, nema velikog broja znanstvenog istraživanja na temu sezonalnosti i njenog utjecaja na

---

<sup>20</sup> Luković, T. & Gržetić Z., op.cit., str.166.

razvoj. Ipak, svi radovi ukazuju na visoki stupanj sezonalnosti u nautičkom turizmu u Hrvatskoj, kao i na Mediteranu. U usporedbi s klasičnim turizmom, nautički turizam, promatran kroz njegove osnovne podvrste, ima znatno izraženiji koeficijent sezonalnosti.<sup>21</sup> Veliki problem koji postoji u Hrvatskoj vezan za sve vrste turizma očitava se u sezonalnosti. Sve grane turizma osobito nautički turizam pate od tog problema. U kontekstu nautičkog turizma sezonalnost može donijeti i pozitivne i negativne stvari. U periodu od prosinca do Uskrsa je period u kojemu je promet u nautičkom turizmu slab takoreći nepostojeći, te se taj dio naziva mrtva sezona. U tom periodu traju pripremne aktivnosti za narednu turističku sezonu, renoviranje turističkih objekata, komunikacija s tržištem i slično. Navedene stavke smatraju se pozitivnim strana sezonalnosti posla dok onim negativnim smatraju se otpuštanje radnika zbog sužavanja i smanjivanja gospodarskih aktivnosti. U većini luka nautičkog turizma otpuštaju se svi radnici i ostaju samo neophodni. Zbog toga dolazi do problema i kod zapošljavanja radnika s obzirom da je posao samo sezonski i onemogućuje normalni radni odnos. Otpuštanje zaposlenika nije popularno, jer kad je tim povezan i stalan, otpuštanje dijela standardne postave znači nesigurnost u narednoj sezoni. U svim granama poslovanja nautičkog turizma prisutna je sezonalnost. Od iznajmljivanja plovila bez posade, prijevoza putnika pomorskim putem, chartera i cruisinga. Postoji određeni broj iznimki u Hrvatskoj u djelatnostima chartera koji svoje brodove po završetku sezone šalju u neke druge krajeve gdje sezona tek započinje. U Hrvatskoj ne postoje cruising tvrtke koje participiraju u poslovanju kao veliki cruiseri te nakon odrađene sezona odlaze u regije gdje mogu opet raditi. Bitno je naglasiti da u dijelu poslovanja kao što je cruising u Hrvatskoj te luke koje su specijalizirane za prihvat velikih cruisera ne dolazi do otpuštanja zaposlenika iz razloga što je broj zaposlenika relativno mali, a prihodi su veliki. Dakle, sezonalnost je sastavni dio nautičkog turizma, ali ona se različito odražava na svaku od podvrsta nautičkog turizma.

## 2.11 Tržište nautičkog turizma Hrvatske – Potražnja

Potražnju u nautičkom turizmu čini realizirana potreba pojedinaca ili grupe ljudi za višednevnom plovidbom radi zabave, rekreacije i slično, te s tim povezanim doživljajima na vodi i kopnu u mjestima izvan njihove uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade.<sup>22</sup> Stoga može se reći da su to osobe koje su donijele odluku da potroše svoje slobodna sredstva u nau-

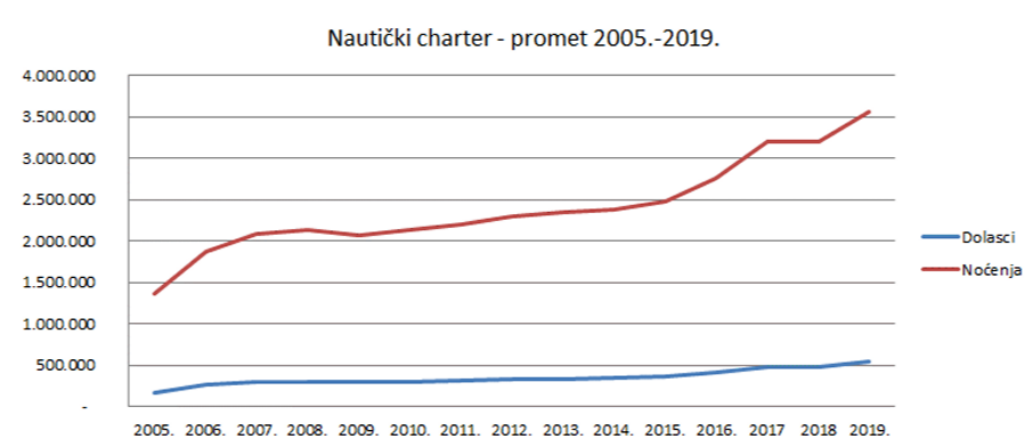
---

<sup>21</sup> (Luković, T.: „Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga“, 2008., str. 233.)

<sup>22</sup> Nautički turizam knjiga Luković (Zrinka Marušić i Siniša Horak

tičkom turizmu. Takva vrsta potražnje se naziva i realna potražnja. U slučajevima u kojima se dio te potražnje realizira u određenoj zemlji ili destinacija se naziva efektivna potražnja. Također postoji i treća opcija koja se naziva potencijalnom potražnjom. Takva potražnja se odnosi na osobe kod kojih postoji potreba za takvim turizmom i mogućnost da zadovolje tu potrebu, ali još uvijek ona nije realizirana odnosno nije donesena konačna odluka. U literaturi i istraživanjima u nautičkom turizmu sva potražanja vezana je uz proces efektivne potražnje. Efektivna potražnja u nautičkom turizmu realizira se u dva oblika. Prvi oblik je yachting a drugi je cruising. Razlikujemo domaća (unutar teritorijalnog mora RH) i međunarodna putovanja (osim Hrvatske uključuju još jednu, dvije ili više zemalja koje se posjećuju na jednom putovanju) u nautičkom turizmu.

Za pobliže definiranje potražnje potrebno je pogledati broj dolazaka turista nautičara te grafičkim putem prikazati rast. U daljem tekstu korišteni su podaci turističke zajednice. Oni u svojim člancima statistički ne prate promet nautičara na vlastitim brodovima. Nautički charter prati se putem sustava eCrew Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture. Pokazatelji sustava eCrew integriraju se u ukupnu turističku statistiku sustava eVisitor HTZa. U skladu s navedenim, u Hrvatskoj je u nautičkom charteru tijekom 2019. registrirano gotovo 540.000 dolazaka te više od 3,5 milijuna noćenja, što predstavlja rast od 12% u dolascima te 11% u noćenjima u odnosu na prethodnu godinu. S navedenim pokazateljima nautički charter ostvario je udjel od približno 3,7% u ukupnim komercijalnim turističkim noćenjima Hrvatske (3,27% udjela u ukupnim, komercijalnim i nekomercijalnim noćenjima). Govorimo li o sveukupnim rezultatima nautičkog chartera, može se konstatirati kako je trend prometa tijekom posljednjeg desetljeća uzlaznog karaktera, u 2018. dolazi do blage stagnacije. Ponovni snažni rast vidi se iz prijelaza sa 2018. na 2019. godinu.

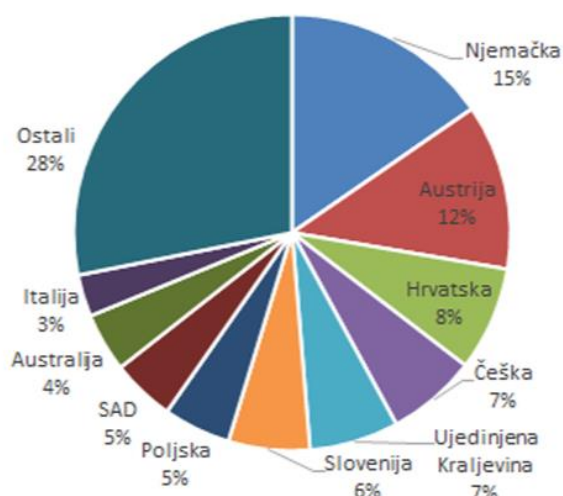


Slika 4 Nautički charter promet 2005. - 2019. Izvor Ecrew/Evisitor

## 2. 12 Struktura gostiju

Kroz pregled grafikona „Struktura dolazaka po tržištima „, opisana je struktura gostiju s obzirom na njihovu zemlju podrijetla. Primjećuje se da većina gostiju koji posjećuju Republiku Hrvatsku dolaze iz zemalja neposredne blizine odnosno Njemačka, Italija, Austrija, Slovenija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Češka i Poljska. Zemlje koje su dalje udaljene od Hrvatske, a ističu se po broju dolazaka su SAD i Australija. Dolascima iz UK-a, SAD-a i Australije pogoduje činjenice da tijekom sezone postoji frekventan broj avionskih linija koji omogućuju dolazak takvih turista. Zimi te linije ili se potpuno ukidaju ili se drastično reduciraju.

Struktura dolazaka po tržištima - 2019. godina



Slika 5 Struktura dolazaka po tržištima 2019.god Izvor: Ecrew/Evisitor

## 2.13 Prednosti i nedostaci nautičkog turizma u RH

### 2.13.1 Prednosti

Lokacija je definitivno jedna od glavnih prednosti i magneta koje Republika Hrvatska ima a tiču se nautičkog turizma. Kao što se i u povijesti pokazalo da je istočna obala Jadranskog mora zbog svoje razvedenosti i zbog određenog razvoja ekosustava pod utjecajem smjera struja od neizmjerne važnosti. Ovakav krajolik osim za nautičare pruža i mogućnost razvoja raznolike pomorske flore i fauna utičući pozitivno na sveukupni doživljaj turista nautičara. Zbog svoje konfiguracije Jadranska obala pruža neizmjerne mogućnosti za razvoj mnogih grana turizma. Bitno je naglasiti da ova stavka je takva po prirodi, te nije nastala pod ljudskim utjecajem. Ljudski utjecaj se može vidjeti jedino u održavanju i ne ugrožavanju prirodnih ljepota. Vremenski uvjeti u RH tijekom ljetnih mjeseci su izrazito povoljni. Temperatura je visoka što odgovara ovoj vrsti turizma. Klimatske promjene su rijetke, a ukoliko i do njih dođe, premda agresivne prirode veoma su brzo prolazne. U ljetnim mjesecima najčešće se zna dogoditi da bude jako malo kišnih dana, što ide u prilog. Mjestimične oluje su uglavnom lokalne i nisu jakog intenziteta. Jedina stavka koja se može izdvojiti kao negativna posljedica je utjecaj vjetrova maestralski iz smjera sjeverozapada koji zbog temperaturne razlike između otvorenog mora i kopna zna puhati skoro svakodnevno i može stvarati problem manje iskusnim nautičarima. Jadransko more također je poznato zbog svoje velike čistoće. Prema istraživanju Instituta za javno zdravstvo Splitsko-dalmatinske županije, provedenom na svim 964 plažama, 98% lokalnih plaža u mikrobiološkom smislu ocijenjeno je "izvrsnim". Prema Tomasu visok ili vrlo visok stupanj zadovoljstva nautičari iskazuju za svih 25 elemenata nautičke i turističke ponude. Najbolje su ocijenjeni ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, ekološka očuvanost te niz elemenata vezanih uz ponudu marina i chartera. Na slici (7) može se vidjeti svih 25 elementata koji iskazuju stupanj zadovoljstva nautičara na turističku ponudu.

