

Značaj nautičkih sajмова u turističkoj ponudi Republike Hrvatske na primjeru Biograd Boat Showa

Jelić, Dora

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:466736>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovne ekonomije,
smjer Turizam**

**ZNAČAJ NAUTIČKIH SAJMOVA U TURISTIČKOJ PONUDI
REPUBLIKE HRVATSKE NA PRIMJERU BIOGRAD BOAT
SHOWA**

Diplomski rad

Dora Jelić

Zagreb, rujan 2023.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovne ekonomije, smjer
Turizam

**ZNAČAJ NAUTIČKIH SAJMOVA U TURISTIČKOJ PONUDI
REPUBLIKE HRVATSKE NA PRIMJERU BIOGRAD BOAT
SHOWA**

**THE IMPORTANCE OF BOAT FAIRS IN THE TOURIST
OFFER OF THE REPUBLIC OF CROATIA ON THE
EXAMPLE OF THE BIOGRAD BOAT SHOW**

Diplomski rad

Student: Dora Jelić, 0067554978
Mentor: Doc. dr. sc. Petra Barišić

Zagreb, rujan 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

Zagreb, rujan, 2023.

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i. e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any work in any other higher education, scientific or educational institution.

(vlastoručni potpis studenta)

Zagreb, September, 2023.

Sažetak i ključne riječi

Ovaj diplomski rad istražuje značajnu ulogu nautičkih sajмова u turističkoj industriji Republike Hrvatske, fokusirajući se na Biograd Boat Show kao glavni primjer. Nautički sajmovi imaju višestruku ulogu u promicanju nautičkog turizma, poticanju gospodarstva, produljenju turističke sezone i predstavljanju hrvatske pomorske baštine. Konkretno, Biograd Boat Show služi kao platforma za lokalne i međunarodne tvrtke za izlaganje proizvoda, potiče gospodarski rast povećanjem prihoda od turizma i ističe zapanjujuću hrvatsku obalu i pomorsku ponudu. Ovi događaji doprinose ugledu Hrvatske kao vrhunske destinacije za ljubitelje pomorstva i putnike što je cilj prikazati u ovom radu. U sklopu diplomskog rada provedeno je i empirijsko istraživanje na temu „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“.

Ključne riječi: nautički sajam, Biograd Boat Show, turistička ponuda, nautički turizam, održivi turizam.

Summary and key words

This paper investigates the significant role of nautical fairs in the tourism industry of the Republic of Croatia, focusing on the Biograd Boat Show as a prime example. Nautical fairs play a multiple role in promoting nautical tourism, stimulating the economy, extending the tourist season and presenting Croatian maritime heritage. In particular, the Biograd Boat Show serves as a platform for local and international companies to showcase their products, promotes economic growth by increasing tourism revenue, and highlights Croatia's stunning coastline and maritime offerings. These events contribute to the reputation of Croatia as a top destination for seafaring enthusiasts and travelers, which I aim to confirm in this paper. As part of the thesis, empirical research was conducted on the topic "The importance of nautical fairs in the tourist offer of the Republic of Croatia on the example of the Biograd Boat Show".

Keywords: nautical fair, Biograd Boat Show, tourist offer, nautical tourism, sustainable tourism.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metode istraživanja i izvori podataka	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	3
2. Važnost nautičkih sajмова za razvoj nautičke turističke ponude u Republici Hrvatskoj.....	5
2.1. Obilježja nautičkih sajмова	6
2.2. Nautička turistička ponuda u Republici Hrvatskoj.....	7
2.3. Razvoj nautičkih sajмова u Republici Hrvatskoj	11
2.4. Značaj nautičkih sajмова za unaprjeđenje nautičke turističke ponude	13
3. Analiza nautičkog sajma Biograd Boat Show	14
3.1. Koncept Biograd Boat Showa i njegov razvoj kroz povijest	14
3.2. Ključne sastavnice Biograd Boat Showa	18
3.3. Izazovi s kojima se susreće Biograd Boat Show	21
3.4. Pregled konkurencije	22
3.5. Prednosti Biograd Boat Showa nad konkurencijom.....	24
4. Značaj Biograd Boat Showa u turističkoj ponudi grada Biograda na Moru	28
4.1. Jačanje imidža grada Biograda na Moru	28
4.2. Direktni i indirektni učinci Biograd Boat Showa na razvoj turističke ponude u Biogradu na Moru.....	30
4.3. Prilike i prijetnje daljnjeg razvoja nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa.....	33
4.4. Biograd Boat Show kao važna komponenta nautičke turističke ponude grada Biograda na Moru.....	38
5. Empirijsko istraživanje „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“	40
5.1. Metodologija istraživanja.....	40
5.2. Konstruiranje pitanja i postavljanje hipoteza	40

5.3. Analiza rezultata empirijskog istraživanja „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“	41
5.4. Testiranje hipoteza empirijskog istraživanja „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“	48
6. Zaključak	51
Literatura	53
Popis slika.....	56
Popis grafikona	57
Popis tablica.....	58
Životopis.....	59
Prilozi	60

1. Uvod

Nautički turizam predstavlja značajan segment hrvatske turističke ponude privlačeći ljubitelje mora i plovidbe iz cijelog svijeta. Lijepa obala, tisuće otoka i izuzetno čisto more čine Republiku Hrvatsku idealnom destinacijom za nautičke avanture. Nautički sajmovi igraju ključnu ulogu u promociji kako nautičkog tako i općenito turizma u Republici Hrvatskoj. Oni kao takvi predstavljaju priliku za promociju hrvatske nautičke ponude, a u isto vrijeme pružaju i priliku za povezivanje domaćih i stranih tvrtki koje se bave proizvodnjom i prodajom nautičke opreme, plovila i usluga te njihovo okupljanje u jednoj određenoj destinaciji. Nautički sajmovi u Republici Hrvatskoj, kao i sam Biograd Boat Show, okupljaju veliki broj izlagača iz cijelog svijeta koji predstavljaju svoje proizvode i usluge, a to posljedično privlači veliki broj posjetitelja koji se mogu upoznati s najnovijim trendovima i tehnologijama u nautičkoj industriji, vidjeti najnovije modele brodova i opreme te se upoznati s turističkom ponudom hrvatske obale. Isto tako, kada se govori o Biograd Boat Showu, posjetitelji same manifestacije imaju priliku uživati i u ostalim sadržajima koje grad Biograd na Moru nudi, poput prirodnih ljepota i plaža, gastronomske ponude, blizine nacionalnih parkova, kulturne i povijesne baštine te zabavnog programa. Ukratko, nautički sajmovi su veoma važni za nautički turizam u Republici Hrvatskoj jer promoviraju nautičku ponudu te pružaju priliku za razvoj nautičke industrije ali ujedno otvaraju i prostor za unaprjeđenje turističke ponude same destinacije u kojoj se održavaju. Nautički turizam u Hrvatskoj doživljava procvat, a nautički sajmovi postaju sve važniji element u promociji i razvoju ovog sektora. Kroz dublje razumijevanje značaja Biograd Boat Showa i drugih sličnih sajmova, možemo pružiti smjernice za daljnji rast nautičkog turizma i očuvanje Hrvatske kao atraktivne destinacije za nautičke avanturiste diljem svijeta, a upravo na tome je ovaj diplomski rad i baziran.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet pisanja ovog diplomskog rada na temu "Značaj nautičkih sajmova u turističkoj ponudi Republike Hrvatske na primjeru Biograd Boat Showa" je istraživanje i analiza uloge nautičkih sajmova u promociji turizma u Republici Hrvatskoj, fokusirajući se na konkretni primjer Biograd Boat Showa. Rad istražuje koliko je nautički turizam značajan segment ukupne turističke ponude Republike Hrvatske, kako se razvijao tijekom godina i koje su

njegove perspektive za budućnost. Fokusirajući se na Biograd Boat Show kao primjer, rad istražuje zašto su nautički sajmovi važni za promociju i razvoj nautičkog turizma u zemlji. Ovdje se analizira njihova uloga u privlačenju domaćih i inozemnih turista, sudionika i izlagača. Također, rad istražuje ekonomske učinke i doprinose Biograd Boat Showa lokalnoj zajednici, poput stvaranja radnih mjesta, poticanja potrošnje, razvoja infrastrukture i sličnog, a cilj je i istražiti kako nautički sektor doprinosi ukupnoj turističkoj ponudi Republike Hrvatske. Kroz analizu Biograd Boat Showa, rad identificira ključne izazove s kojima se susreću nautički sajmovi u Hrvatskoj te predstavlja mogućnosti za daljnji razvoj i unaprjeđenje ovog segmenta turizma. Ovaj rad ima važnost jer će pružiti uvid u značaj nautičkih sajmova u turističkoj ponudi Republike Hrvatske, prikazati kako nautički turizam doprinosi gospodarstvu i razvoju turizma te identificirati ključne čimbenike koji utječu na uspješnost nautičkih sajmova. Navedeni primjer Biograd Boat Showa služiti će kao konkretan primjer analize koji će omogućiti bolje razumijevanje i primjenu rezultata istraživanja u praksi.

1.2. Metode istraživanja i izvori podataka

U svrhu donošenja što kvalitetnijih zaključaka pri istraživanju, oblikovanju i prezentiranju spoznaja u odgovarajućoj kombinaciji u ovom diplomskom radu upotrebjeno je više znanstvenih metoda. Prvenstveno, korištena je metoda anketiranja, odnosno provedena je kratka anketa među ispitanicima koji su upoznati s postojanjem ili su posjetili Biograd Boat Show. Također, u radu su korištene i metode poput metode sinteze kojom se povezuje teorija s praksom, metode deskripcije kojom se objašnjavaju pojmovi iz nautičkog turizma te metode usporedbe kojom se proučavaju, odnosno uspoređuju rezultati dobiveni iz ankete. U ovom radu vrlo je važno bilo koristiti raznovrsne izvore podataka kako bi se osigurala pouzdanost i sveobuhvatnost ovakvog istraživanja. Stoga su izvori podataka bili razni međunarodni izdavači te sekundarni izvori kao što su stručni znanstveni članci i časopisi te internetski resursi s naglaskom na službene web stranice i publikacije Biograd Boat Showa te drugih sajmova koje sadrže informacije o povijesti, sudionicima, programu, ekonomskim rezultatima i drugim relevantnim podacima za ovaj diplomski rad. Nadalje, korištene su i publikacije, izvješća i istraživanja koja se bave nautičkim turizmom i nautičkim sajmovima u Republici Hrvatskoj.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Ovaj diplomski rad napisan je u šest poglavlja. U prvom, odnosno uvodnom poglavlju, kratko se spominje svrha pisanja samog diplomskog rada. Zatim se obrađuje detaljnije predmet i cilj pisanja diplomskog rada na ovu temu, metode istraživanja korištene pri pisanju rada, izvori podataka korišteni u radu te sadržaj i struktura samog rada. U drugom poglavlju diplomski rad naglašava važnost nautičkih sajмова za razvoj nautičke turističke ponude u Republici Hrvatskoj pa tako ukratko obrađuje postojeću bogatu nautičku turističku ponudu Republike Hrvatske koja se sastoji od marina i sidrišta, charter flota, nautičkih tura duž Jadrana, vodenih sportova poput jedrenja i kajakinga, nautičkih sajмова i ostalog. Također, u ovom poglavlju spominju se osnovna obilježja nautičkih sajмова, njihov razvoj u Republici Hrvatskoj te značaj koji imaju u unaprjeđenju kako nautičke tako i općenite turističke ponude u Republici Hrvatskoj. Treće poglavlje ovog diplomskog rada konkretno analizira odabrani nautički sajam, Biograd Boat Show. Spomenuti nautički sajam, koji se održava u slikovitom gradu Biogradu na Moru, postao je nezaobilazno mjesto okupljanja nautičkih entuzijasta, industrijskih lidera i poslovnih subjekata kroz godine. Kroz dublje razumijevanje uloge i utjecaja Biograd Boat Showa, u ovom poglavlju želi se sagledati kako nautički sajmovi doprinose ukupnoj turističkoj ponudi Republike Hrvatske te koji su to ključni čimbenici koji utječu na njihov uspjeh. Poglavlje započinje s opisom osnovnih karakteristika Biograd Boat Showa, njegove organizacije i razvoja. Biograd Boat Show kao takav održava se već dvadeset i četiri godine, a kroz svoje djelovanje stekao je veliku međunarodnu popularnost, kako među izlagačima tako i među posjetiteljima. Tu su također obrađene i glavne sastavnice Biograd Boat Showa koji zapravo sadrži četiri sajma u jednom, odnosno sadržine samo izložbeni već i kongresni, charter i poslovni sajam u jednom. Uslijed uvođenja inovacija u nautičkim sajmovima, primjerice business to business koncepta o kojem se govori u ovom poglavlju, Biograd Boat Show susreo se i s nekolicinom izazova koji će se također spomenuti, a koji su naveli organizatore sajma da potraže pomoć i razviju suradnju s Gradom Biogradom na Moru i Turističkom zajednicom. Također, prikazan je i kratki pregled konkurencije unutar granica Republike Hrvatske te Europe pa je poglavlje zaključeno s uočenim prednostima koje Biograd Boat Show ima u odnosu na konkurenciju. U četvrtom poglavlju obrađen je značaj koji analizirani nautički sajam Biograd Boat Show ima na razvoj turističke ponude grada Biograda na Moru u vidu jačanja imidža grada Biograda na Moru, direktnih i indirektnih učinaka na razvoj turističke ponude grada poput produljenja turističke sezone, pozitivnih učinaka na lokalnu ekonomiju, promocije i atraktivnosti grada, stvaranja novih poslovnih prilika,

povećanja zaposlenosti, povećanja svijesti o nautičkoj ponudi i ostalih. Također, raspravljaju se ključni izazovi s kojima se suočavaju nautički sajmovi u Hrvatskoj i identificiraju mogućnosti za daljnji razvoj i unaprjeđenje ovog značajnog segmenta turizma. Uz pomoć SWOT analize prikazane su snage, slabosti, prilike i prijetnje daljnjeg razvoja nautičkog turizma u gradu Biogradu na Moru kao čimbeniku budućeg razvoja Biograd Boat Showa te se zaključuje poglavlje s važnošću Biograd Boat Showa kao jedne od komponenata u nautičkoj turističkoj ponudi grada Biograda na Moru. Peto poglavlje bavi se empirijskim istraživanjem provedenim u svrhu pisanja ovog diplomskog rada na temu „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“. Na početku je objašnjena metodologija empirijskog istraživanja te je objašnjeno kako su se konstruirala pitanja i koje su se hipoteze testirale navedenim istraživanjem. Nakon toga, detaljno su analizirani dobiveni rezultati provedenog istraživanja i testirane postavljene hipoteze s početka. U posljednjem poglavlju, odnosno zaključku diplomskog rada, sumirane su sve glavne teze ovog rada i donijet je zaključak o značaju nautičkih sajmova u turističkoj ponudi Republike Hrvatske. Cilj ovog diplomskog rada svakako se očituje u želji da se čitatelje potakne na daljnje istraživanje i razmišljanje o važnosti nautičkih sajmova kao katalizatora razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj ili na posjet istima.

2. Važnost nautičkih sajмова za razvoj nautičke turističke ponude u Republici Hrvatskoj

Nautički sajmovi su događaji koji se organiziraju kako bi se promovirali i prezentirali različiti aspekti nautičke ponude. Sajmovi pružaju idealnu priliku svim posjetiteljima da otkriju nove trendove u nautičkoj industriji te da se informiraju o aktualnim i nadolazećim ponudama nautičkog turizma. Sadržaj sajмова je obogaćen najnovijim modelima brodova, jahti i drugih plovila kao i tehnologijama, opremom i uslugama koje nude određene turističke destinacije. Upravo zbog toga, sajmovi imaju iznimnu važnost u promicanju gospodarstva u regiji u kojoj se održavaju. Prema Kılıçi Akdamar (2020.), obali turizam se značajnije počeo razvijati u 19. stoljeću stoga se može zaključiti kako je do pojave nautičkih sajмова došlo nešto kasnije.

Zbog svoje prekrasne obale i Jadranskog mora, Republika Hrvatska jedna je od najatraktivnijih nautičkih odredišta u Europi. Hrvatska obala jedna je od najatraktivnijih nautičkih odredišta na svijetu, a prirodne ljepote, čisto more, mala udaljenost između kopna i otoka, te dobra infrastruktura, idealne su pretpostavke za različite sportske i zabavne aktivnosti na moru, kao što su jedrenje na dasci, kiteboarding, veslanje u kajaku i kanuu, penjanje uz more, ronjenje ili rafting (Hrvatska turistička zajednica, 2023.). Hrvatska zaista ima bogatu obalu koja nudi raznolike mogućnosti za nautičke aktivnosti i odmor na moru. Raznolike prirodne ljepote, kao što su bistro more, otočje i raznovrsna flora i fauna, čine ovu destinaciju posebno privlačnom, a mogućnosti za nautičke sportove kao što su jedrenje na dasci, kiteboarding, veslanje u kajaku i kanuu, penjanje uz obalu, ronjenje i rafting zasigurno doprinose raznolikosti aktivnosti koje turisti mogu iskusiti tijekom svog boravka.

Također, blizina otoka i kopna omogućava lako istraživanje različitih lokacija i otoka te upoznavanje s lokalnom kulturom i gastronomijom. Prema Europskom manifestu za održivi nautički turizam, obalni i maritimni turizam je postao jedan od glavnih područja rasta turizma te se drži stratejskim saveznikom društva u isticanju vrijednosti prirodnih i kulturnih resursa obalnih područja. Jedrenje, surfanje, kajakarenje, ronjenje i slično, ovisni su o dobro očuvanom krajoliku i zdravom morskom eko-sustavu. Te aktivnosti pridonose ojačanju takvih destinacija (Alkier, Milojica, i Drpić, 2015.). S obzirom na to da se i na nautičkim sajmovima promoviraju navedene sportske nautičke aktivnosti sajmovi imaju ključnu ulogu u promicanju održive vrste turizma.

2.1. Obilježja nautičkih sajmova

Zbog prirode industrije koja je zastupljena u nautičkom turizmu, nautički sajmovi mogu se definirati kao društveni događaji na kojima sudjeluju proizvođači brodova, jahti i drugih plovila kao i inovatori tehnologije koja je zastupljena u nautičkoj industriji. Prema Alkier, Milojica, i Drpić (2015.), u većini slučajeva traju tjedan dana te se održavaju u unutrašnjosti zemlje ili na samoj obali, ali ipak više pažnje privlače oni koji se organiziraju u blizini marina i lučkih područja. Može se zaključiti kako nautički sajmovi tako olakšavaju stvaranje poslovnih kontakata, pregovaranje o poslovima i stvaranje novih partnerstava kao i reklamiranje proizvoda.

Prema Mihajlovic i Vidak (2017.) događaje općenito karakteriziraju financijska ulaganja, ograničeno vrijeme održavanja, inovacije, kvalitetna organizacija, financijski angažman i pažljivo planiranje. Može se zaključiti da je javno predstavljanje izlagača koji prezentiraju različitu nautičku ponudu obilježje nautičkog sajma. U izlagače se ubrajaju proizvođači brodova, charter agencije, nautičke kompanije, distributeri nautičke opreme i tehnologije te turističke agencije. Raznovrsna ponuda plovila omogućuje posjetiteljima uvid u širok spektar plovila koja čine luksuzne jahte, jedrilice, gumenjaci, katamarani i motornjaci. Prema (Krcic Miočić, 2011.) uz ponudu novih proizvoda na sajmovima se često nude i rabljeni brodovi i druga plovila. Nautički entuzijasti imaju priliku testirati različite plovne objekte što dodatno oživljava atmosferu. Tehnologija i oprema u nautičkoj industriji od kojih najvažniju ulogu imaju navigacijski uređaji, sigurnosna i komunikacijska oprema također su bitno obilježje nautičkih sajmovi. Tu spada i vodootporna odjeća i motorni i drugi rezervni dijelovi. Edukacije i stručni programi u sklopu takvih manifestacija bilježe dobru posjećenost jer pružaju posjetiteljima informacije o najnovijim trendovima i saznanjima u nautičkoj industriji. Česta su i brojna natjecanja te demonstracija nautičkih vještina, kao što su regate, koje doprinose zabavi na događaju.

