ANALIZA KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ

Anđelić, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:652955

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ANALIZA KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ

Mentor:

dr. sc. BLANKA ŠIMUNDIĆ

Student:

MARKO ANĐELIĆ

SPLIT, kolovoz, 2016.

Sadržaj:

1. **UVOD**

1.1 CILJEVI RADA ……. 3

1.2 PROBLEM I PREDMET ITRAŽIVANJA ..……. 3

1.3 SARŽAJ RADA ……... 3

2. **POVIJESNI RAZVOJ POJMA KRUZING TURIZMA**

2.1 POJAM KRUZING TURIZMA ..... …… ... 4

2.2 PREGLED POVIJESNOG RAZVOJA OD 20. STOLJEĆA ..……..... 5

3. **SUVREMENI SVJETSKI KRUZING TURIZAM**

3.1 **ANALIZA STANJA U SVJETSKIM TURITIČKIM REGIJAM 6**

3.1.1 KRUZING TURIZAM U MEDITERANSKIM ZEMLJAMA 6

3.1.2 KRUZING TURIZAM NA KARIBIMA 8

3.1.3 KRUZING TURIZAM U AZIJI I NA PACIFIKU 10

3.2 POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI KRUZING TURIZMA 13

3.2.1 RIM KAO PRIMJER DRUGIMA **..... ... 14**

4. **KRUZING TURIZAM U HRVATSKOJ**

4.1 OBILJEŽJA PROMETA KRUZERIMA U HRVATSKOJ ……..... 15

4.2 PONUDA I POTRAŽNJA ZA KRUZING TURIZMOM U HRVATSKOJ .16

4.3 POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI U HRVATSKOJ 19

4.4 DUBROVNIK KAO NAJBOLJI PREDSTAVNIK HRVATSKE 21

4.4.1 RAZVOJNA KONCEPCIJA I CILJEVI BUDUĆNOSTI 22

4.4.2 SWOT ANALIZA 26

4.5 BUDUĆNOST KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ 27

5. **ZAKLJUČAK …… 29**

6. **SAŽETAK 30**

SUMMARY 31

7. **LITERATURA ……..…… 32**

8. **POPIS TABLICA, GRAFOVA I SLIKA ……... 33**

1. UVOD

1.1 CILJEVI RADA

Kruzing turizam je jedna od novijih, modernijih pojava koje se javljaju u diljem svijeta. Turizam se razvijao od davnina no svijet nije imao kapacitete, kao ni ideju razvoja ovog tipa turizma, sve do devetnaestog stoljeća kada se javljaju sami začeci pojave kruzing turizma.

Kruzing turizam je samo jedan manji dio vrlo složenog, kompliciranog svijeta turizma koji se danas razvija svuda po svijetu i čini osnovu razvoja i preživljavanja mnogo zemalja, uključujući i Hrvatsku. Kroz ovaj rad ćemo promatrati kruzing turizam sa više aspekata kako bi utvrdili njegovu važnost u razvoju pojedinih destinacija. To ujedno predstavlja i cilj rada, prikazati sveukupne utjecaje ove vrste turizma na ekonomiju destinacije, odnosno zemlje, njegove utjecaje na pojedinu destinaciju, bilo pozitivne ili negativne , te prikazati svu dinamičnost koju nosi ovaj oblik turizam diljem Hrvatske i Mediterana.

1.2 PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA

Problem istraživanja u radu jest analiziranje trendova kretanja ove nove vrste turizma koja postaje sve popularnija diljem svijeta te istraživanje tj. Prikazivanje međunarodnih kretanja tokova turista u kruzingu kao i one domaće . Predmet istraživanja sačinjavaju kruzing luke odnosno tržišta kojih ima sve više, razvoj ove vrste turizma te prikaz konkurentnosti luka u Republici Hrvatskoj, 2 lica medalje ovog oblika turizma te njegova budućnost.

1.3 SADRŽAJ RADA

Sadržaj i struktura rada biti će podijeljeni na 5 velikih cjelina sa dodatkom literatura i tablica, odnosno grafova, na kraju rada. Na samom početku biti će naslovna strana te sadržaj po naslovima. Svaki dio rada biti će podijeljen na manje cjeline kako bi se lakše pratili svi podaci i informacije iznesene u ovom radu.

Na početku će biti obrađen sam pojam kruzera i kruzing turizma, njegova povijesna značajnost te prvu pojavu kruzera koji bi vodili do razvoja ovog tipa turizma. Nadalje, rad će predstaviti pronađene podatke iz radova i članaka putem brojčanih i pismenih informacija o ovom tipu turizma diljem Mediterana, ali će biti i doticaja sa cijelim svijetom. Upoznati će nas sa općim trendovima koji sada

prevladavaju te gradom koji je sinonim za razvoj kruzing turizma na Mediteranu i u svijetu. Upoznat ćemo kruzing turizam u Hrvatskoj te sva obilježja koja taj isti nosi. Rad će obraditi ponudu i potražnju koja vlada na tržištu Hrvatske, ekološke i druge probleme koje donosi te mogućnost budućeg razvoja. U zaključku će biti iznesene osobne autorove misli o problemu.

2. POVIJESNI RAZVOJ POJMA KRUZING TURIZMA

U ovom dijelu rada će biti riječ o pojmu kruzing turizma i što on točno predstavlja te kako se kruzing turizam razvijao kroz 20. Stoljeće do danas.

2.1 **POJAM KRUZING TURIZMA**

Kruzeri su putnički brodovi koji nemaju namjenu koju nose sve druge vrste brodova, a to je putovanje od luke do luke do konačnog pristaništa. Cilj kruzera jest uživanje na moru, oceanu ili rijeci u luksuznom okruženju, kao u hotelima. Tijekom krstarenja , brod će pristati u nekoliko zanimljivih turističkih destinacija. Kruzeri se dijele prema veličini, poslovnom modelu i uobičajenom načinu prijevoza gostiju. Sama struktura gostiju, njihovi interesi i financijske mogućnosti određuju hoće li brod biti namijenjen za luksuzni ugođaj, avanture, obrazovanje, kulturu, zabavu, sportske aktivnosti wellness ili rekreaciju.