Rang*	Elementi ponude	Ukupno (%)	
1.	Ljepota prirode i krajolika	92,5	Vrlo nizak
2.	Osobna sigurnost	89,7	
3.	Prihvat u zračnoj luci (transfer)**	88,9	
4.	Prihvat u marini**	88,3	
5.	Ekološka očuvanost	87,3	Nizak
6.	Prostorni raspored marina	84,6	
7.	Stanje broda (ispravnost, uređenost, opremljenost i slično)**	84,4	Srednji
8.	Bogatstvo gastronomske ponude	83,4	
9.	Opskrbljenost vodom (hladna i topla) u marinama	82,9	
10.	Vezovi (širina, ispravnost)	82,6	Visok
11.	Raspoloživost informacija u marinama o turističkoj ponudi destinacija	82,4	
12.	Uslužnost osoblja u marinama	82,4	Vrlo visok
13.	Ukupna ponuda za nautičare	82,0	
14.	Dostatnost priključaka za vodu i struju u marinama	81,8	
15.	Uređenost i čistoća okoliša u marinama	81,0	
16.	Kvaliteta tehničkog servisa (brzina popravka) u marinama	80,9	Vrlo visok
17.	Prometna dostupnost polazne luke	80,4	
18.	Kvaliteta ugostiteljskih usluga u marinama	79,6	Stupanj zadovoljstva
19.	Sanitarije u marinama	79,1	
20.	Raznolikost kulturnih manifestacija	78,4	
21.	Mogućnosti za kupnju	76,3	
22.	'Vrijednost za novac' ukupne ponude za nautičare	76,3	
23.	Bogatstvo sportskih sadržaja	74,1	Stupanj zadovoljstva
24.	Raznolikost sadržaja za zabavu	72,6	
25.	Mogućnosti kupnje u marinama	72,1	

Slika 6 Stupanj zadovoljstva nautičara na turističku ponudu Izvor: Tomas Nautika Jahting 2017

### 2.13.2. Nedostaci

Nautičari u Hrvatskoj su najmanje zadovoljni mogućnostima za kupnju u marinama te ponudom zabave i sportskih sadržaja. Mogućnosti za zabavu predstavljaju veliki problem za mlade nautičare osobito za one koje plove južnije od Hvara. Slaba ponuda noćnih barova i klubova onemogućuje proširenje ponudu nautičkog turizma i na druge generacije. Od 7% do 13% nautičara je iskazalo nezadovoljstvo neodgovornim ponašanjem drugih nautičara na moru, neprimjerenim odlaganjem otpada, prevelikom brojem plovila na moru, nemogućnošću pronalaska slobodnog tranzitnog veza u marini/luci/na sidru, gužvom u mjestima na kopnu ili bukom. Problem kupnje te zabave, može biti povezan i sa problemom infrastrukture i suprastrukture. Nautičari u većini slučajeva nemaju gdje drugo potrošiti novac osim u restoranu. Na slici 7 može se vidjeti postotak nezadovoljnih nautičara te razlozi njihovog nezadovoljstva.



Smetnje	%*
Buka koja remeti komfor Vašeg boravka na brodu u marini/luci	11,7
Buka koja remeti komfor Vašeg boravka na brodu na bovi/sidrištu (izvan luka)	7,2
Nemogućnost pronalaska slobodnog tranzitnog veza u marini/luci/bovi	9,2
Prevelik broj plovila na moru	9,9
Gužva na kopnu u mjestima koje posjećujete	9,4
Problemi s odlaganjem otpada (prenatrpani kontejneri, nema reciklaže, neugodni miris, ...)	10,2
Zauljeno more	7,1
Plutajući/morski otpad	10,8
Neodgovorno ponašanje drugih nautičara na moru	12,9
Nešto drugo	0,6

Slika 7 Smetnje nautičarima tijekom putovanja Izvor: Tomas Nautika Jahting 2017

## 3. KLASTER

### 3.1 Što je Klaster

Teorijski korijeni klastera mogu se naći još i u djelima Marshall-a. 1920-te godine, gdje se industrijska organizacija te povijesni i specifičnih socio-ekonomskih faktori obnašaju određenu ulogu. U srodnoj literaturi također mogu se pronaći pojmovi kao „industrijski distrikti“ u smislu aglomeracije u kojima se povezuju svi subjekti društva i proizvodnih poduzeća. Naglašeni industrijski distrikti ili okruzi koji su poznati kao „Marshallovi“ omogućavaju udruživanje lokalnih ekonomskih i društvenih snaga u pregovaračkoj moći kako bi došlo do određenih industrijskih promjena kojom neće imati namjeru narušiti lokalni identitet. Spominju se i industrijski klasteri uz kojih je razvoj zasnovan po principu strateškog planiranja, koje je moguće razlikovati u dva različita dijela. Prva obuhvaća poslovnu strategiju koja zacrtava put aktivnosti neke tvrtke u pojedinačnim industrijama, druga obuhvaća korporativnu strategiju koja se bavi sastavom portfelja poslovnih jedinica neke tvrtke.<sup>23</sup>

Poznato je da su klasteri važni za gospodarski razvoj jedne države i da zasigurno djeluju na tijek razvoja gospodarskog rasta. Klasteri utječu za razvoj puno više na područjima koja se smatraju manje razvijena, nego što utječu na područjima koja su visoko razvijena te imaju visoku stopu efikasnosti. Klasteri se premda svojem starijem korijenu koriste i u modernom društvu, te pozitivno djeluju na regionalnom i strateškom planiranju firme. Klasteri kao kompleksna stvar koja se može naći u mnogim segmentima modernih društava, također dijeli različite definicije od strane različitih autora. Tako naprimjer:

- Klaster je specifičan oblik mreže osobnih i grupnih interesa te interesa industrija, fokusirani na manji geografski prostor gdje može doći do fizičkih kontakata. Dinamična je mreža specijaliziranih poslovnih i ostalih aktivnosti koja se neprekidno mijenja. Klasteri predstavljaju iznimno učinkovitu politiku razvoja konkurentnosti neke zemlje. U početku se javljaju kao „otoci“ konkurentnosti, a kasnijim razvojem multipliciraju konkurentnost u zemlji.
- Klasteri mogu biti identificirani kao skup međusobnih odnosa koji stvaraju odnose vrijednosti bitne za unaprjeđenje inovacija ( OECD, 2002.).

---

<sup>23</sup> Porter M.E., Konkurentna prednost. Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb

- Prema Porterove definicije (1998.) klasteri su geografske koncentracije međusobno povezanih poduzeća, specijaliziranih dobavljača, poduzeća u povezanim industrijama i drugim organizacijama kao što su sveučilišna, agencije i trgovinska udruženja u posebnom polju, koji konkuriraju, ali i kooperiraju.<sup>24</sup>

Klaster funkcionira na interesnoj razini, tako recimo svi sudionici u nekom polju sudjeluju u tom procesu. S obzirom na to bitno je naglasiti da su svi sudionici, kao što su sveučilište, agencije i trgovinska udruženja sudjeluju u procesu. Svi sudionici značajni su za razvoj i uspjeh klastera u okviru prenošenja znanja, vještina, informacija i istraživanja i razvoj te da je njihov međusobni odnos u okviru udruženja raznih gospodarskih subjekata prihvaćen od svih sudionika. Suradnja koja se događa između raznih gospodarskih subjekata odnosno sudionika u klaster može se interpretirati kao poslovno umrežavanje koje se može pronaći u velikim korporacijama. u oba slučaja cilj je isti ili barem sličan, a to je da se strukturalno od samog početka do kraja školuje kvalitetni kadar, koji će proizvoditi prepoznatljiv i dobar proizvod ili davati prave i uspješne usluge. Također je bitno naglasiti da je među tim ciljevima, cilj i postupno smanjenje troškova proizvodnje, povećanje kvalitete te kontinuirani rast. Klasteri koji su zapravo glavni regionalni akteri, podrazumijevaju interakciju između srodnih gospodarskih subjekata jer im daju mogućnost da postanu inovativniji i efikasniji u odnosu na situaciju kada bi samostalno djelovali.

S obzirom na definicije i sintakse iz prethodnog dijela moguće je izvući neka načela koja pronalazimo u klasterima, a to su koncentracija, zajedništvo i povezanost. U kontekstu koncentracije misli se na postojanje gospodarskih subjekata ili korporacija na nekom određenom prostoru. U slučaju zajedništva misli se na činjenicu da se obavljaju zajedničke aktivnosti u kojem djeluju ti gospodarski subjekti u klasteru koji traže isto tržište te naposljetku povezanost koja se odnosi na međusobnu komunikaciju te međusobnu isprepletenost različitih tipova odnosa uspostavljenih unutar klastera.<sup>25</sup>

Klasteri osim što omogućuju sustavni razvoj svih sudionika i samim time i gospodarstva na nekoj određenoj lokaciji, oni također povezuju gospodarske subjekte sa srodnim potrošačima. Upravo takvim metodama unapređuje se razvoj, prepoznatljivost, tehnologiju kao i širenje poslovanja samih poduzeća. Bitno je napomenuti da klasteri nisu statični te kako njihovo djelovanje nije ograničeno na samo jednom geografskom području, što je lako razumljivo gospo-

---

<sup>24</sup> Dragičević M., Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku, Zagreb, 2012., str. 6.)

<sup>25</sup> Horvat Đ., Kovačević V., Clusteri, put do konkurentnosti, Zagreb, 2004., str. 16.

darskim subjektima iz samog klastera koji imaju uspostavljene odnose s vanjskim pravnim subjektima.

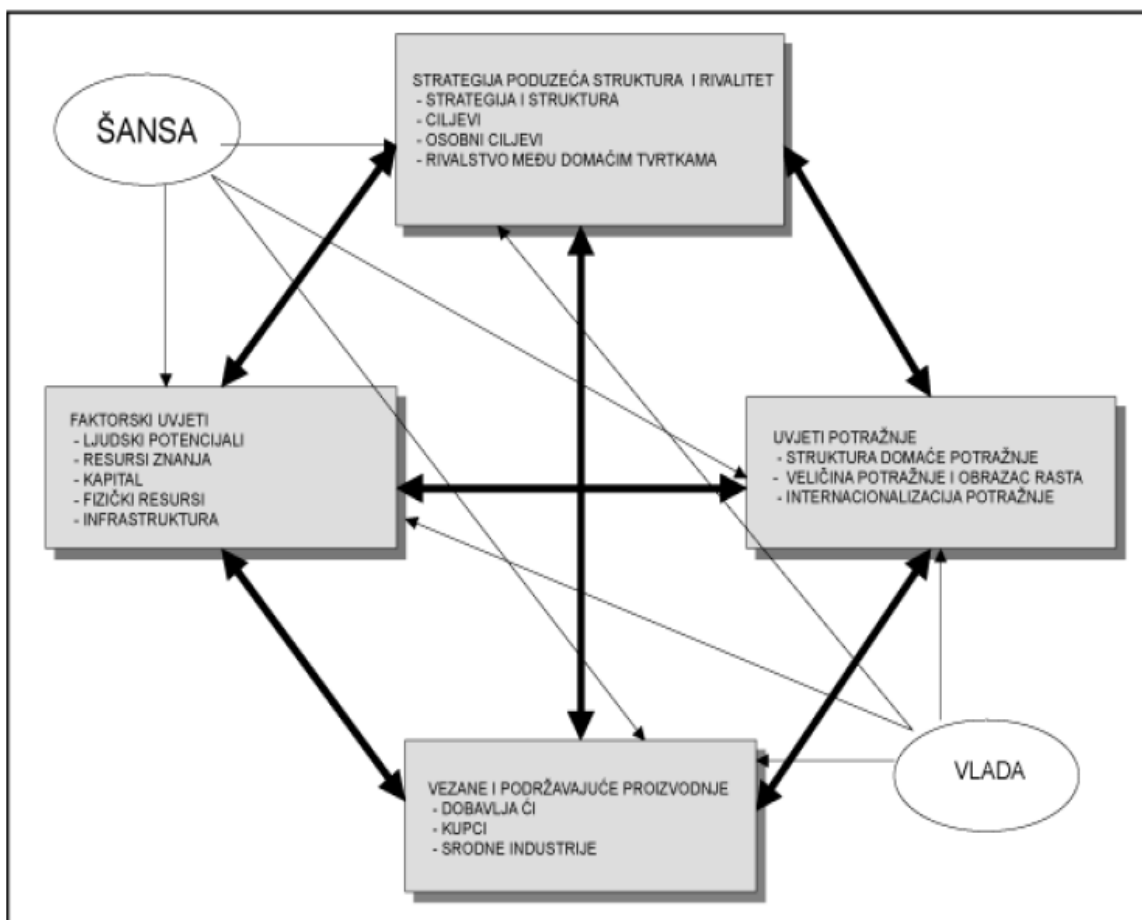
Da bi došlo do razvoja i rasta samog klastera bitno je da su svi subjekti aktivni i učinkoviti, te da je djelatnost koja povezuje subjekte u tom klasteru također učinkovita. Shodno tome razvojni proces klastera mora rezultirati profitom kako bi se mogao ostvariti rast. Povezivanjem gospodarskih subjekta u klastere provodi se proces u kojem subjekti mogu surađivati, učiti, razvijati nove tehnologije i sl.