Prema BBS (2023.) B2B (Business-to-Business) i B2C (Business-to-Consumer) poslovni model posebno su obilježje nautičkih sajmovi kao manifestacije jer nude mogućnost povezivanja između nautičkih profesionalaca (proizvođača brodova i distributera opreme) i krajnjih kupaca, što su nerijetko vlasnici brodova i potencijalni kupci, a u manjem broju turisti.

Promocija zaštite okoliša iznimno je važna prilikom organizacije nautičkog sajma zbog očuvanja bogate flore i faune Jadranskog mora te je iz tog razloga uključena u edukativne radionice na nautičkim sajmovima, a uključena je i promocija turističkih odredišta koja obuhvaća promidžbu otoka, luka, marina i obalnih područja koja onda posljedično rezultira većom posjećenosti navedenih područja.

Kao što je već ranije spomenuto, na nautičkim sajmovima se nude brojne nautičke usluge kao što su: servisiranje plovila, putovanja charter brodovima, održavanje plovila te njihovo osiguranje od šteta. Smještaj skupocjenog plovila nosi sa sobom visok rizik koji će kupac pokušati minimizirati prikupljajući što veći broj informacija o marini (Krce Miočić, 2011.). Stoga, usluge same marine i lučke infrastrukture također imaju ulogu u percepciji posjetitelja o nautičkom sajmu i destinaciji u kojoj se sajam održava.

2.2. Nautička turistička ponuda u Republici Hrvatskoj

Nautički turizam u Hrvatskoj pojavio se u 19. stoljeću što je gotovo jedno stoljeće kasnije nego u svijetu gdje se razvio već krajem 17. i početkom 18. stoljeća. Ono što je važnije je da se njegov razvoj u ostalom dijelu svijeta razvijao vrlo brzo od polovice 19. st. dok je u Hrvatskoj njegov razvoj tekao vrlo sporo sve do početka 80-ih godina 20. stoljeća. Većina današnjih marina i udruga nautičara osniva se 80-ih godina prošlog stoljeća što izrazito povećava popularnost nautičkog turizma. Dakle, intenzivniji njegov razvoj može se pratiti u posljednjih 15 godina, a vrhunac njegovog razvoja se tek očekuje (Jugović, Zubak, Kovačić, 2013.). Različiti faktori doprinose tom trendu, uključujući veću dostupnost putovanja, promociju, poboljšane infrastrukture i veće svijesti o ekološkim i zdravstvenim koristima boravka na otvorenom. Prema Jugović, Zubak, Kovačić (2013.) najava da se vrhunac razvoja nautičkog turizma tek očekuje ukazuje na to da postoji još neiskorišteni potencijal za rast i inovacije u ovom sektoru, a koji može uključivati daljnje ulaganje u infrastrukturu, razvoj novih nautičkih aktivnosti i iskustava, te privlačenje raznolikijeg spektra turista. Međutim, prilikom postizanja tog vrhunca, važno je pažljivo upravljati rastom kako bi se osiguralo održivo upravljanje turizmom i zaštita okoliša.

Nautička turistička ponuda Republike Hrvatske obuhvaća bogatu paletu atrakcija i aktivnosti za ljubitelje mora i plovidbe upravo zbog svoje prekrasne razvedene obale koja se proteže na više od 5.800 km. U Hrvatskoj se može sudjelovati na najrazličitijim regatama poput zasebnih

natjecanja dvotrupaca ili tradicionalnih lokalnih drvenih brodica. Bez obzira za kakvu se vrstu natjecanja pod jedrima odlučili, u Hrvatskoj će svatko pronaći nešto po svom guštu te će imati priliku upoznati brojne prijatelje jedriličarskog sporta koji uživaju u natjecanjima (Hrvatska turistička zajednica, 2023.). S obzirom na to da je Jadransko more poluzatvoreno ima idealne uvjete za jedrenje, windsurfing i ostale vodene sportove. Republika Hrvatska je i domaćin mnogim regatama i nautičkim događajima tijekom cijele godine. Raznovrsnost jadranske obale čine plaže, uvale, špilje, otoci i arhipelazi te je upravo zbog tih bogatstava Jadran jedan od omiljenijih odredišta u Europi. Blaga mediteranska klima, široka gastronomska ponuda i očuvana priroda razlozi su zbog kojih je posjećenost tijekom cijele godine poprilično visoka. Značajke Republike Hrvatske u nautičkom turizmu su vidljive u izuzetnom prirodnom potencijalu koji joj osigurava visoko mjesto na tržištu nautičkog turizma te se slobodno može reći da predstavlja najvrjedniji dio i polaznu točku razvoja nautičkog turizma.

Glavni atributi konkurentske prednosti Hrvatske kao destinacije nautičkog turizma su reljef priobalnog prostora i klimatski elementi uz visoki stupanj očuvanosti prirodnog okruženja dok su ograničavajući čimbenici razvoja nerazmjernost razine kvalitete ponude i standarda sektora, nedostatak financijskih sredstava, neadekvatna organizacija i menadžment sektora i drugo (Jugović, Zubak, Kovačić, 2013.). Nautička turistička ponuda Republike Hrvatske obuhvaća razne aktivnosti i usluge koje su fokusirane na posjetitelje koji uživaju u plovidbi, istraživanju otoka, obale i podvodnog svijeta te vodenim sportovima. Jedan od ključnih elemenata nautičke turističke ponude Republike Hrvatske su marine i luke koje nude usluge vezova, priveza, servisa te opskrbe vodom i strujom. Istraživanjem Državnog zavoda za statistiku iz 2023. godine obuhvaćeno je 220 luka, 86 marina, 85 sidrišta te 16 privežišta. Kao što je prikazano na Slici 1, površina akvatorija iznosi ukupnih 4.793,554 m² te broji čak 19.105 vezova (Državni zavod za statistiku, 2023.).

Slika 1: Akvatorij Republike Hrvatske

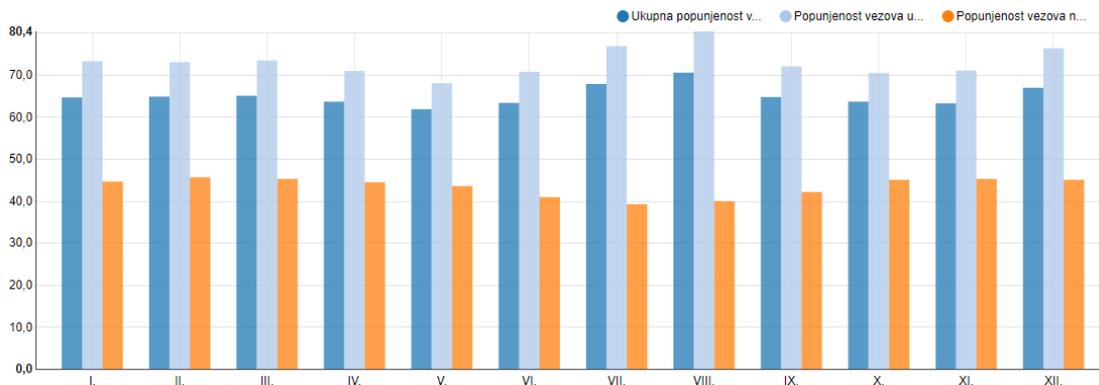
	2021.	2022.
Površina akvatorija, m ²	4 643 877	4 793 554
Broj vezova, ukupno	18 942	19 105
Od toga za plovila duljine		
Do 6 m	1 049	858
6 – 8 m	1 532	1 709
8 – 10 m	2 440	2 359
10 – 12 m	4 666	5 156
12 – 15 m	5 848	5 592
15 – 20 m	2 455	2 464
Više od 20 m	952	967
Duljina razvijene obale za privez plovila, m	73 705	75 171
Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu	6 137	6 906
Ukupna površina prostora za smještaj plovila na kopnu, m ²	741 049	796 555
Od toga natkriveni prostor (hangar), m ²	18 949	23 189
Broj zaposlenih, ukupno	1 831	2 018
Od toga sezonski	374	446

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Prikazana slika ukazuje na značajnu površinu akvatorija u kontekstu nautičkog turizma u tom području. S površinom od 4.793,554 m², jasno je da postoji velika potencijalna zona za različite nautičke aktivnosti poput vezivanja brodova, plovidbe, ronjenja i drugih vodenih sportova. Broj od 19.105 vezova je također impresivan, što ukazuje na prilično dobro razvijenu infrastrukturu za nautičke potrebe. Ovaj broj vezova sugerira da je akvatorij privlačno mjesto ne samo za lokalne vlasnike brodova, već i za one iz drugih regija i čak zemalja. To bi moglo doprinijeti dinamici nautičkog turizma u području, privlačeći posjetitelje koji žele iskusiti akvatorij i sve što nudi. Važno je napomenuti da je ova površina i broj vezova važan ekonomski i turistički resurs. Pružanje dovoljno vezova omogućuje povećanje broja posjetitelja, generiranje prihoda iz usluga vezivanja, ali i povećanje potražnje za uslugama kao što su restorani, hoteli i različite aktivnosti na kopnu.

Tijekom glavne turističke sezone vezovi u lukama i marinama imaju posebni značaj za nautičare i turiste koji dolaze uživati u destinacijama kako bi mogli isprobati i sve što se nudi u destinaciji u kojoj su se odlučili vezati. U većini luka postaje poprilično prometno u sezoni pa tako i popunjenost kapaciteta vezova doseže svoj vrhunac kao što je prikazano na Slici 2.

Slika 2: Popunjenost vezova po mjesecima



Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

U nautičku turističku ponudu može se svrstati i chartere koji omogućuju turistima istraživanje i uživanje u obali i otocima. Najam charter vozila podrazumijeva korištenje plovila na više dana s uslugom smještaja putnika. U sklopu najma vozila nudi se usluga skipera odnosno profesionalnog kapetana ili osoba koja unajmljuje plovilo može samostalno upravljati njime ako posjeduje odgovarajuću ispravu.

Prema Hrvatskoj turističkoj zajednici (2023.), regate i nautički događaji privlače profesionalne jedriličare i amatere željne natjecanja te su također elementi turističke ponude. Regate nisu samo natjecanje i borba za prvo mjesto nego i susret istomišljenika koji razmjenjuju iskustva i uživaju u nautičkom okruženju te su one događaji koji spajaju turističke destinacije na obali i otoke do kojih se dolazi ploveći po najljepšim dijelovima Jadranskog mora pa sudionici mogu iskusiti morski dio programa kao i onaj na kopnu.

Ronjenje, podvodni svijet i vodeni sportovi kao element turističke ponude zasigurno su vrlo atraktivni među turistima zato što su dostupni svakom turistu. Hrvatska obala ima bogat podvodni svijet pa su tako postojane i brojne ronilačke lokacije. Posjetitelji mogu istraživati podvodne pećine, olupine brodova te uživati u podvodnom svijetu koji je najbogatiji na najudaljenijim otocima. Ljubitelji adrenalina biraju vodene sportove poput kajakinga, windsurfinga i jedrenja kako bi u potpunosti iskusili čari Jadrana.

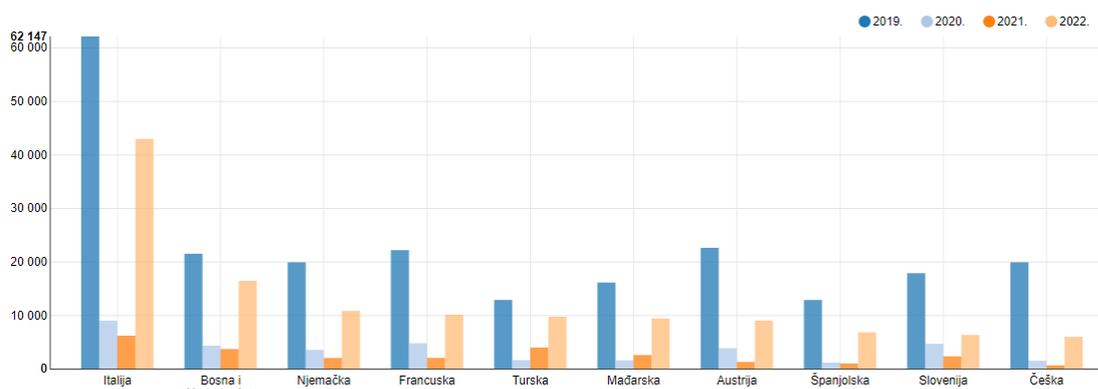
Gastronomija ima poseban značaj u nautičkoj turističkoj ponudi pogotovo u ljetnim mjesecima kada se turistima želi prezentirati bogatstvo domaće kuhinje. Mediteranska kuhinja

s naglaskom na svježe morske plodove, maslinovo ulje i lokalne specijalitete privlači brojne turiste. Tijekom godina otvorili su se brojni restorani diljem obale od kojih nekolicina ima i Michelinovu zvjezdicu ili preporuku.

Turističke agencije i nautički vodiči nude usluge koje olakšavaju putovanja pružajući informacije o marinama, manifestacijama, određenim sadržajima u destinacijama te rutama koje vode do istih. One isto tako čine nautičku turističku ponudu, ali se njihov broj i značaj znatno smanjio nakon pandemije COVID-19. Na Slici 3 vidljivo je da je broj turista koji biraju putovanje u organizaciji putničkih agencija u 2022. značajno pao u odnosu na 2019. godinu. U 2022. godini je u organizaciji hrvatskih putničkih agencija svega 179 tisuća domaćih turista bilo na putovanjima u stranim zemljama. Sa slike 3 je također vidljivo kako su za svaku pojedinu navedenu državu (Italija, Njemačka, Francuska...) turisti putničke agencije koristili najviše 2019. godini, a najmanje u 2020. pandemijskoj godini. Pandemija je promijenila preferencije turista u pogledu načina putovanja. Neki su se odlučili za samostalna putovanja kako bi izbjegli gužve i potencijalne kontakte s drugim turistima, a socijalni faktori poput straha od putovanja ili promjena u preferencijama vezanim za putovanje zasigurno su pridonijeli padu broja turista koji koriste takvu vrstu usluga.

Slika 3: Korištenje usluga putničkih agencija po godinama

G-1. DOMAĆI TURISTI NA VIŠEDNEVNIM PUTOVANJIMA PREMA ZEMLJI POSJETA U ORGANIZACIJI HRVATSKIH PUTNIČKIH AGENCIJA



Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

2.3. Razvoj nautičkih sajмова u Republici Hrvatskoj

Razvoj nautičkih sajмова u Republici Hrvatskoj odigrao je ključnu ulogu u unapređenju turizma zemlje, promicanju njezine pomorske baštine i pozicioniranju Republike Hrvatske kao tražene destinacije za nautičke entuzijaste. Tijekom godina ovi su se sajmovi razvijali

kako bi odražavali promjenjive trendove u pomorskom sektoru i značajno su pridonijeli gospodarskom i kulturnom identitetu Hrvatske. Početne faze nautičkih sajмова u Hrvatskoj bile su obilježene prepoznavanjem razgranate obale zemlje, netaknutih voda i povijesnog pomorskog značaja. Kako je Hrvatska stekla neovisnost i stabilizirala svoj turistički sektor, potencijal za nautička događanja za poticanje turizma i lokalnog gospodarstva postao je očit. Kada su se u Hrvatskoj pojavile nautičke izložbe koje su izlagale pomorske proizvode, usluge i plovila počela je izgradnja temelja za veće nautičke sajmove kakve poznajemo danas. Takvi sajmovi privukli su lokalne tvrtke, proizvođače brodova i entuzijaste te su takve izložbe pomogle u podizanju svijesti o pomorskoj ponudi Hrvatske i pokrenule rasprave o potencijalu namjenskih nautičkih sajмова. Kako je rasla popularnost Hrvatske kao turističke destinacije, rasla je i potražnja za cjelovitim nautičkim sajmovima. Ovi sajmovi nisu uključivali samo izložbe plovila, već su obuhvatili i širi spektar nautičkih usluga, od opreme i pribora do usluga iznajmljivanja jahti i paketa pomorskog turizma. S porastom međunarodnog turističkog profila Hrvatske, nautički sajmovi počeli su privlačiti sudionike i posjetitelje iz cijelog svijeta. Sajmovi su postali platforme za međunarodno umrežavanje, poslovnu suradnju i kulturnu razmjenu. Prema Gračan, Gregorić i Martinić (2016.) strateški položaj zemlje na Jadranskom moru dodatno je olakšao njen nastanak kao središte pomorskih događaja, privlačeći sudionike iz susjednih zemalja i šire. Nautički sajmovi u Hrvatskoj sve su više naglašavali inovativnost i održivost u pomorskom sektoru, postali su mjesta za otkrivanje najsuvremenijih tehnologija, ekološki prihvatljivih praksi i napretka u dizajnu i proizvodnji brodova. Ovaj naglasak odražava predanost Hrvatske usklađivanju s globalnim trendovima prema praksi odgovornog i održivog turizma. Kako bi zadovoljili širu publiku, nautički sajmovi u Hrvatskoj diverzificirali su svoju ponudu. Uključili su kulturne elemente, tradicionalne izložbe čamaca, pomorsku umjetnost i obrazovne programe kako bi angažirali posjetitelje na više razina. Ova diversifikacija pridonijela je obogaćenjem i sveobuhvatnijem iskustvu za sudionike, prikazujući pomorsku baštinu Hrvatske uz suvremeni razvoj. Hrvatska danas broji desetak takvih cjelovitih nautičkih sajмова od kojih su najpoznatiji Biograd Boat Show, Rijeka Boat Show, Croatia Boat Show, Pula Boat Show i Zagreb Boat Show.

Razvoj nautičkih sajмова u Republici Hrvatskoj odražava opredijeljenost zemlje da svoje pomorske resurse iskoristi za gospodarski rast i kulturnu promociju. Od skromnih početaka do sveobuhvatnih međunarodnih događanja, ovi su sajmovi postali značajna sastavnica hrvatskog turističkog krajolika, skrećući pozornost na njezinu pomorsku baštinu, potičući gospodarski

prosperitet i učvršćujući njezin ugled kao vrhunske destinacije nautičkog turizma.

2.4. Značaj nautičkih sajмова za unaprjeđenje nautičke turističke ponude

Može se reći kako nautički sajmovi igraju ključnu ulogu u unaprjeđenju nautičke turističke ponude na više načina. Prema Favro, Kovačić i Gržetić, Z. (2008.) marine okupljaju različite aktere nautičke industrije kao što su proizvođači brodova, opreme, usluga, turističke agencije i drugi na istome mjestu u isto vrijeme. Ovo omogućava poslovnim subjektima da se međusobno direktno povežu, uspostave kontakte i razmjene informacije, a takvo povezivanje može rezultirati novim poslovnim prilikama, partnerstvima i suradnjom. Upravo tako održavaju se i nautički sajmovi koji tako omogućavaju proizvođačima brodova, opreme i drugih nautičkih proizvoda da predstave svoje najnovije inovacije i tehnologije, a to je prilika da se privuče pažnja kupaca i potencijalnih partnera te da se stvore nove mogućnosti za razvoj nautičkog turizma. Također, nautički sajmovi često uključuju i edukativne programe, seminare i prezentacije o nautičkim trendovima, sigurnosti na moru, održivosti i drugim relevantnim temama što doprinosi podizanju svijesti i znanja o nautičkoj industriji, kako među stručnjacima tako i među potencijalnim turistima. Nautički sajmovi pružaju priliku destinacijama da se promoviraju kao atraktivne nautičke destinacije, a turističke agencije, hotelski lanci i lokalne vlasti mogu koristiti sajmove kako bi privukli nautičke turiste svojim jedinstvenim ponudama, predivnim obalama, marinama i kulturnim atrakcijama. Takvi sajmovi pomažu i u popularizaciji nautičkog turizma među širom publikom. Mediji često izvještavaju o važnim dešavanjima na sajmovima, čime se širi svijest o mogućnostima koje nautički turizam pruža. Nadalje, oni omogućavaju analizu trendova i preferencija nautičkih turista pa poslovni subjekti mogu dobiti direktnu povratnu informaciju od potencijalnih kupaca, što im pomaže da bolje razumiju tržište i prilagode svoju ponudu. U suštini, nautički sajmovi igraju ključnu ulogu u promociji, razvoju i unaprjeđenju nautičke turističke ponude tako što spajaju različite aktere, promoviraju inovacije te pružaju platformu za edukaciju, umrežavanje i poslovne mogućnosti.

