

**SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI**

Dragana Krajina

**RAZVOJ KRUZING TURIZMA U SVIJETU I REPUBLICI HRVATSKOJ S
OSVRTOM NA EKONOMSKE UTJECAJE I ZAHTJEVE PUTNIKA**

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 2013.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

RAZVOJ KRUZING TURIZMA U SVIJETU I REPUBLICI HRVATSKOJ S
OSVRTOM NA EKONOMSKE UTJECAJE I ZAHTJEVE PUTNIKA

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Pomorskoputnički promet

Mentor: doc. dr. sc. Alen Jugović

Student: Dragana Krajina

Matični broj: 0112035667

Studij: Tehnologija i organizacija prometa

Rijeka, rujan, 2013.

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. PREDMET I CILJ RADA	1
1.2. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA.....	1
1.3. SADRŽAJ I STRUKTURA RADA	1
2. RAZVOJ KRUZING TURIZMA.....	2
3. PONUDA I POTRAŽNJA KRUZING TURIZMA.....	5
3.1. PONUDA	5
3.2. POTRAŽNJA.....	8
3.2.1. Svijet	8
3.2.2. Europa	8
3.3. TRENDVI.....	11
4. ANALIZA KRUZING DESTINACIJA.....	15
4.1. SJEVERNA AMERIKA.....	16
4.2. EUROPA	21
5. KRUZING TURIZAM U HRVATSKOJ.....	31
5.1. PONUDA KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ	33
5.2. POTRAŽNJA KRUZING TURIZMA.....	36
5.3. UTJECAJ KRUZING TURIZMA NA DESTINACIJE.....	37
5.4. KONKURENTNOST	44
5.5. ANALIZA HRVATSKIH KRUZING DESTINACIJA	46
5.5.1. Rovinj.....	51
5.5.2. Pula	51
5.5.3. Rijeka	52
5.5.4. Zadar.....	53
5.5.5. Šibenik	53
5.5.6. Split.....	53
5.5.7. Dubrovnik	54
5.6. RAZVOJ TURIZMA HRVATSKE	54
6. ZAKLJUČAK.....	61
LITERATURA.....	62

1. UVOD

1.1. PREDMET I CILJ RADA

Predmet ovog rada je prikaz razvoj kruzing turizma, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. Istražen je dosadašnji razvoj, ali i procjena daljnjeg razvoja kruzing turizma i porasta broja putnika koji sve češće biraju ovaj oblik turizma kao način odmora. Cilj rada je prikaz ekonomskih utjecaja, odnosno potrošnje turista, promocije destinacija, te utjecaj turizma na lokalno stanovništvo. Također, u radu su prikazani zahtjevi putnika koji su prožeti kroz cijeli rad.

1.2. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA

U radu su analizirani postojeći podaci o kruzing turizmu, krećući od razvoja kruzing turizma do pretpostavki za razvojem u idućih nekoliko godina. Korišteni su podaci SWOT analize razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj koja se u novije vrijeme probija na tržište, kao jedna od dosad ne istraženih destinacija. Uz to, dani su detaljni opisi većih luka/ destinacija Hrvatske, od kojih se svaka ističe svojim geografskim položajem, povijesnom gradskom jezgrom i velikim potencijalom za razvoj ovog oblika turizma. Prikazani su i podaci razvoja kruzing turizma u svijetu, te su opisane značajke svjetskih destinacija.

1.3. SADRŽAJ I STRUKTURA RADA

Rad je podijeljen u šest tematskih jedinica, svaka obrađuje posebnu temu, a u prvoj je dan kratak opis rada. U drugoj tematskoj jedinici prikazan je razvoj kružnih putovanja, dok je u trećoj dat prikaz ponude, potražnje i trendova u kruzing turizmu, kako od strane turista, tako i od strane destinacija s ciljem privlačenja što većeg broja turista. Četvrta cjelina analizira svjetske destinacije, daju uvid u poredak vodećih luka, kompanija na tim područjima, te kretanje broja putnika. Peta cjelina, najzanimljivija u radu, detaljnije prikazuje razvoj kruzinga u Hrvatskoj. Analizirane su luke, njihova konkurentnost na tržištu, te mogući daljni razvoj i uspjeh na istom.

2. RAZVOJ KRUZING TURIZMA

Kruzing podrazumijeva putovanje putnika posebnim putničkim brodovima za krstarenje morem, rijekama i jezerima radi zabave, odmora i razonode uz uobičajeno pristajanje broda u nekoliko luka te najčešće povratak u polaznu luku¹ obuhvaćajući kabotažu unutar teritorijalnih voda vlastite države, te međunarodni kruzing koji dotiče luke u barem dvije države. Prema karakteru putovanja svrstava se u nautički turizam jer se temelji na plovidbi i plovilu.

Kruzing turizam pojavio se u Sjevernoj Americi šezdesetih godina i tada započinju prva kružna putovanja Karibima s putnicima iz SAD-a i Kanade. Devedesetih godina taj je trend zahvatio i Europu, prvenstveno Veliku Britaniju, a zatim azijsko- pacifičko područje. Njegova potražnja se u posljednja dva desetljeća udvostručila te je u 2006.godine zabilježeno 16 milijuna putnika u odnosu na 1995.godinu. U razdoblju ekonomske krize kruzing turizam bio je u porastu, a u 2010. godini ukupan broj putnika na kruzerima procjenjuje se na oko 18 milijuna, što u odnosu na 1995. godinu ukazuje na povećanje potražnje od oko 2,5 puta, dok je za 2011.godinu procijenjeno da je 20 milijuna putnika odabralo kružna putovanja kao oblik odmora. Sličan se trend očekuje i u budućnosti, te se procjene za 2013. godinu kreću do 20 milijuna putnika na kruzing putovanjima u svijetu. Kruzing na Mediteranu je, također, u porastu, pa i onaj koji dotiče naše luke gdje prednjači Dubrovnik. Od 2003.godine broj putnika na kružnim putovanjima u Hrvatskoj povećao se za 67%.

Glavno emitivno tržište kruzing putovanja je tržište Sjeverne Amerike (SAD i Kanada) koje je 2010. godine generiralo oko 11,7 milijuna putnika ili 65% ukupne potražnje u kruzingu. Tržište Sjeverne Amerike je u razdoblju od 1980. do 2010. godine raslo s prosječnom godišnjom stopom od 8,4%, a u 2004. i 2005. godini porast potražnje u odnosu na prethodnu godinu iznosio je 8,5%, odnosno 5,6%. Europsko tržište, na kojem je dominantno tržište Velike Britanije, drugo je prema zastupljenosti u svijetu, s oko 3,9 milijuna putnika i udjelom od oko 22% ukupne svjetske kruzing potražnje u 2010. godini.²

¹ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 3.str.

² <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr> rujan 2013.

Istraživanje koje je proveo Euromonitor International 2010. godine u 200 zemalja donosi svjetske trendove turizma:³

- kraći i češći odmori,
- bliže destinacije dostupne automobilom,
- programi za starije, dobro držeće i dobrostojeće umirovljenike koji su u porastu
- povećana potrošnja: troši se više u mjestu boravka, a smanjuju se troškovi putovanja i smještaja,
- LAST i FIRST MINUTE „rasprodaja aranžmana“, kupovina u posljednji čas i prva ponuda gdje je izbor sužen, ali cijena je odlučujuća,
- hoteli za mlade (općenito više ponude za mlađu populaciju koja je dosada prilično zanemarena i u Hrvatskoj),
- hoteli samo za žene na Srednjem istoku,
- obiteljski i boutique hoteli sve su traženiji u Europi,
- wellness i spa,
- jeftine avio karte – low cost kompanije,
- kružna putovanja brodom,
- zimski sportovi,
- golf,
- velike manifestacije, sportske, kulturne, te gospodarske kao što su Svjetske izložbe - Expo
- gradski turizam, povijesna baština, arheološki izleti
- avanturistički turizam,
- egzotičnost – Afrika je postala hit , osobito nakon posjeta predsjednika Obame.

U 2006. godini zabilježeno je 16 milijuna putnika u odnosu na 1995. godinu što je dva puta više. I u kriznim godinama kruzing turizam bio je u porastu, a u 2011. godini oko 20 milijuna putnika odabralo je kružna putovanja za svoj odmor. Čak 46,6% odnosi se na svjetske kapacitete brodova koji krstare Karibima. I kruzing na Mediteranu je u porastu, pa i onaj koji dotiče naše luke gdje prednjači Dubrovnik. Od 2003. godine broj putnika na kružnim putovanjima u Hrvatskoj povećao se za 67%.

Povećanje broja putnika kruzing turizma može se objasniti sve prihvatljivijim i dostupnijim cijenama putovanja. S obzirom na to, trajanje kružnih putovanja je sve kraće, pa samim time

³ <http://www.fijet-croatia.com/?link=66> rujan 2013.godina

potražnja za novim brodovima i destinacijama sve je veća. Sve navedeno utječe na destinacije koje se s obzirom na porast broja putnika moraju što bolje nositi sa novim trendovima sigurnosti i zaštite okoliša. Potražnja za ovim destinacijama je velika i konkurencija raste iz dana u dan.

3. PONUDA I POTRAŽNJA KRUIZING TURIZMA

U odnosu na druge oblike turizma, kruzing se pojavio relativno kasno, ali u zadnjih 30 godina više od 185 milijuna putnika u svijetu sudjelovalo je u nekoj vrsti kružnog putovanja u trajanju duljem od dva dana. Od tog broja oko 70% ostvarilo je putovanje u zadnjih deset godina, a 38% u zadnjih pet godina⁴. Kako se kreću ponuda i potražnja razmatrat će se u sljedećim poglavljima.

3.1. PONUDA

Jedan od glavnih pokazatelja razvoja kruzing turizma su stope rasta ponude te narudžbe novih brodova čiji se kapacitet konstantno povećava. Rast ponude prati rast potražnje, ali još nije dosegno svoj vrhunac. Najveći broj brodova krstari na području Sjeverne Amerike, a za kojom slijedi Europa.

Najveće svjetsko tržište je sjeverno američko, koje je 2011. godine generiralo 11,2 milijuna putnika, a potom slijedi europsko. Iako tržište Sjeverne Amerike raste, njegov relativni udio je pao sa 69% u 1998. godini, na 56% u 2011. godini zbog rasta potražnje na europskom tržištu. Ponuda u kruzing turizmu koncentrirana je u tri velike grupacije, Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group, koje obuhvaćaju 75% ukupne svjetske ponude mjerene brojem ležajeva⁵. Brodovi su sve luksuzniji, a sadržaji raznoliki te su tako turistima na raspolaganju golf tereni, klizališta, različiti tipovi bazena, stijene za penjanje... Sve navedeno je dovelo do toga da su danas kruzeri pokretne destinacije. Struktura kruzing kompanija prikazana je na slici 1, a razvoj modernih brodova u tablici 1.

⁴ Horak, S.: „Međunarodni kruzing turizam“

<http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzing-turizam-02-01-2013.pdf> 2013. godina

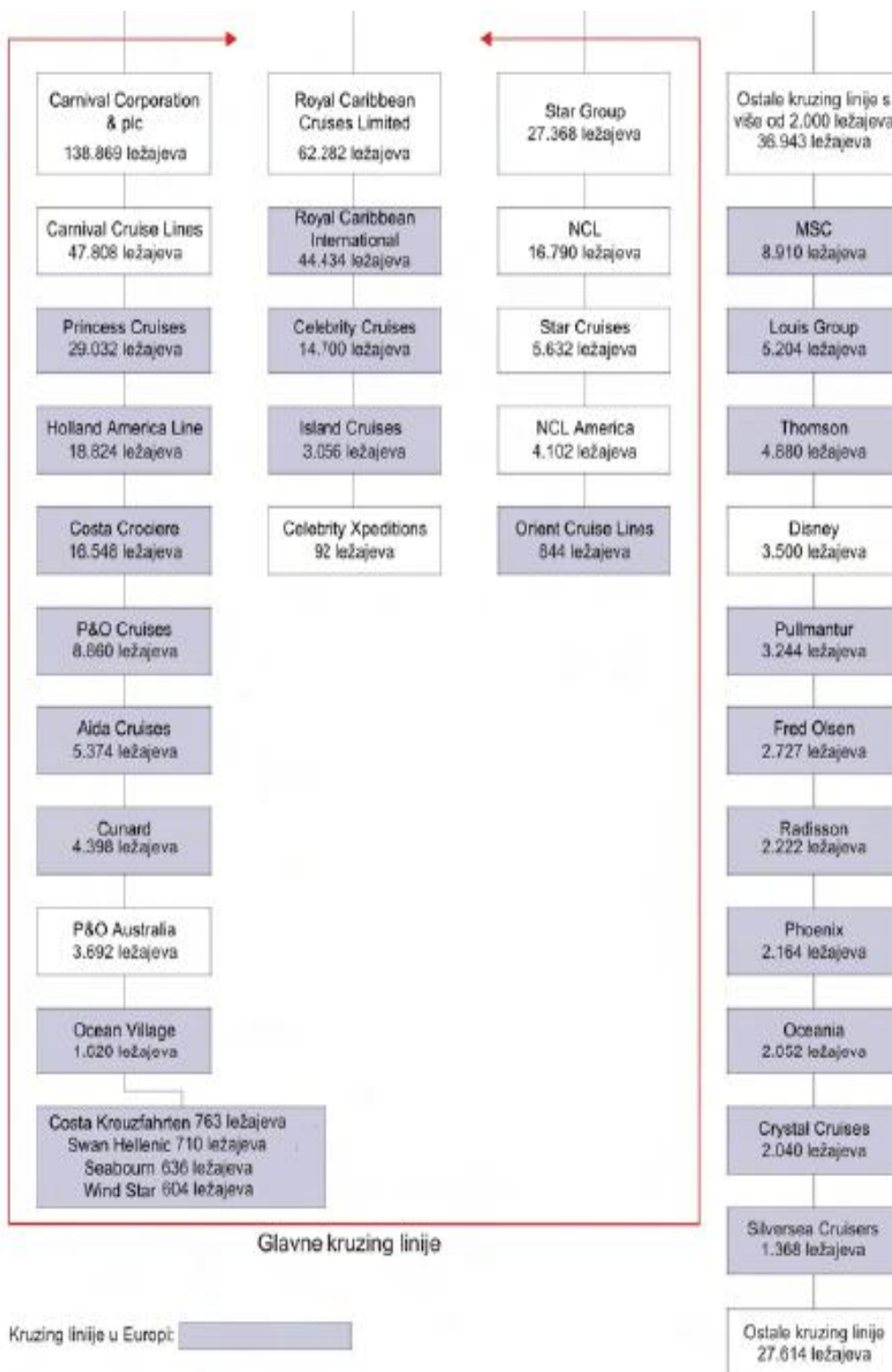
⁵ Ibidem

Tablica broj 1. Razvoj modernih brodova za kružna putovanja

RAZDOBLJE	PROSJEČNA DUŽINA (m)	PROSJEČAN GAZ (m)	PROSJEČAN BROJ PUTNIKA	OBILJEŽJE RAZDOBLJA
1960.-1969.	155	11	500	Poslije Drugog svjetskog rata desetak je godina prijevoz putnika morem bio zanemariv. Kupljeni su i obnvljeni brodovi.
1970.-1979.	215	10	650	Standardni poslovni modeli korišteni uz zaradu do naftne krize.
1980.-1989.	245	9	1 500	Promjena poslovnih modela. Eksperimetiranje većim brodovima i putnim itinerarima.
1990.-1997.	275	8	2 600	Veći brodovi postaju odredišta. Smanjen gaz borodova.
1998.-2000.	300	8	3 600	Mega brodovi kao ploveći gradovi. Maksimalno povećanje putničkih kapaciteta. Brodovi ograničeni na jednu regiju, nepogodni za prijelaz Panamskog kanala.
2000. i dalje	355	9	3 500	Usmjerenost na stvaranje učinkovitijih brodskih izbedbi ivanjskih kabina te fleksibilni raspored.

Izvor: Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 14.str.

Slika broj 1. Struktura kruzing kompanija



Izvor: Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 18.str.

3.2. POTRAŽNJA

Kruzing se razvio u jedan od vodećih svjetskih koroprativnih oblika poslovanja, a čiji su rezultat velike kruzing kompanije s flotama specijaliziranih kruzera. Te kompanije razvile su se na svim kontinentima, a posebno u Americi i Europi, koje su opisane u slijedećim podnaslovima.

3.2.1. Svijet

Svjetski kruzing razvijao se između turizma i pomorstva preuzimajući karakteristike, turistička obilježja i vještinu pomorstva i brodogradnje. Dinamičnim razvojem postigao je velika kapitalna ulaganja i razvoj flote kako bi se zadovoljile potrebe turista i osigurao profit kompanijama. Zanimljiva je pojava „idle vessels“, neistraženoga potencijalnog tržišta koje se pojavljuje u tri ljetna mjeseca. To je područje Pacifika, Indijskog oceana i južnog Atlantika, dijela sjevernog Atlantika, uz druga tržišta koja se javljaju u razdoblju tržišnog repositioniranja iz Kariba na europsko sezonsko tržište. Također, stvaraju se novi odnosi povezivanjem turističkih ponuda, a prirodni resursi postaju sve važniji. Jedan od noviteta na tržištu je Antarktik cruise koji nudi razgledavanje ledanjaka, a traje oko deset dana i obuhvaća posjete Foklandima sa kratkim izletima na zaleđeno kopno. Za mali broj zaljubljenika u prirodu organiziraju se posebna krstarenja duž sjeverne obale Antarktika koja traju mjesec dana. Na Arktiku se organizira sedmodnevni kruzing obalom Spicbergen u razdoblju od lipnja do kolovoza, odnosno tijekom polarnih dana. Krstarenje Pacifičkom obalom traje u prosjeku četiri dana, a turisti moraju biti spremni na snažne udare vjetera i kišu pri prosječnoj dnevnoj temperaturi od 12 stupnjeva i ledene noći.