Mnogi autori su dali svoj doprinos u objašnjenju odnosno u definiciji samog pojma klastera, a među najpoznatijima bi se moglo spomenuti ime Michaela E. Porter-a. U knjizi „Konkurentska prednost nacija“ autor objašnjava industrijske klastere kao proizvod četiriju međusobno povezanih sila koje naziva „dijamant konkurentske prednosti“ a to su:

- uvjeti faktora proizvodnje (inputi) (osnovni čimbenici vezani uz troškove, poput jeftinih radnika bez vještina naspram znanstvenih ili tehnoloških obrazovnih radnika)
- uvjeti potražnje (potrebe potrošača za domaćom i inozemnom robom)
- industrije koje podržavaju postojeće komplementarne industrije i njihove strategije uključujući i specijalizirane dobavljače te
- strategije i suparništvo poduzeća.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Dragičević M., Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku, Zagreb, 2012., str. 6



Slika 8 Konkurentnost Izvor: M. Dragičević, Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku

Na ovaj način poslovnih odnosa želi se ukazati da kada gospodarskih subjekti i ostali sudionici klastera djeluju aktivno i progresivno, oni konstantno doprinose u porastu konkurentnosti poduzeća te osim toga pomažu svojoj gospodarskoj regiji.

Gospodarski subjekti udruženi u klaster dijele slijedeće:

- Informacije o proizvodima i tržištima
- Dizajn proizvoda
- Marketing
- Trening osoblja, njihovo regrutiranje i nadogradnju
- Nabavu (niže cijene repromaterijala)
- Transport i isporuku
- Kontrolu kvalitete
- Opremu i infrastrukturu

- Financiranje (kreditne garancije), sponzorstva koja sami ne bi mogli postići.<sup>27</sup>

Prije nego gospodarski subjekt uđe u neki klaster on mora imati postavljen plan ili cilj ulaska i sudjelovanja. Bitno je razjasniti da li se taj plan ili cilj može ostvariti kroz taj klaster ili su potrebne neke druge radnje kako bi se on ostvario. Potrebno je i znati dali kao takav, gospodarski subjekt pomaže klasteru ulaskom i dali klaster može pomoći njemu. Također je potrebno jasno definirati dali plan i cilj tog subjekta odgovara smjeru i potrebama ostalim sudionicima klastera. Udruživanjem u klastere tvrtke trebaju, između ostalog, definirati kako odgovoriti zahtjevima tržišta te kako zadovoljiti potrošače. Za klastere su karakteristična slijedeća obilježja:

-Partneri su u svom zajedničkom djelovanju usmjereni na jake strane poduzeća

-Partneri zadržavaju svoju samostalnost (funkcionalna autonomija)

-Kroz klastere nastaje novi sustav odnosa.<sup>28</sup>

### 3.2 Vrste klastera

Klasteri se mogu razlikovati po mnogo čemu, kao na primjer to može biti po veličini, širini ili stupnju razvijenosti. Neki klasteri u sebi mogu sadržavati sveučilišta, fakultete ili neke druge istraživačko-razvojne institucije dok neki drugi uopće ne moraju uključivati neke obrazovne institucije. Porter navodi da oni mogu često uključivati i tradicionalne i visokotehnološke grupacije. Klasteri predstavljaju poseban način organiziranja ekonomskih podataka i svakako pružaju drugačiji pogled na gospodarstvo.

Klaster kao sistem, prije svega, karakteriziraju slijedeća načela:

- veze između firmi unutar klastera,
- kvalitetni i kvantitativni protok informacija u klasteru,
- zajedničke poduzete akcije kako bi se ostvario razvoj,
- infrastruktura koja pomaže razvoju klastera,
- kulturni identitet,

---

<sup>27</sup> Kos D. Povećanje učinkovitosti proizvodnih poduzeća udruživanjem u Klaster, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet strojarstva i brodogradnje, Zagreb, 2009,

<sup>28</sup> IBID.

– poverenje među članicama

Interakcije u ovom sistemu pojačavaju njegovu komparativnu prednost. Kroz klaster, relativno slabije firme mogu ostvariti razne prednosti.

Klastere češće pronalazimo u razvijenim zemljama, premda se njihov broj u zadnje vrijeme povećava i u zemljama u tranziciji. Brojni faktori utječu na razvoj i održivost klastera, kao što su podrška lokalne zajednice, razvijenost lokalne infrastrukture, raspoloživost prirodnih resursa, razvijenosti finansijskog tržišta i slično. Klasteri se mogu formirati na nacionalnom ili na regionalnom nivou. Prema Ketels-u klasteri se pretežno formiraju lokalni što znači da uglavnom djeluju na lokalnom tržištu i konkurentnost im je ograničena na regionalnom nivou. Oni koji se formiraju kao trgovački klasteri djeluju u domeni nacionalnih i globalnih tržišta, te su konkurenti i na drugim lokacijama. Bitno je naglasiti da postoje i klasteri koji se osnivaju na samoj lokaciji resursa. Danas postoji više različitih podjela na više vrsta klastera, ali u praksi se obično koristi podjela po kojoj oni mogu biti regionalni, komercijalni ili nacionalni.

Oni klasteri koji se smatraju komercijalnim klasterima su oni u kojim više tvrtki radi na zajedničkom projektu ili projektima. U komercijalni klastere se najčešće udružuju velike kompanije ili korporacije koje imaju jasno definirano i određene ciljeve. Regionalni klasteri su oni koji su geografski određeni, odnosno njihovo djelovanje je skoncentrirano na nekom teritoriju. Oni predstavljaju povezivanje tvrtki ili firmi na određenoj lokaciji te svoje ciljeve vide kroz razvoj konkurentnosti, koju ostvaraju kroz različite oblike suradnje. Ovi klasteri se razvijaju kroz svoje unutarnje snage unutar tvrtke te imaju cilj u obliku zajedničkog nastupa na tržištu, te na taj način pariraju većim i jačim konkurentima. U ovom obliku klastera pomoć od strane državnih ili lokalnih institucija je dragocjena. Uz tu pomoć postiže se rad malih klastera i vrši se povezivanje tih malih klastera sa velikim industrijama i čini ih kompetentnim na tržištu. Upravo regionalni klasteri jesu izvoran primjer klastera. Težište aktivnosti nalazi se na razvijanju veza između članica klastera i institucija koje pružaju školovanje novog kadra i podršku, a to sve rade u cilju stvaranja povoljnih uvjeta za izlazak na tržište.

I posljednja vrsta su nacionalni klasteri, koji su šireg značaja nego regionalni. Oni se uglavnom uvijek povezuju s državnim tijelima. Njihove djelatnosti su pretežito skoncentrirane na infrastrukturu kako što su promet, komunikacije, energetika i slično. Na nacionalnoj razini najčešće se financira razvoj i istraživanje kao i agencije za regionalni razvoj. Nacionalni klasteri u svom sustavu imaju tvrtke i institucije koje su zapravo državna tijela i rade na razvoju klastera na nacionalnom razini. Ovisno o ekonomskoj snazi države, mogu biti usmjereni na

razvoj jednog ili više dijelova države koji su od posebnog značaja za razvoj nacionalnog gospodarstva.

Klasteri se mogu podijeliti i po načinu organizacije i to na:

- velike klastere, koji uključuju financijske i obrazovne institucije
- klastere koji nastaju udruživanjem tvrtki iz cijelog lanca nabava, proizvodnja i prodaja te na taj način žele postići što bolje konkurentske pozicije na tržištu,
- klastere koji nastaju kao udruženje konkurenata u cilju zajedničkog marketinga i komercijonalnih aktivnosti,
- klastere koji imaju za cilj uvođenje inovacija u proizvodnju radi postizanja bolje pozicije na tržištu.

Klasteri se također mogu razlikovati po širini, dubini, razvijenosti i veličini. Klasteri koji su širi i dublji karakteristični su za razvijenije zemlje. Treba naglasiti da među klasterima postoji čitav spektar organizacijskih i funkcionalnih struktura. U prilog tome može se reći kako s jedne strane postoje mali zanatski klasteri koji pokazuju mali dinamičnost i veoma malu sposobnost ili tendenciju rasta, razvoju ili inovaciji. Dok s druge strane postoje veliki i moćni klasteri koji su sposobni osvojiti i međunarodna tržišta.

Kroz literaturu može se primijetiti pet faza u razvoju klastera. A to su:

- -mobilizacija
- -analiza
- -strategija te jasni plan
- -realizacija te održivost i inovacije

Krajnji cilj svih klastera je da se kroz konkurentnost stvore tržišni lideri, čime se omogućava povećavanje izvoza, otvaranje novih radnih mjesta i ekonomski rast.

### 3.3 Prednosti i nedostaci klastera

#### 3.3.1 Prednosti

Udruženje tvrtki, institucija i ostali članova u klastere donosi razne prednosti, ovdje će se spomenuti samo najbitnije. Za početak treba naglasiti činjenicu da udruživanje u



klustere dovodi do povećanje proizvodnosti. Kako se u klustere udružuju različiti gospodarski subjekti, normalno je očekivati da se njihovi pristupi i načini rada razlikuju. S ciljem povećanja proizvodnosti subjekti koji su se udružili često izmjenjuju znanja i iskustva kako bi se međusobno ojačali. Dobra radna atmosfera i kvalitetna motivacija za rad može dovesti do jačanja cjelokupne aktivnosti klastera. Na taj način može doći i do povećavanja proizvodne moći svake pojedine članice što daje mogućnost svim članicama klastera da postanu globalno konkurenti. Povezivanje u klustere povezuje razne ljude iz istog sektora te u takvom skupu često dolazi do povećane razmjene znanja, vještina, sposobnosti i iskustava. Takvim zajedničkim razmišljanjem nerijetko dolazi do inovacija koje uveliko mogu promijeniti stanje na tržištu na bolje. U kontekstu inovacija može doći do novih ideja vezano uz proizvod, novih proizvoda, tehnologija ili usluga. Također je bitno naglasiti da zajedničkim iskustvima može se doći i do smanjenja troškova. Neke aktivnosti koje koriste sve članice klastera mogu se ravnomjerno podijeliti u kontekstu plaćanja te time uvelike uštediti.

Osim navedenih prednosti treba naglasiti da se među prednostima može pronaći i uklanjanje poslovnih barijera. Često je problem malim gospodarskim subjektima biti predstavljen na globalnom tržištu ili čak na svom regionalnom tržištu te konkurirati na njemu. Da bi se takav iskorak napravio mogu pomoći iskusnija poduzeća koja su već, uspješno, svladali taj problem. Čak i izlazak na tržište pri lansiranju novog proizvoda može predstavljati ozbiljan trošak za manja poduzeća te se ta vrsta barijere može riješiti ulaskom u klaster. Tržište je danas jako promjenjiva stvar te jako brzo napreduje, te kako bi neka firma ili poduzeće bili konkurenti na tržištu moraju se prilagoditi tim promjenama te prilagođavati svoju ponudu zahtjevima potrošača. I kod takvih problema rješenje može biti udruživanjem u klustere. Manja gospodarstva često nisu u stanju tako brzo se prilagoditi promjenama te u većini slučajeva uz pomoć fleksibilnosti velikih tvrtki mogu brže i kvalitetnije provesti tu potrebnu tranziciju.

