

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

Ozren Maričić

**SVJETSKA CRUISE INDUSTRIJA I NJEN UTJECAJ NA CRUISE
ODREDIŠTA**

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 2013.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

SVJETSKA CRUISE INDUSTRIJA I NJEN UTJECAJ NA CRUISE
ODREDIŠTA

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Pomorski putnički promet

Mentor: dr. sc. Alen Jugović, docent

Student: Ozren Maričić

Br. indexa: 14138/o1

Smjer: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

Rijeka, lipanj 2013.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
2. OSNOVNE ZNAČAJKE SVJETSKOG KRUZING TURIZMA.....	3
2.1. POJMOVNO ODREĐENJE KRUZINGA I TRŽIŠNE NIŠE KRUZINGA.....	4
2.2. PREGLED NAJUTJECAJNIJIH KRUZING DESTINACIJA.....	8
2.3. ANALIZA PONUDE I POTRAŽNJE.....	13
2.4. AKTIVNOSTI I POTROŠNJA U TURISTIČKIM KRUZING DESTINACIJAMA.....	18
2.5.TRENDOVI RAZVOJA KRUZING INDUSTRIJE.....	20
3. ANALIZA I OCJENA STANJA KRUZING INDUSTRIJE U HRVATSKOJ.....	24
3.1. OBILJEŽLJA PONUDE I POTRAŽNJE.....	27
3.2. ANALIZA PROMETA I BROJA PUTNIKA.....	31
3.3. KONKURENTNOST HRVATSKE KRUZING INDUSTRIJE U SVIJETU.....	36
4. UTJECAJ KRUZING INDUSTRIJE NA KRUZING DESTINACIJE.....	41
4.1. UTJECAJ NA OKOLIŠ.....	41
4.2.DRUŠTVENO – KULTURNI UTJECAJ KRUZING TURIZMA.....	42
4.3. EKONOMSKI UTJECAJ KRUZING TURIZMA NA DESTINACIJU.....	44
4.4.UTJECAJ KRUZING INDUSTRIJE NA PRIMJERU DUBROVNIKA.....	48
5. ODRŽIVI RAZVOJ KRUZING INDUSTRIJE U HRVATSKOJ I NJEN UTJECAJ NA UNAPREĐENJE TURISTIČKE PONUDE.....	54
ZAKLJUČAK.....	59
POPIS LITERATURE.....	61
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA.....	63

1. UVOD

Kruzing kao dio nautičkog turizma, danas predstavlja jedan od vodećih svjetskih biznisa sa velikim brojem samostalnih ili udruženih multinacionalnih kompanija sa flotama specijaliziranih kruzera. Kruzing se tako danas promatra kao sve popularniji oblik pomorske i turističke usluge i na taj način predstavlja važan dio svjetskog turizma te svjetskih turističkih kretanja. Kao takva, kruzing putovanja, kao novi oblik turizma, djeluju na turističke destinacije na više načina. Ti utjecaji pronalaze se u društvu, gospodarstvu i okolišu. Učinci kruzinga na destinaciju mogu biti pozitivni i negativni, no oduvijek je naglašena važnost prilagodbe strategiji turizma i održivom razvoju kako bi se ovaj oblik turističke ponude što bolje uklopio u ponudu destinacije.

U svezi navedenog, glavna svrha i cilj ovog diplomskog rada ogleda se u analizi učinaka koje svjetska kruzing industrija ima na turističke, odnosno kruzing destinacije.

Navedeno će se prikazati kroz pet međusobno povezanih poglavlja koja u potpunosti obuhvaćaju tematiku ovoga rada.

U drugom poglavlju rada dana se definicija kruzinga kao i pregled tržišnih niša u krstarenju morem. Također daje se pregled općih karakteristika svjetske kruzing industrije, u kojemu se posebno obrađuju geografske podjele kruzing destinacija, analiziraju ponuda i potražnja te daje osvrt na trendove daljnjeg razvoja ove vrste industrije. Treće poglavlje rada daje kratki osvrt na kruzing industriju u Hrvatskoj, analizirajući obilježja ponude i potražnje, prometa i putnika te konkurentnosti hrvatske kruzing industrije u svijetu. Četvrto poglavlje analizira utjecaje industrije na kruzing destinacije, promatrajući utjecaje s gledišta okoliša, gospodarstva i društva. Ovo poglavlje također se bavi kratkim prikazom utjecaja na primjeru hrvatske luke Dubrovnik kao najvećeg predstavnika kruzing destinacije u Hrvatskoj. Peto poglavlje rada analizira održivi razvoj kruzing industrije i utjecaj u unapređenju turističke ponude.

Prilikom izrade ovog završnog rada autor se koristio mnogobrojnom znanstvenom i stručnom literaturom, usko povezanom sa temom rada, kao i ostalim pomoćnim izvorima.

Prilikom pisanja od posebne su pomoći bile znantsvene metode istraživanja, od kojih neke uključuju metodu analize i sinteze, metodu indukcije i dedukcije, statističku metodu, deskriptivnu metodu, povijesnu metodu itd.

U zaključku se donosi rezime rada, obrađen po sumi odrednica svakog pojedinačnog poglavlja.

2. OSNOVNE ZNAČAJKE SVJETSKOG KRUZING TURIZMA

Kruzing, kao vrsta nautičkog turizma, danas predstavlja svjetski korporativni biznis, a velike kruzing industrije razvijaju se diljem svijeta, no prednjače ipak kompanije sa područja Sjeverne i Južne Amerike. Tržište Sjeverne Amerike najveće je tržište kruzina na svijetu, a najuglednije kompanije kao što su Royal Caribbean Cruise Line i International Disney Cruise Line, imaju sjedišta u Floridi, pa dvije trećine putnika svjetskog kruzina dolazi iz Sjeverne Amerike. Te kompanije prvenstveno dominiraju ponudom i uslugom, nudeći raznovrsne destinacije, aranžmane i programe kojima postaju izrazito konkurentni.

Posljednjih se pet godina zamjećuje trend povezivanja velikih kompanija u kompanije sa internacionalnim karakterom. Dinamične promjene na planu reorganizacije velikih kruzing kompanija išle su u korak s visokim stopama rasta potražnje na svjetskom kruzing tržištu. Osnovni cilj reorganizacije tih velikih korporacija sadržan je u prilagođavanju potrebama turista na kruzerima, s čime su u vezi istraživanja koja se permanentno obavljaju pokušavajući ponudu prilagoditi sve hirovitijoj potražnji, tj. njezinoj multifunktionalnosti i multidiscipliniranosti.¹

Postoji više organizacija i zajednica koje okupljaju prvenstveno brodare, ali i ostale kompanije koje su neposredno ili posredno povezane sa tržištem kruzina putovanja. Te se organizacije i zajednice grupiraju prema geografskom položaju pa razlikujemo sjevernoameričke, europske i azijsko – pacifičke.²

Razvoj kruzing turizma u posljednjih nekoliko godina raste velikom brzinom. Između godina 1989. i 1996. potražnja za ovom vrstom turističke ponude porasla je za 50%, a isto toliko i u periodu između 1996. i 2000. godine. U 2006. godini se procjenjuje kako je ukupan broj putnika na kruzerima bio oko 16 milijuna. Kao što je rečeno, glavno emitivno tržište kruzina putovanja je tržište Sjeverne Amerike (SAD i Kanada) koje je 2005. godine imalo oko 9,4 miliona putnika, tj. 65% od ukupne potražnje u kruzingu. Tržište Sjeverne Amerike je u periodu od 1980. do 2010. godine raslo sa prosječnom godišnjom stopom od 8,4%, a u 2004. i 2005. godini rast potražnje u odnosu na prethodnu godinu iznosio je 8,5%, odnosno 5,6%.

¹Luković, T., *Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog kruzina*, op.cit., str. 233-248

²http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgovački_brod, (21. svibnja 2013.)

Europsko tržište, na kojemu je dominantno tržište Velika Britanija, drugo je prema zastupljenosti u svijetu sa oko 3,2 miliona putnika i udjelom od oko 22% od ukune svjetske kruzing potražnje u 2010. god.³ U 2013. godini se očekuje sličan trend rasta na svim tržištima kruzinga, sa oko 20 miliona putnika na kruzing putovanjima diljem svijeta.

2.1. POJMOVNO ODREĐENJE KRUZINGA I TRŽIŠNE NIŠE KRUZINGA

Kruzing (krstarenje) predstavlja jedan od značajnijih segmenata turističke ponude koji spada pod nautički turizam. Početak razvoja ove vrste ponude bilježi se izgradnjom prvog kruzera pod imenom „Oceanic“ 1965., dok se šezdesete godine uzimaju kao pravi moderni početak kruzinga kao proizvoda za masovno tržište. Devedesetih godina ovaj se trend širi i Europom, a zatim i na istočne dijelove zemlje.

Kruzing se može definirati kao turističko putovanje na velikom brodu u trajanju od nekoliko dana prema određenom intineraru, odnosno razrađenom planu putovanja kružnog tipa.⁴ Brod, u ovom slučaju, ne predstavlja samo prijevozno sredstvo, već zapravo plutajući hotel koji prevozi putnike s jednog mjesta na drugo, odnosno od luke do luke, a u širem smislu kod velikih brodova, zbog raznolike ponude na brodu, ima i karakteristike pokretnog odredišta. Kruzing, dakle, podrazumijeva putovanje putnika posebnim putničkim brodovima za krstarenje morem, rijekama i jezerima radi zabave, odmora i razonode uz uobičajeno pristajanje broda u nekoliko luka i najčešće povratak u početnu luku.⁵

³<http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr>, (21. svibnja 2013.)

⁴ Mancini, M., *Cruising: A Guide To The Cruise Line Industry*, Delmar Thompson Learning, Loas Angeles, 2004., str. 94.

⁵http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgovacki_brod, (20. svibnja 2013.)

Slika 1.: Brod za krstarenje – kruzer



Izvor: <http://www.nacional.hr/clanak/70407/porinut-oasis-of-the-seas-najveci-kruzer-na-svijetu>, (20. svibnja 2013.)

Poslovanje kruzinga odvija se kroz (1) poslovanje plovilima za krstarenje, kruzerima, te (2) poslovanje specijaliziranih luka za kruzing turizam. U svezi navedenog, vidljivo je da je moguće razlikovati dvojaku orijentiranost ponude, koja se temelji ili na zabavi i samim sadržajima što se nude putnicima na brodu ili se prednost daje pristajanjima u lukama, razgledavanju kulturnih i povijesnih znamenitosti te uživanju u krajolicima.

Tablica 1.: Pregled tržišta kruzinga

RAZMJETAJ/TIP	OBJAŠNJENJE	PONUDA/TRŽIŠTA
Razonoda, zabava, razgledavanje, posjeti usputnim lukama pristajanja	Tržišta širom svijeta	Različiti brodovi građeni za masovno tržište pomorskih krstarenja
Posebni interesi (plovidba, obrazovanje, istraživanje)	Jedinstveno svjetsko tržište, visoko diferencirana	Obično namjenski brodovi, specijalna posada, stupanj monopola kroz diferencijaciju
Duga oceanska krstarenja, uključujući krstarenja oko svijeta	Jedinstveno svjetsko tržište	Veliki brodovi, oslanjanju se na „tradiciju“ i luksuz
Produžena putovanja trajetom, „mini krstarenja“	Uglavnom domaće tržište ili između dviju država, osobito u zapadnoj Europi	Zajednički proizvod s uslugama trajekta
Kratka krstarenja oceanom	Svjetsko tržište, diferencirano prema lokaciji, dominacija karijskog područja	Većinom veliki brodovi, najčešće građeni namjenski za masovno tržište krstarenja

Izvor: Vojvodić, K., *Tržišne niše u krstarenjima morem*, vol. 3-4, br. 52., 2005., str. 156-162

Uz zabavne kruzinge kao dominantan oblik ove vrste turizma, ističu se i analiziraju posebne vrste usmjerene najrazličitijim interesima putnika, a obuhvaćaju: kruzinge oko svijeta, tematska kruzinge, pustolovne kruzinge (ekspedicijsko-istraživačka, kruzing jedrenjacima, kruzing ostalim specijaliziranim brodovima), mini kruzinge i segment „incentive“ kruzinga i konferencija.

Zabavni kruzing tako obuhvaćaja sva ona krstarenja kojima je temeljni cilj odmor, zabava, razgledavanje i sl., a gdje brod više ne znači samo način prijevoza već postaje cjelovita samostalna – destinacija.

Iako se, s obzirom na broj putnika koji se odlučuju za *kruzing oko svijeta*, ova vrsta kruzinga udvostručila tijekom dvadesetpetogodišnjeg razdoblja, analizirajući udjel ovih putnika u ukupnom broju, vidi se da se njihov broj smanjuje, a razlozi su prije svega u ograničenom broju ljudi koji imaju dovoljno slobodnog vremena i novaca da bi se odlučili na dugo putovanje. S obzirom na zemlju podrijetla putnika, najbrojniji su Japanci, Sjevernoamerikanci i Njemci.

Istraživanja su pokazala da je većina putnika na kruzingu oko svijeta već krstarila, da se odlučuju za kruzing oko svijeta svake godine, ili barem svake druge, da su većinom stariji i da rezervacije obavljaju dosta unaprijed kako bi iskoristili pogodnosti popusta pri ranom bukingu. Vodeće brodarske kompanije koje organiziraju kruzing oko svijeta su: P&O Cruises, Cunard, Crystal Cruises, Delphin Seereisen i Phoenix Reisen.⁶

Tematski kruzing usmjeren je na tržišne segmente koji imaju zajedničke interese, kao što su glazba, sport, kulinarstvo, povijest, arheologija i sl.

Pustolovni kruzing najčešće se dijeli na tri segmenta – ekspedicije/istraživanja, kruzing jedrenjacima i kruzing ostalim specijaliziranim brodovima.

Mini kruzing ili produžena krstarenja trajektom čine također jedan od oblika krstarenja morem. Brojni su trajketi pretvoreni u brodove za krstarenja tako da je prostor za vozila zamijenjen putničkim brodovima.⁷

⁶Vojvodić, K., *Tržišne niše u krstarenjima morem*, vol. 3-4, br. 52., 2005., str. 156-162

⁷Loc.cit.

„*Incentive*“ i *konferencije* čine zaseban segment krizinga. Rezervirati se može 18 mjeseci unaprijed i može se uzeti u najam cijeli brod, a izuzetna je prednost i smještaj svih delgata u blisksom prostoru. Priroda „*incentive*“ obuhvaća širok spektar – od najrazličitijih konferencija, kongresa, različitih seminara ili poslovnih sastanaka do slobodnog prostora bez postavljenog programa. Najam cijelog broda istodobno ostavlja organizatorima i mogućnost promjene itinerara, uređenja broda te daje garanciju i osjećaj privatnosti i ekskluzivnosti.⁸

Već je spomenuto kako se kod analiziranja krizinga pojavljuje osnovna podjela na luke za prihvat kruzera i kruzere. Unutar te osnovne podjele razlikuju se i njegove daljnje podvrste podređene osnovnom razvrstavanju.

U praksi se susreće i razvrstavanje prema:⁹

- a) *Veličini (veliki, sednji i mali kruzeri pri čemu se kruzeri s manje od 10 kabina isključuju iz razvrstavanja)*
- b) *Namjeni (ekspedicijski kruzeri s edukacijom putnika koji sudjeluju u ekspediciji; around the world cruises koji razvijaju ponudu putovanja oko svijeta; egzotična putovanja koja animiraju turiste za egzotiku neke destinacije)*
- c) *Mjestu obavljanja krizinga (riječni i morski)*
- d) *Kvaliteti i veličini*

Krizing turizam dobiva sve više na značaju u svjetskim, europskim i nacionalnim razmjerima. Rast koji se bilježi u ovom segmentu nautičkog turizma je impresivan. Glavna područja na kojima se u svijetu odvija krizing turizam su Sjeverna i Centralna Amerika (57% udjela od ostvarenih noćenja krizing turizma), nakon kojih slijedi Europa sa udjelom od 24% od ukupnog broja noćenja krizing turizma, a Sredozemlje zauzima udio od 18%.¹⁰

Promatrajući suvremeni turistički promet može se zamjetiti kako krizing putovanja zauzimaju 7% do 8% od ukupnog turističkog prometa. Prekooceanska krstarenja i plovidbe duž obale Sjeverne i Južne Amerike postaju prestižni programi za potrošače više platežne moći, s obzirom kako ova vrsta ponude zadovoljava u svim segmentima potražnje.

⁸Vojvodić, K., *Tržišne niše u krstarenjima morem*, vol. 3-4, br. 52., 2005., str. 156-162

⁹Luković, T., *Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga*, Naše more, vol. 5-6, br. 55., 2006., str. 233-248

¹⁰*Studija održivog razvoja krizing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, zagreb, 2007., str. 5.

Također je potrebno spomenuti kako se kroz ovu vrstu ponude omogućuju i stvaraju sistemi edukacije i zapošljavanja mladih i sposobnih ljudi, pa poslovi u kompanijama pružaju priliku nezaposlenima iz svih dijelova Zemlje stječu znanja, poznavanja, iskustvo te naravno profit.

2.2. PODJELA NAJUTJECAJNIJIH KRUIZING DESTINACIJA

U svezi kruzing destinacije, ona je usko povezana sa cjelokupnim općim karakteristikama kruzinga, tj. ona predstavlja područje s različitim prirodnim bogatstvima, oblicima ili privlačnostima što se nude turistima.