3.2.2. Europa

Tijekom 2011. godine 6,1 milijun putnika s područja Europe sudjelovalo je na kružnom putovanju brodom, što predstavlja porast od 9 posto u odnosu na 2010. godinu. S druge strane 27,5 milijuna putnika posjetilo je europske luke u sklopu kružnih putovanja brodom, što je porast od 9 posto u odnosu na prethodnu godinu. Najznačajnije europsko emitivno tržište je Velika Britanija s 1,7 milijuna putnika na kruzima u 2011. godini i

rastom od 11% u odnosu na 2009. godinu. Na drugom mjestu je Njemačka s 1,4 milijuna turista na kruzerima i porastom od 35%, a slijede tri važne receptivne destinacije za kruzere na Mediteranu, Italija, Španjolska i Francuska, koje su zajedno generirale preko 2 milijuna kruzing turista u 2011. godini, što čini 33% od ukupnog kruzing tržišta u Europi. Značajan je i porast potražnje koji je u Italiji je iznosio 16%, u Španjolskoj 20%, a u Francuskoj 27%. Europljani najčešće odabiru Mediteran i Atlantske otoke kao destinacije kružnih putovanja, tako da se 61% svih njihovih putovanja realizira u tim destinacijama. U 2011. godini 4,08 milijuna putnika na kruzerima plovilo je Mediteranom i ostvarilo 33,79 milijuna noćenja s prosječnom duljinom putovanja od oko osam dana. Najveći broj njih posjetio je Italiju (gotovo 6,5 milijuna putnika), potom slijedi Španjolska s 5,3 milijuna, te Grčka s 4,8 milijuna putnika, a tu su još i Francuska, Hrvatska, Portugal, Cipar, Malta i Turska. Sve je veći broj operatera koji posluju na području istočnog Mediterana (rast kapaciteta od 8% u 2009., u odnosu na 2008. godinu) i Jadrana (rast od 12%), a nude 358 itinerera pri čemu je njih 342 različitih⁶.

Tablica broj 2. Potražnja za kruzing putovanjima

Emitivno tržište	Broj putnika		2005 (%)	2011 (%)
	2005.	2011.		
Velika Britanija	1 071 000	1 700 000	4	11
Njemačka	639 000	1 400 000	10	35
Italija	514 000	2 000 000	28	16
Španjolska	379 000		26	20
Francuska	233 000		5	27
Ostale zemlje	380 000		27	
UKUPNO	3 216 000			

*Izvor: Podaci za 2005.godinu iz „Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj“ 14.str, a podaci za 2011.godinu iz članka Horak Siniše „Međunarodni kruzing turizam“

⁶ Horak Siniša „Međunarodni kruzing turizam“
<http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzing-turizam-02-01-2013.pdf> 2013.godina

Tablica broj 3. Emitivna tržišta Europe s obzirom na destinaciju

EMITIVNO TRŽIŠTE	DESTINACIJA PLOVIDBE			
	MEDITERANSKI I ATLANTSKI OTOCI	SJEVERNA EUROPA	KARIBI I OSTALA PODRUČJA	UKUPNO
	PUTNICI U 000			
Velika Britanija	467	190	414	1 071
Njemačka	314	192	133	639
Italija	423	42	48	514
Španjolska	311	17	51	379
Francuska	152	26	55	233
Ostale europske zemlje	268	34	78	381
UKUPNO	1 937	500	779	3 216
	U %			
Velika Britanija	24	38	53	33
Njemačka	16	38	17	20
Italija	22	8	6	16
Španjolska	16	3	7	12
Francuska	8	5	7	7
Ostale europske zemlje	14	7	10	12
UKUPNO	100	100	100	100
	U %			
Velika Britanija	44	18	39	100
Njemačka	49	30	21	100
Italija	82	8	9	100
Španjolska	82	4	13	100
Francuska	65	11	24	100
Ostale europske zemlje	70	9	20	100
UKUPNO	60	16	24	100

Izvor: Studija održivog razvoja krucizing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007. 16.str.

Najvažnija karakteristika europskog tržišta je izražena sezonalnost, što pokazuje da tržište potražnje još uvijek nije našlo svoj adekvatan odgovor u sofisticiranoj i kvalitetnoj ponudi. Visoka sezonalnost ostaje kao potencijal koje kruzing kompanije nisu još dostatno iskoristile. Sezonski karakter poslovanja i razvoj može se očekivati u skladu s razvojem tematskog kruzinga, koji sve više zahvaća zapadnu Europu, a odnosi se na poticanje istraživačkih želja potencijalnih putnika. Mediteran, kao veliko svjetsko tržište kruzinga, zbog nejednako razvedene obale, ostao je, još uvijek, nedovoljno zastupljen. Njegovih oko 40 tisuća kilometara obale pripada različito razvijenim zemljama - od visoko razvijenih Francuske, Španjolske i Italije, do srednje razvijenih Grčke i Hrvatske, uz više malih srednje razvijenih država koje zauzimaju manji dio obale. Nejednolika razvedenost obale Mediterana odražava se na mogućnost razvoja kruzinga. Obale Grčke i Hrvatske visoko su razvedene i neprikladne za velike brodove, a čine polovinu obale Mediterana. Upravo ta karakteristika potiče razvoj gradnje manjih dobro opremljenih brodova. Sjeverozapadno tržište Europe ima izrazit sezonski karakter poslovanja i razvija se u skladu s razvojem tematskog kruzinga, koji sve više zahvaća zapadnu Europu, a odnosi se na poticanje istraživačkih želja kod potencijalnih putnika. Područje Sjevernog mora i sjeverozapadnoga Atlantika zanimljivo je za velike i lokalne kruzere s jednodnevnim izletima na obližnje otoke u Sjevernom moru, kao, primjerice, Helgoland. Kruzing u fjordovima sjevernih zemalja razvija se u skladu s intenzivnim razvojem nautičkog turizma na europskom sjeveru. Baltic Sea Cruising“ zajedno s fjordovskim kruzingom bilježi vrlo dinamičan razvoj. Na Baltiku imaju bogatu tradiciju jer su ljudi povezani s morem, vodama i plovilima, a to je ujedno i najrazvijeniji dio Europe.

3.3. TRENDVI

Luke ticanja postale su sekundarna destinacija u odnosu na brodove kružnih putovanja. Najčešće aktivnosti kojima se posjetitelji s kruzera bave u destinacijama ticanja su⁷:

- razgledavanja destinacije i turističkih atrakcija uključujući odlazak na izlete u okolicu,
- kupovina u lokalnim trgovinama,
- konzumacija jela i pića u ugostiteljskim objektima.

⁷ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 19.str.

Razgledavanja destinacije i turističke atrakcije važan su dio itinerara jer su važan izvor zarade brodskih kompanija, iako udio putnika koji odlaze na izlete ovisi o destinaciji, a iznosi od 50 do 80% putnika.

Druga zastupljena aktivnost je kupovina u kojoj sudjeluje veći postotak putnika, a na Sredozemlju iznosi 90% dok je na Karibima 76%. To se objašnjava većom ulogom i utjecajem luka Sredozemlja u odnosu na luke Kariba.

Konsumacija jela i pića, kao treća aktivnost, je rijetka zbog kratkog boravka broda u destinaciji, a ovisi i o izletima koji nude konzumaciju autohtonih proizvoda.

Prosječna potrošnja putnika na kružnim putovanjima ovisi o destinaciji i njezinoj ponudi, zemlji porijekla i socio- ekonomskim obilježjima putnika, aktivnostima u luci te duljini boravka⁸.

Na najrazvijenijem kruzingu tržištu na svijetu, u SAD-u, zbog sve većeg broja putnika uključenih u kruzingu, očekuju se manje stope rasta potražnje od onih koje su karakterizirale dosadašnji razvoj. Osim toga, vjerojatno je i nešto veće sudjelovanje sjevernoameričkog emitivnog tržišta u drugim dijelovima kruzingu područja svijeta, posebno Sredozemlja, budući da je najatraktivnije kruzingu područje, Karibi, blizu saturacije⁹.

Europsko tržište zadnjih godina bilježi najviše stope rasta potražnje za kruzingu, pa se očekuje da će u idućem srednjoročnom razdoblju upravo Europa predstavljati najveći razvojni potencijal za ovu vrstu ponude. Taj će rast 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 Sredozemlje¹⁰.

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 korisnika¹¹. Sve je češća pojava ponovljenih putovanja kruzerima na istim itinererima čime se smanjuje broj silazaka putnika u destinacijama ticanja, putnicima se mora nuditi nešto novo (na brodu i u destinacijama), kako bi i oni koji su na opetovanim putovanjima bili što zadovoljniji i moraju se osmišljavati novi itinereri koji su namijenjeni posebnim željama pojedinih tržišnih segmenata. Osim pada cijena

⁸ Ibidem

⁹ Ibidem

¹⁰ Ibidem

¹¹ Ibidem

kruzing proizvoda, skraćuje se i vrijeme trajanja putovanja pa se tako nude i putovanja od samo nekoliko dana. Uvode se i nove ponude pod nazivom „easyCruise“ na Sredozemlju koje su namijenjena mlađim dobnim skupinama, a omogućuju putovanje kruzerom s mogućnošću ukrcaja i iskrcaja s broda u bilo kojoj od sedam do deset destinacija uključenih u itinerer.

Porast veličine broda omogućuje ponudu različitih sadržaja za putnike koji se uglavnom daju u koncesije pojedinim tvrtkama, a 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 brodu¹². Brodarskim kompanijama značajni izvor prihoda predstavlja i prihod ostvaren od razlike u cijenama izleta i organiziranih obilazaka u lukama ticanja (razlike između cijena koje putnici plaćaju brodaru i koje brodar plaća putničkoj agenciji u destinaciji). Kraći boravak putnika s kruzera u destinacijama je u koliziji s interesom destinacija jer se smanjuje mogućnost potrošnje u destinaciji, a zbog veličine broda se javljaju problemi s prometnom gužvom¹³.

Zbog širenja tržišta, opetovanih putovanja i razvoja posebne ponude itinerera, povećava se broj luka ticanja. Tako turisti danas žele egzotična odredišta pa sve više kompanija u ponudi ima „djevičanska“ putovanja. Ponuda se usmjerava na širi krug potencijalnih kupaca, a sve više je prisutna specijalizacija ponude putovanja brodovima od avanturističke, tematske, obiteljske... Itinereri se, također, razvijaju i segmentiraju jer gdje je nekad postojalo krstarenje Karibima danas postoji krstarenje istočnim, zapadnim, južnim i „egzotičnim“ Karibima.

Zbog ekspanzije međunarodnih kružnih putovanja, razvijaju specijalizirani terminali za tu vrstu prometa. Gotovo sve najznačajnije kruzing luke na Sredozemlju imaju izgrađene putničke terminale namijenjene prvenstveno kruzing putnicima¹⁴. One su uglavnom i polazne luke za brodove na kružnim putovanjima pa se terminali čine opravdanim. Ipak, nije nužno da svaka luka ticanja izgrađuje takve terminale, jer je, prema nekim ocjenama, njihova isplativost upitna. To se posebno odnosi na naše luke, od kojih neke već imaju planove izgradnje takvih terminala, pa treba biti pažljiv pri izradi studija opravdanosti njihove izgradnje. Dosadašnje iskustvo turističkih organizatora na tržištu kružnih putovanja upućuje na to da je ulaganje u terminal osnova ekonomskog vrednovanja kulturne baštine i manifestacija borbe za prestiž u

¹² Ibidem

¹³ Ibidem

¹⁴ Ibidem

odnosu prema konkurentnoj luci, ali istovremeno može biti i oruđe u rukama brodarskih kompanija za snižavanje cijena u takvim lukama koje zbog visokih troškova izgradnje terminala moraju privući brodove. Uočeni trendovi na tržištu međunarodnih kruzing putovanja ukazuju na nastavak rasta potražnje za tom vrstom ponude i na širenje tržišta, budući da krstarenja u velikom dijelu ponude više nisu „jednokratni doživljaj za cijeli život“ niti „doživljaj koji si mogu priuštiti samo najbogatiji“. Boravak na brodu postaje izbor načina provođenja odmora, pa se takva putovanja ponavljaju višekratno i to ne samo na novim rutama krstarenja nego često i na istim.¹⁵ Možemo očekivati da će svjetski trendovi u međunarodnom kruzingu zahvatiti i Hrvatsku u svjetlu rastuće popularnosti u zadnjih nekoliko godina kao odmorišne destinacije i približavanja euroatlantskim integracijama.

¹⁵ Ibidem

4. ANALIZA KRUIZING DESTINACIJA

Geografske podjele kruzing destinacija pokazuju rasprostranjenost kruzing turizma u svijetu ističući osnovne karakteristike pojedinih geografskih cjelina kao kruzing destinacija, njihov razvoj i položaj u odnosu prema ostalim destinacijama. Destinacija kao širi pojam tijesno je povezana sa zaposlenošću flote pojedine brodske kompanije, a predstavlja područje s različitim prirodnim bogatstvima, oblicima ili privlačnostima što se nude turistima¹⁶. Tržište se dijeli na različite područne jedinice, nacije i regije, a glavne kruzing destinacije u svijetu 2009. godine bili su Karibi, Sredozemlje, Sjeverna Europa, Azija - Pacifik, Aljaska, Južna Amerika. Važnost geografskog položaja promatra se tako da putnici često odabiru krstarenje prema itineraru, a ne prema brodu ili kruzing-kompaniji, a određene destinacije najpristupačnije je posjetiti u okviru krstarenja, kao grčke otoke, Indoneziju i Karibe, a također i neke nerazvijene zemlje jer brod pruža sigurnost u svakom pogledu¹⁷.

Klimatski čimbenik ima odlučujuću ulogu u određivanju rasporeda itinerara, a uzrokuje repositioniranje brodova s jedne destinaciju na drugu. Kako je sve podređeno udobnosti i sigurnosti putnika, brodovi obično izbjegavaju područja gdje se pojavljuju teži vremenski uvjeti zbog geografskih, klimatskih i sezonskih promjena. Zato su područja i mora između sjeverne i južne obratnice, poznata i kao tropska zona, pogodna su za kruzing-turizam tijekom cijele godine, a to su područja Kariba, Srednje Amerike, veći dio Južne Amerike, veći dio Afrike i jugoistok Azije. Klimatski uvjeti utječu na to da neka područja nisu pogodna za krstarenja u zimskim mjesecima, ranom proljeću i u kasnoj jeseni, a to su zapadna obala Sjeverne Amerike, Aljaska, Bermudi, istočna obala Sjeverne Amerike, jug Južne Amerike, Sredozemlje, sjeverna Europa, Baltičko more, Daleki istok, južna Australija i Novi Zeland¹⁸. 57% tržišnog udjela pripada Sjevernoj i Srednjoj Americi, 24% Europi, 16% ostalom dijelu svijeta, a 3% odnosi se na brodove bez angažmana¹⁹. Promatraju li se udjeli tržišta pojedinih regija kruzinga prema kapacitetu brodova u njima i dalje prednjače Karibi, dok sredozemna regija zauzima drugo mjesto, što je i prikazano u tablici broj 4. Kapacitet svjetske flote kruzera u 2009. godini iznosio je oko 17 milijuna putnika.

¹⁶ BeniĆ, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010., 1.str.

¹⁷ Ibidem

¹⁸ Ibidem

¹⁹ Ibidem

Tablica broj 4. Glavne kruzing destinacije u svijetu- usporedba 2000. i 2010. godine

PODRUČJE	2000.	2010.
Karibi	21 510	36 272
Mediteran	6 277	18 538
Europa	3 745	9 029
Aljaska	4 197	5 959
Pacifik	2 681	4 947
Bahami	3 200	6 795
Ostalo	12 253	22 569
UKUPNO	53 863	104 109

Izvor: http://www.costabravacruiseports.com/wp-content/uploads/2012/09/MedCruise_Statistic-Report-2011_Port-of-Palamos.pdf

4.1. SJEVERNA AMERIKA

Najveće tržište kruzing turizma u svijetu, područje Sjeverne Amerike može se podijeliti na pet destinacija Karibe, Aljasku, sjeveroistočnu Ameriku, pacifičku obalu Meksika i rijeku Mississippi. Od pet kruzing destinacija u svijetu čak su tri na Floridi, i to Miami, Port Everglades i Port Canaveral, gdje najuglednije kompanije imaju sjedište, pa stoga nije ni upitan podatak da dvije trećine putnika svjetskog kruzinga dolazi iz Sjeverne Amerike. U brojkama bi to izgledalo ovako, 2007. godine 10,6 milijuna putnika, 2008. godine kapacitet se povećao i iznosio je 10,9 milijuna putnika, dok je početkom 2009. godine kapacitet povećan za 660 700 putnika. Od ukupne populacije Sjeverne Amerike 18% bilo je na kruzingu. U 2007. godini ostvaren je prihod od 19 milijarda američkih dolara, to jest 32 milijarde dolara doprinosa američkoj ekonomiji. Prema tim podacima sjevernoameričke destinacije imaju 32 iskrcajne luke koje omogućuju 75 postotnom broju američkih putnika da udaljenost od kuće i do kuće mogu prevaliti automobilom²⁰.