### 3.3.2 Nedostaci

Cijela ideja grupacije poduzeća u klustere temelji se na ideji napretka, stoga nedostataka ne bi trebalo biti. Tako je to u teoriji ali u praksi je situacija nešto drugačija. Nedostaci koji se mogu pronaći u današnjim klasterima su razni. Često dolazi do ideje da će grupacijom u klaster, doći do organizacijskih i strukturalnih promjena koje će riješiti sve probleme jednog gospodarskog subjekta. Upravo udruženje zahtjeva veći stupanj koordinacije, spremnosti, sposobnosti za izlazak na nova tržišta, gdje zajedništvo i suradnja su utjecajni faktori razvoja. Problem može nastati kada poduzeća nisu sinkronizirana i prilikom pokretanje

nekog programa ili proizvoda potrebno je čekati sve ostale tvrtke koje nisu dovršili projekt na vrijeme. Problemi mogu nastati kada se interesi članica klastera ne shvate dobro osobito u kontekstu novca. Veliki gospodarski subjekti imaju i veću ulogu u klasteru, jer više pridonose te imaju veći stupanj odlučivanja. S druge strane manjim gospodarskim subjektima, moguće je indirektno odrediti smjer kretanja kako bi se ciljevi jednog ili manjeg dijela članica klastera, realizirao. Takvo ponašanje nije ispravno jer klasteri moraju funkcionirati kao cjelina, što u praksi nije lako postići i treba težiti tome da svi imaju istu korist od udruživanja. Kako bi se poslovanje određenog klastera moglo unaprijediti bitno je jasno specijalizirati spektar zanimanja. U poslovanju iznimno je teško precizno specijalizirati poslovanje jedne a kamoli više poduzeća ili tvrtka. Postoji i obrnuta situacija u kojoj se događa da ne dolazi do inovativnih ideja zbog premale specijalizacije. U globalu klastere bi trebalo usmjeriti na taj način da njihov razvoj utječe na razvoj cijele grane određenog gospodarstva a ne samo na specifične djelatnosti. Istovremeno jako je bitno da se razvoj događa jednako među svim članicama klastera.

### 3.4 Vrste klastera prema smjeru razvoja

#### 3.4.1. Od dna prema vrhu (bottom up)

Klasteri prema smjeru razvoja mogu biti različiti. Poznajemo dva glavna smjera razvoja klastera. Prva klasifikacija se naziva od dna prema vrhu (**bottom up**). Situacija u kojoj se javlja ovakav razvoj klastera je kad postoji poticaj za stvaranje klastera od strane poslovnog sektora te državna intervencija nije nužna. U takvim okolnostima vlada i njene institucije bi trebale podržati postojeću inicijativu i osigurati kvalitetne uvijete koji neće sputavati razvoj i rast gospodarskog subjekta. Na taj način će moći stvoriti odgovarajuću struktura klastera. Ovakav model razvoja karakterističan je u područjima zemalja zapadne Europe. Oni na ovaj način međusobno godinama ovako surađuju ali i konkuriraju, sve u cilju stvaranja jednog zdravog i sigurnog gospodarskog okruženja. Ne bi bilo krivo reći da su takvi klasteri posljedica takvih procesa te od tuda i dolazi naziv bottom up. Može se i primijetiti da klasteri koji su u svom usponu koristili jedan logičan slijed nastali na jednoj istoj lokaciji između samih poduzeća nastavili funkcionirati kao:

- Neformalni klasteri niskog tehnološkog stupnja. U takvim subjektima često dolazi do problema nekvalificirane radne snage. Treba naglasiti da je u ovim klasterima učestala pojava da su menadžerske sposobnosti

upravljanja vrlo slabe, što će u konačnici otežavati kooperacijski proces,

- Klasteri u kojima mala i srednja poduzeća imaju dobru razvijenu tehnologiju i organizaciju. Oni su predvođeni menadžerima, čija je sposobnost na višoj razini. U ovom slučaju kvalitetna suradnja i rukovodstvo daje dobre rezultate u kontekstu razvoja,
- Inovativna područja gdje su menadžerske sposobnosti su na najvišoj razini. U takvim klasterima sudionici su uvijek spremni odgovoriti na određene tržišne promjene.

#### 3.4.2. Od vrha prema dnu ( top down)

Ovo je tipičan oblik razvoja za zemlje u tranziciji. Ovaj oblik razvoja klastera karakterističan je za multinacionalne kompanije koji žele proširiti svoje poslovanje u vidu povezivanja sa malim domaćim kompanijama. Ovaj oblik razvoja uglavnom teče veoma sporo te možemo potrajati i po nekoliko godina. U trenutku kada poslovni sektor ne prepozna priliku za stvaranje klastera, tada država preuzima inicijativu te ona pokreće proces. U tom slučaju se motivira industrija da svoje trenutno snage iskoristi na najprikladniji način. U trenutku kada počne proces povezivanja, vlada bi se trebala povući i prestati sa svojim djelovanjem. Tu veliku ulogu igraju razvojne agencije, institucije i bilo kakve ostale ustanove koje se bave razvojem i istraživanjem. Oni moraju proučiti situaciju na tržištu te procijeniti, dali je otvaranje i razvoj klastera najbolje rješenje. U praksi se pokazalo da pri formiranju klastera na ovaj način, odnosno od vrha prema dnu otvara se puno lakši put za male tvrtke. One imaju mogućnost usmjeriti se prema specijalizaciji određene proizvodnje ili opredjeljenju prema određenoj vrsti usluga.

#### 3.5 Klasteri i razvoj klastera u Hrvatskoj

U prethodnih nekoliko godina klasteri su postali bitan dio gospodarske politike diljem Europe. Hrvatska je ulaskom u Europsku uniju otvorila sebi vrata za mnoge gospodarske inovacije među kojima je i klasterska politika. Hrvatska je u velikoj mjeri usklađena s drugim europskim zemljama - svojom klasterskom politikom Hrvatska želi ojačati postojeće regionalne prednosti, a time i konkurentnost i inovacije. Gospodarstvo u Hrvatskoj bi se moglo opisati kao tranzicijsko, stoga kroz tu prizmu treba razmatrati i klastersku politiku. Mnoge prednosti klastera mogu se primijeniti u slučaju Hrvatske i ubrzati tranziciju prema boljem.

Neke od prednosti procesa klasterizacije u Hrvatskoj su:

- jačanje konkurentnosti poduzeća,
- jačanje konkurentnosti hrvatskih regija ,
- poboljšanje strukture gospodarskih aktivnosti (nove tehnologije, restrukturiranje poduzeća),
- umrežavanje javnog, poslovnog i znanstveno-istraživačkog sektora te
- razumijevanje vlastitog gospodarstva.

Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj po prvi je puta okupila na jednom mjestu sve relevantne dionike koji se bave razvojem klastera i pružanjem potpore klasterima. U okviru izrade održano je niz radionica, a sam je proces rezultirao koordiniranim pristupom klasterima, kao i konsenzusom o strateškom okviru za budući razvoj klastera. Strategija za razvoj klastera je ključni dokument na putu prema vodećem gospodarskom položaju Hrvatske u Jugoistočnoj Europi.

U ciljevima i mjerama koje će rezultirati provođenjem strategije za razvoj klastera biti će uključen princip odgovornog ponašanja. Također teme koje će se razmotriti biti će teme jednake mogućnosti, rodno osviještena politika i ekološka održivost. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva i Hrvatska udruga poslodavaca potpisali su 28. studenog 2007. godine strateški klasterski sporazum „CEE CLUSTER AGREEMENT“ u okviru projekta CEE Cluster Network koji je odigrao značajnu ulogu u pripremi Europskog klasterskog memoranduma.

Ključni izazovi za hrvatsko gospodarstvo sljedećih godina biti će posebice:

- Održavanje makro-ekonomska stabilnost i smanjenje vanjskotrgovinskog deficita
- jačanje konkurentnosti hrvatskih regija putem sektorske specijalizacije i brendiranja regija
- fokus na sektore koji donose visoku dodanu vrijednost: ICT, Biotehnologija, Farmaceutska industrija, Obnovljivi izvori energije, Automobilska industrija
- proaktivni odnos prema izravnim stranim ulaganjima i ciljano privlačenje ulaganja u izvozno orijentirane sektore;
- povećanje izvoza
- usklađivanje troškova poslovanja gospodarskih subjekata sa uvjetima na zajedničkom tržištu EU u cilju povećanja konkurentnosti (davanja, porezi, doprinosi, troškovi rada)
- povećanje produktivnosti i rast sektora sa većom dodanom vrijednosti;
- razvoj gospodarskih sektora temeljenih na novim tehnologijama i novim proizvodima s dodanom vrijednošću

- restrukturiranje industrijskih sektora
- modernizacija zastarjele proizvodne tehnologije u određenim sektorima u cilju podizanja ukupne tehnološke razine gospodarstva
- razvoj i podizanje poduzetničkog/fiskalnog kapaciteta u regijama / županijama
- prilagodba radnog zakonodavstva uvjetima za povećanje gospodarske konkurentnosti.

Dosadašnji razvoj klusterskog sustava u Republici Hrvatskoj bilo je skup različitih politika i dva pristupa, odozdo prema gore (bottom-up) i odozgo prema dolje (top-down). Zajedničko je za oba pristupa da podupiru suradnju između tvrtki kao preduvjet za jačanje konkurentnosti i inovacija. U Hrvatskoj je klasterima i raznim klasterim organizacijama osigurana potpora. Potpora se može očitati u obliku suradnje i u obliku umreženih projekata između poduzeća i klusterskih organizacija. Potpora se mogla i očitati u financijskom obliku. Osobita od strane MINGORP, HUP i HGK, u rastućoj mjeri uz potporu europskih programa, stručnog znanja i financijskih sredstava. Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva u razdoblju od 2005. - 2010. godine sufinancirano je 46 inicijativa u iznosu od 27,000.000,00 kuna, navedeni klasteri udružuju 504 tvrtke u kojima je 25.063 zaposlenih.

Do sada je stvaranje klastera dobilo podršku u sljedećim industrijama: drvna industrija, kožna i obuća, tiskarstvo, graditeljstvo, ICT; turizam i ugostiteljstvo, brodogradnja, proizvodnja medicinske opreme, proizvodnja komunalne opreme, prehrambena industrija i metalurska industrija. 2007. godine je MINGORP u suradnji s Hrvatskim izvoznicima, HGK, HUP-om i HBOR-om započeo „Hrvatsku izvoznju ofenzivu“ (HIO). Glavni ciljevi HIO usmjereni su prema rastu izvoza i uključuju osnivanja šest izvoznih klastera - Voda, Mala brodogradnja, Tekstil - Odjeće, ICT rješenja, Drvo - Namještaj i Marikultura - Hrvatska riba. Klasteri kao alat i odgovor gospodarskoj situaciji koriste se za razvoj srednjeg i malog poduzetništva. Također djeluju na razvoj aktivnosti koje će povećati kapacitet i sposobnost istih poduzetništva. Premda su postojeći klasteri u Hrvatskoj maleni, izrazita pažnja se poklanja unaprijeđenu suradnje i umrežavanje postojećih klastera te izgradnja internacionalnih mreža klastera kao što su Mreže drvnih klastera Jugoistočne Europe.