Kao što je već rečeno na početku rada, ova vrsta turizma, kao takva, se počela razvijati kasnije od mnogih ostalih forma turizma, što zbog financija, kompleksnosti koju ona nosi , infrastrukture, pa sve do same ideje. Ideja kruzing turizma se pojavljuje tek krajem devetnaestog stoljeća, oko 1880.-te godine. Nakon pojave, ova vrsta turizma je nastavila ubrzano rasti te se 1900.-te, na samom početku dvadesetog stoljeća pojavljuju prve kompanije specijalizirane za ovu vrstu turizma, a to su White Star Line, P&O te Hamburg America Line koji su nudili usluge kruzera na redovnoj bazi. Sljedećih desetljeća , razvoj je tekao istim tempom , standardizirano. Šezdesetih godina dvadesetog stoljeća se javlja ubrzan rast kruzing turizma sa podizanjem standarda, pojavom nekih novina u infrastrukturi, prijevozu te ponudi u kruzerima. Pojavljuju se prva putovanja kao dio turističkog proizvoda ili aranžmana. Prva takva putovanja organizirana su diljem mora Sjeverne Amerike i Oceanije. Tour operatori su počeli pokazivati veliki interes za ovu vrstu turizma i ona proživljava veliki procvat.

No, kruzing turizam , pod ovim sadržajem koji se nudi i dan danas je imao preteču u jednom najbitnijem mjesecu, prosincu 1966. godine kada je kompanija Norwegian Caribbean Line ponudi prvi godišnji raspored putovanja kruzerom kroz inozemna mora i zemlje na brodu Sunward koji je primao

540 putnika. 70.-ih godina dvadesetog stoljeća se javljaju učestala putovanja diljem Kariba sa Sjeverno Američkim turistima. Kasnije se proširuje diljem Europe, Azije i Pacifika.

Sa godinama i desetljećima koji su uslijedili, ova vrsta turizma je nastavila svoj rast te je u ponudi i potražnji premašila brojne druge vrste turizma i pretvorila ovu vrstu turizma u jedan masivan, dinamičan i vrlo razvijen posao diljem svijeta.

2.2 **PREGLED POVIJESNOG RAZVOJA OD 20. STOLJEĆA**

Kruzing turizam je postao neizostavan dio gotovo svake zemlje koja je smještena na moru ili rijeci ,a koja pretendira da postane bitna destinacija u glavama imućnijih turista. Njegova važnost je najprije ekonomska. Svaka zemlja koja ima namjeru ostvariti nekakvo liderstvo ili barem dobru poziciju na tržištu treba poticati razvoj potrebnih luka, potrebne infrastrukture, potrebnih sadržaja koje će privući turiste u destinaciju. Kao što je već rečeno u dijelu povijesnog razvoja kruzing turizma, kruzing turizam je od devedestih godina 20.-tog stoljeća pa sve do danas stekao prednost nad mnogim formama turizma u gledištu profita i promocije određene destinacije. Od 1990.-te do 2011.-te ova vrsta turizma raste za impresivnih 8,02 % po godini. Od 2001.-e godine do 2011.te godine interes putnika je porastao sa 9,91 milijuna putnika na 20,6 milijuna putnika sa rastom od 6,88% 2011.-te godine. Sjeverna Amerika prednjači u kruzingu sa 55,8% ukupnih putovanja i potraživanja dok je i prema nekim podacima 2011.-te taj postotak bio i 70%. U Europi, taj postotak iznosi 30%, što je rast od 10% u odnosu na 2001.-u godinu. Na temelju ovih podataka, možemo zaključiti da je kruzing turizam brzo rastuća djelatnost te da nosi mnogo potencijala u sebi. Sve veći je interes putnika te su time i sve veći profiti destinacija u koji ti putnici dolaze.

3. SUVREMENI SVJETSKI KRUZING TURIZAM

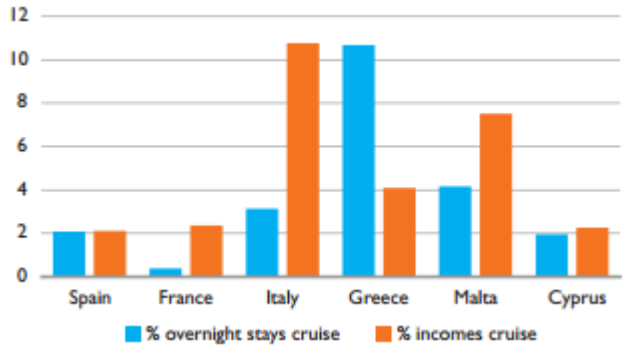
U ovom dijelu ovoga rada biti će riječ o kruzing turizmu u svijetu, njegovom dostignutom stupnju razvoja u pojedinim dijelovima svijeta odnosno kontinenata te će se pružiti uvid u neke značajne podatke o istima kako bi se moglo usporediti sa podacima u Republici Hrvatskoj (koji će uslijediti u nastavku rada) te prikazati napredak ili „boom“ koji je ova industrija doživila zadnjih nekoliko desetljeća.