Karibi privlače više putnika nego bilo koja kruzing destinacija u svijetu, a zanimanje putnika sa sjevernoameričkog područja je velik zbog njihove blizine. To područje može se podijeliti na Istočne, Zapadne i Južne Karibe, prema čemu se formiraju i itinerari, dok su Bahami i Bermudsko otočje geografski izvan tog područja, ali su uključeni u karipske

²⁰ Ibidem

itinerare. Bahami kao poseban itinerar obično polazi iz južnofloridskih luka Miami, Ft Lauderdale, Port Everglades i Port Canaverala, a najvažnije luke ticanja su Nassau i Freeport. Neke kruzinge kompanije posjeduju privatne otoke pa ih uključuju u svoje itinerare po Karibima. Tako je kompanija NCL već 1977. godine kupila otok Great Stirrup Cay, a poslije i ostale kompanije, kao Disney Cruise Line (Castaway Cay), Royal Caribbean (Coco Cay), Holland America (Half Moon Cay), Princess Cruises (Princess Cay). Prednosti vlasništva ogledaju se u prihodima povezanim sa svim sadržajima na otoku, te nepotrebnost plaćanja lučkih pristojba koje se inače vežu za luke ticanja, a mogu biti znatan trošak ako se uzme da mogu biti od 1 USD (Dominikanska Republika), pa 13,25 USD u Porto Ricu, sve do 60 USD (Bermudsko otočje). Obično se kreću između 3 i 7 USD²¹. Na tu destinaciju odnosi se 46,6% ukupnoga svjetskog kapaciteta brodova u 2007. godini, a koliko je ekonomski učinak važan vidi se u otvaranju radnih mjesta u Karibima. Zadovoljstvo putnika izraženo sa srednjom vrijednošću od 7,2 (na bodovnoj ljestvici 10 je najviša ocjena, a 1 najmanja) odražava veliko zadovoljstvo putnika na karipskim itinerarima. Najveći dio putnika s kruzera, čak njih 90%, na Karibe dođe sjevernoameričkom flotom, koja je članica FCCA udruge, pa su prema tome i vodeće kruzinge kompanije na Karibima Carnival i Royal Caribbean, što je i prikazano u tablici broj 5.

²¹ Ibidem

Tablica broj 5. Vodeće kruzinge kompanije na Karibima

Kompanija	Brodovi	Kapacitet	Udio (%)
Carnival	18	2.453.427	36,6
Royal Caribbean	18	1.971.616	29,4
Princess	9	521.310	7,8
NCL	6	360.226	5,4
Disney	2	264.250	3,9
HAL	10	232.156	3,5
Imperial Maj	1	212.400	3,2
Celebrity	6	163.546	2,4
Costa	4	148.880	2,2
AIDA	2	49.530	0,7
P&O	2	45.066	0,7
MSC	3	44.590	0,7
Pullmantur	1	44.000	0,7
Ocean Vill	1	38.880	0,6
Cunard	1	25.200	0,4
Windjammer	5	19.470	0,3
Ostale 23	37	107.028	1,5
Ukupno	126	6.701.575	100

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzinge destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 7.str.

Kapaciteti vodećih svjetskih kompanija na Karibima i dalje prednjače u odnosu na ostale destinacije, što je i prikazano u tablici broj 6.

Tablica broj 6. Kapaciteti svjetskih kompanija na Karibima

Kompanija	Brodovi (ukupno)	Kapacitet postelja (ukupno)	Udio na Karibima (%)
Carnival	23	56.504	78
Royal Caribbean	22	58.762	60
Princess	17	37.220	31
Costa	14	28.525	64
NCL	11	21.308	42

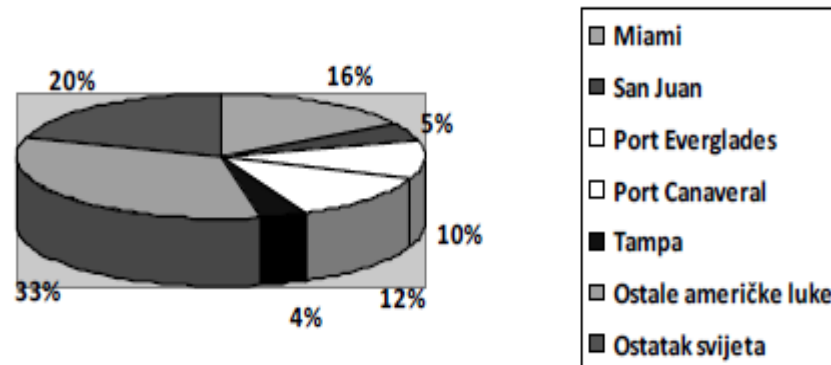
Izvor: Benić Ivica „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“ 8.str.

Prateći promjene na tržištu mogu se usporediti 2006. i 2007. godina i doći do zaključka kako je porast vidljiv u karipskim lukama po broju dolazaka putnika i kapacitetu brodova. Takav rast se nastavio i u slijedećim godinama pa je 2010. godine Barbados imao oko 800 000 putnika i 450 ticanja brodova što je oko 50 postotno povećanje u odnosu na prethodne godine. Sličan primjer su Dominikanska Republika sa 46 postotnim povećanjem, Grenada sa 48 postotnim povećanjem i Sv. Martin sa 65 postotnim povećanjem.

6,7 milijuna putnika (125 brodova) zabilježeno je 2006. godine što je 5% više u odnosu na 2005. godinu kada je broj putnika iznosio 6,5 milijuna, a činilo je 53% svjetskog kapaciteta putnika. Neznatan porast broja putnika bilježi se i u 2007. godini, pa broj od 6,8 milijuna putnika i 129 brodova nije neki veći iskorak. Svakako se može zaključiti da je proporcionalno porastu brodske flote u proteklih 30 godina vidljiv i rast broja putnika te razvoj ove regije. Dok je u proteklih deset godina kruzing industrija bilježila razvoj od 107%, promet u Port Evergladeu porastao je za 228%, s 3,6 milijuna putnika u 2007. godini. Port Canaveral, sa šest putničkih terminala, povećao je prihod s 44,6 milijuna USD u 2005. godini na 51 milijun USD u 2006. godini. Uspješne luke Floride pokretači su razvoja kruzing turizma na Karibima, a time i u Sjevernoj Americi i svijetu što je prikazano na slici broj 2. Ulažući u infrastrukturu olakšavaju promet putnika i pomažu boljoj afirmaciji, a udio od 47% ukupnoga svjetskog iskrcaja putnika pokazatelj je najbolje svjetske destinacije²².

²² Ibidem

Slika broj 2. Glavne luke na Karibima u usporedbi s ostalim američkim lukama i svijetom



Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 10.str.

Sezona kružnih putovanja na Aljasci ograničena je zbog vremenskih prilika, pa tako počinje tijekom svibnja i završava krajem rujna ili početkom mjeseca listopada. Zbog svojega ekološkog područja i regulacija povezanih s tim, teško da se može usporediti s nekom drugom destinacijom jer postoje ograničenja emisije ispušnih plinova čega su svjesne i kompanije, što se ogleda i u specifikaciji brodova (turbinski pogoni s vrlo niskom emisijom ispušnih plinova) koji tuda plove. Specifičnost je i činjenica da su samo dvije polazne luke ovih itinerara, i to Seattle i Vancouver²³. Vancouver s 930 000 putnika u 2007. godini i povećanjem od 10% u odnosu prema 2006. godini, bilježi rast s obzirom da su putničke pristojbe u lukama na Aljasci narasle, a koje se naplaćuju samo za prvih pet ticanja. Unatoč visokim pristojbama udio vodećih kompanije nije se značajno promijenio. Seattle sa 190 ticanja brodova i 781 143 putnika u 2007. godini uz 4% više od 2006. godine, po broju je putnika odmah iza Vancouvera. U 2008. godini je bilo 208 ticanja brodova i 828 000 putnika. Razlog tome leži u izgradnji novog terminala za prihvat Voyager klase brodova čiji je rezultat investiranja u infrastrukturu znakovit porast iskrcaja putnika, pa tako Seattle dobiva sve više na važnosti. Uz luke ticanja spomenute prije, tu su još Prince Rupert, Sitka, Icy Strait, te Glednar Bay²⁴.

Kompanija Princess najzastupljenija je po broju brodova i postelja te najviše ulaže u itinerare na Aljasci, a znatan pomak ima i Carnival, s 8% svojih kapaciteta. Destinacija će se zbog svoje jedinstvenosti zadržati u vrhu poželjnih svjetskih itinerara, što se ogleda i u velikom

²³ Ibidem

²⁴ Ibidem

zanimanju sjevernoameričkog tržišta. Na ljestvici najboljih kruzinga od 6 do 8 dana, sedmodnevni na Aljasci s 25,98% zauzima prvo mjesto ispred zapadnih Kariba od 22,98%.

Na sam spomen zapadne obale Amerike, prvo se pomisli na meksičku obalu kao jednu od destinacija različitih itinerara koje polaze iz Los Angelesa, Long Beacha i San Diega, a uključuju itinerare u trajanju od tri do sedam dana. Polazna luka za putovanje kroz Panamski kanal je Acapulco, koja je ujedno i završna luka krstarenja s Kariba. Los Angeles je u 2007. godini imao 260 ticanja i s oko 1,1 milijuna putnika najvažnija je luka zapadne obale²⁵. San Diego sa 700 000 putnika bilježi veliki uspon kao bazna luka kružnih putovanja, a s Long Beachom, u kojem Carnival ima svoj terminal, čini 10% svjetskog iskcaja putnika.

Kapacitet putnika na Havajskom otočju 2007. godine u odnosu na prethodnu godinu iznosi je 17% više. Kompanija Princess je povećala svoj kapacitet, ali i dalje je vodeća ostala NCL kompanija.

Sezona na istočnoj obali Sjeverne Amerike ograničena je vremenskim uvjetima pa traje od proljeća do jeseni. Najvažniji itinerari su oni koji polaze iz New Yorka prema Montrealu, te prema Bermudskom otočju²⁶. Južna luka na itineraru, Norfolk nadogradila je postojeću infrastrukturu za prihvrat brodova te se njezin kapacitet povećao na 90 000 putnika. Isto je napravio i Baltimor, te je broj putnika dosegao 130 000. Charleston bi izgradnjom novog terminala trebao u roku od 10 godina povećati broj putnika na 250 000. Boston i New York, kao glavne luke ukrcaja i iskrcaja, bilježe rast broja putnika, a vodeće svjetske kompanije tu imaju bazne brodove, kao i na Bermudskom otočju.

4.2. EUROPA

Europa je nakon Sjeverne Amerike najpopularnija kruzing destinacija, a ističu se Sredozemlje i sjeverna Europa. Vodeće svjetske kompanije zainteresirane su za nju što se ogleda u povećanju brodskih kapaciteta s 24% i 3,4 milijuna europskih putnika 2006. godine, 4 milijuna 2007. godine, 4,6, milijuna putnika 2008. godine te oko 5 milijuna putnika 2009.

²⁵ Ibidem

²⁶ Ibidem

godine. Vodeći putnici su Britanci za kojima slijede Nijemci, Talijani i Španjolci²⁷, što je i prikazano u tablici broj 8. Najveće destinacije su Italija, Španjolska, Francuska, Norveška koje nude multikulturalno iskustvo, a koje je u suprotnosti s karipskim destinacijama te time raste interes na američkom tržištu.

Tablica broj 8. Vodeći putnici europskih krstarenja

Putnici	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2007./2006. (%)
Velika Britanija	964.000	1.029.000	1.071.000	1.204.000	1.337.000	11,0
Njemačka	537.000	583.000	639.000	705.000	763.000	8,0
Italija	346.000	400.000	514.000	517.000	640.000	24,0
Španjolska	307.000	300.000	379.000	391.000	518.000	32,0
Francuska	212.000	222.000	233.000	242.000	280.000	16,0
Beneluks	42.000	41.000	42.000	64.000	94.000	51,0
Skandinavija	54.000	56.000	42.000	62.000	82.000	29,0
Švicarska	47.000	50.000	51.000	56.000	64.000	14,0
Austrija	35.000	38.000	39.000	44.000	52.000	18,0
Portugal	14.000	14.000	15.000	18.000	20.000	11,0
Ostali	113.000	101.000	102.000	105.000	155.000	47,0
Ukupno	2.671.000	2.835.000	3.126.000	3.409.000	4.004.000	15,0

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 19.str.

Područje Sredozemlja dijeli se na istočno i zapadno tržište, a koje karakterizira ispreplitanje itinerara.

Istočno tržište obuhvaća itinerare unutar samog podrčja, one na relaciji istočno-zapadno Sredozemlje i obrnuto, alo i one iz sjeverne Europe prema istočnom Sredozemlju²⁸. Uključuju kružna putovanja unutar rubnih područja istočnog Sredozemlja, kao Egejskog mora i Levanta (Crno more i Crveno more). Jadranska se destinacija, bazira najvećim dijelom na jadranske luke, odakle i počinju svi itenerari, ali, kao i sve ostale europske destinacije,

²⁷ Ibidem

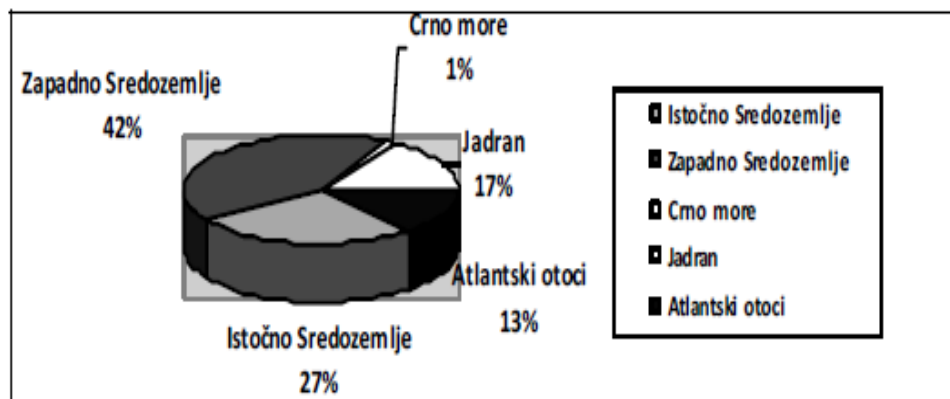
²⁸ Ibidem

međusobno korenspondiraju u obliku različitih itinerara koji ih povezuju (npr. sjeverna Europa i Jadran)²⁹.

Zapadno Sredozemlje uključuje kružna putovanja unutar zapadnog dijela Sredozemlja, prema Kanarima, Azotima, Madeirima, te putovanja iz atlantskih i sjevernoeuropskih luka prema zapadu. Atlantski otoci se tu ističu kao jedna od destinacija, a kao luka ticanja su ucrtani u repozicijskom smjeru, iz Europe prema Karibima, te obrnuto.

Sredozemno tržište je podložno različitim utjecajima na isticanje svojih destinacija, zbog svog geografskog položaja, a oni su vidljivi između istočnog i zapadnog dijela, kako je i prikazano na slici broj 3. 2006. godine zapadno Sredozemlje imalo je 71% zastupljenosti na tržištu, dok je istočno imalo 12,6%.

Slika broj 3. Sredozemno tržište



Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 20.str.

Klimatske pogodnosti pridonose dugome toplom ljetu i pogoduju kruzing odmoru. Zbog globalnog zatopljenja poboljšavaju se vremenske prilike i tijekom zimskih mjeseci, pa se sezona kružnih putovanja u produžuje, što je velika prednost osobito za brodove u zimskom razdoblju³⁰. Nudi širok izbor itinerara koji se razlikuju po duljini trajanja, a najpopularniji su oni od 12 dana, česti su i oni od 7, 10 i 14 dana. Prednosti Mediterana kao destinacije ogledaju se u sljedećem³¹:

²⁹ Ibidem

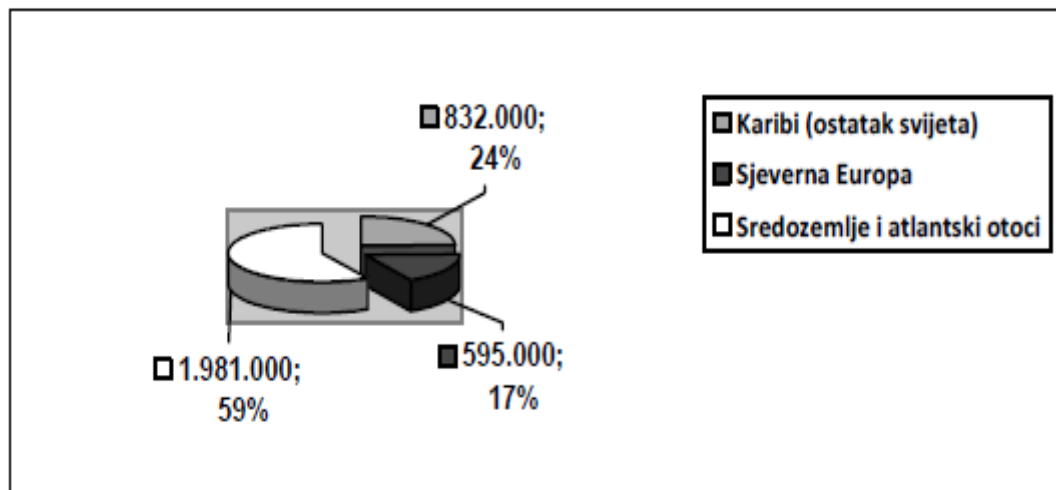
³⁰ Ibidem

³¹ Ibidem

- strateški položaj između Europe, Afrike i Azije,
- grčka, rimska, egipatska kultura i povijest,
- arheološka nalazišta, crkve i muzeji,
- predivni prirodni krajolici,
- kontrast između moderne i stare umjetnosti,
- raznovrsnost proizvoda.