## 4. NAUTIČKI KLASTERI

### 4.1 Nautički klasteri u Europi

Nautički i pomorski klasteri su zapravo veoma važni alati u održavanju razvoja i rasta na Mediteranu, osim toga upravo su oni odgovorni za otvaranje mnogih radnih mjesta. Oni to ostvaruju promicanjem inovacije, znanjem i vještinama. Ujedno klasteri posjeduju i određenu financijsku stabilnost koja im osigurava učinkovitu i lokaliziranu podršku. To je moguće preko zajedničkih akcija koje se ostvaruju diljem svih socioekonomskih faktora i obrazovanih ustanova na lokalnoj nacionalnoj i regionalnoj razini. Pomorski i nautički klaster su sve više priznati kako potrebni pokretači inovacija i diverzifikaciju plave ekonomije. Koncept klaster i praktični primjeri srodnih organizacije su evoluirali kroz vrijeme. Zbog pozitivnog razvoja i dobrog pristupa klastera ideja se praktički udomaćila u modernom pomorskom gospodarstvu. Raznim inovacijama i spajanjem kvalitetnog kadra i uspješnih poduzeća ili tvrtki stvara se jako zdrava podloga za razvoj svih članica i ekonomski rast. Pomorstvo i sve djelatnosti povezane sa pomorstvom nazivaju se plavom ekonomijom i po mnogima su bitan segment za buduću dobrobit i prosperitet čovječanstva. More je ključan izvor hrane, energije, minerala, zdravlja, mjesta za provođenje slobodnog vremena te o njemu ovisi na milijuna ljudi. Štoviše, da bi plava ekonomija bila održiva ona zahtijeva podršku, promicanje i usvajanje inovacija, znanja i vještina. Da bi to bilo moguće potrebno je poduzimati zajedničke akcije koje zagovaraju društveno-ekonomske korake te također usko surađuju sa institucionalnim akterima na lokalnoj, nacionalnoj i regionalnoj razini. S obzirom na to, i u pogledu napisanog vidljivo je da su klasteri učinkoviti alat za održavanje takvih ideja u plavoj ekonomiji. Udruživanjem u klaster stvorio bi se prostor za daljnji razvoj te bi se osigurao održivi rast. Također to bi djelovalo pozitivno u pogledu otvaranja novih radnih mjesta. Ujedno dolazi do podržavanja inovativnih proizvoda i usluga, internacionalizacije mikro, malih i srednjih poduzeća. Osim toga dolazi do širenja novih znanja i vještina te u konačnici integracija sektorskih politika na lokalnoj i nacionalnoj razini. Shodno s tim pomorski klasteri rastu kao priznat i bitan poticaj za inovativnu i diversificiranu plavu ekonomiju. Prema Porteru (1998. god) klasteri su definirani kao "geografski bliska skupina međusobno povezanih poduzeća, povezanih institucija i istraživačkih tijela koja su naizmjenice povezana zajedničkom komplementarnošću. Iako je analiza klastera za ostala gospodarstva procvjetao od Porterove analiza, ogranak koji se odnosi na morske klaster donedavno je bio relativno ograničen. Europska Unija je 2008. godine naručila studiju kako bi se istražila uloga klastera u pomorstvu s ciljem povećavanje snage i razvoja europskih pomorskih sektora pod nazivom DG MARE 2008. Cilj

studij je bio procijeniti u kojoj mjeri se može poboljšati poslovanjem uvođenjem klastera i to preko njihovih vrijednosti, BDV i radnih mjesta. Studija je zaključila da je uloga klastera bitna u poticanju rasta i inovacijama. Takva inovaciju u vidu klastera je od vitalnog značaja za poticanje novih poslovnih modela i novih mjesta za ulaganje. Nekoliko godina kasnije naručena je konkretnija studija kako bi se podržala aktivnost za razvoj pomorskih klastera na Mediteranu i Crnom moru (DG Mare 2014). Prikupljanjem različitih društveno-ekonomskih podataka iz učinaka od preko 100 različitih klastera, utvrđeno je da pomorskih klasteri postoje u dvije morske regije. Štoviše, to istraživanje je ponudilo mjerilo najrelevantnijih klastera obzirom na njihovu razinu zrelosti. Kao rezultat toga, javlja se širi interes za klasterne preko te pokrenute inicijative. Teško je kroz jednostavnu definiciju objasniti elemente koji konstituiraju klaster, te isto tako je teško objasniti mehanizme koji omogućuju da sve to funkcionira na taj način. Niz pristupa i stvari nastao je kroz vrijeme kao što su (industrijski kompleks, aglomeracija međusobno povezanih industrija, mreža u zajednici itd.). S obzirom na potrebe i izazove s kojima bi se klasteri susretali u svom razvoju, tako je i njihov razvoj i proces razvijanja bio drugačiji. Kao rezultat, pojavio se niz različitih praksi koje svi su jednako označeni kao "klasteri".

U nedostatku jasne i zajedničke definicije klasteri se mogu identificirati kao skupine povezane u grupacije međusobnim vezama sa geografski lokalnim tvrtkama ili institucijama s kojima dijelu gospodarske djelatnosti i svi zajedno su usmjereni k strateškim ciljevima. Razni tipovi modela klastera u pomorstvu mogu se opisati kao:

- Oni koji imaju cilj poticanje ekonomske sinergije, te pokazuju specifične značajke da su lokalno utemeljene i razvijene spontano oko povijesno ukorijenjenog skupa temeljnih djelatnosti (ribarstvo, luke, sigurnosne usluge, itd). Zatim su razvili niz novih spin-offa i raznolikih i inovativnih djelatnosti u njihovim "tradicionalnim" okvirima djelovanja.
- oni koji imaju za cilj podržavati inovacije ali samo one koje podupire politika. Podržavaju gospodarske djelatnosti koji su bitne komponente gospodarskog razvoja i promiče ih se kroz nacionalnu ili regionalnu upravu, te su često postavljeni od strane regionalne ili nacionalne uprave.
- Oni koji su usmjereni na potporu od strane politike. To su najčešće djelatnosti kao što su (sektorske udruge, lučke uprave, istraživačka tijela, relevantna nacionalna ministarstva itd.) – obično su male platforme razvijene za potporu nacionalnoj politici.

## 4.2 Metodologija nautičkih klastera

U ovome podnaslovu pisat će se o metodologiji nautičkih klastera koji su proizašli iz analize trenutnih pomorskih klastera, kao što su oni koji postoje diljem Mediterana. Metodologija je odrađena kroz tri slijedeća koraka, koje možemo podijeliti u odgovarajuće odjeljke. U prvoj fazi analize daje se pregled opće prakse nautičkog klastera na Mediteranu. Kroz tu analizu dobit će se opći pregled širokog spektra nautičkih klastera na Mediteranu sa obzirom na različitu tematsku/geografsku usmjerenost te karakteristike tih klastera. Također će se općom analizom različitih sektora, opisati stvarni slučajevi koji postoje, kao i slučajevi sinergije i preklapanja.

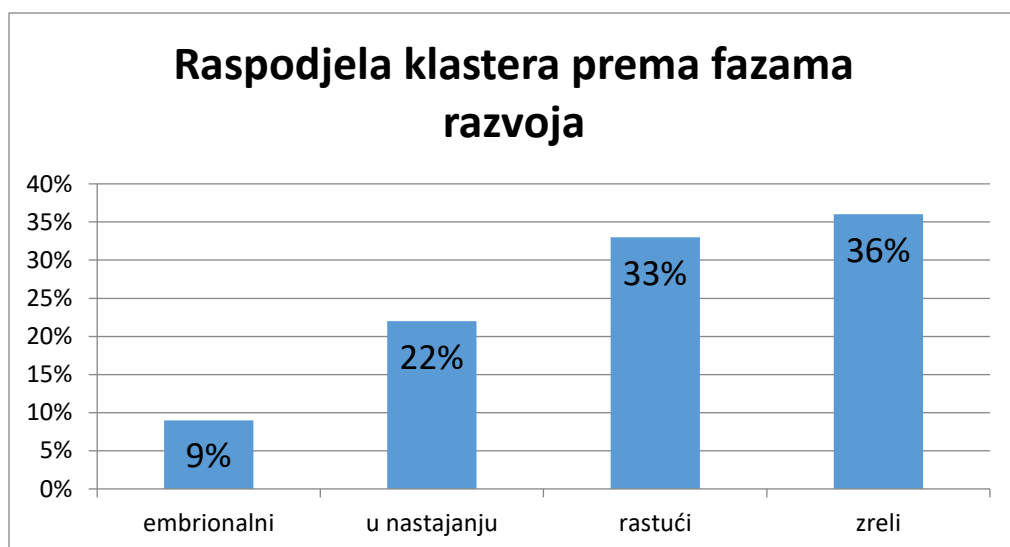
U drugoj i dubljoj fazi analize klasteri će biti kategorizirani na temelju različitih tematskih/zemljopisnih karakteristika te njihove sposobnosti da stvore radna mjesta, privlače ulagače, povećaju produktivnost i olakšaju inovacije. U ovoj će se analizi dotaknuti i identifikacije klastera, uključujući elemente koji se povezuju sa njihovim osnivanjem. Njihove performanse te naučene lekcije i potencijal za daljnji razvoj. U trećoj te posljednjoj fazi analize bit će spomenute mogući put napredak za nautičke klastere u vidu podržavanju održivih grana poslovanja i rasta kroz stvaranje i prihvaćanje inovacija na Mediteranu.

Prvi element koji se smatra upečatljivim je procjena njihovih razina zrelosti. Različite faze zrelosti mogu se definirati u 4 kategorije.

- Prva kategorija ubraja klastere koje smatramo embrionalnim odnosno oni koji još nisu operativni
- Druga kategorija je ona u koju se ubrajaju klasteri koji su u nastajanju to jest oni koji su odnedavno u funkciji
- Treća kategorija ubraja rastuće klastere a to su klasteri koji imaju djeluju određeni broj godina
- Te posljednja kategorija je ona u kojoj se nalaze zreliji i operativni klasteri koji djeluju već nekoliko godina.

Od spomenutih kategorija klastera oko dvije trećine su u kategoriji rasta ili kategoriji zrelosti, a to bi moglo značiti da brzo mogu dostići stabilnu razinu zrelosti.





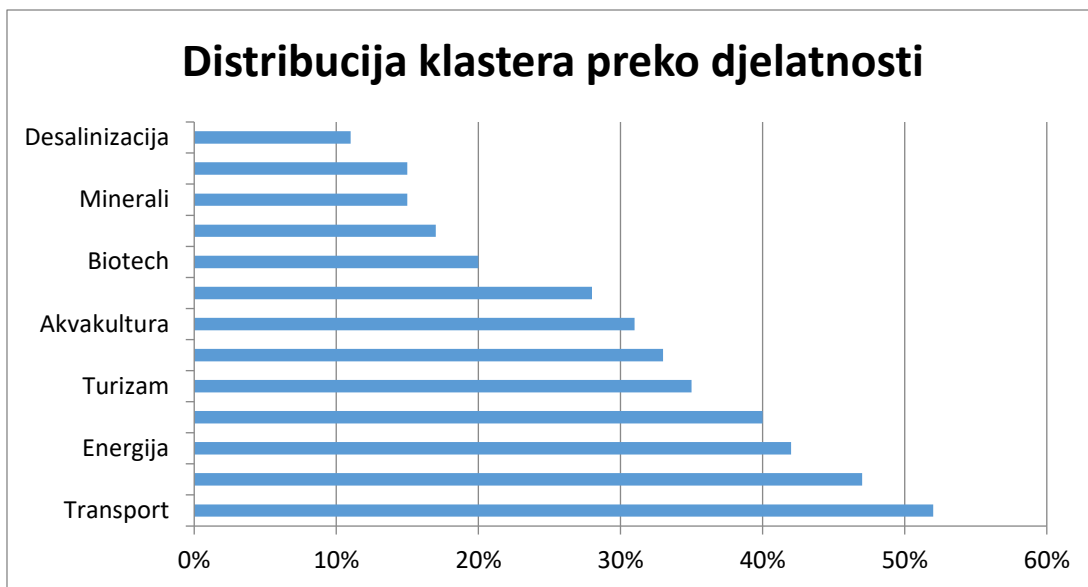
**Tabela 3 Raspodjela klastera prema fazama razvoja** Izvor: vlastita izrada, 2022.

Bitno je naglasiti da se velika većina klastera koji su u fazi rastući ili zreli nalazi na sjevernoj obali sredozemno mora. Oni koji se nalaze na južnim obalama sredozemnog mora su uglavnom noviji ili čak u ranoj fazi razvoja, te često nisu ni potpuno aktivni. Zanimljivo je da se klasteri na južnom Sredozemlju sve više promiču te se javlja sve veći interes za tu praksu.