3. Analiza nautičkog sajma Biograd Boat Show

Analiza nautičkog sajma Biograd Boat Show koja je provedena u ovom poglavlju diplomskog rada podrazumijeva temeljito proučavanje različitih aspekata i elemenata vezanih za sam sajam kako bi se dobio dublji uvid u njegovu strukturu, uspješnost, utjecaj i eventualne promjene tijekom vremena. Ova analiza ima za cilj procijeniti kako sajam funkcionira, kako se percipira među izlagačima i posjetiteljima te kako doprinosi nautičkom turizmu i lokalnoj zajednici. Neki od ključnih elemenata koje analiza Biograd Boat Showa uključuje su: koncept, posjećenost, sudionici, pozicioniranje, program i sadržaj te konkurencija.

3.1. Koncept Biograd Boat Showa i njegov razvoj kroz povijest

Biograd Boat Show je nautički sajam koji se održava u Biogradu na Moru i ima bogatu povijest od svog osnivanja do današnjih dana. Prvo izdanje Biograd Boat Showa održano je 1999. godine, a tadašnji početak obilježila je skromnija prisutnost izlagača i posjetitelja u usporedbi s kasnijim izdanjima. Od svojih skromnih početaka kao proljetni dan otvorenih vrata Marine Kornati, Biograd Boat Show se preporodio 2004. godine, prelaskom na listopadski termin kako bi zadovoljio zahtjeve izlagača. Od te točke sajam se počeo strelovito uzdizati, održavajući rekordne izložbe svake godine, stječući lojalnost kroz globalnu financijsku krizu i pružajući snagu kroz pandemiju (BBS, 2023.).

Tijekom ranih godina, odnosno tijekom 2000-tih godina, Biograd Boat Show postepeno je stekao na popularnosti i privukao sve više izlagača, posjetitelja i medija. Tijekom proteklih 25 godina izrastao je iz manjeg regionalnog sajma u veliki međunarodni događaj, dovodeći jadransku nautičku regiju na svjetsku pozornicu (BBS, 2023.). Kao što se može vidjeti, s vremenom je Biograd Boat Show postao prepoznatljiv u nautičkoj industriji regije, a u idućim desetljećima, sajam je kontinuirano rastao i proširivao svoju ponudu. Broj izlagača i posjetitelja povećavao se iz godine u godinu, a Biograd Boat Show danas je ključna nautička manifestacija u Hrvatskoj i širem okruženju. Već 2007. godine, samo tri godine nakon osnivanja, Biograd Boat Show doživljava procvat. Te godine na sajmu je izlagalo preko 130 izlagača sa 150 plovila na moru i kopnu što je ujedno značilo i proširenje izlagačkog prostora na dodatnih 120 m rive i 3.000 m² na kopnu čime je sajam stekao ugled i povjerenje među izlagačima i posjetiteljima (Marina Kornati, 2023.).

Danas je Biograd Boat Show zlatni član međunarodne udruge organizatora nautičkih sajmova,

usvajajući visoke standarde organizacije i sudjelujući u njenom daljnjem razvoju dijeleći svoj jedinstveni poslovni model, te je na čelu Business to Business aktivnosti (BBS, 2023.). Ova izjava ukazuje na visoki ugled i prepoznatljivost Biograd Boat Showa u nautičkoj industriji, kako lokalnoj tako i međunarodnoj. Postati zlatni član međunarodne udruge organizatora nautičkih sajмова ukazuje na to da je Biograd Boat Show prepoznat kao lider u organizaciji nautičkih događaja i da udovoljava visokim standardima kvalitete, stručnosti i profesionalizma. Spomenuta činjenica da sajam usvaja visoke standarde organizacije i dijeli svoj poslovni model s drugim članicama udruge organizatora pokazuje da je Biograd Boat Show otvoren za suradnju, razmjenu iskustava i unapređenje industrije kao cjeline. To također sugerira da je sajam svjestan važnosti stalnog unapređenja i prilagodbe najboljim praksama u industriji.

Koncept Biograd Boat Showa temelji se na ideji organizacije nautičkog sajma koji okuplja širok spektar izlagača, posjetitelja i stručnjaka iz nautičke industrije te promovira nautičke proizvode, usluge i destinacije. Sajam ima za cilj potaknuti poslovnu suradnju, razmjenu iskustava, promovirati inovacije te povećati svijest o nautičkom turizmu i industriji općenito. Sajam se, kako je već spomenuto, održava u listopadu svake godine, a mjesto događaja je Marina Kornati u Biogradu na Moru. Marina Kornati vodeća je nautička marina na Jadranu koja zahvaljujući popratnoj infrastrukturi Ilirija d.d. (hotelski smještaj, ugostiteljska ponuda, itd.) organizira jesenski nautički sajam Biograd Boat Show, a ujedno je i marina s najbogatijim međunarodnim regatnim kalendarom. Osim vlastite servisne zone i restorana s konobom, u sklopu marine djeluje i tridesetak vanjskih tvrtki što osigurava pružanje vrhunske usluge svim njezinim gostima (Hrvatska turistička zajednica, 2023.). Prisutnost popratne infrastrukture, kao što su hotelski smještaj, ugostiteljska ponuda i druge usluge, čini ovu marinu sveobuhvatnom destinacijom. Gosti mogu uživati u raznovrsnim aktivnostima i udobnostima tijekom svog boravka. Postojanje vlastite servisne zone unutar marine dodaje praktičnost i brigu o brodovima i plovilima posjetitelja pa takva usluga privlači nautičare koji cijene pouzdanu tehničku podršku. Biograd Boat Show uglavnom traje pet dana, a organizira ga tvrtka Ilirija d.d.. Ilirija d.d. je pionir nautičkog turizma u Biogradu na Moru. Prepoznavši iznimni potencijal Biograda na Moru kao nautičkog grada smještenog u neposrednoj blizini kornatskog arhipelaga, Ilirija d.d. je davne 1974. godine izgradila prvu nautičku luku u Hrvatskoj, današnju hotelsku luku iz koje se sustavno započeo razvijati nautički turizam po cijelom Jadranu, i prvu vlastitu charter flotu od četrdeset Elanovih plovila, te je s punim

pravom ponijela naziv pionira nautičkog turizma, dok je grad Biograd postao kolijevka nautičkog turizma (Marina Kornati, 2023.). Izgradnjom prve nautičke luke i stvaranjem vlastite charter flote, Ilirija d.d. je postavila temelje nautičkog turizma. Njihova predanost i vizija doprinijeli su stvaranju privlačne ponude za nautičare, što je tijekom vremena privuklo sve veći broj turista u regiju. Inicijativa Ilirije d.d. ima održivu dimenziju jer je nautički turizam postao ključni ekonomski sektor u regiji, a njihov pionirski doprinos ostavlja nasljeđe koje je odigralo ključnu ulogu u oblikovanju turističkog identiteta Biograda na Moru i cijelog Jadrana (Marina Kornati, 2023.).

Sajam Biograd Boat Show obuhvaća prostor za izlaganje različitih vrsta plovila, jahti, brodova, nautičke opreme i tehnologija. Izlagači postavljaju svoje štandove i prezentiraju svoje proizvode posjetiteljima te također predstavljaju i nautičku opremu kao što su motorni i jedriličarski dijelovi, elektronika, navigacijska oprema, sigurnosni uređaji, odjeća i drugi dodaci. Sajam obično uključuje i poseban dio posvećen poslovnim posjetiteljima i poslovnim aktivnostima što je prilika za izlagače da uspostave poslovne kontakte, pregovaraju o suradnji i pregledavaju nove proizvode (BBS, 2023.).

Prema Biograd Boat Show (2023.), tijekom izvođenja sajma često se organiziraju i stručna predavanja, paneli i radionice u prostoru Marine Kornati, odnosno Ilirije d.d., na kojima se raspravlja o nautičkim temama kao što su sigurnost na moru, inovacije u industriji, regulative i druge relevantne teme. Većina izlagača vjerna je Biograd Boat Showu i konstantni su dugi niz godina što ukazuje na veliko međusobno povjerenje i visoko uspješnu suradnju između organizatora i samih izlagača. Važnost dugotrajnih odnosa između izlagača i organizatora na sajmovima poput Biograd Boat Showa ne može se dovoljno naglasiti. Činjenica da većina izlagača ostaje vjerna sajmu tijekom dugog niza godina ukazuje na iznimno pozitivnu dinamiku međusobnog povjerenja i suradnje između organizatora i izlagača. Kontinuirana prisutnost istih izlagača sugerira da su organizatori u stanju pružiti stabilno i pouzdano okruženje za poslovanje. Izlagači se osjećaju sigurno sudjelovati iz godine u godinu, znajući da će sajam ispunjavati njihova očekivanja. Organizatori koji uspješno održavaju povjerenje izlagača često su prilagodljivi i spremni na inovacije kako bi udovoljili mijenjajućim potrebama industrije, a izlagači će biti skloni sudjelovati i surađivati s organizatorima koji su fleksibilni i prilagodljivi. Fleksibilnost organizatora Biograd Boat Showa također se vidi i u činjenici kako su na njihov zahtjev prebacili održavanje sajma na listopad. Konstantna

prisutnost izlagača stvara i dosljedno iskustvo za posjetitelje, odnosno stvara povjerenje i sigurnost među posjetiteljima da će na sajmu uvijek pronaći relevantne proizvode i usluge.

Cijena ulaznice za posjetitelje sajma iznosi oko 10,00 EUR po osobi, a dozvoljen je i ulaz kućnim ljubimcima. Sajam je za posjetitelje, za vrijeme trajanja, otvoren od 10:00 do 18:00 sati, a gotovo uvijek se u sklopu sajma, u večernjim terminima, organiziraju i zabavni događaji, kulturne aktivnosti, glazbeni nastupi i gastronomske manifestacije kako bi se posjetiteljima pružio cjelovit doživljaj. Cijena paketa za izlagače iznosi oko 990,00 EUR, a paket uključuje štand, pult, utičnicu, barsku stolicu, ime na štandu, panele, registraciju u B2B poslovni imenik, besplatno korištenje softvera za sastanke i do 4 poslovne ulaznice (BBS, 2023.).

Sajam ne samo da promovira nautičku industriju već i samu destinaciju Biograd na Moru. Posjetitelji imaju priliku istražiti ljepote grada, okolne prirodne ljepote i turističke atrakcije za vrijeme svog posjeta sajmu. Biograd na Moru, kao popularno turističko odredište na Jadranskoj obali, nudi mnogo više od samo Biograd Boat Showa. Ovo živopisno obalno mjesto privlači posjetitelje različitih interesa svojim bogatstvom prirodnih ljepota, kulturnih atrakcija, aktivnosti na otvorenom, plažama i gastronomskom scenom. Biograd na Moru ima širok izbor prekrasnih plaža koje privlače turiste tijekom ljeta. Plaže poput Dražice, Soline i Bošane nude čisto more, bijeli pijesak ili šljunak i različite mogućnosti za opuštanje i kupanje. Osim Biograd Boat Showa, Biograd na Moru je nautički centar poznat po svojim marinama, čime privlači brojne posjetitelje s vlastitim plovilima (Marina Kornati, 2022.). Ovdje možete iznajmiti brodove, jahte ili sudjelovati u različitim nautičkim aktivnostima poput jedrenja. Biograd na Moru je između ostalog i izvrsna polazna točka za posjet Nacionalnom parku Kornati, arhipelagu s prekrasnim otočnim krajolicima, kristalno čistim morem i bogatstvom morske flore i faune. Nedaleko od Biograda nalazi se i Park prirode Vransko jezero, prirodni rezervat sa slatkovodnim jezerom koje je dom brojnim pticama i drugim vrstama. Okolica Biograda pruža odlične mogućnosti za biciklizam i planinarenje. Planine Velebit i Paklenica nisu daleko, a biciklističke i pješačke staze omogućuju istraživanje prirode, stoga se u Biogradu tijekom sezone na ulici uvijek može susresti grupa biciklista. Kada je riječ o gastronomiji, Biograd nudi brojne restorane i konobe gdje se može uživati u lokalnoj dalmatinskoj kuhinji, s naglaskom na svježe plodove mora. Tijekom ljetnih mjeseci, a što je vrlo važno mladim posjetiteljima, Biograd nudi i različite kulturne i zabavne događaje,

koncerte i noćni život.

3.2. Ključne sastavnice Biograd Boat Showa

Biograd Boat Show nije samo običan izložbeni nautički sajam već ima i nekolicinu drugih ključnih sastavnica. Petodnevni festival svjetske i europske nautike u znaku četiri sajma u jednom Biograd Boat Show na jednom mjestu sjedinio je izlagački sajam brodova i opreme, kongresni, charter i business to business, te se isprofilirao u kongres hrvatske nautičke industrije i turizma, i održan je u znaku „4 sajma u jednom“, odnosno: Biograd Boat Show – izlagačkog sajma, 6. Dana hrvatske nautike – kongresnog sajma, Croatia Charter Expoa – charter sajma i Biograd B2B – poslovnog sajma (BBS, 2022).

Izložbeni dio sajma zapravo sadrži niz svjetskih i hrvatskih premijera plovila, odnosno ljubitelji brodova koji su posjetili sajam 2022. godine, mogli su uživati u preko četrdeset premijera plovila koje je izlagalo više od dvadeset poznatih tvrtki, a svjetsku premijeru je u Biogradu tako ostvario i Monachus Issa 45 Fly iz hrvatskog brodogradilišta Monachus Yachts, zatim slovenska tvrtka Elan koja je svijetu po prvi put predstavila svoj Elan Impression 43, dok je svjetsku promociju doživio i SuperRIB 27 tvrtke Pribudić-Borčić. Također su izloženi mnogi novi hrvatski modeli uključujući i novi Monachus 70 Fly, najveća serijska jahta u povijesti hrvatske brodogradnje te novitet na hrvatskom tržištu Pičuljan Squama 21 Open. Predstavljene su i mnoge hrvatske premijere poput noviteta luksuznog brodogradilišta, jedrilica Solaris s modelom 50, kao i niz luksuznih motornih jahti brenda Absolute među kojima su istaknuti modeli Navetta 68, Navetta 58, Navetta 48 i 48 Coupe koje je za hrvatsko tržište premijerno prikazala rovinjska tvrtka Adriatic Wave. More Ocean je nastupio s hrvatskom premijerom Hallberg-Rassy 57, Paspardu Yachts s Targom 27.2 TF AD, dok je Aventur izlagao luksuznu jahtu Tesoro T40. Finska marka Saxdor predstavila je svoje modele Saxdor 320 GTC i 320 GTO Sport, a u segmentu katamarana debitirali su Fountaine Pajot MY4.S i Excess 11 (BBS, 2022).

Izložbeni dio sajma s mnogim premijerama ima izuzetno važnu ulogu jer donosi niz koristi kako izlagačima, tako i posjetiteljima te samom događaju. Premijere novih proizvoda, brodova, jahti ili tehnoloških inovacija privlače veliku pažnju medija, stručnjaka i posjetitelja. Ovaj faktor znatno povećava vidljivost u javnosti i zanimanje za sajam. Posjetitelji često traže nove i inovativne proizvode, a premijere pružaju jedinstvenu priliku da vide i iskuse najnovije

trendove i tehnologije iz prve ruke. Isto tako, premijere stvaraju posebnu atmosferu uzbuđenja i ekskluzivnosti na sajmu, o premijerama se uvijek piše, priča i stvara „šušur“, a posjetitelji se osjećaju privilegirano što imaju priliku biti među prvim osobama koje vide i dožive novosti (BBS, 2022.). Kako je već spomenuto, takvi događaji su privlačni novinarima i medijima koji često izvještavaju o novim proizvodima i inovacijama. S druge strane, izlagači koji predstavljaju premijere često imaju konkurentske prednosti jer privlače više pozornosti i imaju priliku biti među prvima koji osvajaju tržište novim proizvodima, te im tako omogućuju da pokažu kako se razvijaju tehnologije i inovacije unutar nautičke industrije, što može biti važno za promociju njihove stručnosti i liderstva. Mogućnost da se predstave premijere potiče izlagače na kontinuirano inoviranje i razvoj novih proizvoda kako bi bili relevantni i konkurentni na tržištu.

U kongresnom dijelu sajma Hrvatska gospodarska komora, kroz 6. HGK dane nautike, okupivši sva udruženja vezana uz nautičku industriju i turizam, raspravila je sve aktualne prilike i najave bitne za njihovo poslovanje s naglaskom na skoro očekivanje izmjena Zakona o pomorskom dobru i morskim lukama. Direktno se informiralo o mogućnostima nautike u Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021. – 2026. i raspolaganju značajnim EU sredstvima, kao i novoj strategiji razvoja turizma. Istaknut je problem radne snage, pitanje koncesija, Zakona o pomorskom dobru, plavog dizela kao i problemi vezova (BBS, 2022.).

Kongresni dio sajma, posebno kroz HGK Dane nautike, igra ključnu ulogu u stvaranju dodatne vrijednosti Biograd Boat Showa i nautičke industrije u cjelini. On omogućava izlagačima, stručnjacima i posjetiteljima da se informiraju o najnovijim promjenama, zakonima, prilikama i strategijama koje se tiču nautičke industrije i turizma (BBS, 2023.). To je prilika za dublje razumijevanje trenutnog stanja i budućih izazova. Sudionici kongresnog dijela dobivaju ključne informacije koje im pomažu da donesu informirane poslovne odluke. Rasprave o izmjenama zakona, planovima oporavka i strategijama razvoja omogućuju sudionicima da planiraju svoje poslovanje u skladu s budućim promjenama. Kongresni dio također privlači relevantne dionike nautičke industrije i turizma, omogućavajući im da se povežu, razmijene iskustva i uspostave poslovne kontakte. Ovo je posebno važno za razmjenu informacija i suradnju među različitim sektorima, a takav oblik sajma pruža i platformu za aktivno sudjelovanje u raspravama o ključnim pitanjima koja utječu na nautičku industriju, poput zakona o pomorskom dobru, koncesija, radne snage i drugih pitanja gdje sudionici

moгу izraziti svoje mišljenje i doprinijeti oblikovanju politike. To im svakako omogućava da se bolje pripreme za budućnost, razvijaju strategije poslovanja i usklade se s nacionalnim i europskim planovima oporavka i razvoja. Nautička industrija i turizam su dinamični sektori koji se neprestano mijenjaju, pa tako kongresni dio ovog sajma omogućava sudionicima da osvježe svoje znanje, čuju nove perspektive i nauče od drugih.

Poslovni segment sajma je bio organiziran putem online "B2B" platforme za poslovno umrežavanje tvrtki iz nautičkog sektora, što je višegodišnja posebnost BBS-a. Više od 800 potvrđenih sastanaka ugovorenih putem B2B platforme ukazuje na sve veću važnost umrežavanja poslovnih partnera. Uz domaće predstavnike, u B2B programu su sudjelovali predstavnici iz Austrije, Slovenije, Poljske, Belgije, Njemačke, Mađarske, Slovačke, Srbije, Velike Britanije, Malte, Andore, Francuske, Španjolske, Nizozemske, Švicarske, Ukrajine, Češke, Grčke, Švedske, Finske, Turske, Meksika, SAD-a, Bahama, Australije i drugih (BBS, 2022.).