3.1 **ANALIZA STANJA KRUZING TURIZMA U SVJETSKIM TURISTIČKIM REGIJAMA**

3.1.1 AKTUALNI TRENDOVI I PODACI O ZEMLJAMA MEDITERANA

Kao što je već napomenuto u dosadašnjem dijelu rada, ovaj oblik turizma donosi brojne prednosti u ekonomskom dijelu razvoja destinacija. Mediteranski kruzing turizam je doživio veliki procvat sa 58 milijuna internacionalnih dolazaka 1970-te na 283 milijuna internacionalnih dolazaka 2011.-te godine što je porast od 386% u tih 40 godina. Mediteran sačinjava približno 30% ukupnih internacionalnih dolazaka što ga čini jednim od najbitnijih područja razvoja putovanja putničkim brodom. Ukupni profit koji dolazi od internacionalnih turista iznosi približno 224 milijardi godišnje 2011.-te godine što je ogroman porast u odnosu na 1970.-tu godinu gdje je taj prihod iznosio tek oko 5,6 milijardi dolara. Bez obzira na velike profite koje ostvaruje, kruzing turizam sačinjava tek 1,8% ukupnih internacionalnih turističkih dolazaka u zemlje Mediterana. Zbog toga, tek 2,5% od totalnih ležaja na Mediteranu otpada na ove turiste. Bez obzira na ne fascinantne brojke, prethodno izrečene u radu, kruzing turizam ima kontinuiran rast zadnjih 25 godina. Bilježi, u rascjepu 10 godina rast prosječno od 50 % na svaku navedenu dekadu. Za usporedbu ukupnih noćnih boravaka te profita koje dobivaju od turista na kruzeru, uzete su iduće zemlje Mediterana: Španjolska, Grčka, Francuska, Italija, Malta i Cipar. Grčka ima oko 10% ukupnih turističkih dolazaka kruzerom no ukupni profit od istih tih turista iznosi tek 4%. U Italiji, ukupni broj dolazaka turista kruzerom se kreće tek oko 3% dok je profit čak 10% što je sasvim obrnuta situacija od Grčke. Kod Španjolske se oba podatka kreću oko 2%. Kod Cipra i Malte, slična je situacija kao i u Španjolskoj. Ove podatke vidite i grafički:

GRAFIČKI PRIKAZ 1: NOĆENJA I PROFITI OD KRUZERA

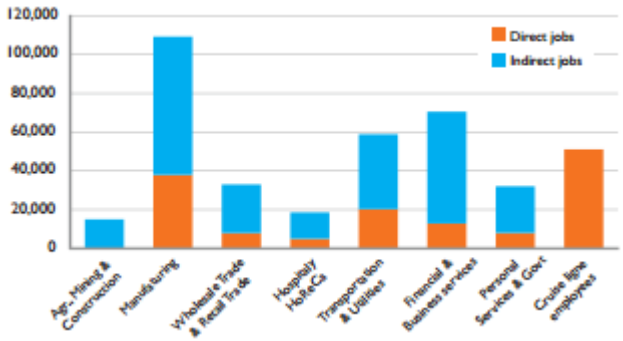


IZVOR: TOURISM Plan Ble u notes Economic Activities and Sustainable Development

Što se tiče prihoda od turista na kruzeru u odnosu na profite drugih oblika turizma preko noći podaci se kreću ovako: U Španjolskoj kruzer turisti potroše oko 800$ po noći u odnosu na 200$ ostalih oblika turizma, u Francuskoj 600$ kruzeristi naspram 100$ drugih turista. U Grčkoj, ipak, prihodi su drukčije podijeljeni. Kruzeristi troše oko 100$ naspram 300$ od drugih turista po noći. Što se tiče potrošnje turista kada siđu sa broda, ona iznosi oko 50€ po osobi no takvih turista ima tek oko 30% od ukupnog

broja za ručak te je prihod znatno umanjen. Zbog toga se postavlja pitanje da li se isplate sve investicije određene destinacije kako bi primili ogromne, putničke prekooceanske brodove. Što se tiče kreiranja poslova, kruzeri na Mediteranu stvaraju oko 0,7% poslova po krevetu direktno te 1,5% poslova indirektno ili 2,2 % ukupno. U Italiji čak 32% direktnih i indirektnih poslova se odnosi na kruzing turizam. Čak 18% direktnih kruzing poslova na Mediteranu se odnosi na gradnju brodova. U sljedećem grafu se može iščitati podatak direktnih i indirektnih zapošljavanja zahvaljujući kruzing industriji:

GRAFIČKI PRIKAZ 2: DIREKTNI I INDIREKTNI POSLOVI VEZANI UZ KRUZING



Izvor: TOURISM Plan Ble u notes Economic Activities and Sustainable Development

Kroz brojne navedene podatke možemo uočiti ekonomsku važnost koju predstavlja kruzing turizam na Mediteranu. Uočavamo ogroman novčani profit popraćen tek malim postotkom ukupnih dolazaka turista kruzerima. Postavlja se pitanje da li je isplativo toliko ulagati s obzirom na ukupnu potrošnju turista. Također, uočavamo da je kruzing turizam dobar generator poslova, pogotovo kod više razvijenih zemalja.

3.1.2 **KRUZING TURIZAM NA KARIBIMA**

Karibi su jedna od najpoznatijih, ako ne i najpoznatija kruzing destinacija u svijetu. Poglavito su popularni u Sjeverno- Američkom području zbog njegove blizine i izuzetne ljepote otočja, ali i onoga što se sve tamo nudi. Karibi su skup više od 7000 otoka na izuzetno bliskom prostoru, a osnovna podjela je na istočne, zapadne i južne karibe što čini itinerare Kariba.

Tako su se već od 1977. Neke od kompanija uključile u projekte kupnje pojedinačnih itinerera Kariba poput kompanije NCL, Disney Cruise Line, Royal Carribean, Holland America ili Princess Cruises. Na tu destinaciju odnosi se 46,6 posto ukupnoga svjetskog kapaciteta brodova u 2007. Koliko je ekonomski učinak važan, ogleda se i u otvaranju radnih mjesta u Karibima, što se mjeri u zabilježenom broju od 41.500 radnih mjesta, ili 600 milijuna. USD vrijednosti u plaćama u 2007. Na sljedećoj slici biti će prikazane vodeće kruzing kompanije na Karibima (većina iz Sjevernoameričke flote) :

TABLICA 1 : KRUZING KOMPANIJE KARIBA

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**
Promjena u odnosu prema 2005. (%)	-1	4	

Izvor: Mr.Sc. Ivica Benić : Analiza najpoznatijih kruzing destinacija na svijetu

Osim što Karibe većinom preplavljuju Sjevernoameričke kompanije, kada je riječ o turistima koji posjećuju Karibe priča je slične naravi. Većina (90%) turista koji posjećuju Karibe dolazi sa jevernoameričkog kontinenta, a ostalih 10% otpada na ostatak svijeta.