Još od 1930-tih godina za većinu putnika brodovi za kruzing čine destinaciju, a ne luke pristajanja.¹¹ Bez obzira na tu percepciju, brodovi za kruzing ne mogu bez luka za pristajanje jer one čine glavni sastav itinerara. Važnost geografskog položaja promatra se tako da putnici često odabiru kruzing prema itineraru, a ne prema brodu ili kruzing kompaniji. Određene destinacije najpristupačnije je posjetiti u okviru kruzinga, kao grčke otoke, Indoneziju i Karibe, a također i neke nerazvijene zemlje jer brod pruža sigurnost u svakom pogledu.¹²

Važno je također napomenuti kako uz geografsku podjelu destinacija kruzinga ide i klimatski faktor, koji ima odlučujuću ulogu u određivanju rasporeda itinerara. To također uzrokuje repositioniranje brodova s jedne destinacije na drugu, sve se podređuje udobnosti i sigurnosti putnika pa brodovi obično izbjegavaju područja gdje se pojavljuju teži vremenski uvjeti zbog geografskih, klimatskih i sezonskih promjena.¹³

¹¹Douglas, N., Douglas, N., *The Cruise Experience: Global and regional issues in cruising*, Pearson Education Australia, French Forest, 2004., str. 72., 95.

¹²Benić, I., *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, Ekonomska misao i praksa, br. 2., 2009., str. 301-348

¹³Burton, R., *Travel geography*, Pitman, London, 1995., str. 1-60

Tablica 2.: Glavne kruzing destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera

POZICIJA	DESTINACIJA	UDIO (%)
1.	Karibi	40,5
2.	Sredozemlje	21,5
3.	Meksiko	6,4
4.	Sjeverna Europa	6,4
5.	Azija/Pacifik	6,0
6.	Aljaska	5,7
7.	Južna Amerika	2,7
8.	Ostali	10,8
	UKUPNO	100

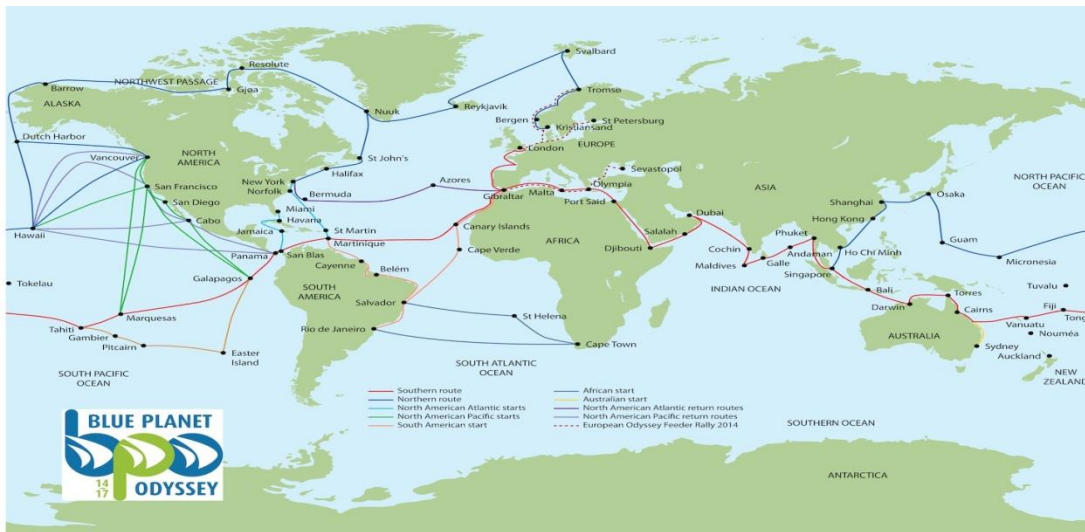
Izvor: BeniĆ, I., *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, Ekonomska misao i praksa, br. 2., 2009., str. 301-348

Područje *Sjeverne Amerike* može se podijeliti na pet destinacija: Karibe, Aljasku, sjevernoistočnu Ameriku, pacifičku obalu Meksika i rijeku Mississippi. Od vrhunskih pet kruzing destinacija u svijetu čak su tri na Floridi, i to Miami (1.), Port Everglades (2.), te Port Canaveral (3.). Od ukupne populacije Sjeverne Amerike, njih 18% bilo je na kruzingu.¹⁴ U 2007. godini ostvaren je prihod od 19 milijarde američkih dolara, tj. 32 milijarde dolara doprinosu američkoj ekonomiji. Prema podacima iz 2007., sjevernoameričke destinacije imaju 32 iskrcajne luke, koje omogućuju 75 postotnom broju američkih putnika da udaljenost od kuće i do kuće mogu prevaliti automobilom.¹⁵

¹⁴Benić, I., *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, op.cit., str. 301-348

¹⁵<http://www.f-cca-com>, (21. svibnja 2013.)

Slika 2.: Kruzing rute oko svijeta



Izvor: <http://blog.nauticalmind.com/wp-content/uploads/2013/01/BPO-route-map-150113.jpg>, (pregledano 7. rujna 2013.)

Europa predstavlja drugu po redu najpopularniju kruzing destinaciju, tj. to uključuje Sredozemlje (zapadno i istočno) te sjevernu Europu (atlantske luke, Irska, velika Britanija, Sjeverno more, Baltičko more). Najveće kruzing destinacije u Europi tako predstavljaju Italija (0,4 miliona putnika), Norveška (1,13 milijuna), Španjolska (2,7 milijuna) i Francuska (1,39 milijuna).¹⁶ Za Europu kao kruzing destinaciju zainteresirane su vodeće svjetske kompanije, što se ogleda u njihovoj velikoj zastupjenosti.

Odgovor na prepoznatljiv potencijal europskog tržišta i destinacije je povećanje brodskih kapaciteta na Sredozemlju i sjevernoj Europi sa 24% odnosno 5% u broju brodova. Dokaz ekspanzije interesa i potražnje na europskom tržištu je broj od 3,4 milijuna europskih putnika u 2009. Broj brodova u Europi raste, pa je u 2008. bilo 126 brodova, u 2009. 129, a u 2010. ih je bilo 134 broda. Vodeći putnici su Britanci, a zatim slijede Nijemci, Talijani i Španjolci.

¹⁶<http://www.medcruise.com>, (21. svibnja 2013.)

Tablica 3.: Ekonomski učinak europskog kruzing tržišta

	2005	2008	2010	2011	Promjene između 2005 i 2011
	€ bilijuna	€ bilijuna	€ bilijuna	€ bilijuna	
Izravni troškovi	8,3	14,2	14,5	15,0	+81,3%
Izravna naknada	2,8	4,6	4,4	4,6	+64,5%
Ukupna naknada	6,0	10,0	9,3	9,8	+63,7%
Ukupna ekonomska korist	19,1	32,2	35,2	36,7	+92,6%
Broj izravnih poslova	90,104	150,369	150,401	153,012	+69,8%
Ukupno poslova	187,252	311,512	307,506	315,500	+68,5%

Izvor: <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf>, (21. svibnja 2013.)

Različitošću kultura i geografskih regija *Južne Amerike* pruža jedinstveno iskustvo na kruzing putovanjima. Od Amazone do Antartika, do Perua do Patagonije, te kozmopolitiskih gradova Buenos Airesa, Montevidea, Valparaisa i prirodnih ljepota čileanskih fjordova, Iguazu slapova, Galapagosa, uskršnjih otoka, Falklandskih otoka, Cape Horna i Mageljanovog prolaza – protežu se različiti itinerari. Postoje četiri osnovna itinerara: repozicijski kruzinzi, kruzinzi oko Cape Horna, rijekom Amazonom i antartički kruzinzi.¹⁷

Repozicijski kruzinzi obično kreću u listopadu iz Sjeverne Amerike (Miami ili San Diego) i završavaju ili u Buenos Airesu ili Valparaisu. U trajanju su od 15 do 18 dana i diraju mnogobrojne brazilske luke. Krstarenja oko Cape Horna mogu trajati od 14 do 20 dana, a polaze ili iz Buenos Airesa ili iz Valparaisa. Karakteristični su što se tijekom putovanja mijenjaju vremenski uvjeti, počevši od onih tropskih, pa do veoma hladnih oko Cape Horna.

¹⁷Benić, I., *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, op.cit., str. 301-348

Antarktička krstarenja kreću iz Ushuaia (sedmodnevni na manjim brodovima) ili oni klasični oko Cape Horna, uz posjet zaljevu Drejk, Slonovskom otoku i Palmeru. Amazona uključuje više itinerara, koji obično počinju u Manasu, a završavaju u Buenos Airesu. Najvažnije bazne luke su: Buenos Aires, Ushuaia, Rio de Janeiro, Santos, Valparaiso, Manaus, Baltra. Kao luke ticanja mogu se spomenuti još: Montevideo, Callao, Belem, Punta Arenas, Puerto Madryn, Recife.¹⁸

Područje *Azije i Pacifika* još nije došlo do potpunog izričaja. Razlog tome leži u specifičnosti geografskog podneblja, ljudima te različitih tradicija i kultura. Malen udjel svjetske flote u ovom području proporcionalan je potražnji za kruzinom na ovim prostorima. Taj oblik turizma kao segment njegove ukupnosti općenito je samo malen dio svjetskog turizma. Novi trendovi u ovom obliku turizma koji su naglašeni u svim svjetskim destinacijama, traže oslonac u putnicima iz područja gdje brodovi plove.

Mnogobrojnost država poput Kine, Japana, Indije, Indonezije, Filipina dostatan su razlog da se novi trendovi kruzine turizma oplode i u Aziji, te na Pacifiku. Geografski pripadajući područja i destinacije uključuju jugoistočnu Aziju (Malezija, Filipini, Singapur, Vijetnam, Kambodža, Tajland), južni Pacifik (Australija, Novi Zeeland, Solomonski otoci, Indonezija, Papua i Nova Gvineja), Daleki Istok (Japan, Republika Koreja, Kina, Demokratska republika Koreja), Transpacifik (Guam, Francuska Polinezija, Fidži, Havai).¹⁹

Bliski istok uključuje područje arapskih zemalja koje okružuju Arapsko i crveno more, te jugositočno Sredozemlje. Područje *Indijskog oceana* često se povezuje s azijskim dijelom, pa je nekad teško naći granicu, a obuhvaća krstarenja istočnim dijelom Afrike, između Mombase i Dar-es-Salaama, otočja Maldiva, Mauricijusa, Dejšela, Reuniona, Komore i Madagaskara, te Indiju i Šri Lanku.

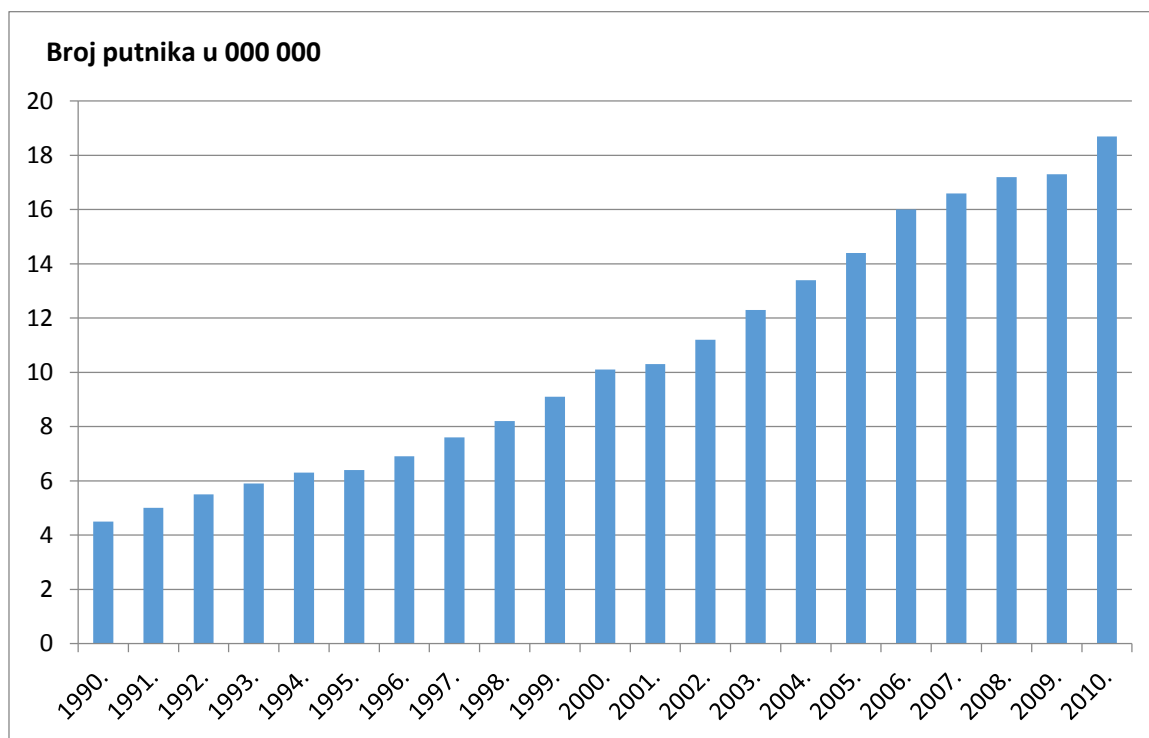
¹⁸Benić, I., *Analiza najpoznatijih kruzine destinacija u svijetu*, op.cit., str. 301-34

¹⁹loc.cit.

2.3. ANALIZA PONUDE I POTRAŽNJE

U prethodnim poglavljima već je spomenuto kako se potražnja za kruzing industrijom u posljednjih 20 godina povećala za 50%, a u 2006. godini procjenilo se kako je ukupan broj putnika na kruzerima iznosio 16 milijuna, dok se ta brojka u 2011. godini procjenjivala na oko 20 milijuna putnika na kruzing putovanjima.

Grafikon 1.: Potražnja za kruzing putovanjima u svijetu – broj putnika u razdoblju od 1990. do 2010. godine.



Izvor: Perić, T., Oršulić, M., *Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja*, Naše more, br. 5-6, vol. 58, 2011., str. 219-228

Svjetski trendovi i projekcije ukazuju na činjenicu da će se tokom 2011. godine oko 21 milijuna turista odlučiti na kruzing kao jedan od tipova odmora. Ovaj trend bilježi porast od 5% za 2011. godinu.

Tablica 4.: Očekivani porast potražnje za kruzingom

GODINA	BROJ LEŽAJA	BROJ PUTNIKA	PORAST %
2010	500 000	20200000	6,1
2011	525 000	21210000	5,0
2012	555 000	22500000	6,1
2013	580 000	23750000	5,6
2014	610 000	24700000	4,0
2015	635 000	25850000	4,7
2016	655 000	26950000	4,3
2017	675 000	27670000	2,7
2018	695 000	28360000	2,5
2019	710 000	29040000	2,4
2020	725 000	29700000	2,3

Izvor: Radić, A., *Održivost kruzing destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011., str. 8

U posljednje vrijeme, kruzing industrija pokazuje najveći porast u sektoru turizma. Od 1980. godine, kruzing industrija je ispoljavala prosječni godišnji porast gostiju/putnika od 7,4%. Tome se može dodati i podatak da od 1990. godine pa do danas, preko 154 milijuna putnika/gostiju se odlučilo da svoj odmor provedu na kruzingu od 2 ili više dana. Ipak, prosječna dužina jednog kruzing putovanja traje 7.2 dana. Od tih 154 milijuna putnika preko 68% je akumulirano u zadnjih 10 godina dok je skoro 40% od istog broja akumulirano u zadnjih 5 godina.

Glavna područja na kojima se danas u svijetu odvija kruzing turizam su Sjeverna i Centralna Amerika, s udjelom od oko 57% ostvarenih noćenja od ukupnih kruzing noćenja u svijetu, zatim Europa sa udjelom od 24%, Azija – Pacifik s oko 11%, a ostali dijelovi svijeta zajedno zastupljeni su u ukupno ostvarenim noćenjima u kruzingu s oko 8%.²⁰

²⁰ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 17.