Oko 60% Europskih turista izabire Mediteran kao destinaciju, ali ni Sredozemlje ne zaostaje za njime, a promjene su prikazane na slici broj 4 te tablicama broj 9 i 10 u kojoj su prikazane vodeće luke Sredozemlja.

Slika broj 4. Europsko tržište prema destinaciji



Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 22.str.

Tablica broj 9. Europsko tržište prema destinaciji- 2007.

Putnici	Sredozemlje i atlantski otoci (%)	Sjeverna Europa (%)	Karibi i ostali svijet (%)	Ukupno (%)
Velika Britanija	48,0	18,0	34,0	100
Njemačka	50,0	28,0	22,0	100
Italija	81,0	7,0	12,0	100
Španjolska	74,0	10,0	16,0	100
Francuska	66,0	11,0	23,0	100
Švicarska	61,0	14,0	25,0	100
Austrija	72,0	7,0	21,0	100
Beneluks	43,0	17,0	40,0	100
Skandinavija	35,0	35,0	30,0	100
Portugal	65,0	14,0	21,0	100
Ostali	85,0	5,0	10,0	100
Ukupno	60,0	16,0	24,0	100

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 23.str.

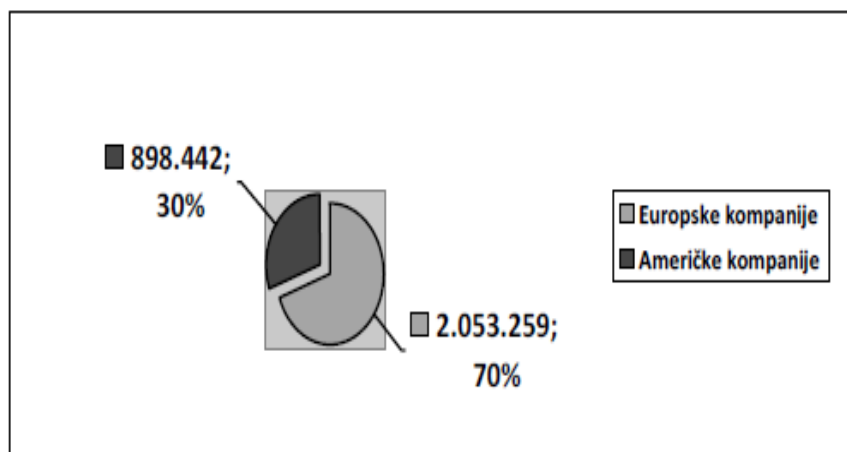
Tablica broj 10. Vodeće luke Sredozemlja- 2010.

REGION	PORT	Transits 2010 (pax)	Share of Transit	Transits	
			on total port traffic	2009 (pax)	Variation 2010/2009
WEST MED	CIVITAVECCHIA	1.300.776	66,9%	1.082.487	218.289
WEST MED	BARCELONA	1.084.670	46,2%	971.226	113.444
WEST MED	BALEARIC ISLANDS	975.530	63,1%	789.509	186.021
WEST MED	NAPLES	975.081	85,6%	1.154.742	- 179.661
ADRIATIC	DUBROVNIK/KORCULA	916.089	97,9%	901.389	14.700
WEST MED	TUNISIAN PORTS	895.403	100,0%	752.246	143.157
WEST MED	LIVORNO	776.221	94,4%	754.965	21.256
EAST MED	PIRAEUS	719.255	62,8%	<i>new member</i>	
WEST MED	FRENCH RIVIERA PORTS	627.440	93,3%	707.929	- 80.489
EAST MED	KUSADASI, BODRUM, ANTALYA	547.657	82,7%	<i>new member</i>	
WEST MED	MADEIRA PORTS	482.659	98,0%	425.433	57.226
WEST MED	VALLETTA	464.386	94,1%	413.589	50.797
WEST MED	MARSEILLE	431.649	61,7%	456.000	- 24.351
WEST MED	MALAGA	419.256	63,6%	409.935	9.321
EAST MED	ISTANBUL	404.216	81,4%	<i>new member</i>	
WEST MED	LISBON	395.884	88,3%	331.885	63.999
WEST MED	MESSINA	352.579	94,2%	243.378	109.201
WEST MED	PALERMO	343.120	86,9%	412.451	- 69.331
ADRIATIC	BARI	304.549	60,0%	339.626	- 35.077
ADRIATIC	VENICE	304.116	18,8%	250.682	53.434

Izvor: http://www.costabravacruiseports.com/wp-content/uploads/2012/09/MedCruise_Statistic-Report-2011_Port-of-Palamos.pdf , rujan 2013.

Američke kompanije povećale su svoj udio za 29%, tako da su se na tržištu pojavile nove kompanije poput Disney Cruisesa, a Princess, Holland America i NCL su samo povećavale svoje kapacitete prikazane na slici broj 5.

Slika broj 5. Američke kompanije na Sredozemlju



Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 25.str.

Očekuje se rast Pullmantura, koji je pod okriljem Royala, kao i Iberojeta (Carnivala). Europske kompanije u 2008. Imale su ove promjene na sredozemnom tržištu³²:

- Costa povećanje flote nastavlja brodom Luminosa, a u 2010. povećala je ponudu putnika kruzera na 1 202 990,
- MSC (Mediterranean Shipping Company) dvjema novogradnje (Fantasia – 3 300 putnika; Poesia – 2 568 putnika) povećat će svoje kapacitete,
- AIDA izlazi s novogradnjom AIDAbella (2 050 putnika),
- P&O Cruises uključit će još jedan, šesti brod u promet (Ventura -3 100 putnika).

Povećanje kapaciteta američkih kompanija na sredozemnom tržištu 2008. godine³³:

- Princess je jednim brodom povećao ukupan broj na šest,
- Royal je zadržao isti broj brodova u Sredozemlju (pet),
- NCL je povećao flotu za jedan brod, dakle ukupno tri,
- Celebrity je povećao udjel jednim brodom, pa je imao četiri,

³² Ibidem

³³ Ibidem

- Carnival je pridodao novi brod - Carnival Freedom, te ima dva broda,
- Holland America je također imao brod više, dakle pet.

Najvažnije luke, bazne, odnosno luke ticanja Sredozemlja pozicionirane su u Italiji, Španjolskoj te Grčkoj kako je prikazano u tablici broj 11, a glavni itinerari u tablici broj 12.

Tablica broj 11. Vodeće bazne luke

BAZNA LUKA	ZEMLJA	BROJ PUTNIKA		
		2006.	2007.	PROMJENA (%)
Barcelona	Španjolska	1 407 179	1 765 838	207, 8
Civitavecchia	Italija	1 268 477	1 586 101	304, 5
Venecija	Italija	885 664	1 003 529	197, 3
Savona	Italija	592 038	761 002	553, 7
Genova	Italija	473 333	520 197	27, 5
Pirej	Grčka	771 241	-	-

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih krucizing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 26.str.

Promet putnika u baznim lukama Sredozemlja u stalnom je porastu. Tome pogoduje povećanje tzv. fly/cruise aranžmana (u paket-aranžmane uključeni su i letovi do bazne luke putovanja i od iskrcajne luke). Primjer uspješnog razvoja je luka Barcelona, koja će sa svojih pet terminala primiti najviše putnika na Sredozemlju (800 ticanja, 1,4 milijun putnika). Kompanije kao Costa, s uloženi 12 milijuna eura, izgradile su tu putnički terminal. Postojeći se terminali šire uz dodatna ulaganja od 15 milijuna EUR. Međunarodna zračna luka ima izravne linije sa SAD-om, što omogućava lakši dolazak američkih putnika³⁴.

³⁴ Ibidem

Tablica broj 12. Glavni itinerari

Luka ticanja	Zemlja	Broj putnika					
		2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
Napulj	Italija	613.609	773.223	830.158	971.874	1.151.345	---
La Goulette	Tunis	330.448	448.960	563.993	600.000	721.592	---
Dubrovnik	Hrvatska	423.946	457.334	510.641	624.200	686.000	851.961
Livorno	Italija	363.883	387.385	462.383	607.848	713.114	---
Portugalske luke	Portugal	234.489	283.649	315.601	359.851	376.592	---
Luke Cipra	Cipar	386.318	378.580	384.670	448.815	427.408	376.296
Palermo	Italija	206.804	193.197	329.859	320.632	471.395	537.721
Valetta	Malta	389.361	291.225	320.263	397.673	487713	---
Bari	Italija	213984	262.888	277.979	303.338	351.897	---
Mesina	Italija	242.201	219.619	216.760	253.462	293.296	---
Malaga	Španjolska	200.202	209.149	204.535	222.275	290.558	---
Monte Carlo	Monaco	80.003	124.309	133.110	180.982	184.117	---
Francuska rivijera	Francuska	460.356	450.571	494.577	625.016	559.411	---
Baleari	Španjolska	921.054	886.474	1.056.675	1.060.060	1.219.886	---
Valencia	Španjolska	58.221	105.461	106.724	88.170	179.209	199.335

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 27.str.

I bazne luke i luke u koje brodovi samo pristaju, moraju pratiti sve veće zahtjeve putničkih brodova, a oni su³⁵:

- Palma de Mallorca izgradila je produženi postojeći terminal za prihvat megabrodova,
- Malaga je izgradila novi terminal za istodobni prihvat 5 000 putnika i udvostručila je godišnji prihvat na 400.000 putnika,
- Livorno je izgradio terminala dug 1 000 m koji je u uporabi od 2008. godine,
- Venecija gradi terminal površine od 13 000 m², za istodobni prihvat dvaju velikih brodova.
- Marseille je proširio prihvatne mogućnosti za brodove do 180 metara (10 vezova), uz istodobni prihvat dva megabroda,
- Ravenna ulaže 30 milijun eura u izgradnju novog terminala.

³⁵ Ibidem

Kratkoročni i dugoročni ciljevi različiti su s obzirom na to radi li se o baznoj luci ili luci ticanja. U dugoročne ciljeve mogu se ubrojiti unaprjeđenje prometa između luka i gradskih središta, što je opći problem na Sredozemlju luka, a može se još probrojati i dulji boravak brodova u lukama.

Osnovna podjela sjeverne Europe, prema kojoj se vode i kompanije, je područje britanskog otočja, Baltika, Islanda, Arktika, norveških fjordova. Luke su sofisticirane i mogu zadovoljiti sve potrebe broda, ali veliki minus su im vremenske prilike. Najvažnije bazne luke su Southampton, Kopenhagen, Dover, Kiel, Amsterdam, Harwich, Bremenhaven prikazane u tablici broj 13, a zanimljive destinacije i broj putnika ovog područja u tablici broj 14.

Tablica broj 13. Bazne luke sjeverne Europe

Luka	Država	Promet putnika					
		2003.	2004.	2005.	2007.	2008.	2009.
Southampton	Velika Britanija	469.000	548.000	701.000	847.000	950.000	---
Kopenhagen	Danska	268.000	320.000	387.412	420.000	580.000	650.000
Dover	Velika Britanija	162.000	178.817	159.253	---	170.000	---
Kiel	Njemačka	93.172	128.500	132.000	---	200.000	250.000
Amsterdam	Nizozemska	95.099	105.422	122.105	145.000	210.000	---
Harwich	Velika Britanija	95.400	92.000	88.620	90.000	135.000	---
Bremenhaven	Njemačka	63.170	70.000	72.000	74.458	127.252	---

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih krizing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010 30.str.

Tablica broj 14. Destinacije i broj putnika u lukama

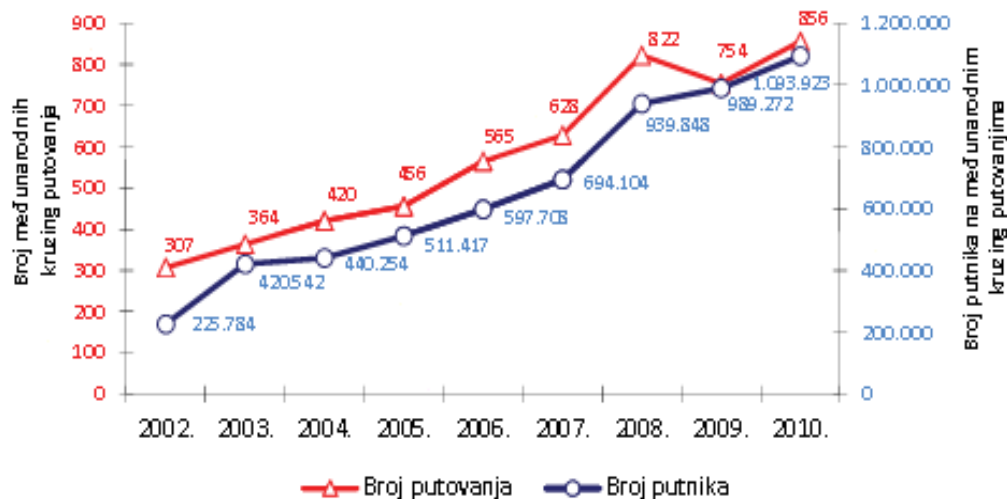
Luka	Država	Broj putnika				
		2003.	2004.	2005.	2007.	2009.
Sankt Peterburg	Rusija	204.405	252.553	299.703	335.000	---
Talin	Estonija	204.151	205.578	292.000	292.000	---
Helsinki	Finska	161.000	195.000	240.000	260.000	360.000
Lisabon	Portugal	209.331	241.557	239.524	---	---
Stockholm	Švedska	202.000	210.000	228.000	281.000	400.000
Bergen	Norveška	136.329	157.263	190.055	232.000	---
Oslo	Norveška	120.044	144.739	186.000	197.000	---
Geiranger	Norveška	105.661	116.634	130.357	---	---
Cadiz	Španjolska	145.000	164.248	125.877	---	---
Rostok	Njemačka	95.092	92.209	124.500	115.000	213.000
Visby	Švedska	102.418	66.864	113.387	---	50.000
Riga	Latvija	180.193	124.655	94.267	131.000	----
Flam	Norveška	69.735	78.283	91.506	120.756	----
Le Havre	Francuska	51.151	59.301	71.199	---	120.000
Zeebrugge	Belgija	74.535	67.200	67.172	650.442	---
St Peter port	V. Britanija	45.000	62.673	65.565	---	---
Dublin	Republika Irska	34.000	32.000	57.346	---	---
Reykjavik	Island	31.264	44.630	54.795	---	---
Tromso	Norveška	46.062	54.745	51.722	---	---

Izvor: Benić, I.: „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, veljača 2010
31.str.

5. KRUZING TURIZAM U HRVATSKOJ

U 2010. godini Hrvatsku je na međunarodnom brodskom kružnom putovanju posjetilo 1,1milijun putnika, gotovo pet puta više nego 2002. godine te gotovo dvostruko više nego 2005. godine. Tijekom krizne 2009. godine broj putnika je povećan za 11% u odnosu na 2008. godinu. Na području Dubrovačko- neretvanske županije u 2010. godini evidentirano je 75%, a na području cijele turističke makroregije Južni Jadran 96% prvih ulazaka stranih brodova na međunarodnim kružnim putovanjima u hrvatsko teritorijalno more³⁶.

Slika broj 6. Međunarodna kruzina potražnja u Hrvatskoj



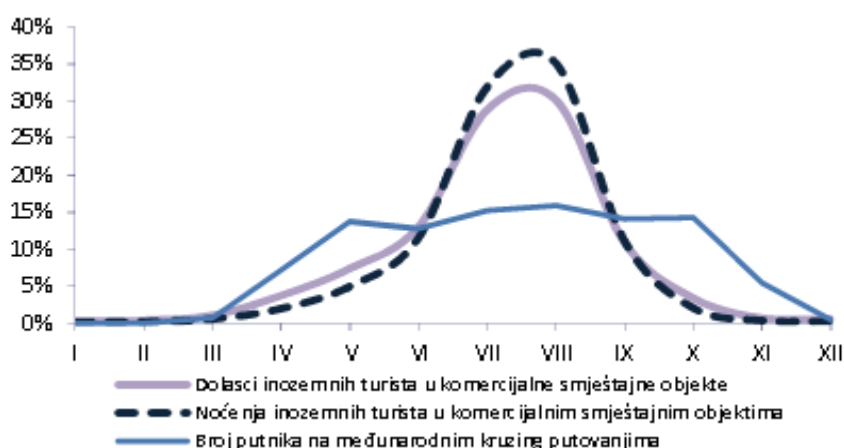
Izvor: Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Institut za turizam, Zagreb, 2011. 111. str.

U međunarodnom kruzingu turizmu u Hrvatskoj znatno je manje izražena sezonalnost potražnje u odnosu na stacionarni turizam. U četiri ljetna mjeseca 2010. godine zabilježeno je 58% putnika u međunarodnom kruzingu. Najveći promet mjereno brojem brodova i putnika na međunarodnim brodskim kružnim putovanjima ostvaruje Dubrovnik. Te godine dubrovačke luke posjelo je 705 brodova (7% više u odnosu na prethodnu, 2009., godinu) s nešto više od jednog milijuna putnika (21% više u odnosu na 2009. godinu)³⁷.