TABLICA 2: DOLASCI TURISTA PO KARIBIMA

Destinacija	Raspored dolazaka	2006.	2007.	Promjena-% (2007. / 2006.)
Anguilla	siječanj - travanj	4.113	4.324	5,1
Antigva i Barbuda	siječanj - rujan	304.569	475.412	56,1
Aruba	siječanj - kolovoz	362.554	299.783	-17,3
Bahami	siječanj - srpanj	1.883.750	1.778.099	-5,6
Barbados	siječanj - listopad	383.955	432.948	12,8
Belize	siječanj - rujan	461.106	460.927	0,0
Bermudsko otočje	siječanj - studeni	335.573	354.024	5,5
Britanski djevičanski otoci	siječanj - svibanj	264.702	311.368	17,6
Kajmanski otoci	siječanj - listopad	1.559.516	1.453.129	-6,8
Cozumel (Meksiko)	siječanj - ožujak	668.513	874.074	30,7
Curacao	siječanj - lipanj	174.527	204.326	17,1
Dominika	siječanj - rujan	253.814	237.857	-6.3
Dominikanska Republika	siječanj - lipanj	205.190	233.613	13,9
Grenada	siječanj - kolovoz	140.287	174.578	24,4
Jamajka	siječanj - rujan	950.329	898.444	-5,5
Martinik	siječanj - kolovoz	56.922	46.781	-17,8
Montserrat	siječanj - ožujak	-	102	-
Puerto Rico	siječanj - lipanj	748.455	786.543	5,1
Sv.Lucija	siječanj - rujan	249.558	405.444	62,5
Sv. Martin	siječanj - srpanj	869.866	880.246	1,2
Sv. Vincent i Grenadini	siječanj-kolovoz	63.692	105.679	65,9
Trinidad i Tobago	siječanj-travanj	62.897	58.684	-6,7
Američki djevičanski otoci	siječanj - studeni	1.681.793	1.681.224	0,0

Izvor: Mr.Sc. Ivica Benić : Analiza najpoznatijih kruzing destinacija na svijetu

Gledajući ove podatke vezane za godine 2006. I 2007.-u , vidimo značajan pomak dolazaka u većini područja Karibskog otočja, posebice u Svetu Luciju i Svetog Vincenta i Gerandina što pokazuje značajan porast popularnosti ove destinacije koja je kroz godine samo nastavila napredovati dok nije izrasla u jednu od najpoželjnijih destinacija svijeta općenito za turizam, a posebno za kruzing.

3.1.3 KRUZING TURIZAM U AZIJI I NA PACIFIKU

Azija je najglemije turističko tržište svijeta ili barem ima tendenciju tu postati. To je tržište koje je najmanje iskorišteno i koje ima goleme potencijale za daljni napredak. Tako je 2004.

17 milijuna Japanaca putovalo svijetom samo je njih 17.000 uživalo u kruzingu. Taj podatak već sam po sebi dovoljno govori koliko skrivenog potencijala leži u ovom tržištu i kako je vrlo bitno da svaka kruzing destinacija pokuša privući ovu vrstu tržišta u svoje podneblje. Prilagođavanu kruzing-turizma pomaže stacionarni turizam, koji prema WTO-u na području Azije i južnog Pacifika bilježi godišnji rast od 6,5 posto. Očekuje se 400 milijuna dolazaka do 2020., što je velik pomak u odnosu prema 2004., i 153 milijuna dolazaka. Kao vrhunska svjetska destinacija iza Europe predviđa se Kina. Sa svega pet postotnog udjela svjetskoga tržišta kruzinga očekuje se rast i od 40 posto. Porast broja putnika iz jugoistočne Azije mjeri se u iznosu od pet posto godišnje, ali očekuje se da dosegne do 820.000 do 2020.

Najpoznatija putnička kompanija u Aziji svakako je Star Cruises, a iza nje idu P&O i Princess. Otvaranjem sjedišta za Aziju - Pacifik u Singapuru 2007., Royal Caribbean je najavio pojavljivanje u tom području. Pozicioniranjem broda Rhapsody of the Seas, s 2.435 putnika, novi je izazov bačen Carnivalu i drugim kompanijama kojih nema u toj regiji. Jedna od vodećih putničkih kompanija u tom području Prinsess Cruises je u 2009. imala 8 posto svojih kapaciteta u ovom dijelu svijeta. Uz nje znatan udjel ima i Costa Crocciere, s pet postotnim udjelom svojih kapaciteta.

TABLICA 3: KRUZING KOMPANIJE U AZIJI I NA PACIFIKU

Kompanija	Brodovi	Postelje/dani	Udjel (%)
Star	3	477.812	54,9
P&O	4	176.264	20,3
Princess	4	71.920	8,3
NYK	1	24.440	2,8
HAL	2	20.370	2,3
JCL	1	17.400	2,0
Radisson	2	16.800	1,9
Captain Cook	2	14.976	1,7
Mitsui OSK	1	13.200	1,5
Silversea	3	6.532	0,8
Arcalia	1	5.610	0,7
Oceania	1	5.472	0,6
Hapag - Lloyd	3	4.540	0,5
Clipper	1	4.200	0,5
Orion	1	3.286	0,4
Star Clippers	1	2.890	0,3
Seabourn	1	2.244	0,3
Cruise West	1	1.596	0,2
Ukupno	33	869.552	100
Promjena (%)	3	49	

Izvor: Mr.Sc. Ivica Benić : Analiza najpoznatijih kruzing destinacija na svijetu

Što se tiće Pacifika, najvažnije luke Australije i Novog Zelanda su: Sydney, Cairns, Auckland i Wellington. Popularnost kruzinga u Australiji je velika, uz prosječni rast od 18 posto. Također, valja napomenuti da većinu turista koji putuju kruzerom u luke Australije i Novog Zelanda su domicilno stanovništvo sa postotkom od 63%. Može se reći da je ova destinacija zbog svoje specifičnosti posebno svjetsko tržište kružnih putovanja. Manja ponuda itinerara i brodskog prostora pomaže njihovu lakšem odabiru, za razliku od karipskih. Velika udaljenost od glavnih tržišta Sjeverne Amerike i Europe također ide u prilog manjoj potražnji za ovim prostorom.