Još jedan upečatljiv podatak je različita razina gospodarskih aktivnosti kojima se bave nautički klasteri. U tom kontekstu vrijedi napomenuti:

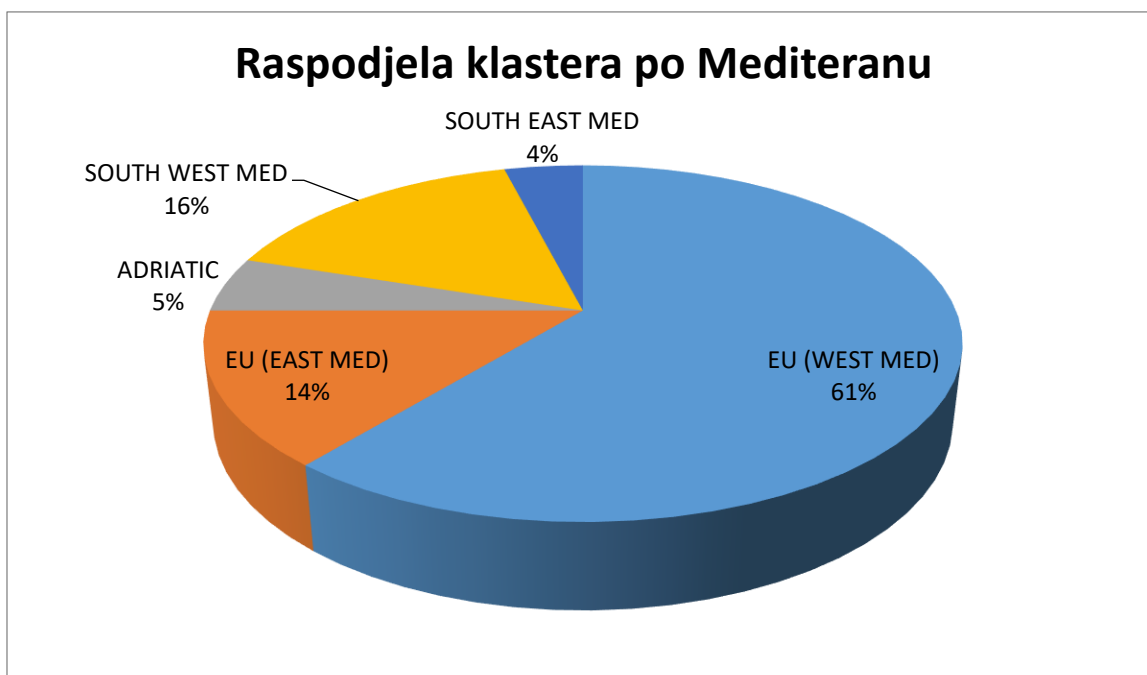
- Preko 40% procijenjenih klastera ima takav pristup da se dotiču širokog raspona djelatnosti
- dok nešto veći udjel klastera, oko 60% su sektorski, te je njihov naglasak na nekoliko povezanih aktivnosti te ponekad pokriva i pomorstvo i unutrašnje djelatnosti (npr. za turizam, logistiku, sigurnost).

Najčešće ciljane aktivnosti kojima se bavi oko 40% klastera uključuju transport, logistiku i brodogradnju, a to jesu tradicionalno povezane djelatnosti koje nalazimo u pomorskim djelatnostima i infrastrukturnim djelatnostima. Nakon njih slijede aktivnosti tradicionalno vezane za regiju sa preko 20 % od ukupnih klastera uključujući turizam, ribarstvo i akvakultura. Treća i posljednja skupina aktivnosti kojima se bave klasteri u Sredozemnom moru (ispod 20%) odražava nedavno nastale i inovativne aktivnosti, kao što su biotehnologija ili aktivnosti s ograničenim potencijalom među zemljama (desalinizacija i sirovine).



**Tabela 4 Distribucija klastera preko djelatnosti** Izvor: vlastita izrada, 2022.

Velika većina pomorskih klastera koji se nalaze na Mediteranu ima sjedište u zemljama EU; Italija, Španjolska, Francuska. Iz priloženog se čini da je zapadni Mediteran, ujedno i razvijeniji, skloniji promicanju inovacija u pomorstvu kroz klasterne. U EU klasteri su uglavnom na regionalnoj razini dok su oni u afričkim zemljama uglavnom na nacionalnoj razini. Daljnja razlika može se pronaći i u tome što su mediteranski klasteri isključivo pomorski ili mješoviti odnosno osim pomorstva bave se i obnovljivim izvorima energije i biotehnologije.



**Raspodjela klastera po Mediteranu** Izvor: vlastita izvedba, 2022.

Iz navedenog grafikona možemo vidjeti da se većina klastera nalazi u zapadnom dijelu Mediterana i to u zemljama koje su članice EU.

Primjeri transnacionalnih pomorskih klastera relativno su rijetki u Mediteranu, iako postoji niz nedavnih inicijativa sa tom svrhom. Uglavnom se taj poziv za stvaranje transnacionalnog pomorskog klastera financirao sredstvima iz EU i ideja je da se nalazi na Europskoj strani. Takvi bi se klasteri usredotočili na strateške transnacionalne aktivnosti čiji zadatak bi bio održiva i prosperitetna pomorska ekonomija na Mediteranu. Takav klaster koji postoji je Transnacionalni MED Maritime Surveillance Klaster (MED MS Cluster), osnovan unutar okvir projekta PROteuS i financiran u okviru programa Interreg-MED 2014-2020. U sklopu inicijative, naglasak je bio na pomorski nadzor. Svakoj pridruženoj zemlji i očekivalo se biti potpuno aktivan do 2020. Čvorovi pomorskih klastera su obično nacionalni pomorski klasteri ili klasteri zainteresirani za širenje svojih aktivnosti. Taj klaster ima međunarodni opseg, što ga čini jedinstvenom prilikom za plavo gospodarstvo na Mediteranu. Zemlje čije tvrtke, institucije ili poduzeća sudjeluju su Italija, Cipar, Francuska, Grčka, Portugal i Španjolska time osiguravajući pokrivenost sjeverozapadnog Mediterana. Klaster uključuje članove javnog i privatnog sektora kao što su npr. industrija, istraživačka tijela, tijela javne vlasti i organizacije civilnog društva. Primjere nekih zrelijih i rastućih klastera, s nekoliko godina uspješne povijesti u podržavanju inovacija rasta i novih radnih mjesta mogu se pronaći na sjevernoj obali Sredozemnog mora. Oni su obično na regionalnoj/lokalnoj razini u zemlje EU gdje je plava ekonomija raznolikija i gdje se podrška dobiva na regionalnoj i na lokalnoj razini. Neki od takvih klasteri imaju jači fokus na određene sektore, dok drugi imaju širi opseg i ciljaju na poticanje složenih socio-ekonomskih ekosustava. Jedan takav primjer je Pôle Mer Méditerranée stvoren 2005., Pôle Mer Méditerranée je jedan od dva francuska klastera pomorskih inovacija s Pole Mer Bretagne-Atlantique. Osnovan je kao dio nacionalnog klastera političke inicijative koja promiče "polove konkurentnosti" za Francusku. Pôle Mer Méditerranée primjer je temeljenog klaster s više "transverzalnim" pristupom, predvođenim konglomeratom međusobno povezanih nacionalnih industrija s jakim fokusom na podržavanje lokalnih socio-ekonomskih potreba. Njegova glavna sredstva djelovanja su izgradnja sinergije i prikupljanje sredstava za označene projekte. Posebno je orijentiran prema šest tema: obrana, sigurnost nautički i vodeni sportovi; energija i rudarski resursi. Jedan od klastera iz našeg susjedstva je onaj osnovan u crnoj gori pod imenom Turistički klaster Crne Gore. Osnovan je 29. ožujka 2017. kako bi podržao sinergiju između kopnenog i obalnog turizma u zemlji. Cilj klastera je umrežavanje i promicanje jačanja kapaciteta za svoje članove, kako bi se povećala kvaliteta

postojeće turističke usluge. Također na ovaj način žele razvijati nove usluge i proizvode kroz primjenu novih znanja i tehnologija te time zadovoljavajući međunarodni standard kvalitete. Klaster se usredotočuje na specifične sektore diljem cijele zemlje, te kao takav hrani suradnju kopna i mora. Tako da ovaj klaster nije isključivo umjeren na obalne i pomorske aspekte, ali se bavi njima, kako bi upotrijebio svoju sektorsku potporu. Klaster ima 12 članova koji su horizontalno i vertikalno integrirani u turističkoj industriji koju čine poduzetnici i zastupnici javnog, privatnog i civilnog sektora, koji zajedno stvaraju proizvode i usluge visoke vrijednosti.

Pomorski klasteri glavna su komponenta za upravljanje Plavom ekonomijom. Oni imaju potencijal podržati gotove sve oblike suradnje između svih; javne ili privatne organizacije, sektorske ili međusektorske, istraživačke organizacije, nevladinih organizacija, itd. te se time favorizira ciljano usmjerena suradnja. Ovo je značajka koja je neophodna za poticanje inovativnosti te je jedinstvena za klaster. Još jedna karakteristika klastera je njihova svestranost i neformalnost. Njihovo djelovanje nije nužno definirano institucionalnim ili zakonskim odredbama. Kao takvi, klasteri se mogu slobodno definirati suradnjom po mjeri njihovih vrlo usmjerenih potreba. Ali takva fleksibilnost i svestranost ne znači da su klasteri prikladni format za ispunjavanje svih lokalnih potreba. Odnosno javna politika bi trebala biti bolje postavljena kroz institucijske instrumente.

#### 4.3 Specifične značajke pomorskih klastera

Kao što je već napisano u ovome radu “klaster” nije specifičan pomorski koncept, ali zato pomorski klasteri mogu se baviti specifičnim aspektima pomorske gospodarske djelatnosti. Potrebno je usredotočiti se na određenu dodanu vrijednost pomorskih klastera u tome, kao što su:

- Pomorske inovacije su i kapitalno intenzivne
- Pomorska infrastruktura je vrlo skupa
- Sinergije se mogu razviti u većini pomorskih djelatnosti i sektora (npr. gotovo sve pomorske djelatnosti koriste brodove i lučke instalacije, udio korištenja pomorskog prostora i sl.);
- Vrijedne se niše mogu razviti unutar određenih lanca vrijednosti.

U okviru pomorstva klastera treba uzeti u obzir u njihovom odnosu s izazovima te ne treba zanemariti budućnost potencijalnih specifičnih pomorskih lanaca vrijednosti tijekom njihovih

životnih ciklusa (nastaju, rastu, komercijalno se uspostavljaju, ulaze u komercijalni pad i cilja-ju na nova područja inovacijom i razvojem). Okupljanjem znanosti, tehnologije, industrije i financija koji potencijalno dijele zajedničke interese i vjerojatno će razvijati sinergiju, mogu učinkovito podržavati niz strateških razvoja. Posebno treba razmotriti potencijal pomorskih klastera za sljedeće ciljeve koje je teško ostvariti preko trenutnih institucija:

- Razrada i promicanje dosljednog dugoročnog razvoja inovacije tijekom cijelog njezi-nog životnog ciklusa odnosno od teorijskih istraživanja do industrije i od kolijevke do groba
- Aktivno podržavanje i udruživanje te dijeljenje kapitalnih resursi na svim razinama i fazama kao što su istraživanje, promatranje, tehnološki razvoj, operativne platforme, itd.
- Identifikacija i njegovanje mnogih vrijednih inovacijskih i tržišnih niši, koje su trenut-no na embrionalnoj razini ali se očekuje da će razvijati u budućnosti npr. morski ob-novljivi izvori energije, plava biotehnologija, višenamjenski odobalne platforme, odr-živa pomorska mobilnost...):
- Omogućavanje dovoljne kritične mase (znanje, tržište, investicijska privlačnost) te po-ticanje novih područja inovacija unutar i izvan kako bi podržali optimizaciju cijelog sustava i svakog od njih pojedinačno.