³⁶ Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Institut za turizam, Zagreb, 2011., 111. str.

³⁷ Ibidem

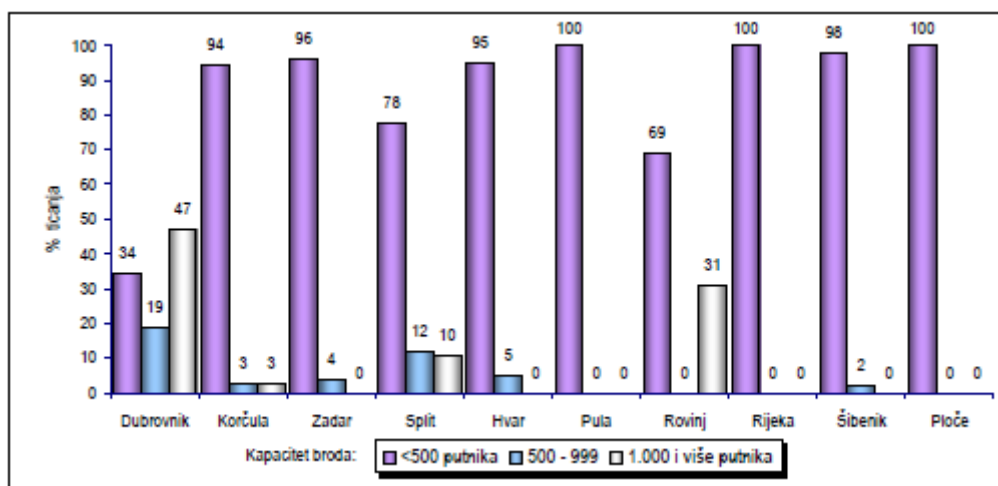
Slika broj 7. Sezonalnost potražnje kruzing turizma



Izvor: Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Institut za turizam, Zagreb, 2011., 112.str.

Veliki brodovi s 1 000 i više putnika, posjećuju gotovo isključivo Dubrovnik i čine oko 47% svih ticanja u Dubrovniku. Ticanja velikih brodova zabilježena su u Korčuli, Splitu i Rovinju, ali u daleko manjem opsegu. 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 Pločama³⁸, slika broj 8.

Slika broj 8. Broj ticanja prema veličini broda i grada



Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 29.str.

³⁸ Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 29.str.

Kruzing turizam obilježava zmanje izražena sezonalnost, kako u broju ticanja, tako i broju putnika prema mjesecima, a sezona ranije počinje i kasnije završava. Većina prometa odvija se u razdoblju od svibnja do listopada (91% ticanja i 82% putnika). U Dubrovniku se, međutim, zbog manje izražene sezonalnosti stacionarnog turizma, razdioba fizičkog prometa stacionarnog i kruzing turizma prema mjesecima gotovo poklapa, s izuzetkom listopada koji proširuje sezonu kruzing turizma u Dubrovniku za jedan mjesec, u odnosu na stacionarni turizam³⁹.

Broj ticanja i broj putnika na brodovima s 500 i manje putnika te na onima s 1 000 i više putnika ukazuje na sličnu razdiobu prema mjesecima jer se glavnina prometa odvija u razdoblju od svibnja do listopada, a za velike brodove karakteristična je iznadprosječna zastupljenost u listopadu. Ticanja brodova srednje veličine koji su najmanje zastupljeni u Hrvatskoj, drugačije su raspoređena tijekom godine jer se najveći broj ticanja odvija u predsezoni, od travnja i svibnja, te postsezoni, do rujna i listopada.

5.1. PONUDA KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ

Ponudu kruzing turizma čine brod i ponuda u destinaciji koja uključuje i njezino funkcionalno okruženje. Brod i destinacije bira turist na temelju ponude koju mu nudi brodska kompanija, a koja u itinerere uvrštava destinacije na osnovu atraktivnosti destinacija ticanja i mogućnost dodatne zarade brodarka od izleta i organiziranih posjeta, te ukupnih karakteristika ponude pripadajućih luka. Kad je o polaznim lukama riječ, uzima se u obzir i prometna dostupnost luke (posebno zračnim, ali i željezničkim te cestovnim prijevozom), kvaliteta smještaja u pripadajućoj destinaciji (hoteli više i visoke kategorije), mogućnost transfera putnika, postojanje putničkog terminala u luci⁴⁰. Hrvatska se s ponudom za posjete kruzera obraća i neposredno brodskim kompanijama, a tek onda, posredno, emitivnim tržištima promovirajući svoju ukupnu turističku, a ne kruzing ponudu koju promovira brodar. Ukupna ponuda destinacija sastoji se od luke koja može prihvatiti brod na kružnom putovanju, destinacije uz koju je luka, a koja mora biti dovoljno atraktivna za turističke posjete i ostale ponude destinacije od koje je za brodarka, ali i za putnike na kruzima, najznačajnija ponuda

³⁹ Ibidem

⁴⁰ Ibidem

izleta i organiziranog razgleda grada. Jadransko priobalje nudi niz atraktivnih odredišta, a ponuda zadaovoljava sve uvjete sve zahtjevnijih kupaca.

Ponuda izleta Dubrovnika, Splita i Šibenika obuhvaća po pet izleta u svakoj destinaciji. Ponuda Dubrovnika raznolika je i, osim klasičnih obilazaka grada i okolice, sadrži još i izlete Jeep Safari, Blue Trail Horseback Riding Tour i Three Islands Cruise. Sve tri destinacije promoviraju svoju okolicu te nude aktivno provođenje slobodnog vremena u destinaciji i okruženju. Osim toga u ponudi izleta Dubrovnika još je i obilazak dvaju otoka, Koločepa i Lopuda, izlet u zaleđe Dubrovnika i izlet u Međugorje. Većina izleta je poludnevno, u trajanju od 2,5 do 4 sata, a razgledavanje grada uključuje i mogućnost kupnje. Split u ponudi ima dva izleta, razgledavanje grada i posjet Saloni i Trogiru, a nude obilazak i razgledavanje kulturnih atrakcija. Dok Dubrovnik i Korčula promoviraju isključivo obilazak grada i atrakcija u gradu, Hvar nudi obilazak otoka autobusom i obilazak arhipelaga brodom, a Lošinj vožnju biciklom po otoku. Izleti u okolicu traju od tri do četiri sata. Obilazak Hvara uključuje i degustaciju lokalnih proizvoda, a obilazak hvarskog arhipelaga kupanje i riblji ručak.

U tablici broj 15 prikazani su izleti u Hrvatskoj i drugim državama, iz čega se može zaključiti da najviše izleta nudi Barcelona, Rodos i Istanbul. Govoreći konkretno za Hrvatsku, Dubrovnik nudi 4, a Split 2 izleta. Većina zemalja nudi poludnevne izlete, odnosno one u trajanju od 2,5 do 4 sata, a radi se o već unaprijed određenom, planiranom boravku u destinaciji.

Cijene kraćih izleta kreću se, u prosjeku, od 39 do 58 eura. Cijene izleta u Splitu su unutar tog intervala, dok je Dubrovnik s najvišom cijenom izleta od 62 eura nešto skuplji od prosjeka. Međutim, cijena najskupljeg izleta u Dubrovniku još je uvijek manja od cijena izleta u 7 destinacija, među kojima je Venecija i većina grčkih destinacija. Zanimljivo je uočiti da je Kotor, s obzirom na cijenu izleta, prosječno u višem cjenovnom razredu od Dubrovnika. Izleta rezultat su trajanja izleta te ponude u okviru izleta, pa se razlikuju od destinacije do destinacije i do 2,5 puta⁴¹. Cijene dužih izleta u Dubrovniku su u rasponu od 45 do 66 eura, ispod prosjeka promatranih destinacija i povoljnije u usporedbi s većinom destinacija koje imaju u ponudi takve izlete. U usporedbi s Venecijom, Dubrovnik ima isti broj izleta, 7, u ponudi dviju brodskih kompanija, prosječno trajanje izleta je 4,3 sata, prosječne cijene kraćih

⁴¹ Ibidem

izleta u Veneciji iznosi od 32 do 74 eura u odnosu na Dubrovnik, od 41 do 62 eura, dok je raspon cijena duljih izleta u Veneciji, od 38 do 42 eura, nešto niže pozicioniran nego onaj u Dubrovniku, od 45 do 66 eura.

Tablica broj 15. Ponuda izleta u kruzing destinacijama

ZEMLJA	GRAD	BROJ IZLETA		TRAJANJE IZLETA	CIJENA IZLETA U TRAJANJU OD 2,5 – 4 SATA		CIJENA IZLETA U TRAJANJU OD 4,5 – 10 SATI	
		COSTA	MSC		od	do	od	do
Hrvatska	Dubrovnik	3	4	4,3	41	62	45	66
	Split	-	2	4	43	51	-	-
Italija	Ancona	6	-	4,8	38	38	41	49
	Bari	7		4,1	27	52	44	48
	Genova	-	4	4	24	59	-	-
	Livorno	-	6	7,3	39	39	51	90
	Napulj	-	5	4	39	51	-	-
	Rim	-	4	7	43	43	41	90
	Trst	3	4	5,1	39	45	47	55
	Venecija	2	5	4,3	32	74	38	42
Španjolska	Barcelona	-	10	5,2	37	59	26	71
Turska	Istanbul	8	-	6,6	52	57	82	155
	Izmir	5	-	4,7	42	56	54	64
Grčka	Krf	4	4	4,1	31	83	35	80
	Olympia	7	-	3,8	38	64	57	57
	Mykonos	1		2,5	62	62	-	-
	Atena	7	4	4,3	40	66	58	68
	Rodos	6	9	4,2	25	67	50	103
	Santorini	4	2	3,8	43	82	59	59
Tunis	Tunis	-	2	4	38	43	-	-
Crna gora	Kotor	-	2	4	55	65	-	-

Izvor: Studija održivog razvoju kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 92.str.

5.2. POTRAŽNJA KRUIZING TURIMA

U hrvatskim lukama najzastupljeniji putnici su Talijani s 28%, Amerikanci s 23%, Španjolci s 18%, Britanci i Francuzi s 8%, te Nijemci s 4%. Talijani su i među posadom najzastupljenija nacija nakon izvaneuropskih zemalja, kako je prikazano u tablici broj 16.

Tablica broj 16. Porijeklo gostiju kruzing turizma

ZEMLJA PORIJEKLA	UKUPNO	PUTNICI	POSADA
Italija	27,3	27,6	25,9
SAD	19,5	22,7	2,4
Španjolska	16,9	18,1	10,6
Velika Britanija	7,4	7,9	4,5
Francuska	7,1	7,8	3,1
Njemačka	3	3,6	0
Ostale europske zemlje	10,3	7,7	24,1
Ostale izvaneuropske zemlje	8,6	4,7	29,3
UKUPNO	100	100	100

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 37.str.

Duljina boravka gostiju u destinaciji određena je duljinom boravka broda u luci, a prosječan boravak u destinaciji je oko 5 sati. Najčešće aktivnosti putnika su konzumacija pića u ugostiteljskim objektima s 81%, odlazak u kupovinu s 82% i samostalno razgledavanje grada s 69%. Dok manje od polovice putnika konzumira hranu u ugostiteljskim objektima, a ostali dio putnika odlazi na organizirani izlet u okolicu i/ili organizirani razgled grada. Na organizirane izlete u okolicu češće odlaze Amerikanci, Francuzi i Britanci, dok Talijani u manjoj mjeri sudjeluju u različitim aktivnostima, a najčešće samostalno razgledavaju grad. U posjetu muzeju ili izložbi bilo je oko 36% putnika, a u ostalim aktivnostima, boravak na plaži, korištenje usluga javnog prijevoza prilikom razgleda grada ili okolice te posjećivanje turističkih informativnih centara sudjelovalo je oko 12% putnika.

Stavove o turističkoj ponudi hrvatskih destinacija koje su posjećivali na međunarodnim kružnim putovanjima gosti su izražavali putem ocjenjivanja četrnaest različitih elemenata turističke ponude grada i okolice. Većinom elemenata gosti su bili izrazito zadovoljni, a to su⁴²:

- ukupan doživljaj destinacije,
- ponuda i organizacija izleta u okolicu i organizirani razgled grada,
- gastronomska ponuda,
- ponuda suvenira,
- stručnost i znanje jezika turističkih vodiča,
- mogućnosti za kupnju i osobna sigurnost.

Nešto manje zadovoljni gosti su bili ljubaznošću osoblja i gostoljubivošću lokalnog stanovništva, uređenošću grada i okolice te kvalitetom turističke signalizacije. Srednji stupanj zadovoljstva gosti su iskazali za dostupnost turističkih brošura, a izrazito nezadovoljstvo organizacijom prometa u gradu.

Putnici su iskazali veće zadovoljstvo većinom elemenata turističke ponude, ne samo ljepotom i očuvanošću prirode i osobnom sigurnošću, elementima kojima su zadovoljni gotovo svi gosti i koji najčešće predstavljaju i jedine elemente s kojima su izrazito zadovoljni, već i skupom elemenata koji se odnose na ponudu destinacije, a u koje se ubraja organizacija izleta i razgledavanje grada, gastronomska ponuda, ponuda suvenira, mogućnosti za kupnju i drugi.

5.3. UTJECAJ KRUZING TURIZMA NA DESTINACIJE

Utjecaj kruzning turizma određuje odnos destinacije prema razvoju i gospodarske aktivnosti, a prati se putem utjecaja na:

- društvenu zajednicu,
- gospodarstvo i
- okoliš.

⁴² Ibidem

Društveni utjecaj kruzinga na destinaciju odnosi se na posljedice koje kruzing ima na stacionarne turiste te na lokalno stanovništvo. Promatra se kroz percepciju turista u destinaciji i lokalnog stanovništva o utjecaju broda/kruzera i posjetitelja s kruzera na atraktivnost privremenog boravka i života u destinaciji. Utjecaj na stacionarni turizam procijenjen je za segment hotelskih gostiju u obalnim i otočnim destinacijama koje posjećuju kruzери na međunarodnim kružnim putovanjima u Hrvatskoj. Utjecaj na lokalno stanovništvo promatran je na primjeru Dubrovnika, grada u kojem je međunarodni kruzing najrazvijeniji pa se stavovi populacije o toj pojavi mogu bolje sagledati nego u drugim destinacijama u kojima je kruzing zastupljen u znatno manjem opsegu⁴³.

Za oko 11% turista utjecaj kruzera na atraktivnost boravka u destinaciji bio je negativan, a oko 16% gostiju ocijenilo je negativnim utjecaj putnika s tih brodova na boravak u destinaciji. Oko četvrtine ispitanika ocijenilo je pozitivnim utjecaj kruzera, 28%, i utjecaj putnika s kruzera, 23%, na boravak u destinaciji. Negativan utjecaj odnosio se na buku, zagađenje mora i velikoj gužvi na turističkim destinacijama, ulicama. Također, negativan utjecaj broda i putnika s brodova na atraktivnost boravka u destinaciji veći je od prosjeka u destinacijama u kojima je veći i promet brodova, odnosno putnika na kružnim putovanjima, odnosno u Dubrovniku i Korčuli, ali i u Cavtatu. Može se zaključiti kako je veći negativni utjecaj tamo gdje je i najveći broj putnika. Negativno su se izjasnili Amerikanci i Kanadani s 16%, a zatim Britanci i Irci s 15%. Francuzi i Talijani iskazali su najmanje negativan stav, kako prema utjecaju brodova tako i prema utjecaju putnika s brodova.

Mišljenje dubrovačkih stanovnika je pozitivno jer čak njih 96% prepoznaju turizam kao gospodarsku aktivnost, te smatraju da on pozitivno utječe na njihovu reputaciju. Oko 35% ispitanika mišljenja je da će porast broja turista ugroziti kvalitetu života domaćeg stanovništva.

⁴³ Ibidem

Ekonomska dimenzija kruzing tuzima⁴⁴ prikazana je u tablici broj 17, a rezultira:

- 64% smatra da su putnici s kruzera slabi potrošači, dok 24% ispitanika nema jasno mišljenje,
- iako nešto više od polovine (54%) smatra da kruzeri donose Dubrovniku važne ekonomske koristi, nešto više od četvrtine (26%) nema jasan stav, dok gotovo petina (19%) osporava ekonomske koristi od kruzera,
- konsistentno s prethodnom tvrdnjom, iako se gotovo polovina (46%) ne slaže s tvrdnjom da kruzeri donose Dubrovniku više štete nego koristi, gotovo trećina (33%) nema mišljenje, dok se otprilike petina (21%) slaže s ovom tvrdnjom.