3.2. POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI KRUZING TURIZMA

Pomorska krstarenja obuhvaćaju sva četiri obilježja turizma - transport, smještaj, zanimljivosti i turoperatore - i prema tome su glavni konkurenti stacionarnom turizmu. Udjel sektora pomorskih krstarenja na svjetskoj razini ostvarenja turizma iznosi 1,6% od ukupnog broja turista ili 1,9% od ukupnog broja noćenja. Nasuprot tome prihodi kruzing kompanija predstavljaju 3% ukupnog prihoda od turizma . Prema World Travel and Tourism Council, putnici na pomorskim krstarenjima potroše 30% manje od stacionarnih gostiju.

Značaj pomorskih krstarenja u destinacijskoj ponudi i ostvarenjima turizma je primjetan poglavito ako se promatra s aspekta društva, okoliša i gospodarskih učinaka. Ploveći hoteli koji dovode dnevne goste pridonose ukupnom prihodu turizma.

Razvoj pomorskih krstarenja zahtjeva kapitalne projekte investiranja u lučke komplekse i terminale kako bi se zadovoljilo zahtjevima brodova na pomorskim krstarenjima. Slijedom tekućih trendova, luke ulažu milijune eura u nove terminale i infrastrukturu. Otvaraju se nova radna mjesta, agencijsko poslovanje se širi, raste broj različitih uslužnih djelatnosti, povećava se broj taxi službi, prodavaonica suvenira i slično.

Iako se pozitivni aspekti vezuju uz stvaranje prihoda destinaciji, stvaranje novih poslova i ekonomskih aktivnosti, postoji i niz negativnih utjecaja, kao što su: inflacija cijena i rast cijena nekretnina, uvoz roba iz inozemstva za potrebe brodova, ograničen povrat u investicijama zbog sezionalnosti pomorskih krstarenja, dodatni troškovi gradskim vlastima, curenja u prihodima od pomorskih krstarenja usljed lokalne ekonomije, potencijalna ekonomska ovisnost o kruzing turizmu i zapostavljanje drugih gospodarskih aktivnosti.

Kao pozitivni i izravni utjecaji od turizma na okoliš se mogu uzeti sljedeći primjeri: zaštita spomenika, zgrada, zidina , stvaranje nacionalnih parkova i parkova prirode , zaštita grebena i plaža, kao što su Velik greben u Australiji, Kornati, održavanje šuma New Forest u Velikoj Britaniji, Colo i Suva u Fijiju. Negativni štetni utjecaji turizma na okoliš imaju utjecaj na kvalitetu vode, zraka, i razinu buke. Posebno veliku štetu čine otpadne fekalije, a zagađenja motora sa unutrašnjim izgaranjem za brodove, hotele, rashladne uređaje bitno utječu na kvalitetu zraka. Razina buke je također važna poglavito ako se uzmu urbane sredine, noćni klubovi, pojačani cestovni i željeznički promet. Kao negativni utjecaji turizma i narušavanje

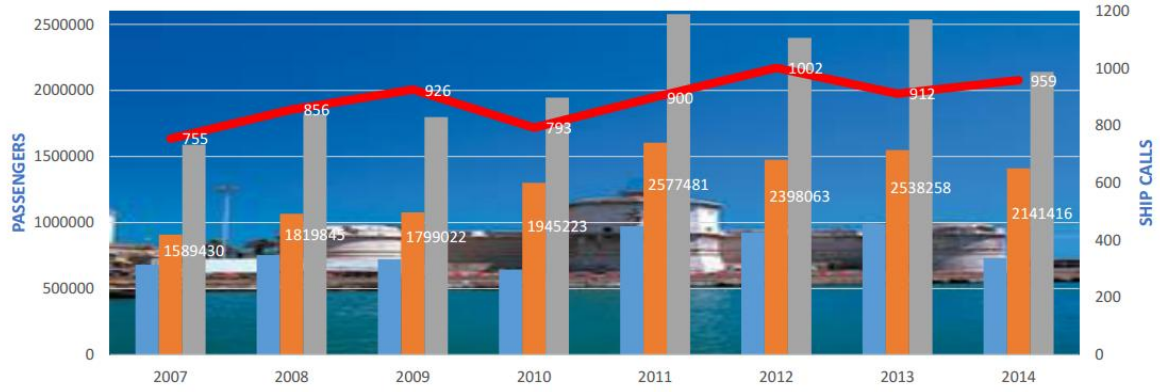
prirodnih vrijednosti mogu se uzeti sljedeći primjeri: lov i ribolov imaju utjecaj na divlji životinjski svijet, vegetacija uništena šetačima, kampiranja mogu uništiti šume, uništeni pješčani putevi prema piramidama i drugim prirodnim ljepotama, zagađenje zraka, zagađenje kroz otpadne vode, zagađenje kroz otpad, emisiju balastnih voda, zagađenje od zaštitnih boja oplate broda, fizičku štetu podvodnih oblika, oštećenje vegetacije, uznemirenje divljeg života, oštećenje povijesnih znamenitosti, oštećenje geoloških znamenitosti.