Tablica 5.: Potražnja za krizing putovanjima u Europi – broj putnika prema emitivnim tržištima Europe u razdoblju od 2009. do 2011. godine

Emitivno tržište	Broj putnika u 000		
	2009.	2010.	2011.
Velika Britanija	1025	1589	1896
Njemačka	648	588	589
Italija	385	426	525
Španjolska	326	301	333
Francuska	248	219	212
Ostale europske zemlje	399	325	428
UKUPNO	3031	3448	3983

Izvor: Hrvatski zavod za statistiku

Kruzing kao pomorskoprijevozna i turistička usluga danas je masovna pojava. U tom kontekstu, klasična krstarenja, motivirana mirnom plovidbom u luksuznom brodskom ambijentu, posjetu većem broju usputnih luka i pripadajućih gradova te razgledavanjem njihovih povijesnih, kulturnih i prirodnih znamenitosti uz ležerniji program i dulje trajanje putovanja, potiskuju nabijeni programi i posve drukčiji putnici koji se u kratkom vremenu i uz relativno malo novaca žele dobro zabaviti.²¹

Najvažnija promjena tako se iskazuje kroz profil potrošača, tj. putnika, dok drugu promjenu predstavlja i smanjenje trajanja putovanja. Rast potražnje za pomorskim krstarenjima u svijetu potiče razvoj ponude. Zato je sve više brodova preuređenih, namijenjenih ili izgrađenih baš za krstarenje. Od početka 80-tih godina broj se te vrste brodova povećao za oko 50%, što je

²¹Ban, I., *Promjene na tržištu pomorskih krstarenja i njihov odraz na morske luke*, *Suvremeni promet*, vol. 19, br. 1-2, 1999., str. 56-60

znatno manje od povećanja kapaciteta, putničkih postelja u brodskim kabinama i prosječne veličine broda za krstarenja.²² Narudžbe do 2010. godine, iznosile su ukupno 30 novih brodova, od kojih samo nekoliko manjeg kapaciteta od 3000 putnika, dvadeset brodova kapaciteta 3000 putnika, šest za oko 4000 putnika i jedan za 6000 putnika.²³

Navedeni podaci ukazuju na činjenicu da je povećanje ponude u kruzingu praćeno paralelnim povećanjem potražnje pa se može zaključiti da kruzing danas predstavlja turistički proizvod koji još uvijek nije dosegao svoju zrelost. Suvremeni putnički brod za međunarodna kružnja putovanja u prosjeku je dug oko 197 metara, prevozi 1,090 putnika pri punom kapacitetu te je star 17 godina.²⁴

Stalno povećanje prosječne dužine brodova za kruzing, uz povlačenje starijih, manjih brodova, povećava vjerovatnost da već u slijedećih 10 godina brodovi za kruzing dužine 250-300 m postanu standardom. Brodovi za kruzing danas su veći i luksuzniji nego ikad, sa do nedavno nezamislivim sadržajima poput golf igrališta, stijena za slobodno penjanje, klizališta na ledu, bazena za plivanje itd. Upravo razvoj ponude aktivnosti i usluga koje danas nude veliki brodovi, utjecala je na to da brodovi za međunarodna kružna putovanja danas predstavljaju pokretne destinacije.

Iz činjenice da se brže povećavaju kapaciteti od broja brodova za kruzing može se zaključiti da je jedan od temeljnih značajki ponude na tržištu pomorskih krstarenja izgradnja, tj. uvođenje u promet sve većih brodova. Ponuda u kruzing turizmu koncentrirana je u tri velike grupacije (*Carnival Corporation*, *Royal Caribbean Cruises* i *Star Cruises Group*), koje obuhvaćaju oko 75% ukupne svjetske ponude mjerene brojem ležajeva.

U godini 2004. prihod samo jedne od četiri navedene kruzing kompanije, *Carnival Corporation*, iznosio je oko 10 milijardi USD, a neto dobit 1,85 milijardi USD. Ta kompanija je u 2006. godini imala 83 broda s oko 150,000 putničkih ležaja. Prema podacima najvećeg udruženja kruzing kompanija (CLIA), koje obuhvaća brodarske kompanije koje posluju u SAD-u, iskorištenost kapaciteta članica ove asocijacije iznosila je 104% u 2004. godini.²⁵

²² Ban, I., op.cit., str. 56-60

²³ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 13.

²⁴ Radić, A., *Održivost kruzing destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011., str. 9

²⁵ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 14.

Nadalje, prema Cruise Line International Association podacima, u ovoj je industriji u 2009. godini u ponudi bilo 96,274 kreveta, što je 56% više u odnosu na one dostupne u 2000. godini. Najveći tržišni udio (32%) odlazi na Karibe, nakon čega slijedi Sredozemlje sa 18%. Uspoređujući udio iz 2009. sa 2000., vidi se da je najveća pozitivna varijacija zabilježna na Sredozemlju, koji drži prvo mjesto u smislu dodatnih slobodnih kreveta (+ 11.259).²⁶

Tablica 6.: Evolucija noćenja na Sredozemlju 2000-2010

BED DAYS 2000-2010						
Area	2000	Share 2000	2010	Share 2010	VAR.BED	VAR.SHARE
Caribbean	21,510	39,93%	36,272	34,8%	14,762	-5,09%
Mediterr.	6,277	11,65%	18,538	17,8%	12,261	6,15%
Europe	3,745	6,95%	9,029	8,67%	5,284	1,72%
Alaska	4,197	7,79%	5,959	5,72%	1,762	-2,07%
Pacific Mexico	2,681	4,98%	4,947	4,75%	2,266	-0,23%
Bahamas	3,200	5,94%	6,795	6,53%	3,595	0,59%
Other	12,253	22,75%	22,569	21,7%	10,316	-1,05%
TOTAL	53,863		104,109		50,246	

Izvor: MedCruise, *The New MedCruise Statistics Report, 2011 edition*, Ca`Foscari Formazione e Ricerca, Societa strumentale dell`Universita Ca` Foscari, Venezia, 2012., str. 4.

Kao što je vidljivo svjetko cruise tržište izrazito je dinamične prirode, a iz godine u godinu ostvaruju se sve veći rast broja putnika na krstarenjima, što utječe i na dinamičnost same ponude i potražnje.

²⁶ MedCruise, *The New MedCruise Statistics Report, 2010 edition*, Ca`Foscari Formazione e Ricerca, Societa strumentale dell`Universita Ca` Foscari, Venezia, 2011., str. 2.

U svezi toga, zamjećuju se i promjene u profilu putnika, platežnoj moći i ponudi vrsta krstarenja, koja postaju masovna pojava u smislu putničkih brodova, tj. kruzera također pokazuje dinamičnost, s obzirom da se u posljednjih nekoliko godina zamjetio porast broja sve većih i većih brodova različitih sadržaja, a koji pokušavaju udovoljiti potrebama putnika u svakom pogledu. Sve navedeno zapravo predstavlja trendove u razvoju krizinga, pa slijedeće poglavlje donosi više o suvremenim trendovima u ovom području.

2.4. AKTIVNOSTI I POTROŠNJA U TURISTIČKIM KRUIZING DESTINACIJAMA

S obzirom na činjenicu da su danas brodovi, pogotovo oni veliki, primarna destinacija boravka na krizingu, luke koje se obilaze postaju sekundarne destinacije. U tim lukama u pravilu samo određeni dio putnika i posade silazi s broda i privremeno boravi na kopnu.

Taj udio jako varira, i prema podacima, kreće se u rasponu od 15 do 100%, kada je o putnicima riječ. Budući da dio posade uvijek mora ostati na brodu, s broda najčešće silazi od jedne trećine do najviše dvije trećine članova posade. Najčešće aktivnosti posjetioca s kruzera u destinacijama koje obilaze su:²⁷

- razgled destinacije i njenih turističkih atrakcija uključujući odlazak na izlete u okolini
- kupovina u lokalnim prodavaonicama
- konzumacija jela i pića u ugostiteljskim objektima

Ponuda izleta i razgledanja turističkih atrakcija u destinacijama/lukama koje se obilaze važan su dio mnogih itinerara. Ti su izleti i važan prihod zarade brodskih kompanija, jer od cijene izleta koju naplate putnicima tek je jedna trećina, do najviše jedne polovine, trošak koji plate organizatorima izleta u destinaciji. Iako udio putnika koji odlaze na izlet i organizirana razgledavanja varira od destinacije do destinacije, neki izvori navode da od 50 do 80% putnika odlazi u destinaciji na izlet/razgledavanja.²⁸

²⁷ Dowling, R.K., *The Cruising Industry*, CAB International, 2006., str. 8.

²⁸ Klein, R., *Turning Water into Money: The Economics of the Cruise Industry*, Cab International, 2006., str. 264.

Istraživanje iz 1994. godine navodi podatak o porastu sudjelovanja putnika na izletima u destinacijama na Azurnoj obali (na izlete je u prosjeku odlazilo 44% putnika u 1992., 64% u 1993. i 75% u 1994. godini), dok je udio onih koji odlaze na izlete karibima u razdoblju od 1995. do 1998. godine bio stalan i kretao se oko 79%. istraživanje provedeno u južnoj Australiji ukazuje na veći udio Amerikanaca koji odlaze na organizirane izlete (58%), u odnosu na Nijemce (42%) i Britance (40%) koji preferiraju samostalno organizirane izlete i razgledavanja grada te koriste javni prijevoz ili idu pješice.²⁹

Kupovina je druga aktivnost prema zastupljenosti među putnicima, a u kupovini su podjednako sudjelovali putnici bez obzira na nacionalnost. Prema nekim podacima udio putnika koji odlaze u kupovinu u lukama koje kruzери obilaze veći je na Sredozemlju u odnosu na Karibe, što se objašnjava većom ulogom i utjecajem koji imaju primorski gradovi koje kruzери obilaze na Sredozemlju u odnosu na one na Karibima.³⁰

Obilazak u lokalne restorane zavisi od toga da li izleti uključuju konzumaciju hrane i pića, a prvenstveni razlog relativno rijetkog odlaska u lokalne restorane je konzumacija hrane na brodu i relativno kratki boravak u destinacijama koje kruzери obilaze. Vrlo je malo sistematičnih istraživanja potrošnje putnika i članova posade u lukama na kruzering putovanjima danas dostupno, a od postojećih istraživanja većina se odnosi na područje plovidbe SAD-a i Kanade. Istraživanja u Europi najvećim se dijelom tiču područja sjeverne Europe. Jedino dostupno istraživanje o potrošnji putnika i članova posade je iz 1994. godine, a uključuje tri francuske luke na Azurnoj obali.

U nastavku se daje kratki pregled istraživanja potrošnje putnika i članova posade na kruzering putovanjima:

- Studija na Havajima 2004., pokazuje da je prosječna potrošnja putnika na kopnu između 99 i 101 američkih dolara. Novije istraživanje te potrošnje pokazuje da ona iznosi u prosjeku oko 104 američkih dolara (2005.)³¹
- Istraživanja potrošnje u tri kanadske luke tijekom razdoblja od 2000. do 2003. godine također ne ukazuje na značajni porast potrošnje. U luci St. John potrošnja se u promatranom razdoblju smanjila sa 111 na 73 kanadska dolara.³²

²⁹ Klein, R., *Turning Water into Money: The Economics of the Cruise Industry*, Cab International, 2006., str. 264.

³⁰ UNWTO, *Worldwide cruise ship activity report*, UN World tourist organization, 2003., str. 163.

³¹ FCCA, *Cruise Industry Overview – 2006*, Florida – Caribbran Cruise Association, <http://www.fcca.com/downloads/overview2006.pdf>, (pregledano 5. rujna 2013.)

³² Chesworth, N., *The Cruise Industry and Atlantic Canada: A case Study*, Cab International, 2006.

- Analiza kruzing turizma na Blatiku navodi podatak o 75 eura prosječne potrošnje po putniku u Stockholmu. Slična je potrošnja zabilježena i u kalmaru, ali je zavisna o zastupljenosti američkih putnika na brodu pa, ukoliko nema Amerikanaca na brodu, iznosi 15 eura po osobi.

Jedno istraživanje potrošnje putnika u lukama na Sredozemlju je ono iz 1994. godine prema kojemu se potrošnja putnika u destinacijama na Azurnoj obali kretala od 52 eura u Nici do 119 eura u Caenu. Prosječna potrošnja putnika na međunarodnim kružnim putovanjima u lukama koje kruzери obilaze na svojim putovanjima, kao i u polaznim lukama, razlikuju se zavisno o luci/destinaciji (ruralno ili urbano područje) i ponudi u destinaciji, o zemlji porijekla i socio-ekonomskim obilježljima putnika, o aktivnostima putnika u luci (samostalno razgledavanje ili organizirani izleti) te o dužini boravka u luci.

2.5. TRENDOVI RAZVOJA CRUISE INDUSTRIJE

Kao što je već spomenuto, tursistička su krstarenja jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude, ali i turističkog prijevoza. U tom smislu, krstarenje predstavlja kako turističku tako i prijevoznu uslugu koja se pruža u isto vrijeme i u sklopu istog aranžmana. Sadržaji koje ova usluga nudi uključuju smještaj, zabavu, rekreaciju, posjete određenim destinacijama i znamenitostima, usluge i još mnogo toga. Dvije su vrste krstarenja, a opredjeljuje ih prostor kojim se krstari, zapravo medij kojim se plovi. To su krstarenja morem (pomorska krstarenja) i krstarenja rijekama. I pored sličnosti, između tih dvaju oblika krstarenja očite su i bitne razlike, i to u prijevoznom sredstvu, tj. brodu, prijevoznom putu (prostranom moru i uskom koritu rijeke), sadržajima na brodu i programu krstarenja (plovidbe). No, uz morska, upravo riječna krstarenja dobivaju sve veći značaj, pa se do kraja prvog desetljeća 21. stoljeća očekuje nastavak bržeg rasta putnika na krstarenjima morem i rijekama od dolazaka inozemnih turista, što će pridonijeti povećanju udjela turista koji krstare u međunarodnom turizmu.³³

³³ Ban, I., *Turistička krstarenja u svijetu*, *Suvremeni promet*, vol. 21., br. 1-2, 2001., str. 20-26

U prethodnom je poglavlju spomenuto kako je svjetsko tržište kruzinga izrazito dinamično, pa se trendovi u tom pogledu promatraju kroz kratkorono i dugoročno razdoblje. Pregled nekih od kratkoročnih i dugoročnih trendova na svjetskom tržištu prikazano je kroz tablicu.

Tablica 7.: Kratkoročni i dugoročni trendovi svjetskog cruise tržišta

Smanjenje stopa rasta potražnje na tržištu SAD	Na najrazvijenijem kruzing tržištu na svijetu, u SAD-u, zbog sve većeg broja putnika uključenih u kruzing, očekuju se manje stope rasta potražnje u idućem radoblju od onih koje su karakterizirale dosadašnji razvoj.
Visok rast potražnje na europskim tržištima, posebno talijanskom, njemačkom, francuskom i španjolskom tržištu	Europsko tržište zadnjih godina bilježi najviše stope rasta potražnje za kruzingom, pa se očekuje da će u idućem srednjoročnom razdoblju upravo Europa predstavljati najveći razvojni potencijal za ovu vrstu ponude.
Promjene u demografskoj strukturi potražnje: mladi putnici, manje kupovne moći, iz svih segmenata stanovništva	Izgradnja novih, velikih brodova za krstarenja te opći rast ponude kapaciteta i širenje tržišta, imaju za posljedicu smanjenje cijena krstarenja u određenim segmentima ponude, pa ona postaju dostupna sve širem broju potencijalnih korisnika.
Porast opetovanih putovanja utječe na rast potražnje za specijaliziranom ponudom	Od kada je kruzing prestao biti namijenjen samo 'povlaštenima' i postao proizvod masovnog turizma, sve je učestalija pojava opetovanih putovanja kruzerima, pa čak i na istim itinererima.
Pad cijena paketa uslijed ekonomije obujma, tehnološkog napretka i skraćanja prosječnog trajanja putovanja.	Tipični sedmodnevni paket kružnog putovanja iz Majamija danas košta oko 600 američkih dolara, koliko je koštao i oko 1980. godine. Kad bi se uzela u obzir inflacija, danas bi taj paket trebao koštati oko 1380 američkih dolara, dakle trebao bi biti više nego dvostruko skuplji, iako današnji brodovi nude znatno više od onih ranijih.
Porast veličine brodova za kružna putovanja, što implicira više sadržaja na brodu, koji su generator prihoda te veću brigu za okoliš i sigurnost putnika	Porast veličine broda omogućuje i ponudu najrazličitijih sadržaja za putnike. Ti se sadržaji uglavnom daju u koncesije pojedinim tvrtkama, kojima je u interesu da putnici ostaju što duže na brodu, odnosno da što kraće borave u destinacijama ticanja, jer se time povećava vjerojatnost njihove potrošnje na brodu
Porast vodoravne koncentracije u industriji zbog stalnog rasta cijene izgradnje broda	Zbog stalnog rasta cijena izgradnje broda, male kompanije više neće biti u mogućnosti pratiti takav trend, pa će nužno doći do daljnje horizontalne koncentracije brodara. Već danas na tržištu dominiraju tri brodarske kompanije koje drže većinu kruzing tržišta, a predviđa se da će se ta koncentracija nastaviti i u buduće.

Izvor: Izrada diplomanta prema: *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 22-24

Iz navedenog može se zaključiti kako potražnja za ovom vrstom ponude još uvijek ne pada, već nasuprot, bilježi stalan rast i izrazitu dinamičnost. Također se primjećuje i rastući trend različitih profila putnika, kao i statistički pokazatelj kako ova vrsta turističke ponude se više ne odnosi isključivo na one potrošače jače platežne moći. Prosječni konzumenti kruzing putovanja više nisu penzioneri – danas su to mahom parovi, osobe od pedesetak godina, sa visokim stupnjem obrazovanja i natprosječnim primanjima, koji na kružna putovanja vode cijelu porodicu, a procjenjuje se da će se prosječna starosna granica u idućem razdoblju i dalje postupno smanjivati.

Od kada je kruzing prestao biti namijenjen samo „povlaštenima“ i postao proizvod masovnog turizma, sve je češća pojava ponovljenih putovanja kruzerima, čak i na istim itinerarima. Ta činjenica ima utjecaja na slijedeće: (1) smanjuje se broj silazaka putnika u destinacijama koje kruzeri obilaze, (2) putnicima se stalno mora nuditi nešto novo (na brodu i destinacijama), kako bi i oni koji su na ponovljenim putovanjima bili što zadovoljniji i (3) moraju se osmišljavati novi itinerari, namijenjeni posebnim željama pojedinih tržišnih segmenata.