Umrežavanje poslovnih partnera putem online "B2B" platforme za poslovno umrežavanje predstavlja značajnu i ključnu komponentu Biograd Boat Showa iz više razloga. Prisutnost predstavnika iz različitih zemalja, kao što su Austrija, Slovenija, Njemačka, SAD i mnoge druge, naglašava globalnu dimenziju BBS-a (BBS, 2023.). Prema Demirović, Dragin i Pivac, (2012.) to omogućava međunarodnu suradnju, razmjenu iskustava i priliku za poslovne dogovore na globalnoj razini, a umrežavanje s predstavnicima iz različitih zemalja omogućava izlagačima da prošire svoje poslovanje na nova tržišta. To je prilika za otvaranje novih distribucijskih kanala, prodaju i promociju proizvoda i usluga na internacionalnoj razini. Razmjena iskustava i informacija s kolegama iz različitih zemalja omogućava sudionicima da nauče o različitim pristupima, strategijama i trendovima u nautičkoj industriji diljem svijeta, a sudjelovanje predstavnika iz različitih zemalja može potaknuti inovacije i kreativne ideje kod svakog izlagača ili posjetitelja. Različite perspektive mogu dovesti do novih rješenja i pristupa u nautičkoj industriji. Online B2B platforma u današnjem digitalnom načinu života olakšava dogovaranje sastanaka unaprijed i priključivanje s različitih lokacija, što povećava učinkovitost sudionika, dopušta veći odaziv te omogućava bolje planiranje i iskorištavanje vremena tijekom sajma.

4. Croatia Charter Expo uspješnošću je nadmašio sve dosadašnje. O potrebi stranih i domaćih

charter kompanija, agencija i tvrtki usko povezanih s charterom za ovim okupljanjem svjedoči sudjelovanje poslovnih subjekata iz 30 zemalja iz čitavog svijeta. Preko 100 registriranih yacht charter tvrtki (koje direktno predstavljaju više od 3000 aktivnih charter plovila, od čega 1800 iz Hrvatske što predstavlja dvije trećine hrvatske charter flote kao najjače na svijetu), agenata i tvrtki koje nude usluge usko povezane s charterom, s preko 400 akreditiranih sudionika, pretvorilo je ovaj ekskluzivni dvodnevni poslovni događaj u najveće globalno okupljanje charteraša u sklopu nautičkog sajma (BBS, 2022.).

Croatia Charter Expo međunarodni je B2B događaj koji se održava tijekom Biograd Boat Showa i povezuje stotine profesionalaca iz međunarodne nautičke industrije. Postizanje rekordnog sudjelovanja iz cijelog svijeta potvrđuje ugled i autoritet Croatia Charter Expoa kao vodećeg događaja u industriji chartera. To stavlja Hrvatsku i ovaj događaj na svjetsku kartu nautičkog poslovanja. Sudjelovanje velikog broja domaćih charter kompanija i njihovih plovila na ovom događaju promovira Hrvatsku kao vodeću charter destinaciju te dodatno podiže njezinu prepoznatljivost i privlačnost.

Sve ove sastavnice zajedno čine Biograd Boat Show dinamičnim i raznolikim događajem koji privlači različite ciljne skupine, od stručnjaka do ljubitelja nautike. Ovaj sveobuhvatan pristup čini BBS više od običnog sajma i doprinosi njegovom uspjehu i ugledu.

3.3. Izazovi s kojima se susreće Biograd Boat Show

Biograd Boat Show, poput većine događaja, suočava se s različitim izazovima koji mogu utjecati na organizaciju, posjećenost i općenito uspješnost događaja. Nautički sajmovi obično se održavaju na otvorenom, što je slučaj i s Biograd Boat Showom, odnosno izložbenim dijelom sajma, a to znači da nepovoljni vremenski uvjeti poput kiše, vjetra ili lošeg vremena mogu utjecati na posjećenost i iskustvo posjetitelja te mogu dovesti čak i do odgode ili otkazivanja sajma. Nadalje, postoji mnogo nautičkih sajmova u regiji, od kojih je većina spomenuta u idućem poglavlju ovog diplomskog rada, pa Biograd Boat Show mora konkurirati s drugim sajmovima kako bi privukao izlagače i posjetitelje. Tu su najvažniji učinkovita promocija i marketing. Izazov se tu očituje u osiguranju dovoljne vidljivosti i privlačenja ciljne publike, a Biograd Boat Show se s takvim izazovima bori putem marketinških kanala Ilirije d.d.

Pandemija Covid-19 bila je izazovno razdoblje za organiziranje svake manifestacije pa tako i Biograd Boat Showa. Ilirija d.d. niti u tom segmentu nije zakazala i uz pridržavanje svih mjera opreza nautički je sajam održan i kroz pandemijsko razdoblje. Iako je 2020. godina održana u skromnijem izdanju, već 2021. godine Biograd Boat Show zabilježio je rekordnu posjećenost. Zahvaljujući organizacijskoj sposobnosti Ilirije, potpori institucija i sponzora, okupljanjem najvećeg broja od preko 300 izlagača i izlaganjem rekordnog broja od više od 300 brodova, uz prelijepo vrijeme „babljeg ljeta“, ovogodišnji sajam privukao je najveći broj posjetitelja dosad, njih više od 20.000 i potvrdio se kao najznačajnija nautička manifestacija u Hrvatskoj i ovom dijelu Europe (BBS, 2022.).

Organizacija nautičkog sajma koji nije samo izložbeni već se sastoji od više komponenti te uvodi brojne inovacije u održavanju nautičkih sajmova zahtijeva financijska sredstva za iznajmljivanje izložbenog prostora, marketinške aktivnosti, osoblje i druge troškove, stoga je osiguravanje stabilnog financiranja također bio izazov za BBS. Organizatori, odnosno Uprava, za suočavanje s takvim izazovom obratili su se za pomoć Turističkoj zajednici grada Biograda na Moru i samoj Gradskoj Upravi. S obzirom na to da lokalne institucije imaju interes da podrže događaje koji pridonose razvoju turizma i promociji grada prihvatile su prijedlog BBS-a za suradnju i pružile pomoć. Nautička industrija podložna je promjenama trendova, ekonomske situacije i preferencija potrošača stoga Biograd Boat Show mora kontinuirano pratiti dinamiku tržišta i prilagoditi se promjenama te inovacijama.

Organizacija velikog događaja poput sajma zahtijeva složenu logistiku, uključujući osiguravanje prostora, transporta, sigurnosti i tehničke podrške. S takvim izazovom Biograd Boat Show uspješno se suočava zahvaljujući organizatorima, tvrtki Ilirija d.d. koja već s obzirom na svoje dugogodišnje poslovanje ima dobro razvijenu logistiku.

3.4. Pregled konkurencije

U Hrvatskoj se osim Biograd Boat Showa održava nekoliko značajnih nautičkih sajmova koji privlače izlagače, posjetitelje i stručnjake iz nautičke industrije, stoga se vrlo lako može nabrojati nekolicinu konkurenata Biograd Boat Showa u Hrvatskoj. Tu je ponajprije Zagreb Boat Show. Nautički sajam koji se održava u Zagrebu, glavnom gradu Hrvatske. Iako nije na obali, ovaj sajam privlači mnoge nautičke entuzijaste iz unutrašnjosti zemlje. Fokusira se na predstavljanje plovila, opreme i usluga, te je prilika za izlagače da dosegnu širu publiku.

Mjesto održavanja je Zagrebački Velesajam, a sajam se već 31 godinu održava u veljači. Nakon COVID-19 pandemije, Zagreb Boat Show nije se održao 2021. niti 2022. godine.

Idući je svakako Split Boat Show, odnosno Croatia Boat Show. Ovaj sajam smješten je u Splitu, drugom po veličini gradu u Hrvatskoj i također privlači brojne posjetitelje iz regije. Nudi platformu za izlaganje plovila i opreme te povezivanje s lokalnom i regionalnom nautičkom zajednicom. Očigledno je da je uspješnost Croatia Boat Showa imala tendenciju pada tijekom godina (Mikulić, 2014.). Croatia Boat Show već se prije susretao s padom uspješnosti. Nakon COVID-19 pandemije tendencija pada uspješnosti se nastavila. Prema Croatia Boat Show (2023.), odnosno prema službenim stranicama Croatia Boat Showa vidljivo je kako se sajam niti 2023. godine zbog političkih okolnosti u Splitu i globalne situacije u nautičkom sektoru neće održati.

Jedna zanimljivost je ta da je grad Tribunj dvije godine za redom, točnije 2005. i 2006. godine pokušao organizirati nautički sajam na iste datume kada se održavao i Biograd Boat Show spomenutih godina, nakon čega je doživio fujasko i od tada više ne postoji.

Rijeka Boat Show je godišnji događaj koji se održava u Rijeci, jednom od najvećih hrvatskih gradova, a sajam često uključuje edukativne programe kao što su predavanja o novostima u nautičkoj tehnologiji, sigurnosnim mjerama, održivosti i drugim relevantnim temama osim same izložbe plovila. Za sada Rijeka Boat Show, koji se do 2019. godine zvao Rijeka Nautic Show, ima neprekinutu tradiciju (Rijeka Boat Show, 2023.). Rekordan broj izlagača na Rijeka Boat Showu bio je 80, dok je na Biograd Boat Showu 2022. godine bilo preko 300 izlagača što jasno govori o samoj veličini ta dva sajma.

Kada se govori o ostatku Europe svakako treba spomenuti vrlo uspješan Genoa International Boat Show u Italiji. Ovaj sajam, poznat i kao Salone Nautico, održava se u Genovi. To je jedan od najstarijih i najprestižnijih nautičkih sajmova u svijetu. Prvi Genoa Boat Show održan je 1962. godine, što ga čini jednim od najstarijih nautičkih sajmova, a tijekom godina, sajam je postao sinonim za luksuzne jahte, plovila i nautičke inovacije (Genoa Boat Show, 2023.). Slično kao i Cannes Yachting Festival u Francuskoj ovaj se sajam također okrenuo luksuznom nautičkom turizmu. Cannes Yachting Festival prestižni je događaj koji se održava u luci Cannes i predstavlja jedan od najvećih sajmova luksuznih jahti u svijetu. Ta dva sajma

odskaku od samog Biograd Boat Showa koji se okrenuo prosječnom potrošaču, a ne luksuzu, stoga ih je teže uspoređivati jer privlače različite ciljane skupine.

Svi ovi nautički sajmovi koji se dan danas još održavaju u Hrvatskoj i ostatku Europe imaju različite fokuse i atrakcije, no svakako svi doprinose promociji nautičke industrije, turizma i razmjene znanja u ovoj industriji.

3.5. Prednosti Biograd Boat Showa nad konkurencijom

Biograd Boat Show u usporedbi s konkurencijom nudi nekolicinu prednosti. Počevši od strateškog položaja destinacije, Biograd na Moru smješten je uz obalu Jadranskog mora, što ga čini prirodno privlačnim za nautički turizam i aktivnosti povezane s morem. Blizina mora omogućuje lak pristup vodenim putem, što je ključno za nautički sajam poput Biograd Boat Showa kako bi se što jeftinije i lakše sva plovila dostavila na sajam. Osim toga, grad je povoljno smješten u blizini većih turističkih centara poput Zadra, Šibenika i Splita, a udaljen je oko sat vremena vožnje od Zračne luke Zadar i Zračne luke Split (Marina Kornati 2023.). Ovaj položaj čini ga lako dostupnim iz različitih dijelova regije, stoga privlači izlagače i posjetitelje iz cijelog Mediterana. Nalazi se i uz glavnu prometnicu Jadransku magistralu te blizu autocesta koje povezuju unutrašnjost Hrvatske s obalom. Blizina autocesta Biogradu donosi brojne prednosti koje podržavaju turizam, gospodarstvo i udobnost posjetitelja. To čini Biograd privlačnim izborom za putnike koji traže jednostavno i brzo putovanje do svoje destinacije.

Zatim, Biograd Boat Show za razliku od nekolicine konkurenata, usredotočuje se na specifične potrebe nautičke industrije u regiji. To znači da izlagači mogu predstaviti proizvode i usluge relevantne za lokalno tržište, privlačeći posjetitelje koji se lakše identificiraju s ponuđenim sadržajem. Biograd je domaćin više marina i pristaništa, što ga čini idealnim mjestom za nautički sajam. To omogućava izlagačima da lako izlože svoje proizvode, a posjetiteljima omogućuje razgledavanje različitih plovila na jednom mjestu. Biograd na Moru je osim destinacije za održavanje nautičkog sajma i poznato turističko odredište s predivnim plažama, restoranima i kulturnim atrakcijama, a blizina turističke infrastrukture omogućuje posjetiteljima da kombiniraju poslovne obveze s uživanjem u turističkim aktivnostima.

Vrlo važna prednost je i da Biograd Boat Show uživa podršku lokalnih vlasti i zajednice što je već spomenuto u prethodnom poglavlju. Ovo jamči stabilnost i dosljednost događaja te pomaže u stvaranju povjerenja između organizatora, izlagača i posjetitelja. Kako je već i navedeno, tijekom godina, Biograd Boat Show je uspio održati dugotrajne odnose s izlagačima, a kontinuirana prisutnost svjedoči o kvaliteti događaja i međusobnom povjerenju između organizatora i sudionika. Show pruža izvrsnu platformu za povezivanje između izlagača, posjetitelja i stručnjaka u nautičkoj industriji, a umreženje na sajmu omogućuje stvaranje poslovnih veza, razmjenu iskustava i pronalaženje novih poslovnih prilika (BBS, 2023.).

Biograd Boat Show zapravo je više od samog sajma - to je događaj koji se integrira u lokalnu zajednicu te organizira razne kulturne i zabavne događaje, čime doprinosi ekonomskom razvoju i životu grada. Inače mali grad, sa svega par tisuća stanovnika, nakon sezone ponovno u listopadu doživljava procvat što veseli i lokalno stanovništvo. Ovaj događaj omogućava lokalnom stanovništvu, posebno mladima, da se uključe u različite aktivnosti i događaje koji se odvijaju u njihovom gradu tijekom istog razdoblja. Osim izložbe plovila, sajam nudi dodatne programe poput stručnih predavanja, prezentacija i radionica. Ovo pruža dodatnu edukativnu i informacijsku vrijednost izlagačima i posjetiteljima. Organizatori kontinuirano prate trendove u nautičkoj industriji i unapređuju sajam uvodeći nove sadržaje i inovacije što osigurava da Biograd Boat Show ostane relevantan i privlačan u dinamičnom okruženju.

Kada se govori o organizaciji sajma od strane Ilirije d.d., hrvatske tvrtke koja je aktivna u sektoru turizma, to donosi brojne prednosti zbog postojećih kapaciteta i iskustva koje takva tvrtka ima u turističkom sektoru. Budući da je Ilirija d.d. već dugi niz godina aktivna u sektoru turizma, već posjeduju odgovarajuće objekte i infrastrukturu koja se može koristiti za organizaciju sajma što u samom startu već smanjuje troškove organizacije. Infrastruktura uključuje smještajne kapacitete, restorane, kongresne centre i druge potrebne resurse koje Ilirija d.d. uvelike koristi za organizaciju sajma, a tu je prvenstveno i prostor Marine Kornati gdje se sajam i održava. Također, može se zaključiti kako Ilirija d.d. ima vlastitu logističku mrežu koja olakšava pripremu i provedbu sajma, uključujući nabavku opreme, transport i druge logističke potrebe. Kao tvrtka koja posluje u turističkom sektoru, Ilirija d.d. ima i dublje razumijevanje potreba i očekivanja nautičkih turista, što pridonosi boljoj prilagodbi sajma njihovim interesima. To kod posjetitelja dovodi do većeg zadovoljstva što ih vrlo moguće

potakne na posjet gradu Biograda na Moru i u budućnosti ili barem na ponovni posjet sajmu. Ilirija d.d. također ima postojeći marketinški kanal i koristi svoju bazu klijenata i distribucijsku mrežu kako bi promovirala Biograd Boat Show i privukla veći broj izlagača i posjetitelja. S obzirom na to da je Ilirija d.d. aktivna u hotelijerstvu i ugostiteljstvu, pruža i kvalitetne ugostiteljske usluge izlagačima i posjetiteljima tijekom sajma. Više od polovice posjetitelja sajma svake godine noći u Biogradu na Moru. To svakako direktno podiže potražnju i za privatnim smještajem u gradu za vrijeme trajanja sajma. Nadalje, Ilirija svakako ima i kontinuirani interes za unapređenje i razvoj Biograd Boat Showa koji doprinosi poslovnom razvoju same organizacije. Kroz uspješnu organizaciju i rast sajma, Ilirija ostvaruje veći doseg i reputaciju u industriji, što može povoljno utjecati na njezine druge turističke i ugostiteljske poslove. Isto tako, Biograd Boat Show može im generirati značajne prihode putem izlagačkih naknada, ulaznica za posjetitelje, sponzorstava i drugih prihodovnih izvora, stoga stalno unapređenje i povećanje privlačnosti sajma može rezultirati većim prihodima za organizaciju. Uspješna organizacija sajma dodaje na ugledu i brandu organizacije Ilirija, a organizacija koja kontinuirano unapređuje svoje događaje stvara i konkurentne prednosti. Ovo znači da događaj ne stagnira, već se kontinuirano prilagođava trendovima i potrebama nautičke industrije, a kontinuirano unapređenje i razvoj Biograd Boat Showa nije samo u interesu Ilirije kao organizacije, već ima pozitivan učinak na njene poslovne aspekte, brand, konkurentnost i odnos s lokalnom zajednicom.

Još jedna prednost Biograd Boat Showa nad konkurencijom može se uočiti u tome što je sve veći interes za održivi turizam i ekološke inicijative, a Biograd Boat Show u svom poslovanju već je usredotočen na ekološki osviještene prakse poput „shared & green economy“, kojom potiče izlagače da primjenjuju održive prakse. Ovo čini sajam atraktivnijim za one koji se zalažu za ekološku odgovornost. Marina Kornati je zadovoljila najstrože međunarodne standarde zaštite okoliša i zaštita okoliša jedan je od njenih najvećih prioriteta o čemu već šest godina za redom svjedoči i Plava zastava kao simbol visokog standarda u zaštiti mora i priobalja (Vuksan, 2018.).

Prema Biograd Boat Show (2023.), za razliku od brojnih konkurenata, ovaj sajam redovito izdaje publikacije koje prate događaj i pružaju informacije iz nautičke industrije. Tu je najpoznatiji njihov katalog, obično tiskani ili digitalni, koji sadrži popis svih izlagača na sajmu, njihove kontakte, opise proizvoda i usluga koje nude. Katalog izlagača pomaže

posjetiteljima da lakše planiraju svoj posjet i saznaju više o ponudi. Osim toga, redovno se izdaje i program događanja koji sadrži raspored svih događanja, predavanja, prezentacija, panel diskusija i zabavnih aktivnosti koje se odvijaju tijekom BBS-a, a tijekom sajma izdaju se i tematske brošure, press materijali i ostale slične publikacije. Biograd Boat Show za komunikaciju s posjetiteljima i dodatne informacije koristi i portale poput službene web stranice, društvenih mreža, e-mail newslettera, a sajam se često pojavljuje i u brojnim nautičkim portalima. Prema Barišić (2017.) turisti uvelike koriste društvene mreže kao što su Facebook ili YouTube kad tek počinju razmišljati o putovanjima - dok još nisu sigurni što točno žele. Također, ove platforme igraju važnu ulogu kad osoba shvati da želi negdje oputovati, odnosno, takva komunikacija s turistima pomaže da isti stvore sliku odredišta dok razmišljaju o putovanju te im pomaže u odluci o putovanju kad se ta ideja već konkretizira.

Još jedna zanimljivost i prednost Biograd Boat Showa nad konkurencijom svakako je i suradnja s Hrvatskom gospodarskom komorom (HGK) s obzirom na važnost nautičke industrije za hrvatsko gospodarstvo. Prema Biograd Boat Show (2023.) u sklopu sajma, kad su svi glavni akteri već ionako okupljeni na jednom mjestu, održavaju se i HGK Dani nautike. Na panelu u sklopu dana nautike su svojevremeno sudjelovale i predstavnice Udruge za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce, predstavnici inicijative Green Sail i Instituta 'Plavi svijet' - Lošinjskog edukacijskog centra o moru, a sve vezano za suradnju s Udruženjem nautičkog turizma HGK na projektima očuvanja mora i održivosti nautičkog turizma što također potvrđuje da se BBS u svoje poslovanje trudi uvrstiti održive prakse te da je uspio realizirati vrlo korisne suradnje. Ipak, prema Europskoj komisiji (2022.), onečišćenje morskog okoliša kemikalijama, plastikom, hranjivim tvarima, bukom i drugim pritiscima i dalje je veliki problem na kojem treba kontinuirano raditi.