3.2.1 RIM, PRIMJER DOBROG RAZVOJA

Od svih gradova na Mediteranu, po svim relevantnim podacima I informacijama, Rim se može predstaviti kao najbolji predstavnik kruzing turizma, što I ne začuđuje s obzirom da je Italija najmoćnija zemlja Mediterana I Europe u prometu putničkih brodova. Prvi terminal je uspostavljen 2005.-te godine pod potporom stakeholdera Costa Crociere, Marinvest I Royal Carribean Cruises.u rujnu te iste godine je potpisan ugovor sa Port Authority of Civitavecchia , Gaeta I Fiumicino. Izgrađene su nove luke za prijam putnika koje su mogle prihvatiti više od 1,5 milijuna putnika. 2008.-e godine se desio veliki procvat u gradnji brodova I broju inozemnih putnika koji su pristali u luke Rima. Te godine je registrirano čak 900 brodova, a luke Rima su primile više od milijun inozemnih putnika. Iduće godine razvoj Rima je nastavljen ubrzano kao I prethodne. Registrirano je vise od 1000 novih brodova dok je luka primila čak 2,57 milijuna putnika.

Prema podacima RCT-a nakon prve godine koja je ušla u odabir, 2007-e godine, Rim konstantno bilježi porast u broju svih relevantnih pokazatelja: novo registriranih brodova, broju putnika, iz inozemstva I putovanja samih lokalaca. Tako je 2011.-te godine zabilježen najveći broj putnika od 2 577 481 dok je najveći broj novoregistriranih brodova bio 2012.-te godine , a iznosio je 1002 novoregistrirana broda.

GRAFIČKI PRIKAZ 3: BROJ PUTNIKA I KRUZING BRODOVA U RIMU



Izvor : Cruise Tourism In the Mediterranean: Challenges and Opportunities John Portelli – General Manager Roma Cruise Terminal

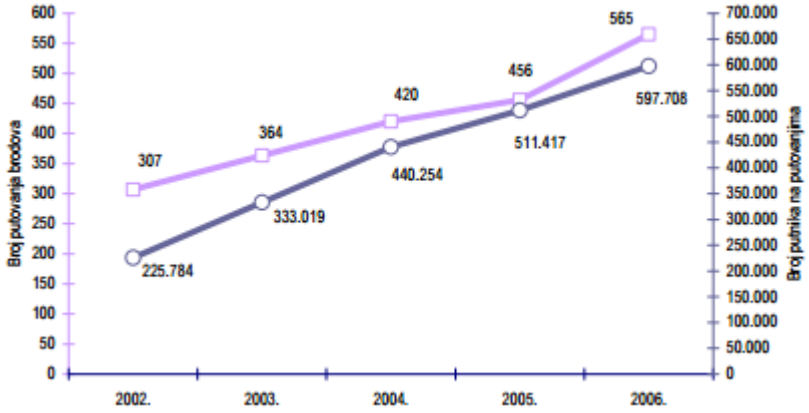
4. KRUZING TURIZAM U HRVATSKOJ

U ovom dijelu rada ćemo se susresti sa kruzing turizmom u Hrvatskoj, prometu koji teče kroz Hrvatske luke, pozitivnim i negativnim utjecajima te će se spomenuti i Dubrovnik kao najrazvijenije kruzing pristanište u Hrvatskoj.

4.1 **OBILJEŽJA PROMETA**

Promet kruzera na području Republike Hrvatske nalazi se u konstantnom porastu. Na međunarodnim kružnim putovanjima broj ljudi koji putuju je porastao gotovo 2,5 puta u 2006.-oj godini u odnosu na 2002.-u . Prema podacima DZS-a ukupan broj međunarodnih brodskih putovanja je iznosio 565, a u njima je bilo 597.708 putnika. Broj putovanja u 2006.-oj je veći za 24% dok je broj putnika porastao za 17% u odnosu na prethodnu godinu. Najveći broj posjeta na tim putovanjima otpada na Dubrovnik, odnosno 48% te gotovo 80% svih putnika (600 000). Slijede Split sa 14% I Korčula sa 12 %. Najveći broj uplovljavanja se odnosi na male (200 do 500 putnika) I butik brodova dok je najmanji postotak većih brodova sa kapacitetom većim od 1000 putnika. Kao I u prethodno navedenim podacima, najveći broj uplovljavanja velikih brodova otpada na Dubrovnik (47%), a tu još u konkurenciju ulaze Split, Korčula I Rovinj. Ostale destinacije uglavnom primaju manje I butik brodove. Što se tiče sezonalnosti, ova vrsta turizma se razlikuje od drugih vrsta po tome što sezona, u pravilu, dulje traje. Sezona počinje ranije, a završava kasnije. Naravno, najveći broj putovanja se odvija između svibnja I listopada sa čak 91%. Najveći broj ticanja se odvija subotom I nedjeljom (za velike brodove) dok kod malih I butik brodova nema razlike. Ovdje se može uočiti graf koji pokazuje broj putnika, odnosno brodova 2002-2006 .- e godine:

GRAFIČKI PRIKAZ 4: BROJ PUTNIKA I BRODOVA U HRVATSKOJ

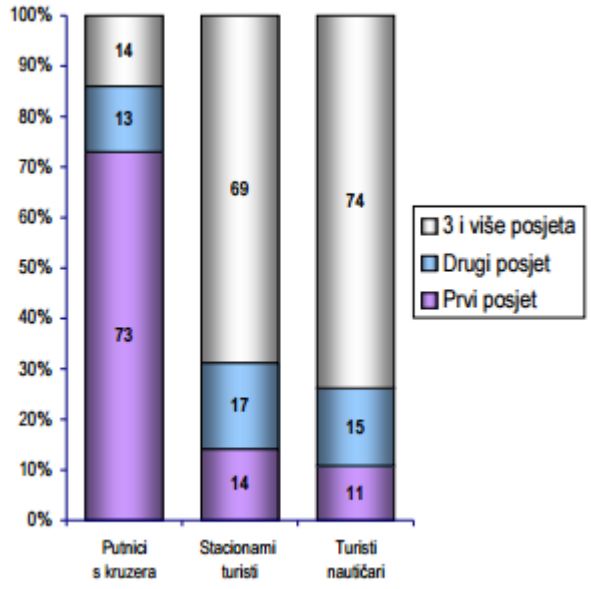


Izvor : Institut za turizam

4.2. **PONUDA I POTRAŽNJA U HRVATSKOJ**

Što se tiče zastupljenosti turista u Hrvatskoj, najveći broj turista čine , naravno, Talijani sa 28%. Slijede gosti iz SAD-a, Španjolske I Velike Britanije. Što se tiče učestalosti posjeta Hrvatskoj, čak 74% turista posjećuje Hrvatsku po prvi puta. Najčešće se zadržavaju 5 sati u prosjeku, 77% se zadržava 6 sati dok se trećina gostiju sadržaje do 3 sata u destinaciji. Na gradu uočavamo učestalost posjeta turista:

GRAFIČKI PRIKAZ 5: BROJ POSJETA HRVATSKOJ KRUZING PUTNIKA



Izvor: Institut za turizam

Što se tiče kupovine u destinaciji, gosti preferiraju kupovinu u supermarketima, konzumaciju pića te samostalni razgled grada. Manji postotak otpada na odlazak u restorane I razgledavanje okolice. Za razliku od većine drugih gostiju koje posjeti Hrvatsku, kruzing turisti su zadovoljni gotovo svime; od klasičnih prirodnih ljepota I kulturne baštine do sigurnosti, raznovrsnosti I kvaliteti ponude. Prosječna potrošnja gosta na razgled grada iznosi 39 eura, slijedi potrošnja na konzumaciju pića I hrane te troškove ulaznica I putne karte. Gosti u prosjeku, po osobi, troše 41 euro, a "najdarežljiviji" su gosti iz Velike Britanije sa troškom od 51 eura po osobi, zatim slijede gosti iz SAD-a I Velike Britanije. Što se tiče potražnje za prihvatnim kapacitetima , nju čine broj plovnih objekata na stalnom vezu (u moru i na kopnu), struktura plovnih objekata na stalnom vezu prema zastavi, broj plovnih objekata u tranzitu i njihova struktura prema vrsti plovnih objekata koji su se koristili vezom u moru, struktura plovnih objekata u tranzitu prema zastavi, sezonalnost, te broj dolazaka i noćenja nautičara, njihova struktura prema emitivnim zemljama, udio stalnih nautičara kao i broj izdanih odobrenja za plovidbu stranih plovnih objekata teritorijalnim morem za razdoblje od jedne godine te njihova struktura prema dolascima. Prema podacima DZS-a ukupan broj plovila na vezu 2007.-e godine iznosio je nešto više od 14 000 , a većina (86%) je otpadalo na vezište u moru. Najviše objekta na vezište je otpadalo na jahte na jedra, nešto manje na motorne jahte I vrlo mali postotak na druga plovila. Najveći broj turista je otpadao na lokalne ljude (35%) , a slijedili su gosti iz Austrije, Njemačke I SAD-a. Što se tiče potražnje, ona bilježi stalan I stabilan rast. Ostvareno je 811 000 dolazaka te 1 210 000 noćenja od čega je više od 90% stranih turista. Istraživanjem se pokazala vjernost nautičara ali, se I javlja potreba unapređenja kvalitete usluga (ljubaznost osoblja, tehničkih standarda u lukama nautičkog turizma, javnim lukama i sidrištima,), te posebno primjerenog odnosa cijena usluga i kvalitete („vrijednosti za novac“) .

Što se tiče ponude, većinu ponude čine luke za prihvat brodova, gradovi u kojima se luke nalaze te izdvojene turističke atrakcije. Postoji dvadesetak luka u Hrvatskoj , onih velikog gospodarskog značenja (Dubrovnik, Split, Rijeka) do najmanjih (Lopud, Mljet, Šipan). Na sljedećoj tablici možemo uočiti iznos lučkih pristojbi u gradovima. Na velikom kruzeru Oceana (2000 putnika) pristojbe variraju od 2.786,8 eura u Splitskoj luci do , otprilike,3.389,2 eura u Dubrovniku . Na manjem kruzeru Dalmacija (240 putnika), pristojbe variraju od Splitskih 452,7 eura do Riječkih 597,6 eura. Najpoznatiji izleti u Dubrovniku su : Jeep Safari,Blue Trail, Horseback Riding Tour i Three Islands Cruise.

TABLICA 4: PONUDA VEZIŠTA PO ŽUPANIJAMA

	U moru	Na kopnu	Ukupno
Istarska	3.890	772	4.662
Primorsko-goranska	3.228	1.938	5.166
Ličko-senjska	0	0	0
Zadarska	3.676	1.030	4.706
Šibensko-kninska	2.795	900	3.695
Splitsko-dalmatinska	1.581	390	1.971
Dubrovačko-neretvanska	664	156	820
SVEUKUPNO	**15.834**	**5.186**	**21.020**

Izvor : strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019.

TABLICA 5: LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

ŽUPANIJE	Luke nautičkog turizma	Lokacije na kopnu	Sidrišta	Ukupno
Istarska	14	0	0	14
Primorsko-goranska	15	7	8	30
Ličko-senjska	0	0	0	0
Zadarska	16	0	7	23
Šibensko-kninska	11	0	0	11
Splitsko-dalmatinska	9	2	0	11
Dubrovačko-neretvanska	5	0	0	5
SVEUKUPNO	**70**	**9**	**15**	**94**

Izvor: strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019.