Ne može zanemariti niti trend potražnje za europskim destinacijama i kružnim putovanjima, koji iz godine u godinu sve više dostiže indeks potražnje za sjevernoameričkim kružnim putovanjima. Europsko tržište posljednjih godina bilježi najviše stope rasta potražnje za kruzingom, pa se očekuje da će u idućem srednjeročnom razdoblju upravo Europa predstavljati najveći razvojni potencijal za ovu vrstu ponude. Taj će trend biti najviše izražen na talijanskom, njemačkom, francuskom i španjolskom tržištu, dok će tradicionalno najznačajnije tržište velike britanije imati nešto manje stope rasta. Rast potražnje će biti usmjeren prije svega na Sredozemlje.

Također je važno napomenuti i pad cijena kruzing proizvoda. Naime, danas se skraćuje i vrijeme trajanja putovanja, pa se tako nude i putovanja od samo nekoliko dana, a uvodi se i nova ponuda pod nazivom *easyCruise* na Sredozemlju, namijenjena prvenstveno mlađim starosnim grupama, a omogućuje putovanje kruzerom s mogućnošću ukrcanja i iskrcanja s broda u bilo kojoj od sedam do deset destinacija uključenih u itinerar.

Svjetska turistička organizacija (WTO) naglašava važnost kvalitete koju turist percipira u određenoj destinaciji. Kvalitetu ne treba izjednačavati sa luksuzom, jer kvaliteta ne smije biti

ekskluzivna, već naprotiv, dostupna svima, uključujući i one turiste sa posebnim potrebama. Postoji najmanje 10 razloga za uvođenje sistema kvalitete u upravljanju turističkom destinacijom:

- kvaliteta omogućuje prednost pred konkurencijom
- kvalitetne usluge i proizvodi lakše se prodaju na tržištu, podjednako turoperatorima i turistima
- kvalitetni proizvodi i usluge potiču lojalnost korisnika
- kvaliteta donosi veći profit
- upravljanje kvalitetom vodi ka stabilnosti turističke industrije i štiti radna mjesta
- unapređenje kvalitete u destinaciji unapređuje i kvalitetu života lokalnog stanovništva
- upravljanje kvalitetom olakšava pristup financijama
- efektivan monitoring napretka smanjuje ponavljanje skupih grešaka
- prikupljanje informacija omogućava sredstva za donošenje pravilnih upravljačkih odluka
- nadgledanje napredovanja u upravljanju kvalitetom omogućuje razumijevanje koje ohrabruje proaktivni menadžment

Turističke proizvode u kontekstu „novog“ turizma okrenutog turistu kao osobi, čine destinacije sa svim elementima atraktivnosti, dostupnosti i turističke infrastrukture. Upravo je pomirenje održivog razvoja i turizma, kojem je dijelom imanentno i neumjereno iskorištavanje, pa i uništavanje resursa, osnova integriranog upravljanja kvalitetom (IQM). Intergralno upravljanje kvalitetom je relativno novi trend upravljanja kvalitetom turističkih destinacija. Za razliku od tradicionalnog pristupa upravljanja kvalitetom, koja se uglavnom odnosi na pojedina turistička poduzeća, destinacijsko integrirano upravljanje kvalitetom podrazumijeva podjednako zadovoljenje potreba turista, lokalnog stanovništva i svih uključenih u turističkom sektoru.

3. KRUZING INDUSTRIJA U HRVATSKOJ

Kao i u slučaju nekih drugih država i u Hrvatskoj se kruzing razvijao zahvaljujući inozemnim brodarskim tvrtkama koje su i određivale razvoj cruise industrije na ovom području. To se promijenilo onog trenutka kada je Republika Hrvatska uvidjela značaj koji krstarenja imaju na turizam i općenito ekonomsku dobit, pa je ubrzo uslijedilo donošenje razvojne koncepcije cruising industrije, odnosno utvrđivanje vizije i misije razvoja.

U tom razvojnom konceptu, tj. viziji navelo se slijedeće:³⁴

- Hrvatska je jedna od najpopularnijih i najprepoznatljivijih kruzing destinacija Sredozemlja
- U kruzing je uključeno dvadesetak luka na hrvatskom dijelu Jadrana, koje su međusobno povezane i surađuju u optimizaciji učinaka kruzinga
- Kruzing je orijentiran prvenstveno na brodove srednje veličine, a samo u nekim lukama i one većeg kapaciteta
- Međunarodni kruzing u Rh odvija se gotovo cijele godine, a naročito je zastupljen izvan glavne turističke sezone čime doprinosi produljenju sezone i povećanju ukupnih gospodarskih učinaka od turizma
- Posjetitelji s kruzera promoviraju Hrvatsku u svojim zemljama, podižući tako njezinu popularnost na turističkom tržištu i omogućujući joj time bolje tržišno pozicioniranje u konkurentskom okruženju
- Značajni dio posjetitelja s kruzera, njihove rodbine i prijatelja posjećuje Hrvatsku u svojstvu stacionarnih gostiju
- Posjetitelji s kruzera razumiju i poštuju kulturno i prirodno naslijeđe te način života stanovnika receptivne destinacije

Kruzing turizam Hrvatskoj donosi veliku ekonomsku korist, ali i povećanje blagostanja u kruzing destinacijama, te promociju kako samog područja tako i prirodnih te kulturnih naslijeđa u istome.

³⁴Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, op.cit., str. 16.

Hrvatske destinacije, zbog svoje turističke atraktivnosti, posljednjih godina sve više postaju sastavni dio itinerara međunarodnih kružnih putovanja. Osim toga, uključanjem hrvatskih brodara u turizam kružnih putovanja oblikuju se specifičan segment turističke ponude kružnih putovanja unutar teritorijalnih voda koji svakim danom poprima sve veći značaj i u europskim turističkim tokovima.

S obzirom da je ova vrsta industrije trenutno u fazi uzleta, potrebno je dobro organizirati ponudu, marketinške aktivnosti te surađivati sa brodarskim poduzećima oko planiranja njihovog razvoja. Ne treba izostaviti ni održivi razvoj, kako bi se izbjegli štetni učinci industrije na destinaciju. Više o održivom razvoju u narednim poglavljima rada.

Što se tiče ukupne ponude hrvatskih destinacija za međunarodni kruzning, ona se sastoji od:³⁵

- Luka koje mogu prihvatiti brodove na kružnom putovanju
- Destinacije uz koje su luke koje moraju biti dovoljno atraktivne za turističke posjete
- Ostale ponude destinacije od koje je za brodara, ali i za putnike na kruzerima, najznačajnija ponuda izleta i organiziranog razgleda grada

Udio Hrvatske u kruzning turizmu svake godine raste, a skretanje brodova sa kružnih putovanja prema hrvatskim lukama, osobito Dubrovniku, pokazuju kako postoji kontinuirani i rastući interes. Poticaj tom trendu je rast turističkih dolazaka u Hrvatsku od približno 8,4% godišnje.³⁶

U nastavku slijedi tablica koja prikazuje kružna putovanja stranih brodova za razdoblje od 2003. do 2008. godine

³⁵ *Studija održivog razvoja kruzning turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 44.

³⁶ <http://www.hgk.hr>, (22. svibnja 2013.)

Tablica 8.: Kružna putovanja stranih brodova u Hrvatskoj 2003. – 2008.

Zemlja zastave plovila	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
Bahami	47	109	99	154	156	163
Francuska	4	13	17	35	33	41
Grčka	28	26	26	33	33	27
Italija	162	9	110	90	81	111
Malta	2	15	7	35	50	111
Maršalovi otoci	24	46	32	17	29	23
Panama	33	28	66	61	68	88
Portugal	1	6	4	31	52	59
Sv. Vincent i Grenadini	10	20	18	14	25	35
Ujedinjeno Kraljevstvo	70	25	28	14	24	30
Ostale zemlje	49	41	49	81	77	132
UKUPNO	430	420	456	565	628	820

Izvor: Državni zavod za statistiku RH

Na temelju podataka u tablici, broj kružnih putovanja u Hrvatskoj konstantno se povećavao. Prosječna godišnja stopa rasta ovog oblika turizma u Hrvatskoj u promatranom razdoblju iznosi 1,14%. Najveći broj kružnih putovanja čine plovila koja su pod talijanskom zastavom (111 kružnih putovanja u HR u 2008.). Veliki porast ostvaren je u povećanju broja kružnih putovanja kruzera koji su pod portugalskom, engleskom i francuskom zastavom, u usporedbi s početne tri godine promatranog razdoblja.

Hrvatska je također stvorila i vlastiti brend u kruzingu koji je postao prepoznatljiv po autohtonoj nautičkoj ponudi nazvanoj „OldCruise“, u kojemu je riječ o višednevnom ili izletničkom krstarenju na tipičnim hrvatskim jedrenjacima, tzv. Trabakulima. O tome više u narednom poglavlju rada.

Hrvatske kruzerske tvrtke – brodari s ukupno 406 brodova udruženi su u udruge od kojih su najznačajnije Hrvatska udruga privatnih brodara (115 brodova) i Udruga malih brodara Sjevernog Jadrana (55 brodara). Pri Hrvatskoj gospodarskoj komori u Sektoru za turizam osim Udruženja hrvatskih marina i Udruženja pružatelja usluga smještaja na plovilima postoji i Udruženje turističkih brodara.³⁷

3.1. OBILJEŽLJA PONUDE I POTRAŽNJE

U prethodnim je poglavljima navedeno kako glavni element ponude u kruzing turizmu predstavljaju (1) luke, odnosno sidrište sa svim potrebnim servisnim uslugama brodu i putnicima (ukrcaj i iskrcaj putnika, carina, snabdjevanje broda, pilotaža, brodska agentura, privez i odvez broda itd.) te (2) destinacija koja je i najvažniji čimbenik u odluci putnika o odabiru kruzing putovanja/itinerara.³⁸

Itinerar putovanja čine destinacije koje se na putovanju posjećuju sa svojom cjelokupnom turističkom ponudom, prije svega kulturnih atrakcija pogodnih za obilazak, gastronomskom, tgovačkom i drugom ponudom kao i ponudom organiziranih izleta u okolicu te stručnim vođenjem na području destinacije. Važno je spomenuti, kako ponuda kruzing turizma uvelike ovisi i još jednom bitnom faktorom, a to je da li se u destinaciji nalazi *polazna luka* ili *luka ticanja*. Naime, polazna luka je luka u kojoj započinje i najčešće završava plovidba, dok luka ticanja označava luku koja se posjećuje na nekoj ruti i u njoj se ostaje kratkotrajno.

³⁷ <http://www.hgk.hr>, (22. svibnja 2013.)

³⁸ Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvještaj 3., Hrvatski turizam i konkurentno okruženje, Zagreb, 2011., str. 110.

U Republici Hrvatskoj međunarodni se kruzing turizam odvija morskim i riječnim putem (Dunav), ali će se obilježlja ponude analizirati isključivo kroz morski promet. Naime, međunarodni kruzing promet se danas odvija kroz otprilike dvadesetak hrvatskih luka, a one najvažnije uključuju luku Gruž, luku Dubrovnik, Split, Zadar, Korčulu te ostale.

U Studiji održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, prepoznato je 17 kruzing destinacija koje predstavljaju okosnicu razvoja hrvatskog kruzing turizma. Za prihvata kruzera sa tisuću i više putnika to su Pula, Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik, te Rovinj, Šibenik, Poreč, Krk, Cres, rab, Mali Lošinj, Pag, Vis, Hvar, Ploče i Korčula za prihvata manjih kruzera. Sve hrvatske luke danas su isključivo luke ticanja, uz izuzetak Dubrovnika (luke Gruž) u kojemu je zadnjih godina omogućen i ukrcaj i iskrcaj putnika na pojedinim itinerarima koji počinju (i završavaju) u Veneciji.³⁹ Prema podacima Udruženja turističkih brodara u RH posluje 303 brodara koji raspolažu s ukupni 406 brodova. Usluge brodskih kružnih putovanja pruža i 7 putničkih agencija s 28 brodova.⁴⁰

U 2011. godini usluge višednevnih kružnih putovanja pružalo je 121 brodova. Od prvotnog turističkog proizvoda domaćeg kruzinga, koji je u pravilu uključivao prijevoz putnika od luke do luke, bez organiziranog boravka na kopnu, eventualno zasutavljanje zbog kupanja te prehranu na brodu, danas je taj proizvod donekle diverzificiran, odnosno prilagođen različitim tržišnim nišama i zbog toga je tržištu sve zanimljiviji.

Što se tiče potražnje za hrvatskim kruzing destinacijama, u 2010. godini Hrvatsku je posjetilo 1,1 milijun putnika, gotovo pet puta više nego primjerice u 2002. godini, te dvostruko više nego 2005. godine. Tijekom krizne 2009. godine broj putnika povećan je za 11% u odnosu na 2008. godinu.⁴¹

Za razliku od prosječne dobi, koja ne razlikuje značajno putnike s kruzera u odnosu na dva najzastupljenija segmenta turističke potražnje u Hrvatskoj – stacionirane goste i goste nautičare – učestalost dolaska u Hrvatsku je obilježlje po kojem se putnici s kruzera izrazito razlikuju od ostalih segmenata potražnje.

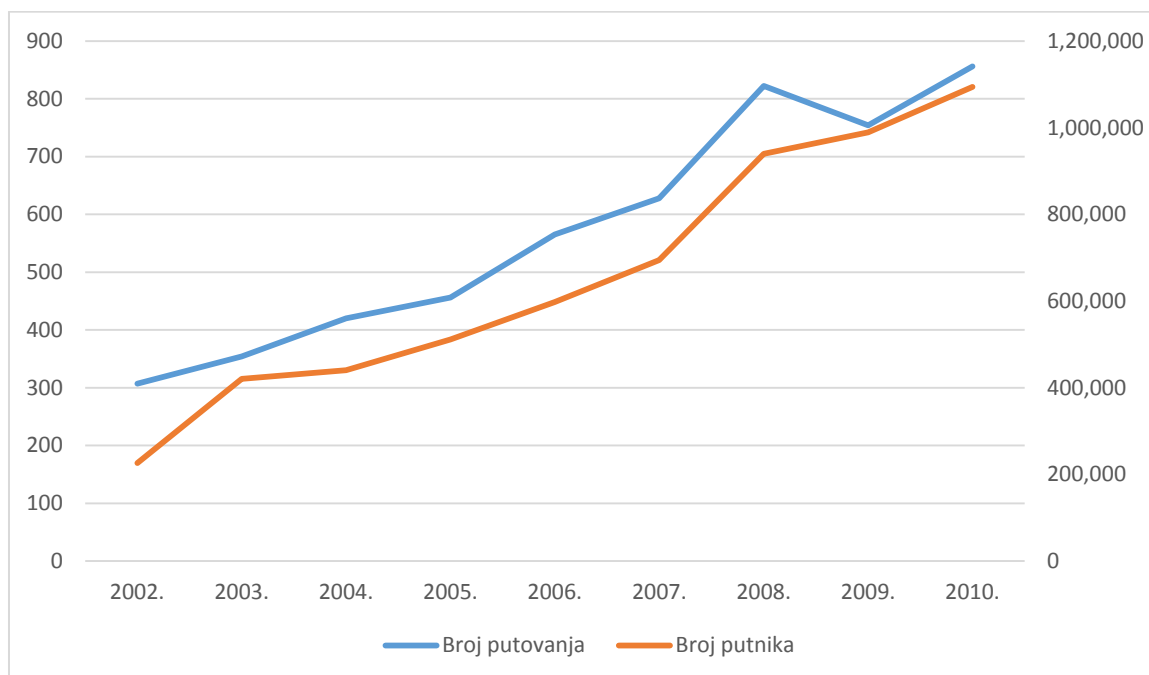
³⁹ Institut za turizam, op.cit., str. 111.

⁴⁰ <http://www.hgk.hr>, (28. svibnja 2013.)

⁴¹ Institut za turizam, op.cit., str. 111.

Čak 73% putnika na brodskim kružnim putovanjima je posjetilo Hrvatsku po prvi puta. Najviše je novih gostiju među putnicima SAD-a i Španjolske, a nešto manje među Talijanima i Njemcima.⁴²

Grafikon 2.: Međunarodna kruzing potražnja u Hrvatskoj



Izvor: Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvještaj 3., Hrvatski turizam i konkurentno okruženje, Zagreb, 2011., str. 111.

Postoje značajne razlike u profilu gostiju i obilježljima njihovog boravka u hrvatskim destinacijama s obzirom na veličinu broda mjerenu brojem putnika.⁴³

⁴² *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 38.

⁴³ *Ibidem*, str. 39.

- Amerikanci i Francuzi zastupljeniji su na manjim brodovima (brodovima kapaciteta do 500 putnika), dok su Talijani najčešće na velikim brodovima s preko 2000 putnika. Kao posljedica, razlika u nacionalnoj strukturi gostiju s obzirom na veličinu broda i različite strukture prometa s obzirom na veličinu brodova u četiri grada, Talijani, Amerikanci i Španjolci najčešći su gosti Dubrovnika, Francuzi i Britanci Korčule, dok je u Zadru više od trećine svih gostiju iz Francuske.
- Prosječna dob gostiju opada s porastom veličine broda. Tako su gosti na manjim brodovima u prosjeku stariji od onih na brodovima s 1000 i više putnika.
- Gosti koji prvi puta posjećuju Hrvatsku zastupljeniji su na većim brodovima, onima s 1000 i više putnika pa je, kao posljedica toga i strukture prometa, njihova zastupljenost najveća i u Dubrovniku.
- Duljina boravka gostiju u destinaciji obrnuto je proporcionalna veličini broda mjerenoj kapacitetom putnika. Veći brodovi borave u destinaciji u prosjeku kraće pa je, zbog strukture brodova koji ih posjećuju, takvih gostiju najviše u Korčuli i Dubrovniku.