Nadalje, Biograd Boat Show je zapravo u cjelini jako pristupačan prosječnom potrošaču i može se reći da je jako „domaćinski“ raspoložen. Niti u jednom trenutku se nije okrenuo samo luksuzu, cijene su relativno niske i za izlagače i za posjetitelje i može se reći da mu je to velika prednost nad konkurencijom.

4.Značaj Biograd Boat Showa u turističkoj ponudi grada Biograda na Moru

Biograd Boat Show značajna je manifestacija u turističkoj ponudi grada Biograda na Moru, koja igra ključnu ulogu u jačanju imidža grada i privlačenju turista. Ova nautička izložba, odnosno nautički sajam, predstavlja jedan od najvećih i najpoznatijih događaja te vrste u regiji i privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. U isto vrijeme, to što ovaj sajam privlači velik broj izlagača i posjetitelja ima značajan ekonomski utjecaj na lokalnu zajednicu. Hotelijerstvo, ugostiteljstvo, trgovine i druge usluge imaju priliku ostvariti veći prihod tijekom trajanja manifestacije, čime se svakako podiže ukupna ekonomska aktivnost grada i raste značaj Biograd Boat Showa u turističkoj ponudi grada Biograda na Moru. Ovo poglavlje detaljnije se dotiče nekih od najbitnijih značaja.

4.1. Jačanje imidža grada Biograda na Moru

Definiranje pojma „imidž“ je zapravo dosta kompleksno i kroz literaturu se provlači veliki broj definicija. Najčešća je ona gdje se imidž predstavlja kao skup vjerovanja, dojmova, ideja i percepcija pojedinca o određenom objektu, ponašanju ili događaju, a proizašao je iz procesuiranja informacija koje su prikupljene iz različitih izvora tijekom određenog vremenskog razdoblja (Stić, 2010.). Tumačeći navedenu definiciju zaključuje se kako je imidž duboko povezan s osjećajima, iskustvima i prethodnim interakcijama s određenim subjektom. On se može graditi putem marketinških napora, oglašavanja, komunikacije s kupcima i interakcija s ciljanom publikom, a važno je napomenuti da imidž nije samo rezultat onoga što subjekt predstavlja, već i onoga kako ga ljudi percipiraju i doživljavaju. Prema Barišić (2014.) kao dio imidža vrlo važan je i vizualni identitet koji može stvoriti i promijeniti imidž turističkih destinacija. Biograd Boat Show, kao značajan događaj u svijetu nautike i brodogradnje, također ima svoj vizualni identitet koji pomaže oblikovati kako ga percipiraju sudionici i posjetitelji što kasnije direktno utječe i na stvaranje imidža samog Biograda na Moru kao turističke destinacije.

Kako su potražnja i ponuda u nautičkom turizmu prostorno udaljene, iznimno je značajno stvaranje pozitivne percepcije o usluzi, prije no što se konzumira, i destinaciji, prije no što se u nju dođe (Krcic Miočić, 2011.). Budući da su činjenično potražnja i ponuda u nautičkom turizmu prostorno udaljene, turisti često donose odluke o putovanju i odabiru destinacije na

temelju informacija koje su prikupili iz različitih izvora, kao što su reklame, ocjene drugih putnika, recenzije na internetu i slično. Stvaranje pozitivne percepcije prije samog fizičkog dolaska na destinaciju može biti ključno za privlačenje turista i osiguranje njihove predanosti putovanju. Manifestacija kao Biograd Boat Show destinaciji daje međunarodnu prepoznatljivost, a s obzirom na činjenicu da je Biograd Boat Show odavno postao prepoznatljiv na međunarodnoj razini, a njegovo ime postaje sinonim za luksuzno nautičko iskustvo u prekrasnoj Jadranskoj obali, može se zaključiti kako to uvelike mijenja percepciju turista i o gradu Biogradu na Moru kao nautičkoj turističkoj destinaciji u kojoj se sajam održava.

Također, s obzirom na ranije spomenutu činjenicu da je Biograd Boat Show međunarodno priznati, kroz sudjelovanje domaćih i stranih tvrtki, sajam omogućava gradskim stanovnicima i poduzetnicima da uspostave kontakte s međunarodnim partnerima otvarajući tako nove poslovne mogućnosti. To u isto vrijeme i povećava vidljivost i privlačnost grada Biograda na Moru kao poželjne turističke i poslovne destinacije. Isto tako, Biograd Boat Show ima dugu tradiciju, a njegovo održavanje svake godine stvara osjećaj kontinuiteta i pouzdanosti čime se kod posjetitelja stvara dojam sigurne turističke destinacije. Ova stabilnost, dakle, pomaže u izgradnji povjerenja kod posjetitelja i investitora, jer prepoznaju da je grad posvećen nautičkom turizmu i da pruža kvalitetne događaje i usluge. Time se potiče pozitivno mišljenje o Biogradu na Moru kao pouzdanom i privlačnom odredištu općenito, neovisno o nautičkom sajmu.

Također, vrlo je bitna i promocija samog nautičkog turizma. Ovaj događaj privlači ljubitelje nautičkog turizma, poput vlasnika brodova, jahti, ribarskih brodova i drugih plovila te kroz izložbe i prezentacije promovira ljepotu i atraktivnost Jadranske obale, a prema rezultatima ankete provedene u svrhu pisanja ovog diplomskog rada potiču turiste da posjete Biograd na Moru i okolna mjesta i tijekom ljetne turističke sezone. U isto vrijeme tako pomaže gradu Biogradu na Moru da postane prepoznatljiv kao važan nautički centar u regiji. Nautički sajam okuplja renomirane proizvođače i distributere plovila, čime se stvara dojam da je Biograd na Moru vrhunsko mjesto za nabavu ili iznajmljivanje plovila. Ovaj status nautičkog središta privlači brojne nautičare, vlasnike plovila i ljubitelje mora u grad, što doprinosi rastu turističkog prometa za vrijeme trajanja manifestacije koja se uglavnom izvodi u listopadu svake godine, a što već spada u postsezonu. Postsezona, u kontekstu turizma, odnosi se na

razdoblje koje slijedi nakon glavne turističke sezone. Ovo razdoblje može biti okarakterizirano manjim brojem turista, smanjenim prometom, te općenito manjom aktivnošću u turističkom sektoru u odnosu na vrijeme tijekom glavne turističke sezone, a glavni cilj većine turističkih odredišta zapravo je potaknuti turizam u predsezoni i postsezoni kako bi se rasteretila sama sezona i kako bi turizam tako postao održiviji. Biograd Boat Show stvara dojmljivu atmosferu u gradu, a jasno je kako domaći mediji često izvještavaju o ovom događaju. Može se zaključiti kako pozitivna medijska pažnja pomaže stvaranju povoljne slike grada, promovirajući ga kao poželjno mjesto za odmor, zabavu i nautičke avanture. Povezanost Biograda na Moru s nautičkom kulturom i pomorskim nasljeđem dodatno se naglašava tijekom Biograd Boat Showa. Organizacija takve manifestacije s elementima tradicije i kulture obogaćuje turističku ponudu i privlači posjetitelje koji cijene autentično iskustvo. U cjelini, Biograd Boat Show ima značajan utjecaj na jačanje imidža grada Biograda na Moru kao turističke destinacije, te pomaže u privlačenju novih posjetitelja i turista. Redovito održavanje ovog događaja omogućava gradu da se istakne u nautičkoj industriji, izgrađuje prepoznatljivost i pozicionira kao važno odredište na Jadranskoj obali.

4.2. Direktni i indirektni učinci Biograd Boat Showa na razvoj turističke ponude u Biogradu na Moru

Biograd Boat Show ima značajne direktne i indirektno učinke na razvoj turističke ponude u Biogradu na Moru. Povećanje broja turista jedan je od očitih pozitivnih direktnih učinaka na razvoj turističke ponude. Tijekom trajanja Biograd Boat Showa, čije se održavanje smjestilo u postsezoni, grad doživljava značajan porast broja posjetitelja koji dolaze zbog samog sajma, bilo poslovno ili privatno, ali većina njih u destinaciji provodi i duže vremena od trajanja samog sajma. Mnogi nautički entuzijasti, vlasnici plovila i ljubitelji mora dolaze sudjelovati u događanjima, izložbama i prezentacijama u sklopu nautičkog sajma. To izravno povećava broj turista u gradu za vrijeme trajanja sajma, a i određeno vrijeme prije i nakon sajma, što ima pozitivan utjecaj na hotelijerstvo, ugostiteljstvo i trgovinu u gradu. Promocija lokalnih usluga također je direktan pozitivan učinak spomenute manifestacije. Biograd Boat Show pruža priliku lokalnim poduzećima da se predstave i promoviraju svoje proizvode i usluge izravno ciljanoj publici. Hotelijeri, restorani, barovi, trgovine i drugi turistički subjekti privlače nove klijente tijekom trajanja sajma, ali ih i zadržavaju jer se posjetitelji vraćaju u Biograd na Moru i u drugo doba godine nakon što su pozitivno iskusili grad. Biograd Boat Show je fokusiran na nautiku i pomorske aktivnosti, stoga kao događaj potiče interes za nautički turizam u regiji i

privlači ljude koji vole istraživati obližnje otoke, uvale i druge ljepote Jadranskog mora. Time se potiče razvoj nautičke infrastrukture i ponude, uključujući marine, vezove, charter tvrtke i vodene aktivnosti u čemu se također očituje izravan pozitivan učinak na razvoj turističke ponude u gradu.

S druge strane, indirektni pozitivni učinci očituju se ponajprije u povećanju svijesti o gradu Biogradu na Moru. Međunarodna prepoznatljivost Biograd Boat Showa pomaže u širenju svijesti o samom gradu. Mnogi ljudi koji prije nisu čuli za Biograd na Moru zasigurno saznaju za grad putem medijskih izvještaja o sajmu, putem društvenih mreža i službenih stranica sajma i organizatora ili galerija s fotografijama nakon održavanja sajma. To potiče ljude da istraže više o destinaciji i odluče posjetiti Biograd na Moru u budućnosti. Osim što privlači turiste tijekom trajanja sajma, Biograd Boat Show ima i dugoročni učinak na promociju grada. Sudionici i posjetitelji koji su pozitivno iskusili grad tijekom manifestacije zapravo postaju ambasadori Biograda na Moru, preporučujući ga prijateljima i obitelji. Kada osoba dobije preporuku iz prve ruke od nekoga koga poznaje i vjeruje mu, to stvara osjećaj povjerenja. Osobne priče, iskustva i savjeti često se doživljavaju kao iskreni i relevantni, što potencijalnim putnicima pomaže da donesu informiraniju odluku. Osobne preporuke povezane su s emocijama jer ljudi često dijele svoje iskustvo putovanja s oduševljenjem ili strašću, što može potaknuti empatiju kod drugih i potaknuti ih da isto dožive. Prema Mihajlović i Vidak (2017.) konkurenti se najčešće natječu cijenama i kvalitetom, uključujući inovativnost usluge u ponudi, s fokusom na emocije i iskustva. Emocionalna veza koja se stvara putem preporuka može snažno utjecati na izbor destinacije, stoga takve osobne preporuke imaju snažan utjecaj na izbor destinacije za putovanje i vrlo su važne i za Biograd na Moru. Primjerice, prema Barišić (2017.) fotografije ili pozitivne informacije objavljene od strane potrošača će uvijek biti utjecajnije nego fotografije objavljene od strane same organizacije. To je zato što se potrošači percipiraju kao neovisni izvori informacija te se njihove objave doživljavaju kao pouzdanije i autentičnije.

Nadalje, značajni turistički događaji poput Biograd Boat Showa mogu potaknuti investicije u turizam i infrastrukturu grada. Ulaganje u hotele, restorane, atrakcije i druge turističke sadržaje može poboljšati turističku ponudu i privući nove segmente turista kao što su obitelji, avanturistički putnici i slično. Važno je napomenuti da uspješno iskorištavanje ovog potencijala zahtijeva dugoročno planiranje i suradnju između turističkih vlasti, lokalnih

poduzetnika i zajednice kako bi se osiguralo da investicije budu održive i da koriste širem ekonomskom razvoju destinacije, a kao što je već spomenuto Biograd Boat Show razvio je izvrsnu suradnju s Gradom Biogradom na Moru te Turističkom zajednicom.

Vrlo važni su i direktni i indirektni pozitivni ekonomski učinci. Primjerice, svaki najam chartera nakon Biograd Boat Showa donosi direktne prihode organizatorima i samom gradu. Izlagači na sajmu plaćaju kotizacije za izlaganje svojih proizvoda ili usluga, a organizatori prihodima od tih kotizacija mogu financirati događaj te pokriti troškove organizacije i promocije. Sudionici događaja troše novac na putovanje, smještaj, hranu, prijevoz i druge troškove tijekom trajanja događaja. Prema procjenama organizatora svega 20 % posjetitelja na sajmu dolazi s područja od Zadra do Šibenika, a ostatak ostaje smješten u Biogradu na Moru. To donosi prihod lokalnim smještajnim objektima, restoranima, trgovinama i drugim uslugama. Tijekom događaja, izlagači prodaju proizvode i usluge posjetiteljima pa ovi prihodi izravno doprinose njihovom poslovanju. Također, indirektno lokalna ekonomija doživljava procvat, i to ne samo za vrijeme trajanja sajma već i kasnije, a počevši od privatnog smještaja, restorana, kafića pa sve do manjih lokalnih poduzetnika koji imaju ostvarene suradnje s Marinom Kornati, poput praonica rublja, usluga prijevoza i slično. Događaji poput sajмова često potiču suradnju između lokalnih poduzetnika i organizatora događaja. To može stvoriti nove poslovne prilike i pomoći manjim lokalnim poduzetnicima da prošire svoju mrežu i poslovanje. Pozitivni ekonomski učinci događaja mogu potaknuti investitore da razmotre ulaganje u destinaciju kako bi iskoristili potencijal za turistički rast.

Razumijevanje i prepoznavanje pozitivnih učinaka Nautičkog sajma Biograd Boat Show pomaže u optimiziranju turističkog razvoja, stvaranju dugoročne vrijednosti za destinaciju, te podržava održivost i uspješnost turističke industrije u Biogradu na Moru. Primjerice, znanje o dobrim stranama sajma može privući investicije u turističku infrastrukturu, dodatne atrakcije, smještajne kapacitete i druge usluge. Investitori prepoznaju potencijal za rast i profit, što može rezultirati poboljšanjem turističke ponude i stvaranjem novih radnih mjesta. Razumijevanje specifičnih pozitivnih učinaka omogućuje razvoj ciljanih marketinških strategija koje privlače određene segmente turista. Na primjer, ako je produženje boravka učestalo, može se razviti marketinški sadržaj koji promovira istraživanje okolice nakon sajma.

4.3. Prilike i prijetnje daljnjeg razvoja nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa

Biograd na Moru je jedno od popularnih nautičkih odredišta u Hrvatskoj s bogatom pomorskom tradicijom. Razvoj nautičkog turizma u Biogradu na Moru ima potencijal da pozitivno utječe na budući razvoj Biograd Boat Showa, koji je jedan od najvažnijih nautičkih sajмова u regiji. Međutim, kao i uvijek, postoje određene prilike i prijetnje koje bi mogle utjecati na daljnji razvoj nautičkog turizma i samog sajma. SWOT analiza nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa može pomoći u identifikaciji prilika i prijetnji s kojima se treba suočiti kako bi se dalje unaprijedio ovaj važan događaj stoga je provedena za potrebe ovog diplomskog rada. SWOT analiza ima za cilj pomoći donositeljima odluka da identificiraju ključne čimbenike koji će utjecati na budući razvoj Biograd Boat Showa i nautičkog turizma u Biogradu na Moru te da razviju strategije koje će maksimizirati prednosti i minimizirati rizike. Ovo je važan korak kako bi se osiguralo održivo i uspješno razvijanje navedenih aspekata turizma.

Tablica 1: SWOT analiza daljnjeg razvoja nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa

SNAGE: Lokacija i klima Raznolika turistička ponuda destinacije Razvoj turističke infrastrukture u destinaciji	SLABOSTI: Nedostatak prostora Nedostatak obuke osoblja Nedostatak upravljanja rizicima
PRILIKE: Potencijal za rast nautičkog turizma Poticanje inovacija Održivost i ekologija	PRIJETNJE: Promjene u turističkim preferencijama Prirodne nepogode Ekološki izazovi

Izvor: Samostalna izrada autora

Daljnji razvoj nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa ima brojne snage. Prvenstveno, izvanrednu lokaciju i klimu. Biograd na Moru se nalazi na prekrasnoj obali Jadranskog mora s blazinom atraktivnih otočnih područja, brojnih nacionalnih parkova i većih gradova. Biograd na Moru također ima povoljnu klimu

koja ga čini atraktivnom destinacijom za razvoj nautičkog turizma iz nekoliko razloga. On ima tipičnu mediteransku klimu s toplim ljetima i blagim zimama. Ova klima stvara ugodno okruženje za nautičke aktivnosti tijekom većeg dijela godine, a topla klima omogućava dulju nautičku sezonu. Sezona može trajati od proljeća do kasne jeseni, omogućujući vlasnicima jahti i posjetiteljima da uživaju u vodenim aktivnostima i plovidbi tijekom većeg dijela godine, a što je vidljivo i iz same činjenice da se promatrani nautički sajam Biograd Boat Show održava u listopadu (BBS, 2023.). Stabilni vjetrovi i povoljni vremenski uvjeti doprinose sigurnosti i ugodnosti nautičkih aktivnosti, a povoljna klima omogućava širok spektar nautičkih aktivnosti, uključujući jedrenje, ronjenje, ribolov, vodene sportove i opuštanje na moru. Povoljna klima, između ostalog, doprinosi i očuvanju prirodnih ljepota regije, poput kristalno čistog mora, prekrasnih plaža i obale, a što dodatno privlači nautičke posjetitelje (Hrvatska Turistička Zajednica, 2023.).

Sve navedeno također omogućava gradu Biogradu na Moru da ima raznoliku turističku ponudu i da nudi različite turističke sadržaje, uključujući plaže, restorane, noćni život i avanturističke aktivnosti, što posjetiteljima poboljšava samo iskustvo nautičkog sajma. Raznolika turistička ponuda dakle omogućava privlačenje širokog spektra posjetitelja, uključujući one koji se bave nautičkim aktivnostima i one koji su zainteresirani za različite aspekte turističkog iskustva. To uključuje obitelji, parove, avanturiste, kulturne putnike i druge. Raznolika ponuda omogućava produljenje turističke sezone tako da destinacija može privući posjetitelje tijekom cijele godine. Dok nautički turizam često ima svoju sezonu, dodatne aktivnosti poput kulturnih događaja, festivala, sportskih natjecanja i drugih atrakcija mogu potaknuti posjete i izvan glavne nautičke sezone te se tako može smanjiti ovisnost o jednom segmentu turizma, kao što je nautički. Prema Ito, Hanaoka i Hawasaki (2020.) to je posebno važno u slučaju nepredviđenih događaja kao što su ekonomske krize, promjene u putnim navikama ili globalne pandemije koje mogu utjecati na specifični sektor, a kao što smo vidjeli i na primjeru COVID-19 pandemije. Različite vrste aktivnosti i sadržaja potiču posjetitelje da troše više tijekom svog boravka, uključujući potrošnju na hranu, piće, suvenire, usluge i druge proizvode. Interes za nautički turizam je u kontinuiranom rastu te postaje sve popularniji među turistima, posebno među ljubiteljima mora, plovidbe i pomorskih aktivnosti, a Biograd Boat Show već 24 godine iskorištava ovu priliku za privlačenje nove publike koja traži nautička iskustva i avanture.