Tablica broj 17. Stavovi stanovnika Dubrovnika prema turistima

Tvrdnja	Slaganje s tvrdnjama*						
	Prosjek	U %					UKUPNO
		1	2	3	4	5	
<i>U stanju sam razlikovati putnike s kruzera od ostalih turista u Dubrovniku.</i>	3,8	16,0	4,3	15,3	10,7	53,7	100,0
<i>Sviđa mi se činjenica da Dubrovnik posjećuju kruzeri.</i>	4,3	6,3	2,0	12,0	15,7	64,0	100,0
<i>Putnici s kruzera malo troše.</i>	3,9	8,0	4,0	24,0	13,3	50,7	100,0
<i>Putnici s kruzera ljeti preplave Dubrovnik.</i>	4,6	3,0	1,0	8,0	13,3	74,7	100,0
<i>Kruzeri donose Dubrovniku više štete nego koristi.</i>	2,5	36,0	10,3	32,7	9,7	11,3	100,0
<i>Kruzing turizam donosi važne ekonomske koristi Dubrovniku.</i>	3,6	11,3	8,0	26,3	18,7	35,7	100,0
<i>Kruzeri uništavaju reputaciju Dubrovnika.</i>	1,9	60,0	13,0	14,3	5,7	7,0	100,0
<i>Volim pogled na kruzere usidrene u dubrovačkim lukama.</i>	4,5	6,7	1,3	6,4	8,7	76,8	100,0
<i>Ograničio/la bih broj kruzera koji pristaju u Dubrovnik tijekom ljetne sezone.</i>	3,1	33,0	7,3	13,0	13,3	33,3	100,0
<i>Volio/la bih vidjeti veći broj putnika s kruzera izvan glavne ljetne sezone.</i>	4,7	3,3	0,3	3,7	8,3	84,3	100,0

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 68.str

Turizam je dominantna gospodarska aktivnost Dubrovnika te većina ispitanika smatra da niti oni niti članovi njihovog domaćinstva nemaju nikakve koristi od turizma, dok tek nešto više od petine (21%) smatra da ima neposredne, a ostatak (20%) posredne koristi od turizma. Ekonomska korist od kruzera još je manja – svega 7% smatra da oni ili članovi njihovih domaćinstva imaju posredne, a 8% neposredne koristi. Razlike u stavovima prema turizmu, gužvi izazvanoj turističkom aktivnošću i prema kruzerima ne razlikuju se bitno u odnosu na

⁴⁴ Ibidem

stupanj percipirane osobne ekonomske koristi od turizma. Nešto pozitivniji stav prema kruzingu imaju oni koji smatraju da im turizam donosi posredne koristi⁴⁵:

- spremnije osporavaju tvrdnju da kruzeri donose Dubrovniku više štete nego koristi,
- osporavaju tvrdnju da kruzeri uništavaju reputaciju Dubrovnika,
- slažu se da kruzing donosi Dubrovniku važne ekonomske koristi.

Negativan utjecaj gužve jedan je od vidljivijih i prisutnijih problema jer izaziva manju toleranciju stanovnika što može imati negativan učinak na zadovoljstvo gostiju u destinaciji. Oko 55% ispitanika smatra da je gužva onakva kakva se prikazuje u medijima dok 21% smatra da je problem veći. Najčešći problemi javljaju se u društveno-kulturnim aktivnostima. Iako stanovnici prepoznaju turizam kao najvažniju gospodarsku aktivnost nisu u potpunosti sigurni koliko ekonomsku korist donose kruzeri, posebno kad je riječ o razdoblju izvan sezone. Stanovnici prepoznaju važnost turizma te su spremni tolerirati negativne turističke aktivnosti koje osjećaju, a kratko razdoblje sezone ostavlja prostora da se oporave iako se problem ne smije zanemariti. Ako se kruzing turizam želi intenzivnije razvijati, gužva koja se svakodnevno osjeti tijekom sezone može se riješiti ograničenim brojem kruzera u ljetnoj sezoni. Upozorenja gradskoj upravi i turističkom sustavu su⁴⁶:

- protokom turista i njihovom aktivnošću treba sustavno upravljati,
- treba kontinuirano pratiti način na koji turizam utječe na lokalno stanovništvo,
- ekonomske i društvene koristi od turizma trebaju biti sustavno praćene, a stanovništvo informirano kako bi negativni utjecaji bili uravnoteženi sa spoznajom ekonomske koristi koju ova aktivnost donosi zajednici.

Oko 64% stanovnika Dubrovnika smatra da putnici s kruzera malo troše, a oko 54% smatra da kruzing turizam donosi važne ekonomske koristi. Iako koristi za destinaciju ovise o opsegu turizma s obzirom na veličinu destinacije vjerojatnije je da je utjecaj manji u Splitu i Puli nego Dubrovniku. Prihodi od turizma sastoje se od potrošnje putnika i posade te naknade koja se plaća u luci, a generira se najveći dio koristi. Ostali dio koristi tvori otvaranje novih radnih mjesta, opći poticaj razvoju kao rezultat prihoda od kruzinga te promocija destinacije. Prihodi od potrošnje predstavljaju najveći dio ukupnih prihoda koji se ostvaruju u destinacijama, a prosječna potrošnja po osobi iznosi oko 39 eura. Iznos ukupne potrošnje putnika i članova

⁴⁵ Ibidem

⁴⁶ Ibidem

posade 2006. godine iznosio je oko 27 milijuna eura ovisno o procjeni broja putnika. Prihodi se ostvaruju od prihvata i otpreme brodova te davanja raznih usluga brodu u luci. Tako je procjena ukupnih prihoda lučkih uprava iste godine iznosila oko 1,3 milijuna eura. Ostale prihode od inozemnih kruzera moguće je procijeniti prosječnim cijenama pojedinih usluga⁴⁷ a za 2006. godinu prikazane su u tablici broj 18:

- pilotaža – 800 eura po brodu,
- privez i odvez – 400 eura po brodu,
- agencijska naknada – 800 eura po brodu,
- odvoz smeća – 100 eura po brodu,
- voda i ostali troškovi – 100 eura po brodu.

Kada je riječ o opremljenosti luka, nema dovoljno odgovarajućih sadržaja jer luke nisu opremljene za pružanje različitih usluga kruzerima, a ponuda destinacija nije u dovoljnoj mjeri prilagođena zahtjevima posjetitelja. Najposjećenija destinacija u Hrvatskoj je Dubrovnik nakon kojeg slijedi Split, Korčula i Hvar. Za 61% turista prvi posjet Hrvatskoj bio je kružnim putovanjem što je imalo i presudan utjecaj na ponovni dolazak.

⁴⁷ Ibidem

Tablica broj 18. Ukupni prihod od kruzinga u Hrvatskoj

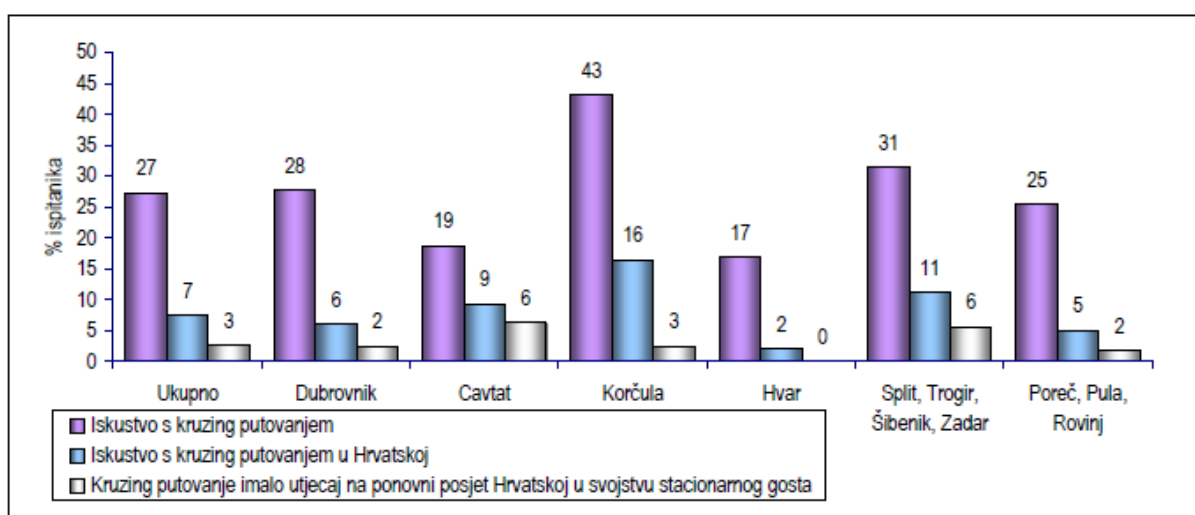
			Od	Do
a	Broj ticanja brodova na međunarodnom kružnom putovanju	broj ticanja	1.184	
b	Broj putnika na tim brodovima	broj putnika na brodu	728.693	
c	Procjena udjela članova posade u odnosu na broj putnika	%	0,5	
d	Procjena broja članova posade na tim brodovima:	$c \times b$	364.347	
e	Procjena udjela putnika koji silaze s brodova i posjećuju destinacije	%	0,70	0,80
f	Procjena broja putnika koji silaze s brodova i posjećuju destinacije	$e \times b$	510.085	582.954
g	Procjena udjela posade koja silazi s brodova i posjećuje destinacije	%	0,33	
h	Procjena broja članova posade koji silaze s brodova i posjećuju destinacije	$h \times d$	120.234	
i	Prosječna potrošnja po putniku u destinaciji	€	41	
j	Prosječna potrošnja po članu posade u destinaciji	€	29	
k	Ukupna potrošnja putnika u destinaciji	$i \times e$	21.137.927	24.157.630
l	Ukupna potrošnja članova posade u destinaciji	$j \times h$	3.524.069	
m	Ukupna potrošnja putnika i članova posade u destinaciji	$l + m$	24.661.995	27.681.699
n	Procjena prosječnog prihoda (lučke pristojbe) lučkih uprava po putniku	€	1,6	1,8
o	Ukupni prihod od lučkih pristojbi	$n \times b$	1.165.909	1.311.647
	Lučke naknade i ostali prihod po brodu/ticanju			
p	Procjena prihoda od pilotaže po brodu/ticanju	€	800	
r	Procjena priveza i odveza po brodu	€	400	
s	Procjena agencijske naknade	€	800	
t	Procjena odvoza smeća	€	100	
u	Procjena ostalih troškova	€	100	
v	Prihod od pilotaže	$p \times a$	947.200	
z	Prihod od priveza i odveza	$r \times a$	473.600	
x	Prihod od agencijske naknade	$s \times a$	947.200	
y	Prihod od odvoza smeća	$t \times a$	118.400	
w	Prihod od ostalih naknada	$u \times a$	118.400	
q	Procjena ukupnih prihoda od lučkih naknada	$v+z+x+y+w$	2.604.800	
Ω	Ukupni prihod od naknada za održavanje plovinih putova	€	161.669	
	UKUPNO	$m+o+q+\Omega$	28.594.373	31.759.815

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 74.str

Utjecaj iskustva s kruzingom u Hrvatskoj na ponovni dolazak u Hrvatsku u svojstvu stacionarnog gosta u najvećoj mjeri ovisi o dobi i nacionalnosti gostiju⁴⁸, a prikazano je na slici broj 9:

- udio onih za koje je kruzing putovanje imalo velik ili presudan utjecaj za ponovni dolazak u Hrvatsku, u svojstvu stacionarnog gosta, najmanji je u grupi ispitanika u dobi od 56 i više godina (1,1%); najveći udio onih koji su Hrvatsku posjetili kao posljedicu prvog posjeta na kruzing putovanju je među ispitanicima srednje životne dobi (36 do 55 godina) i iznosi 3,6%;
- kruzing putovanje u Hrvatskoj imalo je utjecaj na ponovni dolazak u svojstvu stacionarnog gosta za 4% Talijana i Nijemaca te 4,5% Iraca; najmanji utjecaj kružna putovanja u Hrvatskoj imala su za Francuze koji su rjeđe od ostalih bili na kružnom putovanju brodom pa tako i na onom koje tiče hrvatske luke;
- uzimajući u obzir činjenicu da je Dubrovnik najposjećenija destinacija na kruzing putovanjima u Hrvatskoj te rezultat istraživanja koji ukazuje na podjednak udio onih koji su se vratili u Hrvatsku zbog kruzing putovanja zabilježen u obuhvaćenim destinacijama, može se zaključiti da se posjetitelji s kruzera odlučuju za posjet i drugim destinacijama u Hrvatskoj, a ne samo onoj koju su posjetili na kružnom putovanju.

Slika broj 9. Utjecaj na ponovni dolazak



Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 77.str

⁴⁸ Ibidem

Preporuke prijatelja i obitelji jedan su od najčešće korištenih izvora informacija o destinaciji dok je drugi po važnosti izvor samih turista. One su bile izvor za oko 28% ispitanika, dok je među Talijanima i Njemcima najviše bilo onih koji su informacije dobili od samih turista, odnosno onih koji su već bili na krizing putovanju u Hrvatskoj. Pozitivni utjecaj na promociju destinacije vrši se putem promotivnih materijala kompanija koje u svojim itinerarima promoviraju destinacije i doprinose ponovnim dolascima.

5.4. KONKURENTNOST

Uspješnost destinacije na tržištu ovisi najvećim dijelom o njezinoj konkurenciji, kvaliteti i cijenama ponude u odnosu na okruženje, prometnoj dostupnosti, ljubaznosti osoblja i stanovnika. Hrvatskoj je konkurentno okruženje Jadranska regija, Sredozemlje, posebno Grčka i Turska. Faktor koji pokazuje konkurentnost je ukupan promet, odnosno broj brodova i putnika jer konkurentnije destinacije privlače veću potražnju. Kako je prometna dostupnost destinacije jedan od vodećih faktora, važna je i karakteristika luke koju prometno servisira krizing destinacija i njezine usluge. Hrvatska je svoj položaj u konkurentnom okruženju u odnosu na Grčku, Italiju, Francusku i Cipar poboljšala 2005. godine, a mjeren je brojem putnika te je prikazan u tablici broj 19.

Tablica broj 19. Broj putnika na kružnim putovanjima

DRŽAVA	BROJ PUTNIKA U 000	
	2004	2005
Hrvatska	440	511
Grčka	815	856
Italija	2 993	3 059
Cipar	254	99
Malta	271	314
Španjolska- Mediteran	1 065	1 283
Francuska- Mediteran	825	866
UKUPNO	6 654	6 988

Izvor: Studija održivog razvoj krizing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 86.str.

Ono što razlikuje Dubrovnik od ostalih promatranih luka u konkurentskom okruženju je struktura putnika s obzirom na broj iskrvanih/ukrcanih putnika, odnosno broj putnika u tranzitu. U Dubrovniku su gotovo svi putnici u tranzitu, za razliku od ostalih gradova/luka, u kojima se udio putnika u tranzitu kreće od 16% u Veneciji, koja je jedna od najvećih polaznih luka na Mediteranu, i 45% u Genovi do najviše 86% u Napulju⁴⁹.

Radi usporedbe s Hrvatskim lukama dan je detaljniji opis pet najvećih luka na Sredozemlju.

Uspješno poslovanje luka Barcelona duguje dobroj organizaciji putničke luke sa sedam terminala i popratnim sadržajima te dobrom povezanosti s gradom i zračnom lukom. Pet većih terminala može prihvatiti brodove veće od 300 metara bez ograničenja širine uz kapacitet 3000 putnika. Svaki od terminala potpuno je opremljen za pružanje svih vrsta usluga koje mogu zatrebati putnicima, kao što su bescarinske trgovine, telefoni/fax/internet, barovi i restorani, mjenjačnice, suvenirnice, parkirališta, carinske i policijske službe, autobusne veze s gradom, taksij službe i sl. Terminali također mogu u potpunosti opskrbiti brodove vodom, gorivom i svim ostalim zalihama, organiziran je odvoz svih vrsta otpada, na raspolaganju su Ro-Ro rampe, itd. Remontno brodogradilište u Barceloni može prihvatiti brodove do 220 metara dužine, što je velika prednost za brodare. Terminali za kružna putovanja u luci Barcelona vrlo su blizu gradskom centru (4 km) i zračnoj luci (7 km). Kapacitet zračne luke Barcelona iznosi 40 milijuna putnika i 600.000 tona tereta godišnje, što je jedan od razloga profiliranja luke Barcelona u jednu od najvećih polaznih luka za kružna putovanja u svijetu. Dobre željezničke veze omogućuju brz dolazak do Madrida (2,5 sati) i Pariza (5 sati). Velik broj popularnih turističkih destinacija (Costa Brava, Monastery of Montserrat, Penedes Cava Cellars, Girona itd.) nalazi se na maloj udaljenosti, što doprinosi popularnosti Barcelone kao kruzinge destinacije⁵⁰.

Transformacija Venecije uključivala je obnovu starog dijela luke, zgrada i pristaništa koji su bili u funkciji teretne luke. Danas je to moderan i višenamjenski terminal koji zadovoljava potrebe putničkih brodova, a može opslužiti devet kruzera različitih veličina uz parkiralište za 60 autobusa i 850 automobila, a prednost je što je zračna luka Marco Polo udaljena svega desetak kilometara. Luka se nalazi u samom gradu pa turisti vrlo brzo mogu

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ Ibidem

posjetiti sve znamenitosti u gradu i okolnim otocima što ju čini vrlo poželjnom destinacijom za putovanje.

Palma de Mallorca može prihvatiti pet kruzera raznih veličina te gaza 12 metara. Svaki od terminala ima check in terminal za zrakoplove čime se promovira kružno putovanje povezano sa letom do odredišta za krstarenje. Zračna luka udaljena je 10 kilometara od grada dok su terminali vrlo blizu centru te je popularno odredište putnika.

Napulj ima deset pristaništa za kruzere različitih veličina i bilježi porast prometa za 87%. Putnički terminal smješten u centru grada udaljen je nekoliko minuta od gradske vjećnice, zračna luka 10 kilometara od terminala, a željezničke postaje omogućavaju prijevoz do Rima za manje od sat vremena.

Civitavecchia bilježi porast brodova stalnim ulaganjem u kapacitete i promidžbom Rima kao poželjne destinacije. Potaknuti time, kompanije Carnival Cruises i Royal Caribbean osnovale su Roma Cruise Terminal koja je izgradila dodatni terminal uz postojeće. U 2007. Godini broj putnika iznosio je oko 1,46 milijuna putnika čime se približila Barceloni kao vodećoj sredozemnoj luci.