U 2010. godini realizirano je ukupno 1695 višednevnih kružnih putovanja na kojima je sudjelovalo gotovo 30 tisuća putnika/turista ili u prosjeku 25 putnika po putovanju. Na tim putovanjima ostvareno je 289 tisuća noćenja odnosno prosječno 178 noćenja po putovanju. Brodovi koji su sudjelovali u domaćem kruzingu realizirali su od jednog do 30 putovanja u 2010. godini pri čemu je najveći broj brodova (75%) realizirao 12 do 21 putovanja.⁴⁴

Iz svega navedenog može se zaključiti kako i ponuda, ali i potražnja hrvatskog kruzina turizma svake godine bilježi sve veći rast. Zanimljivosti destinacije, unapređenje luka te održivi razvoj kruzina turizma u RH, omogućili su da se ova vrsta turističkog proizvoda uspješno realizira. Tokom narednih nekoliko godina planira se i daljnje unapređivanje, posebice što se tiče polaznih luka, ali i luka ticanja. Ipak, najveći promet mjereno brojem brodova i putnika ostvaruje uvijek Dubrovnik sa svoje dvije luke. U 2010. godini dubrovačke je luke posjetilo 705 brodova s nešto više od jednog milijuna putnika.

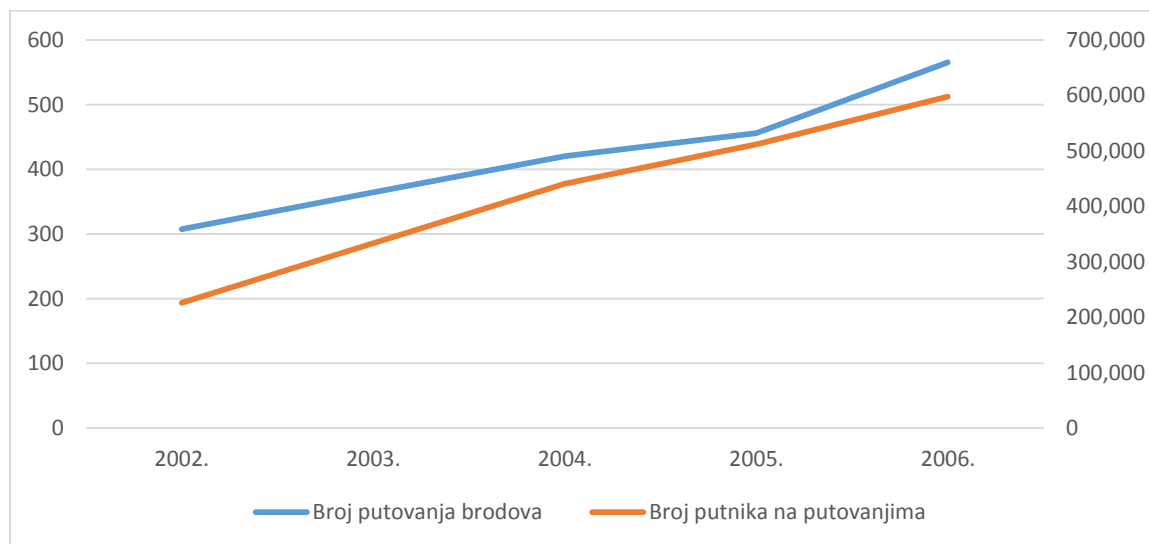
⁴⁴Institut za turizam, op.cit., str. 115.

3.2. ANALIZA PROMETA I BROJA PUTNIKA

Za analizu prometa i putnika međunarodnog kružnog turizma u Hrvatskoj koristiti će se podaci koje objavljuje Državni zavod za statistiku. Tako će se podaci odnositi na promet ostvaren u lukama prvog ticanja i ostalim lukama ticanja.

Prema podacima DZS u 2006. godini u Hrvatskoj je bilo ukupno 565 međunarodnih brodskih kružnih putovanja s ukupno 597.708 putnika. Broj putovanja u 2006. godini veći je za oko 24%, a broj putnika za oko 17% u odnosu na 2005. godinu. Trend povećanja stalan je od 2002. godine pa je tako promet brodova na međunarodnim kružnim putovanjima u 2006. godini gotovo dvostruko veći od broja putovanja u 2002. godini, a broj putnika je za oko 2,5 puta veći od onog zabilježenog u 2002. godini.⁴⁵

Grafikon 3.: Međunarodna kružna putovanja u Hrvatskoj u razdoblju od 2002. do 2006. godine



Izvor: Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvješčaj 3., Hrvatski turizam i konkurentno okruženje, Zagreb, 2011., str. 26.

⁴⁵Institut za turizam, op.cit., str. 26.

Potrebno je napomenuti kako se podaci odnose samo na prvi ulazak broda na teritorijalne vode te da su ti podaci temeljeni na mjesečnim izvješajima lučkih uprava onih luka koje strani brod na kružnom putovanju prvi puta uplovljava nakon ulaska u teritorijalne vode.

U 2006. godini u kruzingu je u Hrvatskoj bilo uključeno samo 12 luka, za razliku od 2005. godine, kada su brodovi na međunarodnim kruzinzima ticali ukupno 22 luke.

Tablica 9.: Broj posjeta brodova na međunarodnim brodskim putovanjima u HR u 2011. godini prema lukama

LUKA	2011.	
	Broj posjeta	%
UKUPNO	698	100,0
Dubrovnik	502	70,6
Korčula	58	12,2
Zadar	12	4,5
Split	29	3,9
Hvar	29	4,4
Šibenik	17	0,9
Ploče	5	0,3
Pula	3	0,2
Rijeka	2	0,2
Rovinj	1	0,2
Komiža	-	-
Trpanj	-	-
Mljet	8	1,0
Cavtat	7	0,7
Opatija	6	0,1
Trogir	2	0,1
Mali Lošinj	5	0,7
Lopud	1	0,1
Luka Šipanska	-	0,3
Rab	2	0,5
Sudurad	-	0,2
Vela Luka	3	0,1
Vis	4	0,2
Pomena	2	0,1

Izvor: Državni zavod za statistiku

Nadalje, prema podacima hrv. Lučkih uprava u 2006. je godini u deset gradova zabilježeno ukupno 1.184 ticanja brodova s oko 729.000 putnika, a brodovi najčešće posjećuju Dubrovnik, tj. 563 ticanja ili 48% svih ticanja te gotovo 600.000 putnika ili 82% ukupnog broga putnika ostvareno je upravo u Dubrovniku. Slijedi Split, zatim Korčula.

Što se tiče analize putnika, prvo je potrebno napomenuti kako broj putnika predstavlja zapravo broj putnika na brodu i to ne mora biti usklađeno sa brojem putnika koji su sišli s broda radi posjete.

Razdioba broja ticanja i broja putnika u 2006. godini prema veličini broda ukazuje na relativno velik broj ticanja (64%) malih i butik brodova, dok se oko četvrtine (24%) svih ticanja odnosi na brodove s 1000 i više putnika. Razdioba broja putnika s obzirom na kapacitet brodova, je naravno gotovo suprotna, pa oko tri četvrtine (74%) putnika dolazi u posjet našim destinacijama na brodovima s 1000 i više putnika, za razliku od 14% putnika koji dolaze na brodovima do 500 putnika.⁴⁶

Tablica 10.: Broj ticanja brodova na kružnim putovanjima u Dubrovniku 2010-2013

	TICANJA		TICANJA	
	2010	2011	2012	2013
Siječanj	5	9	2	3
Veljača	5	9	2	6
Ožujak	11	8	4	12
Travanj	53	41	49	43
Svibanj	99	76	87	97
Lipanj	89	86	98	96
Srpanj	97	99	89	100
Kolovoz	94	97	96	93
Rujan	105	117	97	113
Listopad	106	94	97	101
Studeni	33	38	26	39
Prosinac	8	7	7	8
UKUPNO	705	681	654	711

Izvor: <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=37&lan=hr>

⁴⁶Institut za turizam, op.cit., str. 28.

Različita zastupljenost Dubrovnika u broju ticanja i broju putnika proizlazi iz različite zastupljenosti brodova u navedenim lukama/gradovima, s obzirom na veličinu tih brodova, odnosno kapacitet broda u broju putnika. Veliki brodovi s 1000 i više putnika, posjećuju gotovo isključivo Dubrovnik i čine oko 47% svih ticanja u Dubrovniku. Ticanja velikih brodova zabilježena su još samo u Korčuli, Splitu i Rovinju, ali u daleko manjem obimu. U svim ostalim destinacijama najučestalija su ticanja brodova kapaciteta do 500 putnika i njihov se udio kreće od 69% u Rovinju do 100% u Puli, Rijeci i Pločama.⁴⁷

Kod analize prometa i putnika, važno je još napomenuti kako kruzing turizam ima puno manji sezonalni karakter, kako u ticanju tako i broju putnika nego primjerice stacionarni turizam. Kod kruzing turizma tako sezone prije započinju, ali i kasnije završavaju, dok se većina prometa najčešće odvija između svibnja i listopada.

Najviše ticanja se ostvaruje subotom i nedjeljom (po 19%), a i najveći broj putnika s brodova zabilježen je u ta dva dana (51% ukupnog broja putnika). Dok kod butik i manjih brodova (do 500 putnika) ne postoji razlika u razdiobi ticanja prema danima u tjednu, subota i nedjelja su glavni dani ticanja brodova s 100 i više putnika, što generira i najveći broj putnika u tim danima.⁴⁸

U nastavku se prikazuje i promet putnika i brodova u razdoblju od 2002. do 2007. godine u šest najvećih luka. Broj ticanja i putnika u 2007. godini, u navedenim lukama/gradovima gotovo je trostruko veći u odnosu na promet zabilježen 2002. godine. Prosječna godišnja stopa rasta u promatranom razdoblju iznosi 19% za broj ticanja i 24% za broj putnika.

⁴⁷Institut za turizam, op.cit., str. 29.

⁴⁸Ibidem, str. 32.

Tablica 11.: Promet brodova i putnika u razdoblju od 2002. do 2007. godine u šest najvećih luka

GODINA	BROJ TICANJA	BROJ PUTNIKA	Verižni indeks		Indeks u odnosu na 2002. godinu		Prosječna godišnja stopa rasta	
			Ticanja	Putnici	Ticanja	Putnici	Ticanja	Putnici
2002.	611	328.281	-	-	100,0	100,0	18,7	24,0
2003.	825	482.749	135,0	147,1	135,0	147,1		
2004.	923	550.637	111,9	114,1	151,1	167,7		
2005.	1086	628.276	117,7	114,1	177,7	191,4		
2006.	1019	694.159	93,8	110,5	166,8	211,5		
2007.	1438	963.718	141,1	138,8	235,4	293,6		

Izvor: Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izvještaj 3., Hrvatski turizam i konkurentno okruženje, Zagreb, 2011., str. 35.

Što se tiče socijalnodemografskog profila posjetitelja u domaćem kruzingu, najvažnije emitivno područje domaćeg kruzinga u 2009. godini bili su turisti iz Velike Britanije koji su činili gotovo polovicu svih putnika na tim putovanjima, a prema važnosti slijede turisti iz Njemačke (17%), Austrije (15%) te Švicarske (4%) i Švedske (4%). Također, 76% putnika je mlađe od 45 godina pri čemu je njih 43% u dobi između 25 i 34 godine, dok je ukupan postotak turista koji prvi puta posjećuju Hrvatsku 58% (najvećim dijelom rezultat visokog udjela Britanaca).

3.3. KONKURENTNOST HRVATSKE CRUISE INDUSTRIJE U SVIJETU

U svezi uspješnosti neke destinacije, ta uspješnost na turističkom tržištu najvećim dijelom ovisi o konkurentnosti same destinacije, odnosno o kvaliteti i cijenama ponude u destinaciji u odnosu na okruženje, ali i o prometnoj dostupnosti, ljubaznosti stanovnika, osoblja itd.⁴⁹

Stoga, govoreći o konkurentnosti neke destinacije, ona se promatra kroz njezin promet, koji se u ovom slučaju broji kroz brodove i putnike koji posjećuju, prolaze ili ostaju u destinaciji. S obzirom da su se u prethodnom poglavlju već analizirali podaci, tj. promet brodova i broj putnika koji posjećuju određene hrvatske kruzing destinacije, to se ponovo neće navoditi.

No potrebno je kratko prikazati usporedne podatke, tj. analizirati ukupan promet u nekoliko država i najvećih luka na Sredozemlju te to usporediti sa prometom Hrvatske i Dubrovnika, naše najznačajnije kruzing destinacije.

Prema podacima EUROSTATATA, statističkog ureda EU koji registrira putnike prilikom ulaska u zemlju, u prvoj luci ticanja, u 2010. godini oko 9% svih putnika na međunarodnim kružnim putovanjima brodom po Sredozemlju posjetilo je i Hrvatsku. Najveći broj putnika na kruzerima, oko 3 milijuna (46%) registriran je u Italiji, a najveće povećanje broja putnika u odnosu na 2009. godinu imala je Španjolska (29%). Broj putnika u Hrvatskoj porastao je u tom razdoblju za oko 18%, slično kao i na Malti, a Hrvatska je svoj položaj u konkurentskom okruženju, mjereno brojem putnika, poboljšala u odnosu na Grčku, Italiju, Francusku i Cipar.⁵⁰

⁴⁹ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 86.

⁵⁰ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 86.

Tablica 12.: Broj putnika na kružnim putovanjima brodom u 2010. i 2011. godini na Mediteranu prema zemljama (prva luka ticanja)

DRŽAVA	Broj putnika u 000		Broj putnika u %	
	2010.	2011.	2010.	2011.
Hrvatska	458	698	8,9	6,3
Grčka	958	259	14,3	12,2
Italija	3,789	3,458	52,0	43,8
Cipar	325	105	4,8	1,4
Malta	285	425	5,6	4,5
Španjolska - Mediteran	2,039	1,789	17,38	18,4
Fracuska - Mediteran	985	695	14,58	13,4
UKUPNO	8,839	7,429	100,0	100,0

Izvor: Hrvatski zavod za statistiku

Slijedeća tablica prikazuje, područje po područje, prve luke sa najvećim brojem putnika i prometa na Jadranskom moru.

Tablica 13.: Top 5 Adriatic MedCruise ports, 2010.

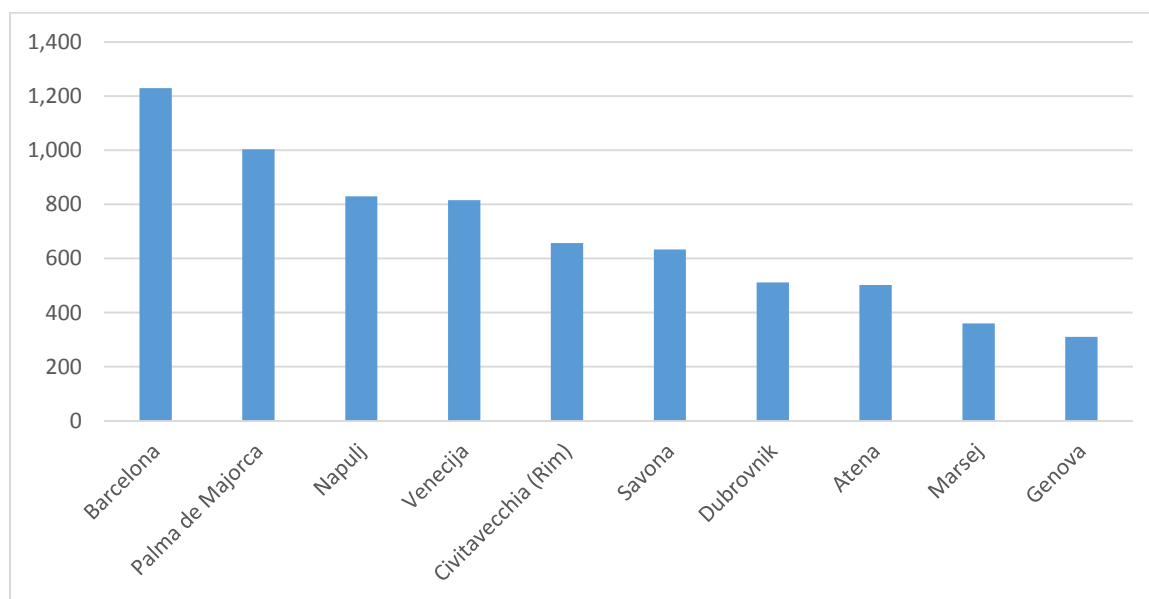
COUNTRY	PORT	Home In (pax)	Home Out (pax)	Total In/Out	Transit (pax)	Total (pax)	Cruise Calls
ITALY	Venice	659.587	653.308	1.312.895	304.116	1.617.011	629
CROATIA	Dubrovnik/Korčula	10.013	10.013	20.026	916.089	936.115	705
ITALY	Bari	98.786	104.359	203.145	304.549	507.694	152
CROATIA	Split	0	0	0	172.378	172.378	257
SLOVENIA	Koper	3.183	3.226	6.409	30.855	337.264	54

Izvor: MedCruise, *The New MedCruise Statistics Report, 2011 edition*, Ca`Foscari Formazione e Ricerca, Societa strumentale dell`Universita Ca` Foscari, Venezia, 2011., str. 10.