Nadalje, Grad Biograd na Moru kontinuirano ulaže u razvoj turističke infrastrukture, odnosno u marine, pristupne ceste, smještajne kapacitete i turističke atrakcije. To stvara povoljno okruženje za daljnji razvoj nautičkog turizma i Biograd Boat Showa. Investicije u marine, pristupne ceste i druge nautičke objekte poboljšavaju infrastrukturu potrebnu za usluge nautičkog turizma što uključuje bolje opremljene marine, veće kapacitete za sidrenje i vezove, te pristupne rute koje olakšavaju dolazak posjetiteljima. Prema Ivanić, Hadžić Perić i Mohović (2018.) nautički posjetitelji obično troše više na usluge i ugostiteljstvo jer su često veće kupovne moći, stoga investicije u smještajne kapacitete i turističke atrakcije potiču povećanu potrošnju u lokalnoj ekonomiji, što donosi koristi ne samo nautičkoj industriji već i širem gospodarstvu. Također, razvoj turističke infrastrukture omogućava produljenje turističke sezone, jer se privlače posjetitelji tijekom više mjeseci godišnje. To pomaže smanjiti sezonske fluktuacije i osigurava kontinuirane prihode, a razvijena turistička infrastruktura stvara i konkurentne prednosti u usporedbi s drugim destinacijama. To može privući veći broj nautičkih posjetitelja i izlagača na događaje poput Biograd Boat Showa radi sigurnosti da će sve biti odrađeno prema njihovim očekivanjima.

Unatoč svim snagama, postoje i određene slabosti daljnjeg razvoja nautičkog turizma u gradu Biogradu na Moru. Tu treba spomenuti nedostatak prostora. Postojeći broj priveznih mjesta u Biogradu na Moru nedovoljan je da bi se zadovoljile potrebe tijekom Biograd Boat Showa, kada se očekuje dolazak velikog broja plovila iz cijele regije. Osim toga, tijekom turističke sezone, privatne jahte i charter plovila također traže privezna mjesta, što dodatno opterećuje postojeće kapacitete. Naime, sva plovila iz Marine Kornati se prije Biograd Boat Showa prevoze na otoke te nakon završetka Biograd Boat Showa vraćaju u marinu. Osim samog priveza, nedostatak prostora za izložbu plovila tijekom Biograd Boat Showa može postati dodatni izazov. Potrebno je osigurati dovoljno prostora za postavljanje brodova, štandova i drugih izložbenih objekata kako bi izlagači mogli adekvatno predstaviti svoje proizvode i usluge.

Nadalje, nedostatak edukacije i obuke osoblja u marinama i turističkim objektima ima značajan utjecaj na iskustvo nautičkih turista u destinaciji, uključujući i tijekom događaja poput Biograd Boat Showa. Osoblje koje nije prošlo kvalitetnu obuku može pružiti lošu uslugu posjetiteljima. To može uključivati nedovoljno informiranje o uslugama i ponudi, nepristojno ili neprofesionalno ponašanje, ili nepravilno rukovanje s gostima i njihovim

zahtjevima. Loša usluga može rezultirati nezadovoljstvom posjetitelja i negativnim recenzijama, što može štetiti reputaciji destinacije i događaja poput Biograd Boat Showa. Osoblje koje nije educirano o proizvodima i uslugama možda neće moći učinkovito promovirati i prodavati proizvode ili usluge izlagača tijekom Biograd Boat Showa. Propuštanje prilika za prodaju i promociju može utjecati na prihode izlagača i smanjiti njihov interes za sudjelovanje na budućim događajima.

Nedostatak upravljanja rizicima predstavlja značajan izazov za Biograd Boat Show jer je događaj kao što nautički sajam podložan je različitim nepredviđenim situacijama koje mogu ozbiljno utjecati na njegovu provedbu i dugoročni uspjeh. Upravljanje ovim različitim vrstama rizika ključno je za osiguranje uspješne provedbe i dugoročnog uspjeha Biograd Boat Showa. Identifikacija, procjena i adekvatna priprema za rizike mogu pomoći u minimiziranju njihovog utjecaja na događaj i osigurati sigurno i zadovoljavajuće iskustvo za sve sudionike.

Prilike za daljnji razvoj nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa leže u potencijalu za rast. Nautički turizam ima ogroman potencijal za daljnji rast, a Biograd na Moru može iskoristiti tu priliku kako bi proširio ponudu, privukao nove partnere i publiku. Sam grad može surađivati i s lokalnom zajednicom, uključujući turističke agencije, restorane i atrakcije, kako bi ponudio cjelovito iskustvo nautičarima te u isto vrijeme pokazao i grad Biograd na Moru kao vrhunsku turističku destinaciju.

Biograd Boat Show može potaknuti inovacije u nautičkoj industriji, uključujući nove tehnologije, ekološke prakse i druga napredna rješenja. Prema Peručići Greblički (2022.) glavni razlog brzog razvoja nautičkog turizma leži u pravovremenom praćenju trendova i poticanju inovacija. Inovativne tehnologije i rješenja privlače pažnju posjetitelja i često ih potiču da istražuju destinaciju. Nautički turisti mogu biti privučeni mogućnošću upoznavanja s najnovijim tehnologijama, brodicama, opremom i ekološkim praksama, a puno toga događa se baš na spomenutom nautičkom sajmu. Biograd Boat Show kao mjesto gdje se predstavljaju inovacije već postaje središte pažnje u industriji, a to stvara priliku za promociju Biograda kao top nautičke destinacije koja podržava i potiče napredak u nautičkoj tehnologiji i praksama što svakako daje potencijal za daljnji rast nautičkog turizma u destinaciji.

Nautički se turizam može okarakterizirati kao strateški važan segment (vozilo) koje prenosi vrijednosti koje povezuju ljude s prirodom i sportom te ima veoma pozitivan edukacijski utjecaj i na posjetitelje i na lokalnu zajednicu. Međutim, on ostavlja utjecaj i na okoliš te se mora razvijati uz pridržavanje postulata održivog razvoja (Alkier, Milojica, i Drpić, 2015.). Fokusiranje na ekološki odgovorne proizvode i usluge može privući ekološki osviještene posjetitelje i podržati održivi razvoj nautičkog sektora, a s obzirom na rastuću svijest o važnosti održivosti, nautički turizam mora odgovorno upravljati svojim utjecajem na okoliš i zajednicu. Kroz suradnju između industrije, lokalnih vlasti i organizacija za zaštitu okoliša, nautički turizam može se razvijati na način koji donosi koristi svima - posjetiteljima, lokalnoj zajednici i prirodnom okolišu, a kao što je spomenuto u prethodnom poglavlju, Biograd na Moru, kao i Biograd Boat Show već implementiraju takve prakse u svoje poslovanje.

Prijetnje koje prijete daljnjem razvoju svake vrste turizma, pa tako i nautičkog, očituju se u promjenama u turističkim preferencijama. Promjene u preferencijama turista mogu uvelike utjecati na posjećenost Biograda kao nautičke turističke destinacije. Turističke preferencije se kontinuirano mijenjaju kako se mijenjaju interesi i potrebe putnika, a ako se trendovi promijene prema drugim vrstama turizma koje nude različite vrste iskustava (npr. ekoturizam ili kulturni turizam), posjetitelji mogu preusmjeriti svoje interese prema tim alternativama. Također, ako druge nautičke destinacije razviju atraktivne ponude koje bolje zadovoljavaju promijenjene preferencije turista, Biograd može izgubiti posjetitelje koji se odluče za alternative koje bolje odgovaraju njihovim željama. Primjerice, promjene u ekonomskom statusu putnika mogu rezultirati promjenama u putničkim preferencijama pa se turisti s manjim proračunom mogu odlučiti za jeftinije alternative ili manje luksuzne destinacije.

Zatim, eventualne prirodne katastrofe, poput oluja i potresa, mogu oštetiti nautičku infrastrukturu i turističke objekte što može dovesti do otkazivanja sajma na određeno ili neodređeno vrijeme. Promjene u prirodnom okruženju ili okolišnim uvjetima mogu utjecati na privlačnost nautičke destinacije. Na primjer, prema Europskoj komisiji (2022.), ako se more zagađuje ili se mijenja kvaliteta vode, to može utjecati na atraktivnost destinacije za nautičke posjetitelje, a velik broj brodova i posjetitelja može također imati negativan utjecaj na okoliš, posebno ako se ne primjenjuju održive prakse.

Upravljanje s navedenim snagama, slabostima, prilikama i prijetnjama ključno je za daljnji

uspjeh Biograd Boat Showa i razvoja nautičkog turizma u gradu Biogradu na Moru. Kroz strategije koje iskorištavaju prilike i umanjuju prijetnje, organizatori i dionici mogu osigurati daljnji razvoj nautičkog turizma i očuvanje prestiža Biograd Boat Showa kao vodećeg nautičkog događaja u regiji.

4.4. Biograd Boat Show kao važna komponenta nautičke turističke ponude grada Biograda na Moru

Nautički turizam postao je značajan gospodarski pokretač obalnih gradova i regija diljem svijeta. Obuhvaća širok raspon aktivnosti poput jedrenja, krstarenja i drugih rekreacijskih aktivnosti na vodi. Među brojnim destinacijama koje su prihvatile nautički turizam, grad Biograd na Moru ističe se kao vrhunski primjer gdje ključnu ulogu ima i Biograd Boat Show. Ova godišnja manifestacija postala je sastavna i utjecajna komponenta nautičko-turističke ponude grada, pridonoseći gospodarskom rastu, kulturnoj razmjeni i ukupnom razvoju regije. Biograd Boat Show služi kao katalizator gospodarskog rasta u gradu i okolici. Veliki priljev posjetitelja dovodi do povećane potražnje za smještajem, restoranima, prijevozom i drugim uslugama, što pogoduje lokalnim tvrtkama i poduzetnicima. Hoteli, restorani, kafići i trgovine ostvaruju povećane prihode tijekom događaja, potičući cjelokupno gospodarstvo grada. Biograd Boat Show nudi platformu za graditelje brodova, proizvođače opreme i pružatelje usluga kako bi predstavili svoje najnovije proizvode i inovacije. Ova izloženost ne samo da privlači potencijalne kupce, već također potiče zdravu konkurenciju i inovacije unutar pomorske industrije. Polaznici imaju priliku istražiti vrhunske tehnologije, materijale i dizajne, čime će poboljšati svoje cjelokupno nautičko iskustvo. Posljedično, ovaj naglasak na kvaliteti i inovativnosti podiže ugled Biograda na Moru kao središta pomorske izvrsnosti. Međunarodni karakter nautičkog sajma promiče kulturnu razmjenu i umrežavanje. Nautički entuzijasti, profesionalci i zainteresirane strane iz industrije iz različitih sredina okupljaju se na događaju, stvarajući jedinstveno okruženje za međukulturalne interakcije. Ova razmjena ideja, iskustava i stručnosti doprinosi obogaćivanju lokalnih perspektiva i potiče globalnu suradnju unutar pomorskog sektora. Događaj omogućuje uspostavljanje partnerstava, suradnje i prijateljstava koja nadilaze okvire samog sajma. Sajam doprinosi jačanju identiteta Biograda na Moru kao pomorske destinacije. Povijesne veze grada s pomorskim aktivnostima ojačane su održavanjem događaja takve veličine. To ne samo da odjekuje kod lokalnog stanovništva, već i privlači posjetitelje koji su zaintrigirani bogatom pomorskom baštinom grada. Nadalje, prema Barišić (2014.) turistička destinacija može se promatrati i kao brend, a brend turističke

destinacije je zapravo njegova srž ili DNK koji definira njegov karakter i razlikuje jedno odredište od drugog, a jedinstven događaj kao Biograd Boat Show svakako je dio tog brenda. Usklađujući se s nautikom, Biograd na Moru učvršćuje svoju poziciju na svjetskoj karti nautičkog turizma, privlačeći pozornost svojim jedinstvenim spojem prirodnih ljepota i kulturnog značaja. Priljev posjetitelja tijekom Sajma nautike naglašava potrebu za dobro razvijenom turističkom infrastrukturom. Događaj služi kao poticaj lokalnim vlastima i tvrtkama da ulažu u bolje objekte, poboljšane prometne mreže i poboljšane sadržaje. Ova poboljšanja koriste i turistima i stanovnicima, što rezultira ugodnijim iskustvom za sve dionike. Dodatno, povećana vidljivost grada kroz sajam potiče daljnja ulaganja u projekte vezane uz turizam, čime se povećava ukupna privlačnost destinacije.

Zaključno, Biograd Boat Show igra ključnu ulogu u unapređenju ponude nautičkog turizma grada Biograda na Moru. Svojim gospodarskim učinkom, promicanjem pomorske izvrsnosti, kulturnom razmjenom, jačanjem lokalnog identiteta i potporom turističkoj infrastrukturi, događaj podiže status grada kao vrhunske destinacije za nautičke entuzijaste i profesionalce u industriji. Njegov trajni značaj leži u njegovoj sposobnosti da potiče rast, inovacije i angažman zajednice, čime u konačnici pridonosi održivom razvoju grada i okolne regije u području nautičkog turizma.

5. Empirijsko istraživanje „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“

5.1. Metodologija istraživanja

Empirijsko istraživanje o utjecaju nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije koje je provedeno u svrhu pisanja ovog diplomskog rada uključuje korištenje anketnog upitnika kao metode prikupljanja podataka. Anketni upitnici su korisni jer omogućuju skupljanje mišljenja i stavova različitih pojedinaca o određenoj temi, u ovom slučaju, o utjecaju sajma na popularnost destinacije. Prije provedbe same ankete definirani su ciljevi istraživanja, primjerice, saznati kako Biograd Boat Show utječe na percepciju i popularnost Biograda na Moru među nautičkim turistima. Nakon toga, određena je ciljana skupinu ispitanika, koja je uključivala nautičke turiste, posjetitelje sajma, lokalno stanovništvo i druge relevantne dionike koji su upoznati s postojanjem spomenutog nautičkog sajma. Upitnik, odnosno anketa, obuhvaća ključna pitanja povezana s temom istraživanja te uključuje pitanja o svijesti o sajmu, utjecaju sajma na odluku o posjeti Biogradu, mišljenje o kvaliteti sajma, percepciju Biograda kao nautičke destinacije i ostalo. Korišteni anketni upitnik sastoji se od 20 pitanja koja su podijeljena u 2 odjeljka. Odgovor na svako pitanje bio je obavezan, a svrha provedbe ankete bila je donijeti zaključke o utjecaju nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije. Ovo empirijsko istraživanje provedeno je na 100 ispitanika koji su u smještajnim kapacitetima Ilirije d.d. boravili u listopadu 2022. godine, a kojima je anketni upitnik bio poslan putem e - pošte. Nakon prikupljanja odgovora, obradili su se i analizirali prikupljeni podatci te identificirali trendovi, odnosi i zaključci. Testirane su postavljene hipoteze empirijskog istraživanja te ispitana povezanost između sudionika sajma, njihovih stavova prema sajmu i dojma o Biogradu na Moru. Vrlo je važno promatranje trendova iz godine u godinu s obzirom na to da navedeno može pružiti dodatne uvide o dugoročnom utjecaju sajma na popularnost grada Biograda na Moru kao nautičke turističke destinacije.

5.2. Konstruiranje pitanja i postavljanje hipoteza

Prilikom konstruiranja pitanja za spomenuto empirijsko istraživanje cilj je bio dobiti odgovore na nekoliko pitanja. Kako nautički sajam Biograd Boat Show utječe na percepciju Biograda

na Moru kao turističke destinacije među posjetiteljima sajma? Da li posjetitelj nautičkog sajma Biograd Boat Show istražuje i posjećuje druge turističke atrakcije u Biogradu izvan trajanja sajma? Kakav je odnos između sudjelovanja na Biograd Boat Showu i porasta broja turističkih posjeta gradu Biogradu nakon sajma?

U svrhu dobivanja odgovora na navedena pitanja postavljena je jedna glavna hipoteza te nekoliko pomoćnih. Pomoćne hipoteze se postavljaju kako bi se detaljnije istražili različiti aspekti ili područja koja su povezana s glavnom hipotezom. Glavna hipoteza općenita je tvrdnja koja se želi ispitati u ovom empirijskom istraživanju, ali da bi se podržala ili opovrgnula, korisno je razbiti je na manje konkretne dijelove putem pomoćnih hipoteza. Pomoćne hipoteze čine ovo istraživanje strukturiranijim i ciljanim, pomažući da se preciznije testiraju određeni aspekti ili veze koje su relevantne za glavnu hipotezu.

Glavna hipoteza (H0) glasi: Biograd Boat Show ima pozitivan utjecaj na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije.

Pomoćne hipoteze postavljene u ovom istraživanju glase:

H1: Posjetitelji nautičkog sajma Biograd Boat Show značajno istražuju i posjećuju druge turističke atrakcije u Biogradu na Moru.

H1: Sudjelovanje posjetitelja na Biograd Boat Showu pozitivno utječe na njihovu namjeru da posjete grad Biograd na Moru u budućnosti.

H1: Sudjelovanje posjetitelja na Biograd Boat Showu povezano je s njihovim produženjem boravka u gradu Biogradu na Moru izvan trajanja sajma.

5.3. Analiza rezultata empirijskog istraživanja „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“

U provedenom empirijskom istraživanju sudjelovalo je ukupno 100 ispitanika. 54 % ispitanika bile su ženske osobe, 42 % ispitanika bili su muškarci, a 4 % ispitanika nije se htjelo izjasniti o svom spolu. Rodna ravnoteža je u većoj mjeri postignuta, a ona je u uzorku važna kako bi istraživanje bilo što reprezentativnije za stvarnu populaciju. Što se tiče dobne strukture, 31 % ispitanika bilo je u dobi od 25-34 godine, 22 % ispitanika bilo je u dobi od 35-44 godine, 18 % ispitanika bilo je u dobi od 18-24 godine, 16 % ispitanika bilo je u dobi od

45-54 godine, 11 % ispitanika bilo je u dobi od 55-64 godine, a samo 2 % ispitanika bilo je starijih od 65 godina. Može se primijetiti kako je dobna struktura ispitanika vrlo raznolika, a kada su rezultati istraživanja zasnovani na raznolikom uzorku, veća je šansa da će rezultati biti pouzdani i valjani, jer se uzima u obzir različitost unutar populacije.

Na idućem pitanju, 100 % ispitanika, odnosno svih 100 ispitanika, odgovorilo je kako posjećuje Jadransku obalu. Ovo istraživanje fokusirano je na ljude koji posjećuju Jadransku obalu, upoznati su s pojmom nautičkih sajмова i posjećuju iste, stoga je ovaj podatak ključan za ukazivanje na to da su svi ispitanici relevantni za istraživanje i da daju relevantne informacije. Upravo radi toga, u anketnom upitniku bila su tri ključna pitanja na koja su ispitanici morali odgovoriti potvrdno da bi mogli nastaviti na dugi odjeljak, ovo je bilo prvo od tri.

Nadalje, ispitanike se pitalo kada najčešće posjećuju Jadransku obalu i tu su dobiveni vrlo različiti odgovori. Naime, 47 % ispitanika posjećuje Jadransku obalu uglavnom samo u sezoni, a čak 41 % ispitanika posjećuje Jadransku obalu tijekom cijele godine. 9 % ispitanika posjećuje Jadransku obalu uglavnom u postsezoni, a samo 3 % u predsezoni (Grafikon 1). Ovo ukazuje na to kako je i dalje među ispitanicima najatraktivniji period ljetne turističke sezone i kako još ima prostora za rad na preraspodjeli turističke sezone na ostatak godine, a destinacije koje u tome uspiju mogu ostvariti velike konkurentske prednosti.