Sve luke bolje su opremljene za prihvat i otpremu kruzera od Dubrovnika, kao i ostale hrvatske luke jer nema odgovarajući putnički terminal pa je konkurencija u lošoj poziciji prema opisanim lukama. Može se usporediti sa Venecijom u odnosu na atraktivnost destinacije i ostvarenim brojem ticanja, dok se Zadar i Korčula mogu usporediti sa lukama Kotor i Koper.

5.5. ANALIZA HRVATSKIH KRUIZING DESTINACIJA

Analiza hrvatskih kruzing destinacija provela se SWOT analizom u Dubrovniku, Korčuli, Splitu i Puli, a prikazano je u tablici broj 20. SWOT analiza sadrži stanja i perspektive razvoja kruzinga u Hrvatskoj. Ukupno gledajući, Hrvatska je u vrlo kratkom vremenu postala respektabilna kruzing destinacija na Sredozemlju, a najznačajniju ulogu ima Dubrovnik, ali je zastupljenost i drugih destinacija značajnija, posebno Splita, Korčule i Zadra. Kruzing turizam donosi niz koristi destinacijama, gospodarskim subjektima i zemljama

koje dotiče, pa je jedan od značajnih gospodarskih aktivnosti. Negativnosti koje sa sobom donosi ne trebaju biti prepreka njegovom razvoju, nego ih se treba na različite načine uklanjati, a praksa je pokazala da je to moguće i da je to dugoročni interes destinacija i brodarskih kompanija⁵¹.

Tablica broj 20. SWOT analiza destinacija Hrvatske

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none"> ● Geografski položaj <ul style="list-style-type: none"> ○ Dio Sredozemlja kao druge na svijetu najatraktivnije destinacije plovidbe ○ Blizina emitivnih tržišta ● Resursna/ atrakcijska osnova <ul style="list-style-type: none"> ○ Atraktivna obala i gradovi ○ Mogućnost izleta u okolicu ○ Visoki stupanj ekološke očuvanosti obale, otoka i mora ○ Pogodna klima ● Lučka infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> ○ Postojeći lučki kapaciteti ○ Mogućnost proširenja kapaciteta ● Dobra prometna povezanost/ dostupnost destinacija <ul style="list-style-type: none"> ○ Pet međunarodnih zračnih luka na obali ○ Autoceste do većine najznačajnijih odredišta ○ Željeznica do 6 od 7 najvećih luka ● Sigurnost <ul style="list-style-type: none"> ○ Sigurnost plovidbe/ pogodni maritimni uvjeti ○ Sigurnost boravka broda u luci ○ Osobna sigurnost boravka ● Postojeća prateća turistička infrastruktura i suprastruktura 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lučka infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> ○ Neodgovarajuća lučka infrastruktura za prihvata putnika i brodova u većini luka ○ Nijedna luka nije polazna ○ Nedostatak parkirališta za sutobuse i osobna vozila ● Legislativa- dio legislative nije prilagođen ● Lučke pristojbe i naknade <ul style="list-style-type: none"> ○ Ujednačenost iznosa, nepoticajne razlike ○ Niže cijene od konkurentskih destinacija ● Neodgovarajuća ponuda destinacija <ul style="list-style-type: none"> ○ Neodgovarajući sadržaj ponude ○ Niska razina kvalitete usluga ● Različiti stupanj interesa za razvoj kruzinger turizma <ul style="list-style-type: none"> ○ Neodgovarajuća suradnja među lukama i subjektima unutar destinacija ○ Neinformiranost lokalnog stanovništva o učincima kruzinger turizma ● Sukobi s drugim vrstama turizma ● Neodgovarajuća i neorganizirana promidžba

⁵¹ Ibidem

<ul style="list-style-type: none"> ○ Smještajni objekti ○ Turistička tradicija ○ Kadrovi ○ Uslužne djelatnosti ● Postojeća uključenost Hrvatske u kruzinge turizam ● Cjenovna konkurencija <ul style="list-style-type: none"> ○ Konkurentnost lučkih pristojbi i naknada ○ Cjenovna konkurentnost izleta ○ Cjenovna konkurentnost Hrvatske općenito ● Percepcija konkurentnosti hrvatskih destinacija sa strane putnika na kruzima ● Postojeća legislativa ● Pomorska tradicija ● Postojanje uvjeta za razvoj polaznih luka ● Lokalno stanovništvo i nositelji razvoja na lokalnoj razini podržavaju razvoj kruzinge turizma 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nepostojanje odgovarajuće suradnje među kruzinge destinacijama ○ Nepostojanje odgovarajućih promidžbenih materijala ○ Nedostatak zajedničke razvojne inicijative ● Utjecaj kruzera i putnika s kruzera na okoliš
PRIJEDNE	PRIJEDNE
<ul style="list-style-type: none"> ● Ulazak u EU i NATO <ul style="list-style-type: none"> ○ Otvaranje jedinstvenog tržišta ○ Mogućnosti korištenja fondova za izgradnju i unapređenje infrastrukture ● Očekivana stabilnost u regiji ● Trendovi u turizmu <ul style="list-style-type: none"> ○ Rast potražnje u turizmu u svijetu, pa tako i u kruzinge turizmu ○ Povoljan položaj Hrvatske na svjetskom turističkom tržištu ○ Svjetski poznati brand pojedinih gradova 	<ul style="list-style-type: none"> ● Politička nestabilnost regije ● Pojava novih zaraznih bolesti ● Poremećaji na emitivnim tržištima ● Brzi razvoj drugih destinacija koje mogu „odvući“ dio brodskih kapaciteta sa Sredozemlja ● Razvoj ponude drugih destinacija na Sredozemlju- međunarodna konkurencija u prihvatu kruzera ● Razvoj nezdrave konkurencije među hrvatskim lukama

<ul style="list-style-type: none"> ○ Očekivan rast kruzing turizma na Sredozemlju ○ Potražnja za novim lukama ticanja ● Daljnje unapređenje prometne dostupnosti, posebno nove linije jeftinih zračnih prijevoznika ● Donošenje razvojne strategije kruzing turizma Hrvatske ● Porast kvalitete ostale turističke ponude 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sukobi s drugim korisnicima resursa ● Zagađenje okoliša ● Neodgovarajuća zakonska, planska i ostala regulativa ● Neodgovarajuća daljnja privatizacija
---	--

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 100- 101.str.

Prvu grupu čimbenika koji pozitivno utječu na razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj predstavlja turistička resursna/atrakcijska osnova s jedne strane i lučka resursna osnova. Položaj Hrvatske na Jadranu, gotovo u srcu Europe, pozitivno utječe na njezinu poziciju na kruzing tržištu, tim više što europsko tržište bilježi više stope rasta potražnje za kružnim putovanjima od svijeta u cjelini. Blizina glavnih kruzing emitivnih tržišta značajna je prednost za razvoj te vrste turizma. Posebno to dolazi do izražaja nakon izgradnje novih autocesta prema moru, velike propusne moći i kvalitete prometne usluge. Tome treba pridodati i vrlo povoljan razmještaj zračnih luka na obali i njihov broj⁵².

Druga važna grupa čimbenika koja pozitivno utječe na konkurentsku poziciju kruzinga je sigurnost plovidbe i boravka putnika u luci i u destinacijama. Iskustva u svijetu potvrđuju veliku osjetljivost turističke potražnje upravo na tu komponentu ponude, pa je daljnje unapređenje sigurnosti također jedna od smjernica kojoj se u razvoju kruzing turizma treba pridati veliki značaj⁵³.

Treću grupu pozitivnih čimbenika čine postojeći lučki kapaciteti i mogućnost njihovog proširenja, a zbog dobre prometne povezanosti, svih preduvjeta za njezino unapređenje posebno za neke destinacije, te zbog ostale razvijene turističke infra i supra strukture, javlja se i mogućnost da neke od tih luka postanu i polazne luke za određene brodarske kompanije ili

⁵² Ibidem

⁵³ Ibidem

brodove. To bi pozitivno utjecalo na ukupne prihode koje destinacije ostvaruju od međunarodnog kruzinga⁵⁴.

Nedostatci postojećeg stanja kruzinga u Hrvatskoj su oni koji se odnose na bolju organizaciju prihvata kruzera i putnika u destinacijama (lučka uprava – gradska uprava – putničke agencije), koja danas zapravo uopće ne postoji te na neodgovarajuću promidžbu kako pojedinih kruzing destinacija, tako i cijelog sustava kruzing destinacija u Hrvatskoj. Smatra se da se zbog tih nedostataka usporava mogući porast potražnje. Uočavaju se i negativni učinci kruzinga na neke kruzing destinacije, koji su dijelom stvarni, a dijelom su rezultat krive predodžbe o utjecaju kruzinga na destinacije. Različita razina potrošnje posjetitelja s kruzera u nekim našim kruzing destinacijama ukazuje i na različitu kvalitetu i sadržaj turističke i druge ponude u destinacijama, a na to utječe i u pravilu nedostatak sadržaja za takve goste u lukama. Može se reći da se Hrvatskoj razvoj međunarodnog kruzinga „dogodio“, i da ona nije bila spremna na takav rast potražnje, pa sada „u hodu“ mora otklanjati nedostatke koji se javljaju i koji u nekim destinacijama povremeno dosežu razinu problema⁵⁵.

Čimbenici koji pozitivno utječu na razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj su mnogobrojni i njihova je pojavnost gotovo neupitna. Kruzing kao turistički proizvod je u uzlaznoj fazi razvoja, moglo bi se reći da je to čak intenzivna razvojna faza, a na njegov daljnji razvoj u Hrvatskoj imat će značajan utjecaj trendovi na međunarodnom tržištu. Povoljan utjecaj čimbenika omogućava veću disperziju potražnje na pred i post sezonu, što se povoljno odražava na ukupne pozitivne učinke razvoja međunarodnog kruzinga na obalne i otočne destinacije⁵⁶.

Kruzing turizam pogodan je za upravljanje, jer se itinereri planiraju i po nekoliko godina unaprijed, a rezervacije vezova su lukama poznate gotovo u pravilu godinu dana unaprijed. Hrvatska treba definirati što može i želi ostvariti i prilagoditi svoje razvojne mehanizme (poticaj i odvratanje) izabranim razvojnim ciljevima.

⁵⁴ Ibidem

⁵⁵ Ibidem

⁵⁶ Ibidem

5.5.1. Rovinj

Dolaskom najvećeg kruzera „Europa“ zaključena je uspješna nautička sezona 2012. u Rovinju. Prema podacima Lučke uprave, u luku su uplovile 303 megajahte, 11 više nego prethodne godine. Pristalo je i 67 kruzera, devet više nego 2011. godine. Jedinu su stagnaciju zabilježili izletnički brodovi iz Vrsara, Poreča, Novigrada, Umaga i Pule, ali su zabilježena 2 422 ulaza u luku s gotovo 150 tisuća putnika. Rovinj je bio u rutama kruzera kao što su „L'Austral“, „Le Boreal“, „Silver Whisper“, „Sea Claud“, „Royal Clipper“, „Club Med“ i drugi, a najveće oduševljenje izazvao je dolazak kruzera „The World“ koji je Rovinj uvrstio u svoju rutu obilaska svijeta koji radi na principu sharinga pa se putnici ukrcavaju na pojedinim dijelovima

57

Najveći broj putnika dolazi iz Velike Britanije i Amerike, a uz one iz Europe iznenađujuće je veliki broj turista iz Južne Amerike (Argentina, Brazil, Meksiko) te Kanade, a ima i izletnika iz Kine, Novog Zelanda te s područja sjeverne Afrike, što ukazuje na vrlo široko potencijalno tržište destinacije Rovinj. Sukladno očekivanom, najveći broj turista na kruzerima je srednje životne dobi. Gotovo svi se putnici s tih brodova u Rovinju iskrcaju, a najveći broj u razgledanje grada utrošio je do šest sati. Tek desetina njih odlazi na izlete, najčešće u Motovun i Pulu. Za vrijeme razgledavanja grada najviše se kupuju suveniri. Oko 40% izletnika kupi neki od domaćih brendova, dok prosječno potroše oko 40 eura⁵⁸.

5.5.2. Pula

Pula polako postaje luka za kruzere, a turistima nudi atrakcijske osnove od povijeno-kulturne baštine, Arena, NP Brijuni, Eufrazijeva bazilika u Poreču, te Katedrale u Vodnjanu, a pritom je zbog geografskog položaja i prometne povezanosti najbliža destinacija Europskoj uniji kada se govori o pretvaranju u polaznu kruzingu luku⁵⁹. Kruzери bi imali poseban režim dolaska i priveza, odnosno, zaustavljali bi se na lukobranu, a putnici bi se oragnizirano prevozili do grada. 2011. godine u Pulu je stiglo 4 500 gostiju s kruzera, iako luka nema kapacitet za prihvrat velikih kruzera od 300 do 400 metara niti obalu i sidrište dovoljno

⁵⁷ http://www.glasistre.hr/vijesti/pula_istra/rovinj-najposjecenija-nauticka-destinacija-istre-364614 rujan 2013.

⁵⁸ Ibidem

⁵⁹ <http://www.glasistre.hr/vijesti/arhiva/347705> rujan 2013.

kvalitetno i prostor za prihvat kruzera. Jedino sidrište je Vela Draga, ali i tamo se ne mogu sidriti brodovi zbog vjetrova. Prethodnih godina kruzери su ostajali na lukobranu, a putnici su tenderima dolazili na obalu. Grad posjećuju manji brodovi, od 200 do 230 metara, s tristotinjak putnika.

5.5.3. Rijeka

2012. godine u Rijeku je stigao samo jedan kruzер, „Oriana“, s 1 760 putnika. U prvom dijelu te godine broj putnika na kružnim putovanjima u hrvatskom dijelu Jadrana porastao je za 2,9%, ali je riječka luka i dalje ostala luka bez kruzera⁶⁰. Iako su podaci nezadovoljavajući, važno je istaknuti raznolikost destinacije kao njezinu najveću prednost, povezanost zelenog i plavog odnosno primorske i kontinentalne regije na malom geografskom prostoru. Na kruzering tržištu destinaciju je potrebno definirati naglašavajući ekologiju i autohtonost te kulturnu raznolikost. Razinu interesa za Kvarner kao novu kruzering destinaciju treba podići kroz ponudu raznovrsnih i drugačijih turističkih proizvoda kao što su izletnička ponuda prema autohtonim sadržajima, pješački izleti te ostali oblici aktivnog odmora poput raftinga i ronjenja, gastronomska ponuda s naglaskom na ekološku proizvodnju hrane, kostimirani programi s posjetom povijesnim i mitskim lokacijama, posjet vinarijama, dvorcima, muzejima, crkvama i svetištima. Uz to važno je osigurati što kvalitetniju suradnju s lokalnim turističkim subjektima te definirati Kvarner odnosno Rijeku kao ukrcajno/iskrcajnu luku. Za 2015. godinu planirano je urediti privez na dijelu obale koji je nekoliko stotina metara udaljen od zgrade na putničkom terminalu gdje bi za nekoliko metara veći gaz i omogućio prihvat kruzera do devet metara gaza, što su brodovi kapaciteta oko 2 500 putnika⁶¹.

⁶⁰ <http://www.novolist.hr/Vijesti/Hrvatska/Kruzna-putovanja-Dubrovnik-rekorder-s-328-u-Rijeci-samo-jedan-kruzер> rujan 2013.

⁶¹ Ibidem

5.5.4. Zadar

Broj kruzer u zadarskoj luci polako se povećava, a broj putnika udvostručuje. U odnosu na 2012. godinu bilježi dvostruko veći broj putnika s kruzera, odnosno 45 000 putnika, naspram prošlogodišnjih 20 000. Za 2014. godinu već imaju najave kruzera s oko 60 000 putnika koji se duže zadržavaju u gradu, te samim time veća je potrošnja koja iznosi 82 eura po putniku, a sve je rezultat atraktivne ponude izleta u bližem i daljnjem gradskom zaleđu kao i ponude samog grada jer se većina putnika uglavnom odlučuje za izlete. Najviše kruzera pristaje od travnja do listopada, ali značajan je broj i onih koji dolaze u zimskom razdoblju od studenog do ožujka. Zbog kapaciteta zadarske luke najatraktivniji srpanj i kolovoz su limitirani brojem pristanaka i sidrenja pa su tri udarna zadarska mjeseca zapravo svibanj, rujan i listopad⁶².

5.5.5. Šibenik

Do početka rujna ove godine u Šibenik je pristiglo oko 19 000 putnika s kruzera, a do kraja godine očekuje se njegovo povećanje do 30 000 putnika. U odnosu na prošlu, 2012. godinu, broj putnika iznosio je oko 15 000. Sve to rezultat je rekonstrukcije dijela gata Vrulje za prihvat kruzera, a do iduće sezone trebali bi dobiti još četiri veza za prihvat međunarodnog i domaćeg putničkog prometa, za brodove dužine do 260 metara i do 180 metara⁶³. Pretpostavke su da će do kraja godine kruzeri provesi 102 dana u šibenskoj luci što je povećanje za 20% u odnosu na prethodnu godinu. Najveć brod ove godine je 207,10 metara dug „Thomson Majesty“ koji plovi pod zastavom Malte, dolazi iz Venecije, a kapacitet mu je oko 1 500 putnika i 600 članova posade.