Iz tablice je jasno vidljivo kako hrvatske luke drže visoku poziciju konkurentnosti u odnosu na ostale luke/gradove u okruženju, tj. najveći postotak otpada upravo na Dubrovnik.

Primjerice, najveći broj putnika na kružnim putovanjima u 2005. godini imala je Barcelona sa gotovo 1.3 milijun putnika. Dubrovnik se u 2005. godini, s 510 tisuća putnika nalazio na sedmom mjestu na Mediteranu. Od ukupnog broja putnika na međunarodnim kružnim putovanjima u 2005. godini u promatranim lukama, U dubrovniku se odvijalo oko 7,5% prometa, dok je Barcelona, kao najveća kruzing luka na Sredozemlju, bila zastupljena sa oko 18,1%.⁵¹

Grafikon 4.: Broj putnika na kružnim putovanjima u mediteranskim lukama u 2005. godini



Izvor: *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 87.

⁵¹*Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 87.

Važno je naglasiti kako kada se govori putnicima koji dolaze u Dubrovnik, naspram ostalih luka u konkurentskom okruženju, u Dubrovniku se bitno razlikuje struktura putnika s obzirom na broj iskranih/ukrcanih putnika, odnosno broja putnika u tranzitu. U Dubrovniku su gotovo svi putnici u tranzitu, za razliku od ostalih gradova/luka.

Prethodno prikazani podaci većinom se odnose na podatke i statistiku iz 2005./2006./2007. godine. Tada je već konkurentnost hrvatskih luka bila na zadovoljavajućoj razini, dok je Dubrovnik kao i danas odskakao od ostalih luka u Hrvatskoj.

Nadalje, na ukupno 342 mediteranska itinerara 25 najvećih kruzing kompanija, koje ostvaruju više od 90% ukupnih noćenja na kruzing putovanjima na Mediteranu, u 2010. godini sudjelovalo je 137 luka. Broj luka/destinacija uključenih u kruzing turizam povećava se sa samnjivanjem veličine broda. Tako su na putovanjima najvećih kruzera (onih s više od 3000 putnika) bile posjećene 42 luke, a na putovanjima kruzerima manjih kapaciteta 122 luke.

U Hrvatskoj su to bile luke u Dubrovniku, Splitu i Koruli (luke ticanja za brodove s više od 2000 putnika) te luke u Šibeniku, Zadru, Rovinju, Hvaru, Puli, Opatiji i Trogiru koje su posjetili kruzeri s manje od dvije tisuće putnika.⁵² Dubrovnik je tako u 2010. godini bio opet sedma luka na Mediteranu. U okviru istraživanja provedenog u 2010. godini, sukladno kriterijima odabira destinacije za kruzing itinerare, model konkurentnosti 14 usporedivih mediteranskih kruzing luka/destinacija pokazao je slijedeće.⁵³

- Kvaliteta luke i lučkih usluga u luci Gruž je iznadprosječna, a u lukama Split i Gradska luka Dubrovnik ispodprosječna
- Atena i Dubrovnik su destinacije koje su s aspekta posjetitelja s kruzera ocijenjene najbolje
- Atraktivnost destinacije sa aspekta kruzing kompanija najbolje je ocijenjena za luke/destinacije Atenu, Kusadasi (Turska) i Rodos (Grčka), dok je iznadprosječno ocijenjena i Luka Gruž s Dubrovnikom

U analiziranom konkurentskom krugu mediteranskih kruzing destinacija, atraktivnost hrvatskih luka određena je, uz nedvojbeno visoku turističku atraktivnost, nizom elemenata ponude koji im smanjuju atraktivnost sa stajališta kruzing kompanija.

⁵²Institut za turizam, op.cit., str. 114.

⁵³Loc.cit.

Kao kruzing destinacija, Dubrovnik je sa svojim lukama pozicioniran iznad prosjeka skupine, ponajprije zbog izrazite međunarodne prepoznatljivosti, ali imogućnosti upotpunjavanja ponude dviju luka te pogodnoga geografskog položaja.⁵⁴

⁵⁴Ibidem, str. 115.

4. UTJECAJ KRUZING INDUSTRIJE NA CRUISE DESTINACIJE

S obzirom na činjenicu kako kruzning turizam obuhvaća sva četiri obilježja turizma (transport, smještaj, zanimljivosti i turooperatore) kruzning turizam u jednu ruku predstavlja i glavnog konkurenta standardnom stacioniranom turizmu.

Udjel sektora pomorskih krstarenja na svjetskoj razini ostvarenja turizma iznosi 1,6% od ukupnog broja turista ili 1,9% od ukupnog broja noćenja. Nasuprot tome prihodi kruzning kompanija predstavljaju 3% ukupnog prihoda od turizma. Prema World Travel and Tourism Council, putnici na pomorskim krstarenjima potroše 30% manje od stacioniranih gostiju.⁵⁵

Iz tog razloga, utjecaj kruzning turizma na destinaciju ticanja u velikoj mjeri određuje odnos destinacije prema razvoju te gospodarske aktivnosti. Zato je taj utjecaj potrebno definirati i kontinuirano pratiti. Utjecaj kruzninga na destinaciju je višedimenzionalan i uobičajeno se prati kroz društveno kulturni utjecaj te ekonomski utjecaj turizma na destinaciju kao i na njegov utjecaj na okoliš.

4.1. UTJECAJ NA OKOLIŠ

Štetni utjecaji na prirodnu sredinu koju vrše kruzneri, ogledaju se na štetne utjecaje dok kruzneri plove morima i oceanima i na štetne utjecaje koje vrše dok su usidreni u lukama turističkih destinacija.

Postoje dva ključna utjecaja, a oni uključuju (1) utjecaje povezane sa operativnim djelovanjem samog kruzera i (2) utjecaje nastale aktivnostima gostiju/putnika. Primjeri negativnih utjecaja kruzning industrije na podvodni ekosistem turističke destinacije (dok kruzneri plove morima i dok su usidreni u lukama) ogledaju se na slijedeće načine:⁵⁶

⁵⁵ Benić, I., *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, Poslovna izvrsnost, god. V., br. 1., Zagreb, 2011, str. 43-66

⁵⁶ Radić, A., op.cit., str. 20.

- Zagađenje mora i oceana, luka i priobalnih mjesta
- Destrukcija koraljnih grebena prilikom usidravanja (pogotovo manjih kruzera)
- Emisija teških metala koji djeluju kao zagađivači mora i zraka
- Stvaranje zdravstvenih problema kod lokalne populacije uslijed interakcije sa gostima/putnicima
- Stvaranje pritiska na sanitarno/komunalnim lokacijama na kojima se odlaže otpad u turističkim destinacijama uslijed količine otpada

Od 1993. godine do 1999. zabilježeno je preko 100 službeno registriranih incidenata u okolišu prouzrokovanih kruzerima. I u novije vrijeme, registrirana je nekolicina nesreća, poput one iz 2012. godine sa talijanskim kruzerom. Prava slika i numerička vrijednost incidenata je puno veća s obzirom da se izbacivanje tečnog otpada vrši u otvorenim morima i oceanima, daleko od obala, a samim time i očiju javnosti.

S obzirom da prosječni kruzer proizvede 45 litara otpadnih voda dnevno, 68 litara toksičnog otpada dnevno, 50 tona tvrdog otpadnog materijala i sl.⁵⁷, štetni utjecaji koji oni imaju na okoliš jasno su vidljivi.

4.2.DRUŠTVENO – KULTURNI UTJECAJ KRUZING TURIZMA

Pomorska krstarenja imaju nešto specifičniji utjecaj na društvo od klasičnog turizma jer se prije svega radi o različitom ponašanju turista/putnika, kao i njihovih potreba. Osnovna relacija, odnosno utjecaj se može prikazati kroz različite sociološke segmente na koje pomorska krstarenja utječu:⁵⁸ sistemi vrijednosti, odnosi među obitelji, individualno ponašanje, način života populacije, moralne vrijednosti, kreativno izražavanje, migracija ljudi, tradicionalne ceremonije i društvene organizacije, stupanj sigurnosti, struktura radnih mjesta.

⁵⁷ Radić, A., op.cit., str. 20.

⁵⁸ Benić, I., *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, Poslovna izvrsnost, god. V., br. 1., Zagreb, 2011, str. 43-66

Izravni utjecaj se ogleda kroz povećanje prihoda lokalnog stanovništva koje dolazi u kontakt sa gostima/putnicima iz svih dijelova svijeta i mnogi slični utjecaji. Uz mnoge pozitivne utjecaje, stvaraju se i neki negativni utjecaji kao što su:

- Povećanje migracije u lučke turističke destinacije, stvaraju probleme prenaseljenosti
- Povećanje buke, uslijed povećanog broja ljudi u restoranima, diskotekama, plažama, parkovima i sličnim mjestima gdje se okuplja veći broj turista
- Stvaranje tenzija između lokalnog stanovništva i turista, koje nastaje kao posljedica straha lokalnog stanovništva da gube svoju privatnost i prostor življenja
- Mogućnost gubitka tradicionalnog načina života lokalnog stanovništva, uslijed konstantnog kontakta sa turistima različitih kulturnih naslijeđa

Društveni se utjecaj tako promatra kroz posljedice koje međunarodni kruzing ima na stacionirane turiste te lokalno stanovništvo u destinaciji. Taj se utjecaj promatra kroz percepciju turista u destinaciji i lokalnog stanovništva o utjecaju broda/kruzera i posjetitelja s kruzera na atraktivnost privremenog boravka i života u destinaciji.⁵⁹

Povećani broj turista s kruzera u malim gradskim sredinama zahtjeva veći broj vodiča, prodavača, vozača autobusa i sličnih uslužnih zanimanja. Može se dijelom govoriti i o migraciji iz ruralnih u urbane sredine, a vezano uz zahtjeve za radnom snagom i boljim zaradama. Nadalje, postoji i utjecaj na jezik domaćeg stanovništva jer se putnici služe najvećim dijelom engleskim. To svakako može biti pozitivan detalj jer komunikacija na stranom jeziku je dio učenja. Utjecaj pomorskih krstarenja najviše djeluje na populaciju u strogim urbanim sredinama gdje se autohtono stanovništvo iseljava zbog većih troškova života.⁶⁰

Stihijski se otvaraju suvenirnice, imajući na umu potražnju putnika s kruzera, koje su otvorene dok traje sezona kruzera. Preveliki brojčani odnos putnika prema lokalnom stanovništvu negativno utječe na zadovoljstvo putnika destinacijom koje proizlazi iz negativnog odnosa lokalnog stanovništva prema putnicima. Naime, domaći habitus prolazi kroz nekoliko faza.⁶¹

⁵⁹ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 65.

⁶⁰ Beni, I., op.cit., str. 43-66

⁶¹ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 67-70

- Euforija (slijedi inicijalni razvoj turizma)
- Apatija (kako se razvija postaje dio života)
- Nelagodnost (kako turizam otežava svakodnevni život i uzrokuje probleme)
- Antagonizam (kada taj odnos prerasta u konflikt i kada se širi anti-turističko ponašanje)

Utjecaj pomorskih krstarenja sa aspekta društva, stoga se treba promatrati u okviru utjecaja na kulturu, gospodarstvo, a prvenstveno na okoliš. Društveni utjecaj ipak predstavlja najvažniji utjecaj jer direktno utječe na populaciju nekog određenog područja. Također treba napomenuti kako neplanirani i stihijski utjecaji mogu biti presudni zaneku društvenu sredinu, posebice ako ne postoji strategija održivog razvoja.

4.3. EKONOMSKI UTJECAJ KRUZING TURIZMA NA DESTINACIJU

Razvoj pomorskih krstarenja zahtjeva kapitalne projekte investiranja u lučke komplekse i terminale kako bi se zadovoljilo zahtjevima brodova na pomorskim krstarenjima. Slijedeći aktualne trendove, luke ulažu milijune eura u nove terminale i infrastrukturu. Otvaraju se nova radna mjesta, agencijsko poslovanje se širi, raste broj različitih uslužnih djelatnosti, povećava se broj taxi službi, prodavaonica suvenira i slično. Utjecaj na ekonomiju će biti veći ili manji što zavisi o tome radi li se o luci polaska ili luci ticanja.

Pomorska krstarenja kao i turizam nisu stabilan izvor prihoda i zavise o mnogo faktora kao što su:⁶²

- Sezonalnost koja utječe na investicije i vrstu poslova, koji su obično nesigurni i slabije plaćeni
- Potražnja odnosno posjete koje se mogu vezati uz političke utjecaje, vremenske prilike, utjecaje životne sredine
- Elastičnost cijena i prihoda koja nije toliko izražena kao kod stacioniranog turizma te je manje osjetljiva na promjene u cjeni proizvoda i dohotku putnika

⁶²<http://www.comune.venezia.it>, (29. svibnja 2013.)

- Glavnu stavku čine potrošnja putnika na pomorskim putovanjima, a ne plaćeni aranžman

Iako se pozitivni aspekti vezuju uz stvaranje prihoda destinaciji, stvaranje novih poslova i ekonomskih aktivnosti, postoji i niz negativnih utjecaja, kao što su:

- Inflacija cijena i rast cijena nekretnina
- Uvoz roba iz inozemstva za potrebe brodova
- Ograničen povraćaj investicija zbog sezonalnosti pomorskih krstarenja
- Dodatni troškovi gradskim vlastima
- Curenje u prihodima od pomorskih krstarenja uslijed lokalne ekonomije
- Potencijalna ekonomska zavisnost o kruzing turizmu i zapostavljanje drugih ekonomskih aktivnosti

Utjecaj kruizing turizma u Europi donosi prihode od 12,7 milijardi € u 2010. godini. Najveći dio prihoda se ostvaruje u brodogradnji, otprilike 40% dok se od 117.000 generiranih radnih mjesta izdvaja 4,2 milijarde € za kompenzacije zaposlenima. Indirektni ekonomski utjecaj generirati će oko 123.000 poslova i kompenzaciju zaposlenima od 4,8 milijarde €.

Inače, prihodi od međunarodnog kruzinga u nekoj destinaciji pristajanja takvih brodova, sastoji se od potrošnje putnika i posade koji silaze s broda u destinaciju te od naknada koje plaća brod u luci (lučke pristojbe i naknade te ostali prihodi od broda). Od tog se prihoda generira najveći dio koristi od međunarodnog kruzing turizma. Ostali dio koristi koji ostvari destinacija od međunarodnog kruzinga čini već spomenuto otvaranje novih radnih mjesta vezanih uz potrebe kruzinga, opći poticaj razvoju kao rezultat prihoda, promocija destinacije i sl.

Osim prihoda, postoje svakako i troškovi vezani uz kruzing koje ima destinacija. Tek identifikacijom i izračunom svih prihoda i troškova te vrednovanjem drugih koristi, mogao bi se procijeniti ukupni učinak te vrste gospodarskih aktivnosti na destinaciju.⁶³

Za primjer doprinosa kruzing turizma ekonomskom razvoju neke destinacije, za primjer mogu poslužiti Karipski otoci. Regija Karipskih otoka i dalje drži prvo mjesto kao top kruzing destinacija sa 41.2% po statističkim podacima. Postoje studije koje pokazuju da vrijednost

⁶³Studija održivog razvoja kruizing turizma u Hrvatskoj, op.cit., str. 71.

troškova turista koji dolaze kruzerima su veća od vrijednosti troškova onih normalnih turista koji dolaze u hotele i plaćaju svoje obroke u turističkim destinacijama (1690 američkih dolara je trošak na turiste koji dolaze kruzerima dok je 1180 američkih dolara trošak na turiste koji ne dolaze kruzerima i ostaju sedam dana).⁶⁴

Tijekom sezone 2010/2011 direktni troškovi vezani sa kruzing industrijom na Karibima su akumulirali 2.6 milijardi američkih dolara. Ovi troškovi uključuju direktnu potrošnju od strane gostiju/putnika i članova posade kao i troškova vezanih za poslovanja sa lancem raznih lokalnih dobavljača. Troškovi vezani za kruzing industriju tijekom sezone 2010/2011 su bili veći za 13,3% nego isti troškovi tijekom sezone 1995. odnosno tijekom sezone 2003.

Tablica 14.: Direktni i indirektni troškovi povezani sa kruzing industrijom u karipskom predjelu 2003, 2006, 2011 izraženo u milijunima USD

	Promjena u postocima				
	2011	2006	2003	2011-2006	2011-2003
Total Karibi	2617 USD	2310 USD	1854 USD	13,3%	41,2%
Gosti/putnici	2241 USD	2059 USD	1681 USD	8,8%	33,30%
Posada	376 USD	251 USD	173 USD	49,9 %	117,5%
broda					

Izvor: Radić, A., *Održivost nruzing destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011., str. 37.

Indirektna potrošnja od strane gostiju/putnika i članova posade je iznosila 1,2 milijarde američkih dolara. Ova indirektna potrošnja obuhvaća poduzetnike na lokalnom nivou i njihove troškove vezane za transport proizvoda, plaće zaposlenih, komunikacije, skladištenje i ostali troškovi vezani za poslovanje.