Grafikon 1: Razdoblje posjeta ispitanika Jadranskoj obali



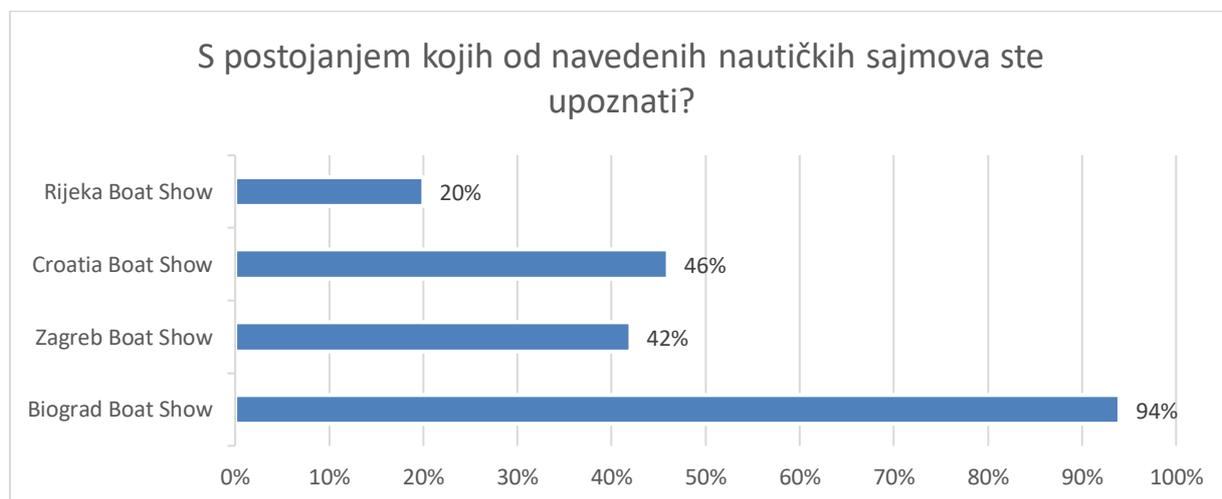
Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Iduće pitanje, također ključno da bi svi ispitanici bili relevantni za istraživanje i davali

relevantne informacije, bilo je jesu li upoznati s pojmom „nautički sajam“. Čak 96 % ispitanika upoznato je s navedenim pojmom, dok svega 4 % nije upoznato s istim.

Zatim, za ispitanike u anketnom upitniku bila su nabrojana 4 najveća nautička sajma u Republici Hrvatskoj, a to su Biograd Boat Show, Zagreb Boat Show, Rijeka Boat Show i Croatia Boat Show. Kako je prikazano na Grafikonu 2, samo 4 % ispitanika nije upoznato s nautičkim sajmovima navedenim u anketnom upitniku dok su ostali upoznati s dijelom ili svim navedenim sajmovima. 20 % ispitanika upoznato je s postojanjem Rijeka Boat Showa, 42 % je upoznato s postojanjem Zagreb Boat Showa, 46 % je upoznato s postojanjem Croatia Boat Showa, a čak 94 % upoznato je s Biograd Boat Showom. Rezultati pokazuju da je Biograd Boat Show najpoznatiji nautički sajam među ispitanicima, s impresivnih 94 % svijesti. To sugerira da je Biograd Boat Show uspio postići značajnu prepoznatljivost i popularnost među ciljanim skupinama. Iako samo 4 % ispitanika nije upoznato ni s jednim navedenim sajmom, i dalje postoji mala skupina ljudi koja nije svjesna ovih događaja. To sugerira da postoji prostor za daljnje educiranje i promociju nautičkih sajmova kako bi se povećala svijest. Nadalje, čak 86 % ispitanika je i posjetilo neki od navedenih nautičkih sajmova, a samo 14 % nije nikada prisustvovalo niti jednom navedenom nautičkom sajmu.

Grafikon 2: Svjest ispitanika o pojedinim nautičkim sajmovima



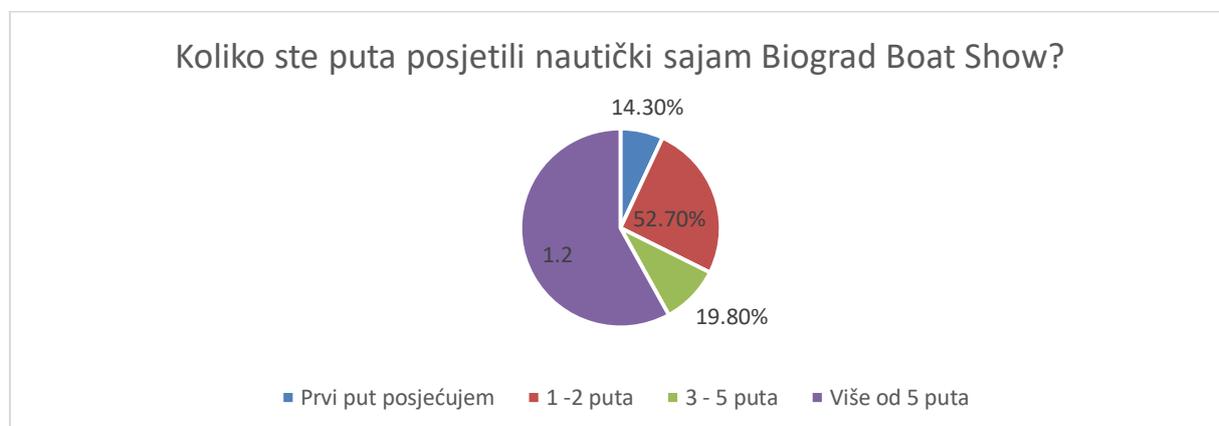
Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Pitanje koje je također bilo ključno za nastavak popunjavanja anketnog upitnika je: „Jeste li posjetili Biograd Boat Show?“. Čak 86 % ispitanika posjetilo je Biograd Boat Show, 8 % ga planira posjetiti u budućnosti, a samo 9 % ispitanika nije posjetilo navedeni nautički sajam

niti ga za sada planira posjetiti u budućnosti. Visoki postotak od 86 % ispitanika koji su posjetili Biograd Boat Show ukazuje na to da je ovaj događaj već stekao značajnu popularnost i prepoznatljivost među nautičkim entuzijastima i posjetiteljima, a postotak ispitanika koji planira posjetiti sajam u budućnosti upućuje na potencijal za daljnji rast i povećanje posjećenosti sajma. To znači da Biograd Boat Show ima priliku privući nove posjetitelje i dalje širiti svoj utjecaj.

Nakon eliminacije ispitanika koji nisu relevantni za ovo istraživanje, odnosno nisu nikad posjetili niti jedan nautički sajam, uključujući i Biograd Boat Show, ostao nam je broj od 91 ispitanika koji su mogli dati relevantna mišljenja o utjecaju nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije. Od njih 91 koji su nastavili ispunjavati anketni upitnik jer su bili relevantni za uzimanje podataka, na pitanje koliko su puta posjetili nautički sajam Biograd Boat Show 52,7 % ispitanika odgovorilo je kako ga je posjetilo 1-2 puta, 19,8 % sajam je posjetilo 3-5 puta, 14,3 % ispitanika sajam posjećuje prvi put, a 13 % ispitanika bilo je na sajmu čak više od 5 puta. Velik postotak ispitanika koji su posjetili sajam više od jednom (52,7 % za 1-2 puta i dodatnih 19,8 % za 3-5 puta) ukazuje na kontinuirano povjerenje i interes za Biograd Boat Show. To sugerira da su se ti posjetitelji vratili više puta zbog pozitivnog iskustva i zanimanja za događaj. Ispitanici koji su posjetili sajam čak više od 5 puta čine značajan udio od 13 % (Grafikon 3). To može ukazivati na to da sajam nudi dovoljno raznovrsnosti i sadržaja kako bi opravdao višekratne posjete jer činjenica da se ljudi vraćaju više puta ukazuje na to da su zadovoljni iskustvom s prethodnih posjeta.

Grafikon 3: Broj posjeta nautičkom sajmu



Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Nadalje, 45,1 % ispitanika kod posjeta sajmu obično provodi 2-3 dana u Biogradu na Moru. Ovo sugerira da je Biograd Boat Show često dio većeg putovanja ili produženog vikenda za posjetitelje. 28,6 % u Biogradu provodi 4-7 dana, a čak 16,5 % ispitanika u Biogradu se zadržava više od 7, odnosno tjedan, dana. Ispitanici koji ostaju više od 7 dana daju jasnu indicaciju da neki posjetitelji vide Biograd na Moru kao cjelovitu destinaciju koju žele istražiti temeljito. Samo 9,9 % ispitanika dolazi isključivo na sajam i u Biogradu provodi samo taj jedan dan. Ovi posjetitelji su vjerojatno fokusirani na sajam i nemaju namjeru produljiti boravak u gradu.

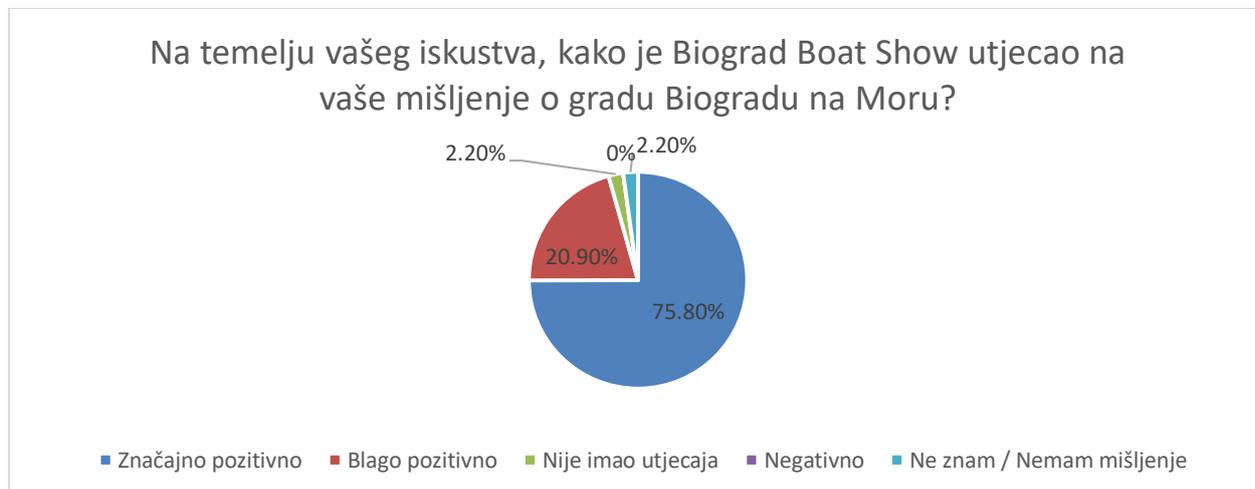
95,6 % ispitanika uz posjet sajmu u ostalo slobodno vrijeme koje provode u Biogradu na Moru, a s obzirom na to da se iz prethodnog pitanja može uočiti kako se ispitanici zapravo u Biogradu zadržavaju duže od trajanja sajma slobodnog vremena imaju dosta, posjećuje i ostale lokalne atrakcije koje grad Biograd na Moru nudi. Kao što je spominjano kroz cijeli diplomski rad Biograd na Moru zapravo ima širok spektar popratnih aktivnosti koje i prema provedenom istraživanju uvelike privlače posjetitelje sajma.

73,6 % ispitanika već je imalo pozitivnu sliku o Biogradu na Moru kao turističkoj destinaciji i prije posjeta sajmu, međutim čak 23,1 % ispitanika imalo je neutralnu. Ovo sugerira da je Biograd na Moru već imao dobar ugled i prepoznatljivost među velikim brojem ispitanika. 2 % ispitanika imalo je negativnu sliku o gradu Biogradu na Moru kao turističkoj destinaciji, a 1 % ispitanika za Biograd na Moru nije niti znao u tom smislu.

Posjet sajmu na mišljenje 75,8 % ispitanika utjecao je značajno pozitivno u kontekstu Biograda na Moru kao turističke destinacije, posjet sajmu ostavio je na 20,9 % ispitanika blago pozitivan dojam, što ukupno pokazuje kako je posjet sajmu pozitivno utjecao na mišljenje čak 96,7 % ispitanika (Grafikon 4). Rezultati jasno ukazuju na snažan utjecaj stvarnog iskustva sajma na dojam o destinaciji. Ovo pokazuje da je Biograd Boat Show uspješno iskoristio svoj potencijal kao događaj koji ne samo što promovira nautiku, već i pozitivno oblikuje dojam o samom gradu. Visok postotak pozitivnih utjecaja potvrđuje da je organizacija Biograd Boat Showa i povezane promocije uspješno pridonijela kreiranju pozitivnog dojma o destinaciji. To može potaknuti organizatore da nastave razvijati i unaprjeđivati svoju strategiju. Ovi rezultati ukazuju na moć Biograd Boat Showa kao

katalizatora za pozitivno mijenjanje percepcije o Biogradu na Moru te potvrđuju vrijednost održavanja i unaprjeđenja ovakvih nautičkih događaja.

Grafikon 4: Mišljenje ispitanika o Biogradu na Moru kao destinaciji nakon posjeta sajmu



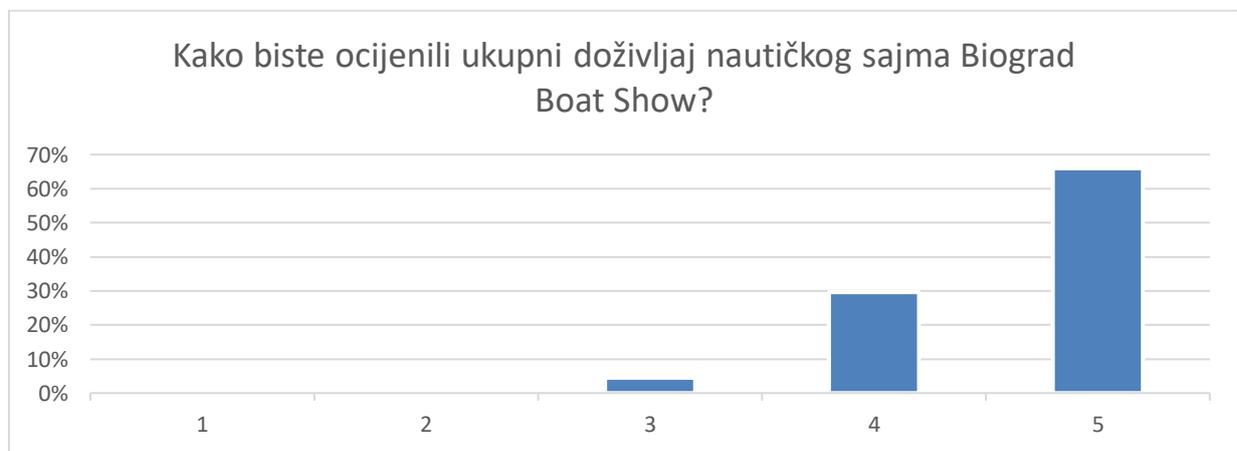
Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

93,4 % ispitanika, vođeno svojim iskustvom, smatra kako je Biograd Boat Show doprinio povećanju turističkog interesa za grad Biograd na Moru, samo 1 % ispitanika smatra da nije, a 5,5 % ispitanika nije sigurno. Velik postotak (93,4 %) ispitanika koji smatraju da je sajam doprinio povećanju turističkog interesa jasno ukazuje na to da je Biograd Boat Show uspješno pozicioniran kao događaj koji ne samo promovira nautiku, već i doprinosi širem turističkom interesu za destinaciju. S obzirom na da je samo 1 % ispitanika izrazilo mišljenje da sajam nije doprinio povećanju turističkog interesa, to ukazuje na relativno malu skupinu skeptika. Ovo sugerira da većina posjetitelja percipira sajam kao pozitivan čimbenik za turizam Biograda na Moru. Ukupni rezultati sugeriraju da Biograd Boat Show značajno doprinosi povećanju turističkog interesa za Biograd na Moru te da je percepcija većine posjetitelja jasno pozitivna u vezi s utjecajem sajma na destinaciju.

Ocjena cjelokupnog dojma Biograd Boat Showa kod 4,4 % ispitanika bila je trojka, kod 29,7 % ispitanika četvorka, a kod čak 65,9 % ispitanika petica (Grafikon 5). Visoka ocjena doprinosi reputaciji Biograd Boat Showa i potiče veći interes budućih posjetitelja te zahtjeva dodatne napore kako bi se zadržala ili povećala ta razina zadovoljstva. Izostanak negativnih ocjena (ocjena manja od trojke) sugerira da Biograd Boat Show ima vrlo pozitivan dojam među posjetiteljima, a da problematični aspekti, ako ih ima, nisu bili dovoljno izraženi kako

bi rezultirali niskim ocjenama. Eventualne sugestije koje su ispitanici dali organizatorima su: uvesti radionice u kojima sudjeluju i posjetitelji, fokusirati se dodatno na održivost, dodati još informacijskih pultova i uvesti online prisutnost, dodatno unaprjeđenje B2B susreta, ankete za povratne informacije od poslovnih posjetitelja, bolja promocija i marketing, spoj s prošlošću grada Biograda, uvođenje sajma i u predsezoni i slično. Ovi prijedlozi ukazuju na potencijal za unaprjeđenje nautičkog sajma Biograd Boat Show i istovremeno doprinose jačanju turističke atraktivnosti destinacije Biograd na Moru. Ova kombinacija može rezultirati povećanjem broja posjetitelja, poboljšanim iskustvom za goste te pozitivnim utjecajem na lokalnu ekonomiju i održivi razvoj turizma.

Grafikon 5: Ocijene ispitanika za Biograd Boat Show



Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

95,6 % ispitanika smatra kako je Biograd Boat Show potaknuo gospodarski razvoj grada Biograda na Moru. Visok postotak pozitivnog mišljenja o utjecaju sajma na gospodarski razvoj jasno sugerira da većina posjetitelja prepoznaje sajam kao pozitivan čimbenik u poticanju ekonomske aktivnosti u Biogradu na Moru. Povećani gospodarski razvoj može potaknuti razvoj novih segmenata turističke ponude, širenje sadržaja i atrakcija te privlačenje raznolikijih skupina posjetitelja. Ovaj visoki postotak pozitivnog mišljenja također ukazuje na potencijalno povećanje prepoznatljivosti Biograd Boat Showa kao događaja koji ne samo da privlači nautičke entuzijaste, već i potiče gospodarsku korist za destinaciju. U konačnici, ovi rezultati sugeriraju da Biograd Boat Show ima snažan utjecaj na gospodarski razvoj Biograda na Moru i da se percipira kao važan generator ekonomske aktivnosti i rasta u destinaciji.

97,8 % ispitanika vratilo bi se u grad Biograd na Moru u budućnosti, a na idućem pitanju dali

su i nekoliko razloga zašto. Svega 2,2 % ispitanika odgovorilo je kako se u Biograd na Moru više ne bi vraćali. Neki od navedenih razloga zašto bi se ispitanici vratili u Biograd na Moru su: predivan grad s puno zanimljivih sadržaja uključujući Biograd Boat Show, djeci se jako sviđa Biograd na Moru, vrlo dobra poslovna suradnja i organizacija Biograd Boat Showa i lijep grad za ljetovanje, prekrasan grad s prekrasnim plažama i atrakcijama, pozitivno iskustvo koje ispitanici žele ponoviti, ljubazni domaćini, lijepa obala, dobra organizacija Boat Showa, vrlo zanimljiva manifestacija sa super popratnim sadržajem i slično. U odgovorima ispitanika očituju se sve prednosti i ljepote Biograda na Moru.

5.4. Testiranje hipoteza empirijskog istraživanja „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“

Nakon detaljne analize rezultata provedenog empirijskog istraživanja može se zaključiti kako su sve postavljene pomoćne hipoteze potvrđene, što dovodi do zaključka kako je potvrđena i glavna hipoteza, odnosno H0: „Biograd Boat Show ima pozitivan utjecaj na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije“.