5.5.6. Split

Od 2008. godine broj putnika s kruzima putovanja povećao se s 90 000 na 220 000 putnika. Svaki gost u prosjeku potroši 71 euro u restoranima, dućanima, suvenirnicama, te izletima u splitskoj okolici. Gosti s kruzera po splitskim ulicama provedu u prosjeku 5 sati, a najviše vremena potroše na konzumaciju pića u kafićima i restoranima, te shoppingu. Treće

⁶² <http://www.zadarskilist.hr/clanci/22072013/zadar---sve-atraktivnija-kruzing-destinacija> rujan 2013.

⁶³ <http://sibenskiportal.hr/2013/09/09/kruzeri-na-gatu-vrulje-iskrcali-gotovo-20-000-gostiju/> rujan 2013.

mjesto zanimacije jest razgledavanje muzeja i povijesnih znamenitosti. Prema nekim procjenama do 2017. godine broj putnika mogao bi se popeti na 500 000⁶⁴.

5.5.7. Dubrovnik

Nesumnjivo je da prvo mjesto po pitanju krucizing turizma drži Dubrovnik koji je 2012. godine imao 328 uplovljavanja i 492 501 putnika, što je za oko 5% više u odnosu na 2011. godinu⁶⁵. U posjet su došli turisti s brodova MSC Armonia, Costa Magica, Grand Celebration, Splendour of the Seas i Norwegian Jade. Tako se očekuje dolazak 824 tisuće putnika za razliku od 2012. godine kada je kroz grušku luku u razdoblju od 1. srpnja do 1. studenog prošlo 664 tisuće putnika s brodova na kružnim putovanjima⁶⁶. Ove se godine očekuje oko 520 ticanja i oko 850 tisuća putnika, što znači povećanje u broju ticanja za 7 i 14% putnika. Lučka uprava Dubrovnik nastoji ograničiti broj gostiju sa brodova na kružnom putovanju na 8 000 dnevno. Od 243 dana posjećena od strane brodova na kružnom putovanju u godini svega 18 dana prelazi predviđeni broj putnika od 8 000, od čega 6 dana u srpnju i kolovožu⁶⁷.

5.6. RAZVOJ TURIZMA HRVATSKE

Područje Republike Hrvatske može se podijeliti u tri skupine krucizing destinacija:

- destinacije za velike brodove- 1 000 i više putnika,
- destinacije za srednje velike brodove – 500 do 1 000 putnika,
- destinacije za male brodove- do 500 putnika,

a prikazane su u tablici broj 21.

⁶⁴

<http://www.slobodnadalmacija.hr/Dalmacija/Split/tabid/72/articleType/ArticleView/articleId/182936/Default.aspx> rujan 2013.

⁶⁵ <http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Krucna-putovanja-Dubrovnik-rekorder-s-328-u-Rijeci-samo-jedan-kruzer> rujan 2013.

⁶⁶ <http://punkufer.dnevnik.hr/clanak/dogadanja/novosti/dok-je-kruzera-nema-brige-za-turizam-u-dubrovniku--296600.html> rujan 2013.

⁶⁷ <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr> rujan 2013.

Tablica broj 21. Osnovne skupine kruzing destinacija Hrvatske

KRUZING DESTINACIJA	Maksimalni održivi prihvati posjetitelja s kruzera:			Kruzing destinacije za:		
	U gradu/mjestu	U luci	U destinaciji	Velike brodove	Srednje velike brodove	Male i butik brodove
Pula	4 000- 5 000	3 600	3 600	*	*	*
Rijeka	4 000- 5 000	10 000	5 000	*	*	*
Zadar	4 000- 5 000	5 300	5 000	*	*	*
Split	5 000- 6 000	8 300	6 000	*	*	*
Dubrovnik	3 000- 4 000	15 500	4 000	*	*	*
Rovinj	500- 1 000	2 800	1 000		*	*
Šibenik	3 000- 4 000	1 200	1 200		*	*
Poreč	do 500	2 000	500			*
Krk	do 500	300	300			*
Cres	do 500	500	500			*
Rab	do 500	500	500			*
Mali Lošinj	do 500	500	500			*
Pag	do 500	500	300			*
Vis	do 500	500	500			*
Hvar	do 500	3 800	500			*
Ploče	do 200	300	300			*
Korčula	do 500	2 800	500			*

Izvor: Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 138.str.

Prvu skupinu čine grad Pula, Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik, a karakteriziraju ih kulturno- povijesna jezgra grada koja je glavni element za obiliske posjetitelja, a imaju i turističku suprastrukturu te atraktivno okruženje. Sve to pogodno je za izlete, a luke imaju i veće kapacitete za prihvati od procijenjenog. Planovi razvoja na ovim destinacijama samo će povećati atraktivnost kruzinga, a poboljšanje kvalitete usluga stvoriti mogućnosti postanka polaznih kruzing luka. Grad Split urbanističkim planom planira povećanje gradske zone, dok se grad Pula izdvaja od ostalih zbog ograničenja razvoja u kapacitetu luke, a koji bi pridonijeli povećanju prihvatnog kapaciteta.

U drugoj skupini izdvaja se grad Šibenik koji ima veliku turističku atraktivnost, a čiji je prihvat relativno mali jer postojeća obala omogućuje privez srednjih brodova, a sidrište je udaljeno od grada. Iako grad ima planove proširenja, problem se javlja kod prihvata velikih brodova zbog uskog kanala Svetog Ante, a i sam ulazak bi im bio skuplji u odnosu na druge brodove.

Najznačajnije destinacije čine treću skupinu jer se radi o malim, povijesno- kulturnim jezgrama, a mogu primiti turiste s kruzera. Tu se ističu Hvar i Korčula kao posebno atraktivne destinacije koje su već dio kruzing turizma. Iako njihove luke mogu primiti veće brodove, zbog procijenjenih kapaciteta to nije povoljno rješenje te se zato svrstavaju u treću skupinu. Otoci Krk i Pag te Ploče imaju manji kapacitet od procijenjenog, a ističu se Ploče zbog atraktivnog funkcionalnog okruženja.

Određivanje maksimalnog održivog dnevnog broja posjetitelja s kruzera u odabranim kruzing destinacijama omogućuje procjenu ukupnog potencijala Hrvatske za razvoj međunarodnog kruzinga, mjenog brojem posjetitelja s kruzera u svim odabranim destinacijama⁶⁸:

- ukupni istovremeni prihvatni kapacitet odabranih kruzing destinacija iznosi oko 30 000 posjetitelja s kruzera (uključujući putnike i članove posade koji silaze s broda u destinaciji),
- pod pretpostavkom da je dnevni održivi prihvatni kapacitet kruzing destinacije definiran kao 70% veći od istovremenog održivog prihvatnog kapaciteta kruzing destinacije, ukupni dnevni prihvatni kapacitet iznosi oko 51 000 posjetitelja s kruzera (uključujući putnike i članove posade koji silaze s broda u destinaciji),
- pod pretpostavkom da:
 - sezona kruzinga traje ukupno 200 dana,
 - da je 100 dana kapacitet iskorišten sa 100% te
 - da je preostalih 100 dana potražnja manja za oko 50%,
- dolazi se do ukupnog godišnjeg potencijala Hrvatske u međunarodnom kruzingu od oko 7,7 milijuna posjetitelja s kruzera u odabranih 17 kruzing destinacija,

a izračuni su prikazani u tablici broj 22.

⁶⁸ Ibidem

Slika broj 10. Kruzing destinacije u Hrvatskoj



Izvor: Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj 139.str.

Tablica broj 22. Izračun potencijala za razvoj kruzinga u Hrvatskoj

Kruzing destinacija	Maksimalni održivi istovremeni prihvat posjetitelja s kruzera	Maksimalni održivi dnevni prihvat posjetitelja s kruzera	Broj dana sa 100%-tnim dnevnom kapacitetom	50%-tni dnevni kapacitet	Broj dana sa 50%-tnim dnevnom kapacitetom	Ukupni godišnji potencijal
Pula	3 600	6 000	100	3 000	100	900 000
Rijeka	5 000	8 500	100	4 250	100	1 275 000
Zadar	5 000	8 500	100	4 250	100	1 275 000
Split	6 000	10 000	100	5 000	100	1 500 000
Dubrovnik	4 000	7 000	100	3 500	100	1 050 000
Rovinj	1 000	1 700	100	850	100	255 000
Šibenik	1 200	2 000	100	1 000	150	350 000
Poreč	500	800	100	400	100	120 000
Krk	300	500	100	250	100	75 000
Cres	500	800	100	400	100	120 000
Rab	500	800	100	400	100	120 000
Mali Lošinj	500	800	100	400	100	120 000
Pag	300	500	100	250	100	75 000
Vis	500	800	100	400	100	120 000
Hvar	500	800	100	400	100	120 000
Ploče	300	500	100	250	100	75 000
Korčula	500	800	100	400	100	120 000
UKUPNO	30 200	50 800	-	-	-	7 670 000

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 141.str.

Prognoziranjem potražnje kruzing turizma u Hrvatskoj do 2017. godine treba uzeti u obzir⁶⁹:

- ostvarene stope rasta te potražnje, izražene brojem putnika, od 20,6% godišnje u Hrvatskoj u razdoblju 2002.-2006. godine,
- linearni i eksponencijalni trend toga rasta zabilježen u razdoblju 2002.-2006. godine,
- stope rasta broja putnika na međunarodnim kružnim putovanjima u Europi od 7% koje predviđa European Cruise Council u idućem razdoblju,

⁶⁹ Ibidem

- stope rasta koje su manje od onih zabilježenih u Hrvatskoj u razdoblju 2002.-2006. godine, ali veće od procjena European Cruise Council za Europu, a procjene potraženj prikazane su u tablici broj 23.

Tablica broj 23. Procjena broja putnika do 2017. godine

GODINA	BROJ PUTNIKA						
	Linearni trend na temelju razdoblja 2002.-2006.	Eksponecijalni trend na temelju razdoblja 2002.-2006.	Stopa rasta u Hrvatskoj od 2002.-2006.	Stopa rasta prema ECC	Stipa rasta 8%	Stopa rasta 10%	Stopa rasta 12%
2013.	273 636	306 642	694 159	694 159	694 159	694 159	694 159
2014.	273 636	306 642	694 159	694 159	694 159	694 159	694 159
2015.	273 636	306 642	694 159	694 159	694 159	694 159	694 159
2016.	273 636	306 642	694 159	694 159	694 159	694 159	694 159
2017.	273 636	306 642	694 159	694 159	694 159	694 159	694 159

Izvor: Studija održivog razvoj kruzinge turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 143.str.

Prema prognozi potražnje, najposjećenija destinacija u 2017. godini, poslije Dubrovnika, bi bio Split s oko 155 tisuća posjetitelja zbog svoje turističke atraktivnosti, geografskog položaja, planova razvoja luke i uređenja grada. Zadar bi ostvarivanjem planova razvoja, premještanjem luke i opremanjem potrebnim sadržajima mogao postati polazna luka za neke brodove na međunarodnim putovanjima. Turistički je vrlo atraktivan grad jer položaj luke ne zahtjeva prijevoz putnika do staroga grada, starogradska jezgra je vrlo prostrana s odličnim mogućnostima za razgledavanje.

Rijeka i Pula najvjerojatnije neće privući potražnju koja bi bila značajna osim ako se u idućim godinama ne promijene lučki kapaciteti i sadržaji te brodske itinereri. Pula bi trebala biti luka za manje kruzere, dok Rijeka ima planove za uređenje luke, koji bi mogli unaprijediti tržišnu poziciju na kruzinge tržištu. Udaljenost zračne luke je donekle problem, ali ako se luka uredi i opremi kako je planirano, mogla bi postati polazna luka za neke od brodova na međunarodnim kružnim putovanjima.

Razvoj kruzing turizma 2017. godine procjenjuje se odnosom potražnje i razvoja lučke infrastrukture i suprastrukture, a prikazano je u tablici broj 24.

Tablica broj 24. Razvoj kruzing turizma prema gradovima

KRUZING DESTINACIJA	PROMET PUTNIKA	UKUPNI GODIŠNJI POTENCIJAL	PROGNOZIRANI BROJ PUTNIKA U 2017.		MOGUĆA RASPODJELA BROJA POSJETITELJA U 20147.	
			BROJ PUTNIKA	ISKORIŠTENOST (%)	BROJ PUTNIKA	ISKORIŠTENOST (%)
Pula	7 000	900 000	24 000	2,7	50 000	5,6
Rijeka	5 000	1 275 000	15 000	1,2	90 000	7,1
Zadar	13 000	1 275 000	41 000	3,2	300 000	23,5
Split	47 000	1 500 000	155 000	10,3	500 000	33,3
Dubrovnik	600 000	1 050 000	2 000 000	190,5	1 100 000	104,8
Rovinj	5 000	350 000	16 000	4,6	80 000	22,9
Šibenik	12 000	255 000	40 000	15,7	50 000	19,6
Poreč	0	120 000	0	0	10 000	8,3
Krk	0	75 000	0	0	10 000	13,3
Cres	0	120 000	0	0	10 000	8,3
Rab	0	120 000	0	0	10 000	8,3
Mali Lošinj	0	120 000	0	0	10 000	8,3
Pag	0	75 000	0	0	10 000	13,3
Vis	0	120 000	0	0	10 000	8,3
Hvar	10 000	120 000	32 000	26,7	50 000	41,7
Ploče	5 000	75 000	15 000	20	15 000	20
Korčula	27 000	120 000	88 000	73,3	90 000	75
UKUPNO	731 000	7 670 000	2 426 000	31,6	2 395 000	31,2

Izvor: Studija održivog razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., 148.str.

6. ZAKLJUČAK

Kruzing turizam jedan je od oblika turizma koji se nabraže razvija u zadnjih nekoliko godina. Ima složenu strukturu, a kao oblik turizma pruža najveće zadovoljstvo spojem turizma i zabave. Uz geografski položaj destinacija važnu ulogu imaju vremenske prilike, prirodne ljepote te povijesno- kulturne znamenitosti. Analizom prikupljenih podataka vidljivo je da Sjeverna Amerika prednjači u ovom obliku turizma, a za kojom slijedi Europa, dok je ostatak svijeta na trećem mjestu.

Ponuda i potražnja određuju popularnost destinacije, a njezina blizina i trajanje putovanja privlače sve više putnika. Ovisno o trajanju putovanja, kreću se i cijene koje su u današnje vrijeme pristupačnije, a nude se i razni povoljni paketi koji mogu sadržavati i do deset dana putovanja.

Kruzing polako pokreće gospodarski i društveni razvoj destinacije, samo je važna suradnja lokalnih zajednica i gospodarskih subjekata kako bi se on podigao na višu razinu. U svijetu, njegov je razvoj i dalje u uzlaznoj putanji, dok se u Hrvatskoj on tek očekuje, a potrebno je poraditi na proširenju kapaciteta luka i boljoj ponudi autohtonih proizvoda. Također, potrebno je poraditi i na promociji destinacija, kako bi se turisti vraćali, a i usmenom predajom privlačili druge. Hrvatska aktivnost u budućem upravljanju kruzing turizmom povećala bi se donošenjem njegove razvojne koncepcije, odnosno utvrđivanjem vizije i misije razvoja kruzing turizma. Unutar svake kruzing destinacije treba voditi računa o tome da se promet brodova i posjetitelja planira kako ne bi došlo do zagušenja gradova, odnosno starih jezgara gradova čime se narušava njihov izgled i očuvanost.

LITERATURA

Benić I. „Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu“, Ekonomska misao i praksa, No. 2., 2010., str. 301- 348.

Brešković J., Novaković R. „Razvoj turističke destinacije pod utjecajem kruzing turizma“, Naše more, 1-2, 2002., str. 62-69.

„Glavni plan i strategija razvoja kruzing turizma Republike Hrvatske“, Institut za turizam, Zagreb, 1.studeni 2011.

Horak S. „Međunarodni kruzing turizam“ <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Međunarodni-kruzing-turizam-02-01-2013.pdf> rujan 2013.g.

Luković T. „Analiza razvoja svjetskog i Hrvatskog cruisinga“, Naše more, 2008., 233- 248.

„Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, Zagreb, siječanj 2013.

„Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj“, Institut za turizam, Zagreb, ožujak 2007.

http://www.glasistre.hr/vijesti/pula_istra/rovinj-najposjecenija-nauticka-destinacija-istre-364614 rujan 2013.

<http://www.glasistre.hr/vijesti/arhiva/347705> rujan 2013.

<http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Kruzna-putovanja-Dubrovnik-rekorder-s-328-u-Rijeci-samo-jedan-kruzer> rujan 2013.

<http://www.zadarskilist.hr/clanci/22072013/zadar---sve-atraktivnija-kruzing-destinacija> rujan 2013.

<http://sibenskiportal.hr/2013/09/09/kruzeri-na-gatu-vrulje-iskrcali-gotovo-20-000-gostiju/> rujan 2013.

<http://www.slobodnadalmacija.hr/Dalmacija/Split/tabid/72/articleType/ArticleView/articleId/182936/Default.aspx> rujan 2013.

<http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Kruzna-putovanja-Dubrovnik-rekorder-s-328-u-Rijeci-samo-jedan-kruzer> rujan 2013.

<http://punkufer.dnevnik.hr/clanak/dogadanja/novosti/dok-je-kruzera-nema-brige-za-turizam-u-dubrovniku---296600.html> rujan 2013.

<http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr> rujan 2013.

<http://www.fijet-croatia.com/?link=66> rujan 2013.godina