Računa se da je 56% radnih mjesta na Karibima rezultat direktnih troškova koji su napravljeni od strane gostiju i članova poade uvrijednosti od 1,4 milijarde američkih dolara, a novac je

⁶⁴ Radić, A., op.cit., str. 37.

bio plasiran kroz kupovinu proizvoda i usluga. Kako bi se proizvodi i usluge doveli na tržište, rezultat je bio 21169 indirektnih radnih mjesta koja su stvorena. Ova radna mjesta su stvorena u sektorima proizvodnje, skladištenja, transporta, građevinarstva i ostalih sektora u području Kariba.

Tablica 15.: Utjecaji kruzing industrije na lokalnu zajednicu zemalja Kariba

POZITIVNI UTJECAJI	NEGATIVNI UTJECAJI
Stvaranje novih radnih mjesta	Sezonski utjecaji
Povećanje novčanog prometa	Vremenske neprilike
Novčani prihodi od članova posade	Razlike u oporezivanju turista
Ekonomski rast	Povećanje tržišta
Poboljšanje vanjske i unutarnje trgovine	Ograničavajući faktori prilikom zaposlenja
Stvaranje poslovnih mogućnosti	Diferencijalnost trošenja gostiju
Povezivanje i na ostalim društveno-ekonomskim nivoima	
Povećanje standarda lokalnog stanovništva	

Izvor: Radić, A., *Održivost kruzing destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011., str. 37.

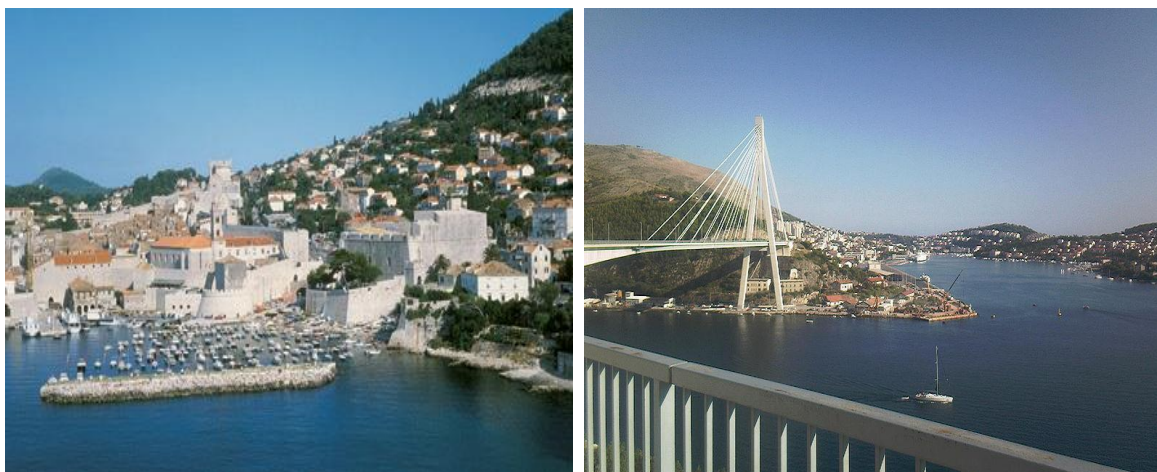
Može se reći da je utjecaj pomorskih krstarenja sa stajališta gospodarstva značajan i treba ga promatrati u okviru odnosa sa ostalim utjecajima, posebno sociološkim i utjecajem na životnu sredinu. Teško je ocijeniti točan utjecaj na gospodarstvo i koliko je udio kruzing turizma u ostvarenju BDP-a pojedine zemlje, ali u svakom slučaju treba težiti jačanju indirektnog utjecaja i generiranju radnih mjesta u tom području, a kao posljedica direktnog prihoda od pomorskih krstarenja.

4.4. UTJECAJ CRUISE INDUSTRIJE NA PRIMJERU DUBROVNIKA

Dubrovnik ima dugu tradiciju turističke destinacije i svojom ljepotom i šarmom nosi naziv Biser Jadrana. Kao što se iz prethodnih poglavlja moglo zaključiti, Sredozemlje, a samim time i Jadranska obala predstavljaju nove iskoristive potencijale kruzinge industrije.

Grad Dubrovnik ima dvije luke: Gradsku Luku Dubrovnik istočno od grada i luku Gruž sjeverozapadno od grada.

Slika 3.: Gradska Luka Dubrovnik i Luka Gruž



Izvor: http://www.tzdubrovnik.hr/vodic_novost.php?id=1540&id_main=1606#.UbdVINL0Fu4, (30. svibnja 2013.)

Luka Gruž u nadležnosti je državne lučke uprave Dubrovnik i u luku se uplovljava kroz Velika Vrata između otoka Koločep i poluotoka Lapad ili kroz Koločepski kanal. Kopneni dio luke Gruž obuhvaća područje veza broj 4 do veza broj 17 te područje od rta Kantafig do područja Batahovina u Rijeci Dubrovačkoj. Vezovi broj 11,12 i 13 duljine 250 m s prosječnim dubinama 5,8 namijenjeni su za privez brodova za kružna putovanja u međunarodnom prometu. S kopnene strane veza nalazi se putnički terminal koji se koristi za izmjenu putnika na putničkim brodovima.

Ostali vezovi također su namjenjeni privezu kruzera od kojih je vez broj 16 duljine 180 m s prosječnom dubinom 12 m namijenjen za privez najvećih brodova za kružna putovanja u međunarodnom prometu. Na području sidrišta luke Gruž može se primiti veći broj brodova na kružnim putovanjima.

Gradska je Luka Dubrovnik također u nadležnosti lučke uprave Dubrovnik i služi za privez manjih brodova i brodica te za iskrcaj/ukrcaj putnika s putničkih brodova koji sidre na sidrištu za putničke brodove između otoka Lokrum i kopna. Na vanjskom sidrištu obavlja se prihvat brodova na međunarodnim kružnim putovanjima, a plovila pod stranom zastavom ne mogu se vezivati u luci, osim za trenutačni ukrcaj/iskrcaj putnika, uz prethodno odobrenje lučkog operatora.

Dakle, Dubrovnik kao turistička ali i kruzina destinacija, svoj kruzina promet odvija kroz dvije luke. O atraktivnosti Dubrovnika svjedoči ostvareni turistički promet na kružnim putovanjima, gdje je Dubrovnik u periodu od 2001. do 2007. zabilježio rast prometa putnika na kružnim putovanjima za više od tri puta, a u 2007. godini Dubrovnik zauzima deseto mjesto na rang listi u Europi i na Mediteranu.

U 2011. godini lučke su uprave registrirale 1.560 ticanja kruzerskih brodova na kojima se nalazilo ukupno 729.000 putnika i 364.000 članova posada, od čega su na Dubrovnik otpadala čak 681 ticanja s 752.046 putnika i 250.000 članova posada.

Procjenjuje se kako je ukupan prihod od međunarodnog kruzina turizma u Hrvatskoj 2011. iznosio između 30 i 33 milijuna eura. U ukupnom prihodu na potrošnju putnika i članova posada otpada 26 do 27 milijuna eura, na lučke naknade 3,2 milijuna, na lučke pristojbe između 1,80 i 1,25 milijuna, te na naknade za održavanje plovinih putova 178.000 eura.

Prosječna potrošnja posjetitelja s kruzera iznosila je na kopnu 39,48 eura (putnici su trošili u prosjeku 41 euro, a članovi posada 29 eura). Najviše su potrošili na kupnju raznih predmeta (19 eura), zatim na hranu i pića u ugostiteljskim objektima (10 eura), na izlete i organizirane obilaske znamenitosti (7 eura), a ostatak novca za ulaznice i druge izdatke. Pokazalo se da su najbolji potrošači Amerikanci i Englezi, a najlošiji Talijani.

Iako se najveći dio od ukupnog prihoda na razini Hrvatske ostvaruje u Dubrovniku - između 21 i 23 milijuna eura, prosječna potrošnja kruzerskih izletnika u toj destinaciji je niža od

hrvatskog prosjeka i iznosi 37 eura. Objašnjeno je da isključivo u Dubrovnik stižu kruzeri s kapacitetom većim od tisuću putnika koji zahvaljujući masovnosti plaćaju krstarenje po nižim cijenama i općenito su slabijih platežnih mogućnosti.⁶⁵

No, uz sve pozitivne trendove te analize prometa o turističkom prometu, postoje različita mišljenja o korisnosti razvoja kruzing turizma. Jedno mišljenje zagovara razvoj zbog korisnosti za lokalno gospodarstvo, dok se drugo osvrće na veći broj negativnih nego pozitivnih učinaka.

Jedan od tih negativnih učinaka definitivno obuhvaća veliki broj posjetitelja u istom danu, što za rezultat jezgru grada Dubrovnika čini veoma gužvovitim mjestom. Naime, u srazu kruzerskih gostiju s građanima i turistima koji su odsjeli u luksuznim hotelima, privatnim apartmanima i sobama, te izletnicima pristiglim iz drugih turističkih mjesta, jedva se prolazi trgovima i glavnim ulicama zakrčenim mnogobrojnim ugostiteljskim stolovima i stolicama. Prilikom povratka na brodove ponekad se stvaraju “čepovi” na gradskim vratima, pa prometni policajci pokušavaju naizmjenično propuštati one koji žele ući i one koji nastoje izaći.

Ako se ima u vidu da boravak kruzerskih izletnika na kopnu traje između tri i šest sati, od čega se mnogo vremena izgubi u lokalnom prijevozu, jasno je da se u takvoj atmosferi ne ostvaruje smisao i svrha njihova dolaska radi upoznavanja kulturno-povijesnih znamenitosti po kojima je Dubrovnik jedinstven u svijetu.

Na ovo se još može nadovezati i problem sa Povijesnom jezgrom grada, koja je zahvaljujući razvoju kruzing turizma doživjela mnoge promjene. Jedna od tih promjena uključuje i ekonomsku strukturu, tj. strukturu djelatnosti i zaposlenih u tim djelatnostima. Tako, dok je osamdesetih godina u Povijesnoj jezgri prevladavala političko-administrativna funkcija, danas je njezin utjecaj zanemariv. S obzirom na turistički značaj Povijesne jezgre u urbanom turizmu dubrovnika, u njoj dominiraju djelatnosti izravno povezane sa turističkom ponudom i potražnjom.

⁶⁵ <http://www.turizainfo.host25.com/dubrovnik-pretvoren-u-kruzerski-mravinjak>, (1. lipnja 2013.)

Budući da se ona prilagođavala brojnim utjecajima na dubrovački turizam, promjene koje se događaju u turističkom proizvodu izravno se odražavaju na promjenu djelatnosti.⁶⁶

Tablica 16.: Kretanje broja radnih mjesta u Povijesnoj jezgri grada Dubrovnika u 2007.

Djelatnosti	Broj zaposlenih		Prema indeksu izvan sezone i u sezoni
	U sezoni	Izvan sezone	
Trgovina	1049	619	59,0
Ugostiteljstvo	765	360	47,1
Obrt	26	26	100,0
Kultura i umjetnost	448	405	89,4
Uprava	162	162	100,0
Poslovna	126	126	100,0
Društvena	76	76	100,0
UKUPNO	2652	1774	149,5

Izvor: <http://www.portdubrovnik.hr/assets/Studija%20Dukic.pdf>, (1. lipanj 2013.)

Iz tog razloga, Povijesna se jezgra nije ravnomjerno usklađivala su svim segmentima razvoja, te u skladu s time nije se dostatno spremno dočekalo turiste s kružnih putovanja. Povijesna se jezra razvila na načelu turističke sezonske aktivnosti, pa razlikujemo dvije ekonomske strukture unutar nje:⁶⁷

1. sezonsku – u ljetnom razdoblju godine
2. izvansezonsku – uzimskom razdoblju godine

⁶⁶ <http://www.portdubrovnik.hr/assets/Studija%20Dukic.pdf>, (1. lipnja 2013.)

⁶⁷ <http://www.portdubrovnik.hr/assets/Studija%20Dukic.pdf>, (1. lipnja 2013.)

Na temelju takve podjele moguće je vidjeti razlike u sezonskoj i izvansezonskoj ekonomskoj aktivnosti stanovništva i u prostorno-ekonomskom razvoju. Iz takva stanja proizlaze i svi drugi socijalni procesi zastupljeni u Povijesnoj jezgri.

Još jedan problem ogleda se i u negativnom ocjenjivanju hotelskih gostiju na kruzerske posjetitelje i to sa aspekta boravka u destinaciji kao i atraktivnosti destinacije.

88 posto ispitanika iz te skupine smatra da putnici s kruzera “preplave” grad, 77 posto da su gužve veliki problem, 60 posto da zbog gužvi izazvanih dolaskom kruzera trpe u svakodnevnom životu, 64 posto da su kruzerski izletnici slabi potrošači, 21 posto da kruzери donose više štete nego koristi, a svega 8 posto da oni i članovi njihovih domaćinstava imaju neposredne ili posredne koristi od kruzera.⁶⁸

I dok se koristi razvoja kruzring turizma još uvijek promatraju u pozitivnom svjetlu, možda je potrebno ipak malo više pozornosti obratiti na navedene negativne učinke. Bitno je fokusirati pozornost i na očekivanja stručnjaka kako bi 2017. godine kruzerske kompanije mogle iskazati interes da u Dubrovnik dovedu 2 milijuna putnika.

U Studiji (o kojoj će više riječi biti u narednom poglavlju rada) se naglašava da će prema održivom razvoju Dubrovnik 2017. godine moći prihvatiti samo 1,1 milijuna kruzerskih posjetitelja, s tim da prosječan dnevni prihvat iznosi prihvatljivih 5.000, a granica izdržljivosti 7.000.

Prosječan broj putnika po danu u 2006. godini iznosio je 2.800 putnika, a u 2010. godini je to oko 4.200. putnika, što bi u 2017. trebalo narasti na oko 9.200 putnika po danu. Naravno, najopterećeniji mjeseci bi tada bili kolovoz, rujan i listopad sa oko 11.500 putnika prosječno dnevno, zatim srpanj s oko 10.600 putnika dnevno, potom lipanj s oko 10.000 putnika itd. Dubrovnik bi u 2017. godini, prema ovome scenariju, 44 dana imao više od 15.000 putnika dnevno te još u 40 dana više od 10.000 putnika dnevno.⁶⁹

Stoga će, premda nepopularna mjera, postati nužna selektivnost prihvata kruzera po kriteriju njihova duljeg zadržavanja u gruškoj luci i pred starim portom kako bi se omogućilo većem broju putnika da posjete udaljenije turističke predjele (Konavle, Pelješac), odnosno po spremnosti kruzerskih kompanija da svoje brodove upućuju prema Dubrovniku izvan glavne

⁶⁸ <http://www.portdubrovnik.hr/assets/Studija%20Dukic.pdf>, (1. lipnja 2013.)

⁶⁹ Radić, A., op.cit., str. 20.

turističke sezone i da plaćaju veće lučke naknade adekvatne ekskluzivnosti dubrovačke destinacije. Ključno je pitanje kako razvijati kruzing turizam bez da se ugrozi dostignuti renome destinacije. Bez pravog odgovora mogli bi “potonuti u more” svi planovi o razvoju elitnog turizma u Dubrovniku.⁷⁰

⁷⁰ Radić, A., op.cit., str. 20.

5. ODRŽIVI RAZVOJ KRUZING INDUSTRIJE U HRVATSKOJ I UTJECAJ U UNAPREĐENJU TURISTIČKE PONUDE

Dosadašnji razvoj međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj razvijao se uglavnom stihijski, odnosno njegov su razvoj u kvantitativnom i kvalitativnom smislu određivale primarno inozemne brodarske kompanije, a Hrvatska se nastojala prilagoditi njihovim zahtjevima. Dok ukupna potražnja nije bila značajna, taj je pristup bio opravdan, ali u budućnosti to ne bi trebalo biti tako.

Taj je razvoj, osim nizom pozitivnih, rezultirao i nekim učincima koji ukazuju na to da ne bi bilo dobro istim načinom pristupati daljnjem razvoju međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj. Boljom organizacijom i jasnije definiranim ciljevima znatno bi se mogli poboljšati ukupni pozitivni, a minimizirati negativni učinci od ove vrste turističke aktivnosti u nas.