Naime, prva pomoćna hipoteza glasi, „Posjetitelji nautičkog sajma Biograd Boat Show značajno istražuju i posjećuju druge turističke atrakcije u Biogradu na Moru“. Nakon provedenog istraživanja, u tablici 2 vidi se kako je na pitanju „Jeste li posjetili neku od lokalnih atrakcija ili restorana u Biogradu na Moru tijekom vašeg posjeta nautičkom sajmu? (npr. nacionalni parkovi, muzeji, plaže, itd.)“ bilo 95,6 % (Tablica 2) pozitivnih odgovora što dovodi do zaključka da postoji potvrda za prvu pomoćnu hipotezu. Ispitanici su u visokom postotku potvrdili da su posjetili lokalne atrakcije ili restorane u Biogradu na Moru tijekom svog posjeta nautičkom sajmu Biograd Boat Show. Ovaj rezultat ukazuje na značajno istraživanje i posjećivanje drugih turističkih atrakcija izvan trajanja sajma među posjetiteljima sajma. Ova potvrda važna je jer sugerira da nautički sajam Biograd Boat Show ima širi utjecaj na turističku aktivnost u gradu Biogradu na Moru. Posjetitelji nisu samo koncentrirani na sajam, već koriste priliku da istraže i dožive druge turističke sadržaje koje destinacija nudi.

Tablica 2: Da li posjetitelji Biograd Boat Showa posjećuju i lokalne atrakcije u Biogradu na Moru?

Odgovor	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
---------	-----------------	---------------------

DA	87	95,6%
NE	4	4,4%

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Zatim, druga pomoćna hipoteza glasi: „Sudjelovanje posjetitelja na Biograd Boat Showu pozitivno utječe na njihovu namjeru da posjete grad Biograd na Moru u budućnosti“. Nakon analize i u tablici 3 može se vidjeti kako je hipoteza potvrđena zato što je na pitanje „Biste li se vratili u Biograd na Moru u budućnosti?“ bilo čak 97,8 % pozitivnih odgovora što sugerira da postoji podrška za vašu drugu pomoćnu hipotezu. Analiza rezultata pokazuje da je velik broj posjetitelja izrazio pozitivnu namjeru da se vrati u grad Biograd na Moru u budućnosti. Ova visoka stopa pozitivnih odgovora ukazuje na to da sudjelovanje na Biograd Boat Showu ima značajan pozitivan utjecaj na namjeru posjetitelja da ponovno posjete destinaciju.

Tablica 3: Namjeravaju li se posjetitelji Biograd Boat Showa vratiti u Biograd na Moru u budućnosti?

Odgovor	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
DA	89	97,8%
NE	2	2,2%

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Posljednja, treća pomoćna hipoteza glasi: „Sudjelovanje posjetitelja na Biograd Boat Showu povezano je s njihovim produženjem boravka u gradu Biogradu na Moru izvan trajanja sajma“. S obzirom na činjenicu kako je na pitanje u anketnom upitniku „Koliko dana obično provodite u Biogradu na Moru tijekom posjeta nautičkom sajmu?“ 45,1 % ispitanika odgovorilo da provodi 2-3 dana, dok je čak 28,6 % ispitanika odgovorilo da u Biogradu provodi 3-5 dana, a 16,5 % provodi u destinaciji čak više od 7 dana (Tablica 4). Analiza rezultata pokazuje da značajan postotak posjetitelja produžuje svoj boravak u gradu Biogradu na Moru izvan trajanja nautičkog sajma Biograd Boat Show. To ukazuje na to da posjetitelji ne dolaze samo radi sajma, već su skloni istraživanju i uživanju u destinaciji duže vrijeme. Ovaj fenomen ima potencijalne pozitivne učinke na lokalnu ekonomiju, turističku ponudu i održivost destinacije. Produženi boravak omogućuje veći priliv prihoda za ugostiteljske objekte, smještajne kapacitete, lokalne trgovine i druge usluge. Također, povećava

mogućnosti za bolje upoznavanje destinacije, interakciju s lokalnim zajednicama i doživljaj autentične atmosfere grada.

Tablica 4: Koliko dana obično ispitanici provode u Biogradu na Moru prilikom posjeta sajmu?

Odgovor	Broj ispitanika	Postotak ispitanika
1 dan	9	9,9%
2-3 dana	41	45,1%
4-7 dana	26	28,6%
Više od 7 dana	15	16,5%

Izvor: Izrada autora na temelju podataka prikupljenih anketnim upitnikom

Rezultati istraživanja snažno podupiru sve tri pomoćne hipoteze. Posjetitelji nautičkog sajma Biograd Boat Show značajno istražuju i posjećuju druge turističke atrakcije u Biogradu na Moru izvan trajanja sajma. Također, sudjelovanje posjetitelja na sajmu pozitivno utječe na njihovu namjeru da posjete grad Biograd na Moru u budućnosti, a također na produženje njihovog boravka u gradu izvan trajanja sajma. Ovi rezultati upućuju na to da nautički sajam Biograd Boat Show ima dubok i sveobuhvatan pozitivan utjecaj na turističku destinaciju Biograd na Moru. Sudionici sajma ne samo da dolaze radi samog događaja, već i koriste priliku da istraže i dožive druge turističke atrakcije u gradu. Osim toga, sajam potiče njihovu namjeru za budućim posjetom i produženjem boravka, ukazujući na dugoročni utjecaj sajma na turističku aktivnost i privlačnost grada. S obzirom na snažnu potporu svim pomoćnim hipotezama, logično je zaključiti da nautički sajam Biograd Boat Show pozitivno utječe na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije čime je potvrđena i glavna hipoteza.

6. Zaključak

Nautički sajmovi, čiji je primjer i Biograd Boat Show, imaju vrlo veliki značaj u turističkoj ponudi Republike Hrvatske. Ova događanja igraju ključnu ulogu u jačanju ugleda Hrvatske kao pomorske destinacije i značajno doprinose njezinoj turističkoj industriji. Biograd Boat Show, kao reprezentativan primjer, prikazuje bogato pomorsko nasljeđe zemlje, impresivnu flotu plovila i raznoliku ponudu usluga vezanih uz nautiku i jahte. Privlačeći domaće i međunarodne sudionike, sajmovi nautike poput Biograd Boat Showa potiču gospodarski rast kroz povećanje prihoda od turizma, prilike za zapošljavanje i poslovna partnerstva unutar pomorskog sektora. Ova događanja pružaju platformu za hrvatske tvrtke da izlože svoje pomorske proizvode i usluge, jačajući lokalne industrije i potičući inovacije. Takvi nautički sajmovi značajno doprinose lokalnom i nacionalnom gospodarstvu. Privlače raznolik raspon sudionika, od proizvođača i dobavljača plovila do pružatelja usluga i turista. Priljev posjetitelja dovodi do povećane potrošnje na smještaj, restorane, prijevoz i druge povezane usluge. Time se stvaraju izravne i neizravne ekonomske koristi, podupirući poduzeća i sredstva za život u regiji. Oni također pružaju Hrvatskoj međunarodnu platformu za izlaganje svog pomorskog potencijala. Prisutnost lokalnih i globalnih sudionika potiče mogućnosti umrežavanja i poslovne suradnje, a takva izloženost povećava ugled zemlje kao središta pomorskih aktivnosti, privlačeći ulaganja, partnerstva i dugoročne odnose s međunarodnim dionicima. Takvi događaji također ističu veliku obalu zemlje, slikovite otoke i kristalno čisto more – a sve su to glavne atrakcije za pomorske putnike. Izlažući različita plovila, opremu i usluge, ovi sajmovi učinkovito reklamiraju Republiku Hrvatsku kao vrhunsku destinaciju za ljubitelje jedrenja i općenito nautike. Štoviše, nautički sajmovi stvaraju jedinstvenu iskustvenu ponudu za turiste, omogućujući im da istraže najnovije tehnologije plovidbe, pribora i plovila. Interaktivna priroda ovih sajmova uključuje posjetitelje na nezaboravan način, podižući njihov ukupni doživljaj odmora i ostavljajući trajan dojam. Strateški položaj Hrvatske na Jadranskom moru, s dobro razvijenom infrastrukturom i politikama podrške, pozicionira je kao idealnu destinaciju za ljubitelje brodova i pomorske putnike. Biograd Boat Show primjer je kako ovakvi događaji doprinose diverzifikaciji turističkog sektora, produžujući turističku sezonu izvan tradicionalnih ljetnih mjeseci i promičući prakse održivog turizma.

Zaključno, nautički sajmovi, pa tako i Biograd Boat Show, ključna su sastavnica turističke ponude Republike Hrvatske. Oni utjelovljuju pomorsku kulturu zemlje, potiču gospodarski

rast, poboljšavaju iskustvo posjetitelja i promoviraju Hrvatsku kao vrhunsku destinaciju za nautički turizam. Kako se ovi događaji nastavljaju razvijati i zaokupljaju maštu putnika, nedvojbeno će igrati ključnu ulogu u oblikovanju hrvatskog turističkog krajolika i u godinama koje dolaze.

Literatura

1. Alkier, R., Milojica, V. i Drpić, D. (2015.), Promocija kao faktor ojačanjakonkurentske pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu, Pomorski zbornik, 49-50 (1), 239-264, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/138210>
2. Barišić, P. (2017.), Utjecaj društvenih medija na proces odabira turističke destinacije, doktorski rad, Ekonomski fakultet - Zagreb, Zagreb
3. Barišić, P. (2014.), National Brand and its Elements, Value, Power and Competitiveness, International Journal of Business Tourism & Applied Sciences, 2, 42 – 48, preuzeto s <https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-casopis/209394>
4. Barišić, P. & Blažević, Z. (2014.), Visual Identity Components of Tourist Destination
5. Biograd Boat Show (b.d.), Central Europe's Largest Boat Show, preuzeto 19.srpnja2023. s <https://www.bbs.com.hr/>
6. Croatia Boat Show (b.d.), About Croatia Boat Show, preuzeto 12. srpnja 2023. s <https://croatiaboatshow.com/en/>
7. Demirović, D., Dragin, A., & Pivac, T. (2012.), Genoa boat show: good example of event management, Turizam, 16(3), 124-133, preuzeto s <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-6661/2012/1450-66611203124D.pdf>
8. Državni zavod za statistiku, (2023.), [podatkovni dokument], preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29510>
9. European Commission (2022.), The Blue Economy Report 2022 [e-publikacija], preuzeto s <https://op.europa.eu/hr/publication-detail/-/publication/156eecbd-d7eb-11ec-a95f-01aa75ed71a1>
10. Favro, S., Kovačić, M., & Gržetić, Z. (2008.), Nautical tourism the basis of the systematic development, Pomorstvo/Journal of Maritime Studies, 22(1), preuzeto s https://www.researchgate.net/profile/Mirjana-Kovacic/publication/293215373_Nautical_tourism_the_basis_of_the_systematic_development/links/5f842cf292851c14bcc14e9e/Nautical-tourism-the-basis-of-the-systematic-development.pdf
11. Genoa Boat Show (b.d.), Genoa Boat Show, preuzeto dana 21. lipnja 2023. s <https://salonenautico.com/en/>
12. Gračan, D., Gregorić, M., & Martinić, T. (2016.), Nautical tourism in Croatia: current situation and outlook [e-publikacija], preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/325181470_Nautical_tourism_in_Croatia_current_s

ituation and outlook

13. Hrvatska turistička zajednica, (2022.), Nautička Hrvatska [podatkovni dokument], preuzeto s <https://www.htz.hr/hr-HR>
14. Ito, H., Hanaoka, S., & Hawasaki, T. (2020.), The cruise industry and the COVID- 19 outbreak. Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, 5, preuzeto s <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100136>
15. Ivanić, K., Hadžić Perić, A., Mohović, Đ. (2018.), Nautical Tourism: Generator of Croatian Economy Development, Multidisciplinarni znanstveni časopis Pomorstvo, 2018. (32), 59-66
16. Jugović, A., Zubak, A., Kovačić, M. (2013.), Nautički turizam u Republici hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije, [e-publikacija], preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/178122>
17. Kılıç, A. i Akdamar, E. (2020.), Market Segmentation of Leisure Boats Exhibited in the Boat Show by Using Multivariate Statistical Techniques, Pomorstvo, 34 (2), 291-301, preuzeto s <https://doi.org/10.31217/p.34.2.10>
18. Krce Miočić, B. (2011.), Valorizacija učinaka promotivnih aktivnosti u nautičkom turizmu u Hrvatskoj, Acta turistica, 23 (2), 203-231, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/97053>
19. Marina Kornati (2022.), Priopćenje za medije: 31. 10. 2022., Biograd na Moru, Hrvatska, 24. Biograd Boat Show, [e-publikacija], preuzeto s <https://www.bbs.com.hr/hr/objave-medija/priopcenje-za-medije-31-10-2022-biograd-na-moru-hrvatska>
20. Marina Kornati (2022.), 24. Biograd Boat Show Katalog (2022), [e-publikacija], preuzeto s <https://www.bbs.com.hr/hr/bbs-katalog>
21. Mihajlović, I., Vidak, M. (2017.), The Importance of Local Events for Positioning of Tourism Destination, preuzeto 19. travnja 2023. s <https://revistia.com/index.php/ejsr/article/view/6553>
22. Mikulić, A. (2014.), Stanje i mogućnosti manifestacije Croatia Boat Show, magisterij, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
23. Peručić, D. i Greblički, M. (2022.), Key Factors Driving the Demand for Cruising and Challenges Facing the Cruise Industry in the Future, Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 70, 1, preuzeto s <https://doi.org/10.37741/t.70.1.6>
24. Rijeka Boat Show (b.d.), Rijeka Boat Show preuzeto dana 01. kolovoza 2023. s <https://rijekaboatshow.hr/>
25. Stić, D. (2010.), Marketing u turizmu i marketinški menadžment destinacije, Beretin d.o.o.,

Split

26. Vuksan, T. (2018.), Analiza poslovanja hrvatskih marina u usporedbi s marinama u svijetu, doktorski rad, Ekonomski fakultet Split, Split

27. Zagrebački velesajam (b.d.), 31st Zagreb Boat Show, preuzeto 22. srpnja 2023. s <https://www.zv.hr/fairs-2863/zagreb-boat-show-3150/3150>

Popis slika

Slika 1: Akvatorij Republike Hrvatske.....	9
Slika 2: Popunjenost vezova po mjesecima	10
Slika 3: Korištenje usluga putničkih agencija po godinama	11

Popis grafikona

Grafikon 1: Razdoblje posjeta ispitanika Jadranskoj obali.....	42
Grafikon 2: Svjest ispitanika o pojedinim nautičkim sajmovima	43
Grafikon 3: Broj posjeta nautičkom sajmu	44
Grafikon 4: Mišljenje ispitanika o Biogradu na Moru kao destinaciji nakon posjeta sajmu	46
Grafikon 5: Ocijene ispitanika za Biograd Boat Show.....	47

Popis tablica

Tablica 1: SWOT analiza daljnjeg razvoja nautičkog turizma u Biogradu na Moru kao čimbenika budućeg razvoja Biograd Boat Showa.....	33
Tablica 2: Da li posjetitelji Biograd Boat Showa posjećuju i lokalne atrakcije u Biogradu na Moru?.....	48
Tablica 3: Namjeravaju li se posjetitelji Biograd Boat Showa vratiti u Biograd na Moru u budućnosti?	49
Tablica 4: Koliko dana obično ispitanici provode u Biogradu na Moru prilikom posjeta sajmu?	50

Životopis

Osobni podaci

Ime i prezime: Dora Jelić

Datum i mjesto rođenja: 17. rujna 1997. godine, Zagreb

Adresa prebivališta: Mirnovečka cesta 11, 10 430 Samobor

Broj mobitela: 0992758448

E-mail: djelic1@net.efzg.hr

Radno iskustvo

Zanimanje ili radno mjesto: Djelatnik u putničkoj agenciji

Trajanje: lipanj 2019. godine – listopad 2019. godine

Naziv poslodavca: Obrt za turizam Val - tours, Biograd na Moru

Zanimanje ili radno mjesto: Djelatnik na recepciji hotela

Trajanje: lipanj 2021. godine – studeni 2021. godine

Naziv poslodavca: Ilirija d.d., Biograd na Moru

Zanimanje ili radno mjesto: Poslovna tajnica u odvjetničkom uredu

Trajanje: lipanj 2022. godine –

Naziv poslodavca: Odvjetnički ured Larisa Radović, Biograd na Moru

Obrazovanje i osposobljavanje

Osnovno: 2013. – 2016. XI. gimnazija Zagreb, opća gimnazija

2016. - Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovne ekonomije, smjer: Turizam.

Vještine i kompetencije: dobro poznavanje engleskog jezika u govoru i pismu te pasivno znanje njemačkog i španjolskog jezika, svakodnevno i aktivno korištenje računalom (MS Office, Internet, E-visitor, Booking - ektranet).

Prilozi

Prilog 1: Anketni upitnik na temu „Utjecaj nautičkog sajma Biograd Boat Show na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije	61
---	----

UTJECAJ NAUTIČKOG SAJMA BIOGRAD BOAT SHOW NA POPULARNOST GRADA BIOGRADA NA MORU KAO TURISTIČKE DESTINACIJE



Nautički sajmovi igraju važnu ulogu u promociji nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj te ujedno predstavljaju priliku za promociju hrvatske turističke ponude. Cilj ovog istraživanja je utvrditi značaj koji nautički sajam Biograd Boat Show ima na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije.

Anketa je anonimna, ne oduzima puno vremena, a namijenjena je pojedincima koji su posjetili ili su upoznati s nautičkim sajmom Biograd Boat Show.

Koji je Vaš spol? *

- Muški
- Ženski
- Ne želim odgovoriti

Koja je Vaša dobna skupina? *

- Mlađi od 18 godina
- 18-24 godine
- 25-34 godine
- 35-44 godine
- 45-54 godine
- 55-64 godine
- Stariji od 65 godina

Posjećujete li Jadransku obalu? *

- Da
- Ne



Kada najčešće posjećujete Jadransku obalu? *

- U sezoni
- U predsezoni
- U postsezoni
- Tijekom cijele godine
- Ne posjećujem Jadransku obalu

Jeste li upoznati s pojmom nautički sajam / boat show? *

- Da
- Ne

S postojanjem kojih od navedenih nautičkih sajmova ste upoznati? *

- Biograd Boat Show
- Croatia Boat Show
- Rijeka Boat Show
- Zagreb Boat Show
- Nisam upoznat/a s navedenim nautičkim sajmovima

Jeste li ikada posjetili neki nautički sajam? *

- Da
- Ne

Jeste li ikada posjetili nautički sajam Biograd Boat Show? *

- Da
- Ne

Koliko ste puta posjetili nautički sajam Biograd Boat Show? *

- Prvi put posjećujem
- 1-2 puta
- 3-5 puta
- Više od 5 puta

Koliko dana obično provodite u Biogradu na Moru tijekom posjeta nautičkom sajmu? *

- 1 dan
- 2-3 dana
- 4-7 dana
- Više od 7 dana

Jeste li posjetili neku od lokalnih atrakcija ili restorana u Biogradu na Moru tijekom vašeg *
posjeta nautičkom sajmu? (npr. nacionalni parkovi, muzeji, plaže, itd.)

- Da
- Ne

Kakva je bila vaša općenita percepcija grada Biograda na Moru kao turističke destinacije prije *
nego što ste posjetili nautički sajam Biograd Boat Show?

- Pozitivna
- Neutralna
- Negativna
- Nisam znao/la za Biograd na Moru kao turističku destinaciju

Na temelju vašeg iskustva, kako je Biograd Boat Show utjecao na vaše mišljenje o gradu Biogradu na Moru? *

- Značajno pozitivno
- Blago pozitivno
- Nije imalo utjecaja
- Negativno
- Ne znam / Nemam mišljenje

Smatrate li da je nautički sajam Biograd Boat Show doprinio povećanju turističkog interesa za grad Biograd na Moru? *

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Kako biste ocijenili ukupni doživljaj nautičkog sajma Biograd Boat Show? *

- | | | | | | | |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nedovoljno | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izvršno |

Koje biste eventualne sugestije ili prijedloge dali organizatorima nautičkog sajma Biograd Boat Show kako bi poboljšali njegov utjecaj na popularnost grada Biograda na Moru kao turističke destinacije? *

Tekst dugog odgovora

Smatrate li da je Biograd Boat Show poticao gospodarski razvoj grada Biograda na Moru? *

- Da
- Ne

Biste li se vratili u Biograd na Moru u budućnosti? *

Da

Ne

Ako da, molimo navedite razlog: *

Tekst dugog odgovora