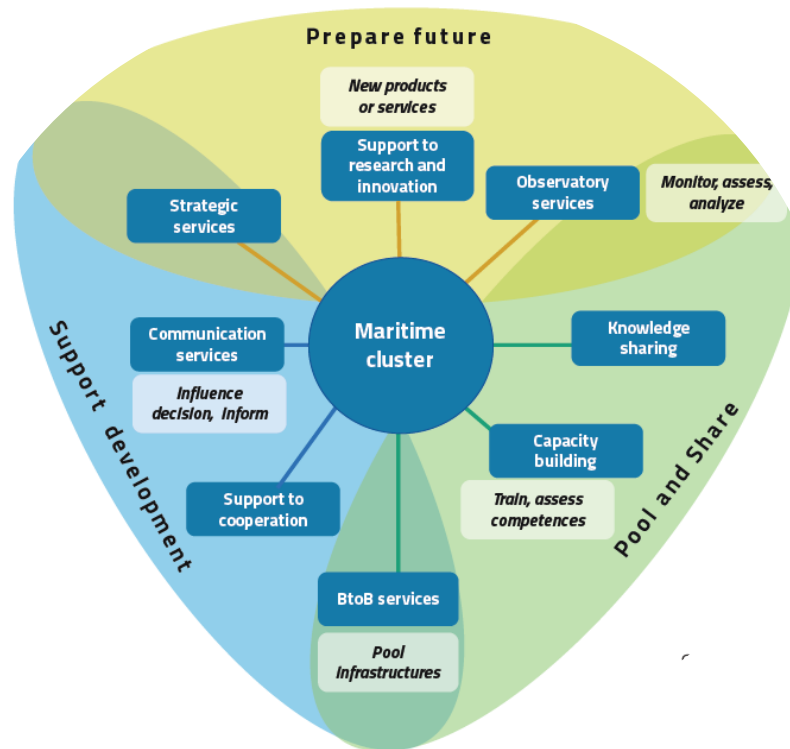
#### 4.4 Mogući potencijali razvoja klastera u RH

Nadovezujući se na teorijski dio koji je naveden u ovom radu, postoji potenci-jalno širok raspon mogućih ciljeva za pomorske klastere diljem svijeta i Mediterana. Ti ciljevi su sljedeći;

- Udruživanje i dijeljenje zajedničkih resursa: ovaj cilj bi pokrивao operativnu sinergiju industrije i znanosti. U slučaju industrije to se može vidjeti na primjerim udruživanja infrastrukture te dijeljenje lučkih instalacija, dok se u znanosti može vidjeti u korište-nju zajedničkih laboratorija te mješovitih istraživačkih timova. Postoji slučajevi kada su obje grane zahvaćene a to su npr. obrazovanje, obuka, inovacije
- Podrška zajedničkom razvoju i inovacijama: razvoj novih sektora ili velikih programa i projekata zahtijeva jaku i dugoročnu suradnju svih sudionika duž lanca vrijednosti sektora, programa ili projekta, uključujući financijere, i često strukturirana komunika-cija prema javnim tijelima te široj javnosti.

- Procijene i pripreme za zajedničku budućnost: održivi razvoj novih sektora koji zahtijeva suradnju širokog spektra dionika. To sada u praksi obično biva iz mnogo različitih sektora, uključujući okoliš. Ova funkcija bi trebala imati podršku usluga (ekonomskih, društvenih, okolišnih), još uz to bi trebala imati adekvatno istraživanje te potencijalne i strateške usluge.

Pomorski klasteri priprema za budućnost ilustrira međusobni odnos tri gore spomenuta cilja i različite mješavina usluga i funkcija koje se koriste (slika 9). Kao predviđeno, ti ciljevi i svrhe međusobno se ne isključuju, ali mogu djelovati bilo u kojem odnosu.



Slika 9 Pomorski klasteri priprema za budućnost Izvor: Strategija Mer et Littoral

#### 4.5 Nautički klasteri u Hrvatskoj

Uzimajući u obzir da je posljednjih godina klasterška politika bila važan sastavni dio gospodarske politike diljem Europe, Hrvatska kako bi ostala u velikoj mjeri usklađena sa drugim europskim zemljama treba nastaviti pratiti taj trend. Hrvatska bi svojom klasterškom politikom mogla ojačati postojeće regionalne prednosti, a samim time i konkurentnost i inovacije. Klasterška politika u Hrvatskoj mora se razmatrati u kontekstu položaja Hrvatske kao malog tranzicijskog gospodarstva. Prednosti „klasterizacije“ stoga su posebice:

- jačanje konkurentnosti poduzeća

- jačanje konkurentnosti Hrvatskih regija ,
- poboljšavanje strukture gospodarskih aktivnosti (nove tehnologije, restrukturiranje poduzeća), umrežavanje javnog, poslovnog i znanstveno-istraživačkog sektora te razumijevanje vlastitog gospodarstva.

Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj po prvi je puta okupila na jednom mjestu sve relevantne dionike koji se bave razvojem klastera i pružanjem potpore klasterima. U okviru izrade održano je niz radionica, a sam je proces rezultirao koordiniranim i koherentnim pristupom klasterima, kao i konsenzusom o strateškom okviru za budući razvoj klastera.

Klasterska je politika tijekom posljednjih godina postala jedna od glavnih politika Europske Unije osobito nakon obnavljanja LISABONSKE strategije 2020.

Stajalište diljem cijele Europe je da se klasteri povezuju sa prosperitetom te su nacionalne inicijative usmjerena prema jačanju razvoja klastera. Europska Unija zasigurno daje svoj doprinos klsterskim politikama i na nacionalnoj i na regionalnoj razini. Taj način razvijanje donosi sa sobom uklanjanje trgovinskih investicijskih i migracijskih barijera te poticanje i jačanje nacionalnih i regionalnih klsterskih politika. Cilj razvoja klastera u EU ostvaruje se nizom raznih potpornih programa i inicijativa zajednice. Vijeće za konkurentnost Republike Hrvatske je u svom zaključku 2006. godine prepoznalo klastere kao jedan od devet prioriteta za jačanje i razvoj inovacija.

Ključno za razvoj nautičkog turizma te pružanja većeg i šireg spektra usluga bio bi udruživanje različitih djelatnosti povezanih sa nautičkim turizmom u klastere. Problematika koja koči razvoj nautičkog turizma mogla bi se reducirati grupacijama različitih djelatnosti koji bi svojim znanjem i iskustvom lakše došli do rješenja te inovacija bitnih za razvitak.

Prvi pomorski klaster u Hrvatskoj je predstavljen od strane udruge MarInn – Maritimni inovacijski klaster, među čijim osnivačima su Lürssen grupacija, najpoznatiji svjetski proizvođač megajahti, najveći lanac marina na Mediteranu – ACI i Sveučilište u Rijeci, uz brojne druge partnere iz Hrvatske i inozemstva. Sa osnivanjem klastera Hrvatska bi se mogla vratiti na kartu najjačih pomorskih država, a jedan od glavnih ciljeva je pokretanje globalnog središta za inovacije i pametne vještine u pomorskoj industriji na Kvarneru. MarInn bi mogla postati o-kosnica razvoja maritimne industrije u RH. Bazirati će svoj rad na četiri ključna segmenta – razvoju autonomnih plovila i vozila, pametnim, zelenim i samoodrživim marinama, pretvaranju otpada u lukama i marinama u energiju, uz razvoj čistih, ekološki prihvatljivih pogona plovila, s naglaskom na vodik kao pogonsko gorivo. Klaster već razvija i zajedničku korisničku platformu za sve sudionike koji će na jednom mjestu moći dobiti sve potrebne informacije. Pivot projekt odnosno svojevrni poligon za razvoj svih navedenih tehnologija bit će bu-

duća nautička marina u Porto Barošu, zajednička investicija ACI-ja i Lürssenove tvrtke Gitone Kvarner u kojoj će, prvi put u Hrvatskoj ali i znatno šire, biti razvijeni sustavi za autonomnu navigaciju plovila, uz čitav niz pratećih usluga, poput automatskog prepoznavanja plovila, osiguravanja svih potrebnih informacija za nautičare i prije nego su uplovili u marinu, kao i punionice za plovila pogonjena vodikom i električnom energijom te sustav za proizvodnju električne energije iz otpada najnovije generacije. Klaster bi trebao osigurati i projekte za izgradnju plovila na električni pogon za održavanje putničkih linija, za koja su sredstva predviđena u nacionalnom programu oporavka i otpornosti. To će biti najsuvremenija marina na Jadranu koja će se bazirati na zelenoj tranziciji i digitalizaciji. Maritimni inovacijski klaster kao podrška i državnim tvrtkama, među kojima se vidi i Jadroliniju kao tvrtku koja, uz pomoć klastera, treba pripremiti projekte za povlačenje već predviđenih sredstava za gradnju novih brodova na alternativne pogone, iz nacionalnog plana za oporavak i otpornost.

Primjer MarInn-a je primjer kako se uz pravo rukovodstvo i organizaciju mogu pokrenuti mnogi procesi da se osigurava razvoj i radna mjesta. Također cijeli program može se prilagoditi inicijativi EU koja želi što više zelenih i održivih projekata.

#### 4.6 Nautički klasteri u Hrvatskoj – geografski pristup

Nautički klasteri u Hrvatskoj trebali bi se bazirati na područje gdje se održava najviše prometa i gustoće turizma. Iz prijašnjih poglavlja može se vidjeti koje županije imaju najviše prometa nautičkog turizma. Također bi trebalo naglasiti da i ostali dijelovi koji nisu na direktnoj ruti nautičkog turizma trebaju biti uključeni kako bi klasteri mogli djelovati nacionalno, a ne samo regionalno. Zbog specifičnosti obale i česte rute koje nautičari koriste a uključuje Italiju, Hrvatsku, Crnu goru, Grčku i Tursku klaster sa internacionalnim djelovanjem zasigurno bi razvio cijeli jedan spektar projekata koji bi turizam na ovom području Mediterana podigao na neku novu razinu. Inicijativa stvaranja za stvaranje klastera nautičkog turizma koji se proteže duž obale Hrvatskog dijela Jadranskog mora postoji te je jako velika. Ujedinjenje svih djelatnosti te spajanje najbolje od svega sa juga do sjevera produžila bi sezonu, te ponudila rješenje problemu sezonalnosti ovoga posla. Klasteri na lokalnoj razini mogli bi djelovati na razini županije te u suradnji sa turističkim institucijama koje nisu povezane sa pomorskim djelatnostima. Na taj način mogli bi pomoći razvitku regije te razmišljati lokalno i globalno. Podjela posla unutar klastera na više struktura po geografskim regijama mogla bi biti rješenje za održivost klastera. Prva podjela bi bila na projekte koje djeluju internacionalnu te bi se bazirala na cruising te megayachte service, druga bi bila nacionalna koja bi se skon-



centrirala na charter unutar granica RH te treća koja bi djelovala regionalno/lokalno te bi u simbiozi sa ostalim turističkim djelatnicima razvijala lokalnu zajednicu.

#### 4.7 Nautički klaster u Hrvatskoj te njihove djelatnosti u odnosu na geografske podijele

U prethodnom poglavlju objašnjeno je kategorizacija klastera po geografskim obilježjima, dok će ovdje biti rasprostranjenost po djelatnostima. Klasteri koji bi djelovali na internacionalnoj razini morali bi biti specifično određeni za mega jahte i cruisere, pošto su to uglavnom jedina plovila nautičkog turizma koja se koriste internacionalnoj plovidbom. U takvom plovidbi između država često dolazi do graničnih zastoja zbog graničnih administrativnih pregleda i raznih dozvola. Klasterska djelatnost mogla bi se baviti zakonodavnim poslovima u kojima bi u suradnji sa državnim tijelima te pravnim službama napravili inovativni model za ubrzanje graničnih prelazaka te prolazak kroz granične pomorske prijelaze na moru. Slijedeća djelatnost odnosila bi se i na kruzere i na megajahte te bi bazirala svoje poslovanje na servisu te opskrbljivanju takvih brodova. U praksi jako često dolazi do kompliciranih manevarskih poduhvata kada se mora unutar strane države osigurati određeni proizvod ili stvar kako bi se putovanje ili usluga nautičkog turizma mogla nastaviti odvijati bez problema. Internacionalnim udruženjem ljudi i tvrtki koje se bave tom djelatnošću uvelike bi povećao i olakšao prohodnost tog posla.