Poželjna vizija međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj, definirana na temelju saznanja iz analize postojećeg stanja međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj i svjetskih iskustava, je slijedeća:

- Hrvatska je jedna od najpopularnijih i najprepoznatljivijih kruzing destinacija na Sredozemlju
- u kruzing je uključeno dvadestak luka na Jadranu, koje su međusobno povezane i surađuju u optimizaciji učinka kruzinga
- kruzing je orijentiran prvenstveno na brodove do srednje veličine, a samo u nekim lukama i ona one velikog kapaciteta
- međunarodni kruzing u Hrvatskoj odvija se gotovo cijele godine, a naročito je zastupljen izvan glavne turističke sezone čime doprinosi produljenju sezone i povećanju ukupnih gospodarskih učinaka od turizma
- posjetitelji s kruzera promoviraju Hrvatsku svojim zemljama, podižući tako njezinu popularnost na turističkom tržištu i omogućujući joj time bolje tržišno pozicioniranje u konkurentskom okruženju
- značajni dio posjetitelja s kruzera, njihove rodbine i prijatelja, posjećuje Hrvatsku u svojstvu stacionarnih gostiju
- posjetitelji s kruzera razumiju i poštuju naše kulturno i prirodno nasljeđe te naš način života

Takva vizija razvoja trebala bi se temeljiti na slijedećim principima razvoja:⁷¹

- optimalna valorizacija resursa koje ova regija ima za takav razvoj
- usmjeravanje razvoja kruzinga u skladu s principima održivog razvoja
- planiranje i upravljanje kruzingom na način da se negativni učinci na ostale vrste turizma u destinacijama svedu na minimum, a maksimiziraju ukupni pozitivni učinci na destinacije te
- kontinuirani rad sa stanovništvom i s putnicima na kruzerima u cilju boljeg razumijevanja kruzing turizma te 'duha' destinacija

Misija međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj je:⁷²

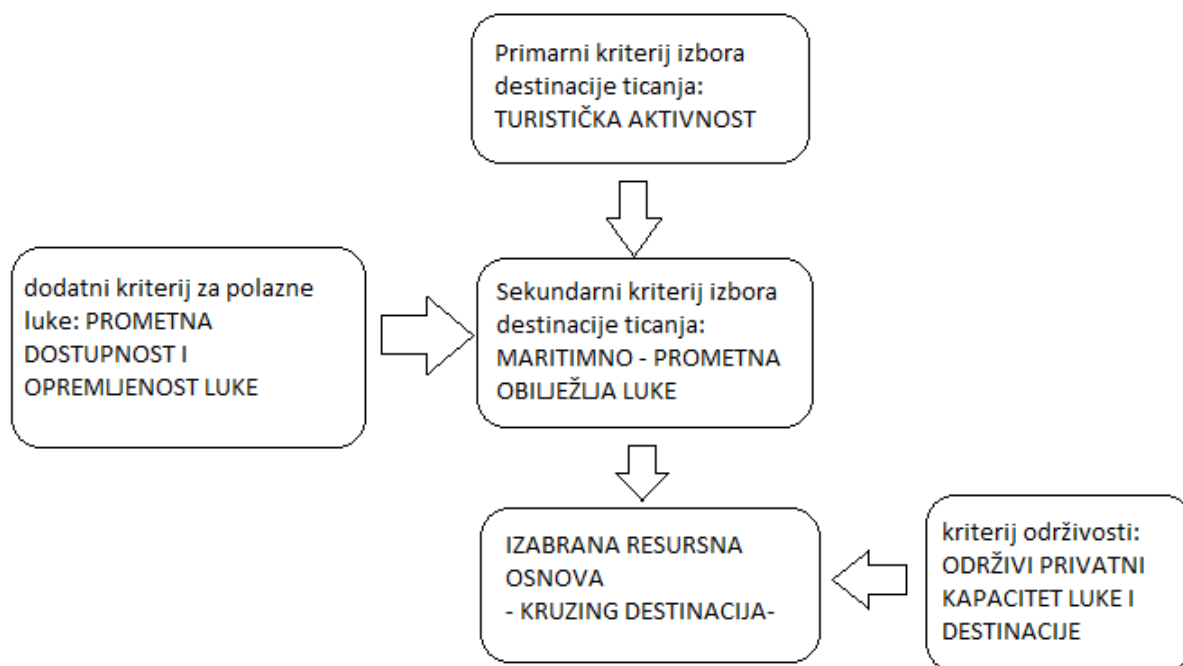
- doprinos povećanju blagostanja lokalnog stanovništva u kruzing destinacijama, ali i šire društvene zajednice, putem povećanja prihoda i novog zapošljavanja vezanog uz kruzing turizam u Hrvatskoj
- promocija našeg prirodnog i kulturnog naslijeđa u svijetu

Prvi korak u definiranju održivog razvoja međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj je identifikacija destinacija koje, na temelju dosadašnjih spoznaja, imaju najveći potencijal, odnosno preduvjete za takav razvoj. U identifikaciji destinacija polazi se, s jedne strane, od kriterija koje poslaavlja brodar, a s druge strane, od kriterija održivosti razvoja kruzing turizma sa strane destinacija, temeljenog na maksimiziranju koristi i minimiziranju negativnih utjecaja kruzinga na okoliši život lokalne zajednice u destinacijama ticanja.

⁷¹ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 104.

⁷² loc.cit.

Slika 4.: Kriterij izbora resursne osnove za razvoj međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj



Izvor: *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 105.

Nagli porast opterećenja i onečišćenja okoliša u proteklim desetljećima potaknuo je stručnu javnost da počne najozbiljnije upozoravati odgovorne strukture da rast i razvoj ne mogu biti neograničeni većda se, uzimajući u obzir sva postojeća ograničenja, mora težiti sinergiji ekonomije, ekologije i kvalitete življenja društvene zajednice.

Sa stajališta izabranih kruzing destinacija, vrlo je važno sagledati da li je dolazak kruzera u luku ili na sidrište, glede vizura, sigurnosti plovidbe, kolizije s drugim vrstama turizma u destinaciji, zagađenja mora, zraka, broja posjetitelja koji silaze s broda i posjećuju destinaciju i sl., prihvatljiv ili ne, odnosno u kojoj je mjeri prihvatljiv lokalnom stanovništvu i drugim gostima destinacije. Kriteriji održivosti omogućuju definiranje održivog opsega prometa brodova i putnika u destinaciji s gledišta njegovog utjecaja na okoliš i život lokalne zajednice.⁷³

⁷³ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 108.

Primjenjujući kriterije turističke atraktivnosti destinacija za posjetitelje s kruzera te maritimno-prometne kriterijeu ocjeni luka na turistička mjesta i gradove, procjenjuje se da 17 destinacija na hrvatskoj obali i otocima ima najbolje uvjete za uvrštenje na listu najatraktivnije turističke ponude za razvoj međunarodnog kruzinga.

Glavni nositelji razvoja međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj (od sjevera prema jugu) tako predstavljaju Poreč, Rovinj, Pula, Rijeka (s Opatijom), Krk, Cres, Rab, Mali Lošinj, Pag, Zadar, Šibenik, Split, Vis, Hvar, Ploče, Korčula i Dubrovnik.

Sve gore izabrane i navedene kruzing destinacije imaju mogućnost za prihvat brodova i putnika na međunarodnim kružnim putovanjima, ali se prema tim mogućnostima znatno razlikuju i to kako u postojećem stanju, tako i prema planovima njihovog razvoja u doglednoj budućnosti.

Nakon izbora 17 kruzing destinacija koje predstavljaju okosnicu razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, primjenom kriterija održivosti, odnosno procjenom održivog istovremenog nosivog kapaciteta kruzing destinacija uzimajući manji od održivog istovremenog nosivog kapaciteta mjesta/destinacije (uzimajući pri tome u obzir gornju granicu), odnosno održivog istovremenog nosivog kapaciteta luke, mogu se definirati tri osnovne skupine kruzing destinacija: kruzing destinacije za velike brodove (1.000 i više putnika), kruzing destinacije za srednje velike brodove (500 do 1.000 putnika) i kruzing destinacije za male i butik brodove (do 500 putnika).⁷⁴

Kruzing destinacije prve skupine, Pula, Zadar, Split i Dubrovnik, imaju relativno prostranu kulturno-povijesnu jezgru koja je glavni privlačni faktor za obiliske posjetitelja s kruzera te potrebnu turističku suprastrukturu i turistički atraktivno funkcionalno okruženje. Izdvaja se Rijeka, u kojoj dominira mogućnost kupnje (shopping), posebno nakon izgradnje najvećeg trgovačkog centra u Hrvatskoj, na pješačkoj udaljenosti od luke. Sve ove destinacije imaju turistički atraktivno okruženje, pogodno za organizirane izlete i relativno velike luke pa tako, s izuzetkom Pule, imaju veće kapacitete svojih luka i sidrišta od procijenjenog održivog kapaciteta prihvaća pripadajućih gradova. Planovi razvoja luka u navedenim destinacijama s većim kapacitetom luke od kapaciteta grada povećat će atraktivnost kruzing destinacija zbog povećanja kvalitete usluge u lukamate, kod nekih, stvoriti mogućnost da postanu polazne luke za međunarodni kruzing.

⁷⁴ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 138.

Kruzing destinacija Dubrovnik zavređuje posebnu pažnju pri promišljanju njezine uloge u budućem razvoju međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj, s jedne strane zbog turističke atraktivnosti i postojeće veličine potražnje u broju kruzera i putnika kojih njih silaze u tu destinaciju i predviđenoga rasta te potražnje, a s druge strane zbog specifične situacije koja je posljedica postojanja dviju luka u gradu te problema koji se javljaju pri transportu putnika s kruzera kroz grad, do i od starogradske jezgre.

Očekivana potražnja u 2017. godini, od gotovo 2 milijuna putnika, i njezina distribucija neprihvatljiva je za Dubrovnik jer znatno prelazi procijenjene okvire održive nosivosti grada u broju posjetitelja s kruzera. Razlika u veličini potražnje između održivih 1,1 milijun i procijenjena 2,0 milijuna putnika u Dubrovniku, ili se neće realizirati u Hrvatskoj ili će se, što je vjerojatnije, raspodijeliti na druge kruzing destinacije u Hrvatskoj.⁷⁵

Raspodjela te potražnje na druge kruzing destinacije ne može se sa sigurnošću predvidjeti, ali je sigurno da će u velikoj mjeri ovisiti o pripremljenosti tih destinacija za prihvatanje kruzera i promociji njihove ponude.

⁷⁵ *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, op.cit., str. 150.

ZAKLJUČAK

Svjetska kruzing industrija danas predstavlja jedan od najvažnijih segemenata turističke ponude. Promatrajući po geografskom položaju, najveći udjel u prometu kruzinga ima Sjeverna i Srednja Amerika, a zatim slijedi Europa. Dakle, sjevernoameričko tržište je najzastupljenije i to sa približno 11 milijuna putnika, te europsko sa oko 5 milijuna putnika u 2008. godini. No treba napomenuti da iako s tendencije u ovoj vrsti turizma mijenjaju, najveći utjecaj i dalje imaju Karibi, koji predstavljaju koljevku razvoja kruzinge industrije.

Što se tiče područja Mediterana, tj. Jadranskog mora, ono ima dva visoko rangirana grada zanimljiva za kruzing i to Dubrovnik te Veneciju. Dubrovnik predstavlja i najvažniju te najrazvijeniju kruzing destinaciju u Hrvatskoj, a njegova konkurentnost na svjetskom tržištu svake godine sve više i više raste. Tako dok je 2007. godine Dubrovnik bio na sedmom mjestu po konkurentnosti, u 2009. već se popeo na peto mjesto. Interes svjetskih korporacija za lukama hrvatskog dijela Jadrana veoma je izražen, ali ostaje upitno jesu li luke hrvatskog dijela Jadrana i lokalna zajednica koja odlučuje o njihovu razvoju, spremne za tu suradnju te strateško oblikovanje razvoja.

Utjecaji kruzinge industrije na turističku destinaciju su raznoliki. Sociološko- kulturni te ekonomski utjecaji mogu imati pozitivne, ali i negativne učinske na destinaciju. Pored svih tih raznolikosti, utjecaji pomorskih krstarenja na turističku destinaciju su neminovni te ih treba prihvatiti i iskoristiti njihove pozitivne strane. Sve radnje prema pozitivnim gospodarskim učincima ne smiju isključiti negativnosti vezane uz okoliš te se trebaju prilagoditi osnovnim načelima održivog razvoja i strategiji razvoja turizma.

Kruzing na hrvatskoj obali temelji se dijelom na razvoju luka za prihvat kruzera i na razvoju hrvatske kruz flote. Luke za prihvat (npr. Dubrovnik, Rijeka) velikih kruzera ostvaruju iznimne financijske rezultate, no potrebe kruzera i turista na nima usmjerene su na staru gradsku jezgu hrvatskih obalnih gradova.

Ako su prihvatni kapaciteti ograničeni, lokalna zajednica mora poraditi na upravljanje

održivim razvojem grada i regije.

S obzirom da ova grana turizma u nekim destinacijama, kao primjerice Dubrovniku, poprima velike i intenzivne razmjere, mišljenje i reakcije javnosti također su raznolike.

Razvoj međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj se dogodio, odnosno pojavio se i jednostavno naslonio na postojeće resurse. S druge strane, njegov razvoj u svijetu pokazuje da se kao turistički proizvod još uvijek nalazi u fazi rasta te da se rast potražnje i u Hrvatskoj i u idućim godinama može očekivati prema visokim stopama, s učincima koje je teško sagledati u potpunosti. Zbog toga je potreban drugačiji pristup razvoja, s obzirom da u ovoj turističkoj aktivnosti leži veliki potencijal za gospodarski boljitak za veliki broj hrvatskih destinacija.

POPIS LITERATURE

A) KNJIGE

1. Mancini, M., *Cruising: A Guide To The Cruise Line Industry*, Delmar Thompson Learning, Loas Angeles, 2004.
2. Douglas, N., Douglas, N., *The Cruise Experience: Global and regional issues in cruising*, Pearson Education Australia, French Forest, 2004.
3. Burton, R., *Travel geography*, Pitman, London, 1995.

B) ČLANCI

1. Vojvodić, K., *Tržišne niše u krstarenjima morem*, vol. 3-4, br. 52., 2005., str. 156-162
2. Luković, T., *Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga*, Naše more, vol. 5-6, br. 55., 2006., str. 233-248
3. Benić, I., *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, Ekonomska misao i praksa, br. 2., 2009., str. 301-348
4. Benić, I., *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, Poslovna izvrsnost, god. V., br. 1., Zagreb, 2011, str. 43-66
5. Ban, I., *Promjene na tržištu pomorskih krstarenja i njihov odraz na morske luke*, Suvremeni promet, vol. 19, br. 1-2, 1999., str. 56-60
6. Ban, I., *Turistička krstarenja u svijetu*, Suvremeni promet, vol. 21., br. 1-2, 2001., str. 20-26

C) OSTALO

1. *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, Institut za turiazm, Zagreb, 2007.
2. MedCruise, *The New MedCruise Statistics Report, 2010 edition*, Ca`Foscari Formazione e Ricerca, Societa strumentale dell`Universita Ca` Foscari, Venezia, 2011.
3. Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*, Izveštaj 3., Hrvatski turizam i konkurentno okruženje, Zagreb, 2011.
4. <http://www.portdubrovnik.hr/?lan=hr&action=luka&kat=103>
5. <http://www.nacional.hr/clanak/70407/porinut-oasis-of-the-seas-najveci-kruzer-na-svijetu>

6. http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgovacki_brod
7. <http://www.f-cca-com>
8. <http://www.medcruise.com>
9. <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf>,
10. <http://www.hgk.hr>
11. Radić, A., *Održivost kruzing destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.
12. Klein, R., *Turning Water into Money: The Economics of the Cruise Industry*, Cab International, 2006.
13. UNWTO, *Worldwide cruise ship activity report*, UN World tourist organization, 2003.
14. FCCA, *Cruise Industry Overview – 2006*, Florida – Caribbran Cruise Association, <http://www.fcca.com/downloads/overview2006.pdf>
15. Chesworth, N., *The Cruise Industry and Atlantic Canada: A case Study*, Cab International, 2006.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA

A) SLIKE

1. Brod za krstarenje – kruzera.....	5
2. Kruzina rute oko svijeta.....	10
3. Gradska Luka Dubrovnik i Luka Gruž.....	48
4. Kriterij izbora resursne osnove za razvoj međunarodnog kruzina turizma u Hrvatskoj.....	56

B) TABLICE

1. Pregled tržišta krstarenja.....	5
2. Glavne kruzina destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera.....	9
3. Ekonomski učinak europskog kruzina tržišta.....	11
4. Očekivani rast potražnje za kruzinaom.....	14
5. Potražnja za kruzina putovanjima u Europi – broj putnika prema emitivnim tržištima Europe u razdoblju od 2009. do 2011. godine.....	15
6. Evolucija noćenja na Sredozemlju 2000-2010.....	17
7. Kratkoročni i dugoročni trendovi svjetskog cruise tržišta.....	21
8. Kružna putovanja stranih brodova u Hrvatskoj 2011.....	26
9. Broj posjeta brodova na međunarodnim brodskim putovanjima u HR u 2005. i 2006. godini prema lukama.....	32
10. Broj ticanja brodova na kružnim putovanjima u Dubrovniku 2010-2013.....	33
11. Promet brodova i putnika u razdoblju od 2010. do 2011. godine u šest najvećih luka.....	35
12. Broj putnika na kružnim putovanjima brodom u 2010. godini na Mediteranu prema zemljama (prva luka ticanja).....	37
13. Top 5 Adriatic MedCruise ports, 2010.....	37

14. Direktni i indirektni troškovi povezani sa kruzing industrijom u karipskom predjelu 2003,2006 i 2011 izraženo u milijunima USD.....	46
15. Utjecaj kruzing industrije na lokalnu zajednicu zemalja Kariba.....	47
16. Kretanje broja radnih mjesta u Povijesnoj jezgri grada Dubrovnika u 2007.....	51

C) GRAFOVI

1. Potražnja za kruzing putovanjima u svijetu – broj putnika u razdoblju od 1990. do 2006. godine.....	13
2. Međunarodna kruzing potražnja u Hrvatskoj.....	29
3. Međunarodna kružna putovanja u Hrvatskoj u razdoblju od 2002. do 2006. godine...31	
4. Broj putnika na kružnim putovanjima u mediteranskim lukama u 2005. godini.....	38