Druga skupina djelatnosti bi bila ona za klastere koji djeluju na nacionalnoj razini. Oni bi se bavili djelatnostima kao što su one povezane sa charterima te razvijanjem školovanog kadra. Svojim djelovanjem utjecali bi na razvijanje nautičke ponude kao inovativne i jedinstvene ponude na području Jadrana. Povezivanje različitih kompanija koje pružaju usluge i prodaju predmeta plovilima u nautičkom turizmu omogućio bi dobar temelj za razvoj kompanija, poduzeća i djelatnika.

Treća skupina bi bila ona koja bi djelovala lokalno. Njihov utjecaj bio bi od ključne važnosti za sve manje zajednice te da bi mogli opstati osim ako nisu dio nekog velikog nautičkog središta morali bi se baviti i ostalim granama turizma. Kooperacija kopnenih te pomorskih usluga omogućila bi im stabilnije poslovanje.

##### 4.7.1 Djelatnosti koje bi klasteri trebali pokrivati

Kako bi nautički klaster u potpunosti pokrio potražnju nautičara potrebno je koncipirati takav sustav, da on u njegovom djelovanju pokriva sve točke s kojima nautičar može doći u svojem djelovanju kao turist počevši od transportnog i logističkog logističkog se-

gmenta. Osigurati u klasteru način u kojem bi se pokrio transport gostiju od mjesta prebivališta do početne točke. Ovdje ima prostora za sve vrste transporta zračni, vodeni te kopneni. Primjerice, radi određeni broj ljudi koji koriste usluge jahtinga žele angažirati charter privatni let kako bi što prije došli na svoju polaznu točku. Nakon što se riješe transportni segmenti treba uključiti djelatnosti direktno vezane sa nautičkim turizmom.

Počevši od početka za provođenje nautičkog turizma potrebno je imati naglašenu pomorsku komponentu odnosno boravak blizu ili na moru. Klaster bi trebao imati granu koja bi se bavila pokrivanjem usluge pružanja smještaja na plovilima ili na stacionarnim objektima koji su u neposrednoj blizini mora. U suradnji sa charter agencijama i s agencijama za iznajmljivanje smještaja plasirati na tržište proizvod koji bi ujedinio sve smještajne jedinice pogodne za provedbu nautičkog turizma uz određenu garanciju tražene kvalitete. Hrvatska ima dugu povijest brodogradnje od Korčule do Betine. U tom kontekstu u klaster trebalo bi uključiti brodograditelje za sve vrste plovila. Od malih plovila kao što je tvrtka BRAVO-MAKARSKA, pa preko COLNAGO MARINE koji proizvode aluminijske brodove te ih distribuiraju diljem svijeta sve do BRODO-SPLIT koji proizvodi ekskluzivne jahte. Spajanjem brodograditelja različitih veličina i pružanjem subvencija te adekvatne radne snage potkovane dobrim obrazovanjem, Hrvatska bi se mogla brendirati kao jedna od jačih brodogradilište za plovila za razonodu s obzirom na još uvijek povoljne cijene radne snage i materijala. Osim ponude plovila kroz najam ili gradnju za održivi razvoj nautičkog turizma potrebno je uključiti i subjekte koji će pomoći razvijanju i proširivanju ponude.

Iz dijela rada u kojem je opisano zadovoljstvo i nedostaci nautičara prilikom posjeta Hrvatskoj obali vidimo da je potrebno aktivirati različite sadržaje uz i izvan lokacija na kopnu za prihvata nautičara. Nije potrebno otvarati uvijek nove aktivnosti gdje bi nautičari prilikom boravka na kopnu mogli trošiti svoje vrijeme i novac, rješenje se može pronaći i u spajanju već postojećih sadržaja, uz manje preinake kako bi postale bolje primjerene za nautičare. Povijesne i kulturološke atrakcije te interaktivni izleti na lokacije od velike kulturne važnosti također mogu igrati veliku ulogu u širenju ponude nautičkog turizma, te bi uz pomoć za izlazak na tržište, uz ideje koje bi dobile u sklopu klastera lakše ostvarile svoje mjesto na karti nautičara. Gastronomska ponuda osim restoranske, mogla bi se pojačati spajanjem različitih vinskih i ruta maslinovog ulja. Primjer toga možemo vidjeti u Istri gdje zaleđe zbog dobre komunikacije sa obalom, uživa blagodati velikog broja posjetitelja. Takav model ne možemo često pronaći u ostatku Jadranske obale, zbog manjka inovativnih ideja za spajanje različitih turističkih ideja. Prostora bi bilo i za obrazovne ustanove, hrvatski pomorci su jako cijenjeni kao posada

ili kao zapovjednici. Spajanjem charter kompanija i mnogih ustanova za izobrazbu pomoraca, pokrila bi se potražnja od strane tržišta koje uvijek traže mlade ljude koje bi obučili za posao u jahtingu. Djelatnosti koje na prvu se ne bi povezale sa nautičkim turizmom, a njihova uloga u njima je bitna, mogle bi profitirati na ovaj način. Zbog kompleksnosti skupa odnosa i pojava kojeg nazivamo nautički turizam skoro bi sve tercijalne i sekundarne djelatnosti mogle naći svoje mjesto. Dobitci svega kada se gleda kroz prizmu nautike su izraženi, tako da spajanjem pravih točaka onoga što Hrvatska nudi i onog što nautičari traže, može se obogatiti još jedna stabilna i sigurna gospodarstvena grana. Kreiranjem klastera i objedinjavanjem brojnih dionika nautičkog turizma s ostalim pružateljima usluga turistima nautičarima mogla bi se upotpuniti ponuda, povećati zadovoljstvo kupaca, otvoriti nova radna uz povećanje prihoda dionicima.

## 5. ZAKLJUČAK

Nautički turizam obiluje mogućnostima za razvijanje sigurne i stabilne gospodarstvene grane u Hrvatskoj. Hrvatska je kao zemlja bogata raznim prirodnim ljepotama i resursima te upravo na tim osnovama može uživati u velikom broju posjećenosti među nautičarima. Sama prisutnost prirodnih ljepota bez popratne infrastruktura i suprastrukture nije dovoljna da se zadrži kvaliteta i kvantiteta potrebna da se ovaj skup djelatnosti pretvori u održivu gospodarstvenu granu koja pruža veliki broj radnih mjesta i pridonosi proračunu zemlje. Kao i u svakome poslu tako i u ovome da bih posao u najmanju ruku ostao održiv ili se razvijao potrebno je ulagati u njega te konstantno tražiti nove načine za proširenje djelovanja i uključivanja novih načina zarade. Prvoplasirane i precizne mjere ili poslovni planovi mogu uvelike riješiti glavne probleme koje nalazimo u kontekstu nautičkog turizma. Na pravi način djelovanja mogu se riješiti problemi kao što je sezonalnost poslovanja, manjak radne snage te manjak potrebne "kritične mase" za održivo poslovanje. Rješenje u obliku klsterskog udruženja, koje bi provedeno na pravi način, kombiniranom tehnikom od vrha prema dnu te od dna prema vrhu dodalo jednu potrebnu injekciju modernizacije, inovativnosti te stabilnosti u najmanju bi ruku djelovalo pozitivno na trenutno stanje u sektoru.

U radu je temeljem obrade teoretskog i empirijskog pristupa potvrđena postavljena radna hipoteza. U svrhu njene potvrde također je odgovoreno je na niz pitanja postavljenih u uvodu. Hrvatskoj postoje svi potrebni segmenti te izvrsni temelji za stvaranje jedne od najbolji ponuda nautičkog turizma na Mediteranu, te to treba iskoristiti. Kroz stvaranje ovog rada upoznao sam se sa podacima o količini prometa nautičkog turizma, o kvaliteti prometa, o manama i prednostima te djelatnosti. Zaključak koji sam stekao, te koji je potkrijepljen vlastitim osobnim iskustvom je da su glavni segmenti za stvaranje jednog od jačih primjera kvalitetnog nautičkog turizma već ovdje, samo je potrebno pravo rukovodstvo, podrška državnih institucija kroz poticaje i zakone te jasan i precizan plan razvoja temeljen na istraživanjima, empirijskim podacima i iskustvu.

## POPIS LITERATURE

1. Dragičević M., Konkurentnost: Projekt za Hrvatsku, Zagreb, 2012.
2. Horvat Đ., Kovačević V., Clusteri, put do konkurentnosti, Zagreb, 2004.
3. Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno Čorak, Mikačić, 2006
4. Huggins, R., Izushi, H., (ed.): Competition, Competitive Advantage, and Clusters - The Ideas of Michael Porter, Oxford University Press, UK 2011.
5. Kos D. Povećanje učinkovitosti proizvodnih poduzeća udruživanjem u Klaster, Sveučilište u Zagebu, Fakultet strojarstva i brodogradnje, Zagreb, 2009
6. Luković, T. & co-authors: „Nautical tourism“ CABI Oxford, Oxford, 2013.
7. Luković, T. & Gržetić, Z.: „Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana“ HHI, Split, 2007.
8. Luković, T.: „Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga“, 2008.)
9. MENADŽMENT TURIZMA – ZBIRKA POSLOVNIH SLUČAJEVA Bartoluci, Čavlek i sur., 2007
10. Nautički turizam Hrvatske D. Ivošević, 1995).
11. Nautički turizam Hrvatske Luković 2015
12. Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma - A. Dulčić, 2002)
13. NAUTIČKI TURIZAM nautički charter HRVATSKE izdanje 2020. svibanj 20 20 . HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA
14. Porter M.E., Konkurentna prednost. Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Zagreb
15. STAVOVI I POTROŠNJA NAUTIČARA U HRVATSKOJ TOMAS NAUTIKA Jahting 2017
16. The Economic Significance of Maritime Clusters (Working Paper published July 2010) -THE DANISH SHIOWNERS' ASSOCIATION , Jan Fritz Hansen & Jacob K. Clasen
17. The role of Maritime Clusters to enhance the strength and development of European maritime Sectors - Report on results, Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, European Commission, Brussels, 2008.

## POPIS SLIKA/GRAFIKONA/TABELA

Slika 1 Industija nautičkog Turizma Izvor: Luković Nautički turizam knjiga. 13	
Slika 2 MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA DUŽINI PLOVILA	
Izvor:Tomas Nautika JAHTING 2017 .....	14
Slika 3 Nautički charter 2005-2019 Izvor: Ecrew/Evisitor, 2019. ....	18
Slika 4 Nautički charter promet 2005. - 2019. Izvor Ecrew/Evisitor .....	29
Slika 5 Struktura dolazaka po tržištima 2019.god Izvor: Ecrew/Evisitor .....	29
Slika 6 Stupanj zadovoljstva natučara na turističku ponudu Izvor: Tomas	
Nautika Jahting 2017.....	31
Slika 7 Smetnje nautičarima tijekom putovanja Izvor: Tomas Nautika Jahting	
2017.....	32
Slika 8 Konkurentnost Izvor: M. Dragičević, Konkurentnost: Projekt za	
Hrvatsku .....	36
Slika 9 Pomorski klasteri priprema za budućnost Izvor: Strategija Mer et	
Littoral.....	53
Tabela 1 izvor: vlastita izrada 2022.....	17
Tabela 2 izvor: vlastita izrada,2022.....	17
Tabela 3 Raspodjela klastera prema fazama razvoja Izvor: vlastita izrada,	
2022.....	48
Tabela 4 Distribucija klastera preko djelatnosti Izvor: vlastita izrada, 2022. .	49