Dvije grupe čimbenika u najvećoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma: opći čimbenici: klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja, a posebni čimbenici: prometna dostupnost polazne luke nautičkog turizma u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe. Može se reći da su Hrvatskoj u pogledu razvijenosti ponude najveći konkurenti Italija, Francuska i Španjolska, a u pogledu atraktivnosti obale Grčka i Turska. Ukupan broj turista koji posjeti Hrvatsku, sa putovanja Sredozemljem , iznosi 7%. Najveći broj odlazi u Italiju, a Hrvatska se nalazi u rangu Malte. Po zadnjem mjerenju , broj putnika, u mjerenom razdoblju, je porastao za 16%. Od Hrvatskih gradova, najviše rangiran bio je Dubrovnik sa 510 000 putnika te je zauzeo sedmo mjesto na Mediteranu. Što se tiče ponude izleta, najviše ih se nudi u Barceloni (10) te slijede Rodos I Istanbul. Od Hrvatskih

gradova, tu se nalaze Split sa 2 I Dubrovnik sa 4. Cijene kraćih izleta se kreću od 39 do 58 eura (Dubrovnik malo iznad prosjeka), a dužih (više od 4,5 sata) 82 do 155 eura (Dubrovnik ispod prosjeka) dok je Istanbul najskuplji. U pitanju prihvatnih vezova, na Hrvatsku otpada količina od 6,9% ukupnog broja vezova na Sredozemlju. Ovu skupinu predvodi Francuska sa 47,3 % I Italija sa 10,4 % . Ako usporedimo brojem nautičkih veza po kilometru (2,6) dobijemo da Hrvatska ima udio duljine obale dva puta veći od udjela u broju vezova. Prema tome, Hrvatska ima mnogo potencijala za daljini napredak u ovom dijelu. Najveća prednost Hrvatske je u čistoći mora, ljepoti krajolika, ekološkoj očuvanosti obale te osjećaju sigurnosti u zemlji dok je najveći nedostatak u ugostiteljskoj ponudi, kapacitetu, opremljenosti luka nautičkog turizma.

4.3 **POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ**

Najveća prijetnja razvoju kruzing turizma je nekontrolirano korištenje prirodno oblikovanog prostora i prirodnih dobara. Utjecaj kruzing turizma može biti pozitivan I negativan, a ovdje će biti spomenuta oba utjecaja. Biti će riječ o utjecaju na okoliš , društvo I gospodarstvo.

Što se tiče utjecaja na društvo, to se odnosi se na utjecaj kruzinga na lokalno stanovništvo i na stacionarne goste destinacija, a proizlazi iz prisutnosti kruzera u vizurama destinacije te istovremene prisutnosti velikog broja posjetitelja s kruzera u destinaciji. Negativan utjecaj u degradaciji vizualnog identiteta prostora (zaklanjanje pogleda) je iznadprosječan u 11 promatranih destinacija. Gotovo svaki četvrti gost hotela ,u Dubrovniku, je ocijenio narušenu atraktivnost I pogled na destinaciju u prisutnosti kruzera. U potrošnji, 64% stanovnika Dubrovnika smatra da gosti s kruzera slabo troše dok većina stanovnika, ipak , ističe da Dubrovnik ima pozitivne ekonomske koristi od kruzera. Međutim, ipak 35% lokalaca smatra da će daljnji razvoj kruzinga I povećanje broja turista, smanjiti kvalitetu života u gradu.

Utjecaj na gospodarstvo se prati putem ukupnog prihoda od međunarodnog kruzinga, a analizira se i utjecaj iskustva kruzinga na ponovni dolazak u Hrvatsku u svojstvu stacionarnog gosta. Ukupan prihod od kruzing turizma, u Hrvatskoj, se kreće od 29 do 32 milijuna eura. Najveća je zarada u Dubrovniku (oko 24 milijuna eura) dok ostatak otpada na Split, Zadar I druge manje razvijene luke. Od 27% ispitanih gostiju hotela, njih 7% je posjetilo Hrvatsku. Njih čak 85% je posjetilo našu zemlju poslije 2000.-te godine. Od njih je 61% po prvi puta posjetilo Hrvatsku.

Utjecaj na okoliš nema preciznu studiju kojom bi ovo uspjeli utvrdit no može se zaključiti kakav utjecaj on ima na okoliš u smislu zagađivanja zraka od ispušnih plinova svojih motora i spaljivanja otpada (Vancouver , 58% doprinosa efektu staklenika dolazi sa brodova, u jedan dan kao 2000 automobila I kamiona na godinu) , otpadne vode sa kruzera (svaki putnik na kruzeru dnevno proizvede od 20 do 40 litara crne vode te otprilike 120 - 340 litara sive vode. Te se vode talože na morskom dnu I zagađuju samo dno, ali I školjke koje poslije ljudi konzumiraju), sustav otpada (ostaci hrane, papira, kartona, boca, konzervi, dnevna akumulacija takvog otpada za kruzere veličine 3.000 putnika procjenjuje se na oko 3 do 4 kg po putniku. Oko milijun tona otpada godišnje se zbrinjava na moru od kojih je 24% s kruzera. Otpad porijeklom s kruzera se uglavnom spaljuje (75% do 85%), a pepeo se baca u more. Procjenjuje se da brod s 3.000 putnika proizvede od 55 do 85 litara posebno opasnog otpada na dan.

Temeljem ovih podataka, može se zaključiti da, uz sve prednosti koje donosi kruzing turizam, veliki je broj problema koji dolaze usporedno. Vidi se da je Jadran I cijelo Sredozemlje ugroženo u velikoj količini te se smatra da je potreban akcijski plan zaštite ovog osjetljivog ekosustava.

4.3 **DUBROVNIK KAO NAJBOLJI PREDSTAVNIK HRVATSKE**

Kao što je već više puta napomenuto u radu, Dubrovnik je naš najrazvijeniji grad što se tiče kruzing turizma, ali i turizma općenito. Predivna stara gradska jezgra sa svjetski poznatim zidinama i dan danas bude znatiželju i divljenje svjetskih turista. U Dubrovniku se odvija čak 75% ukupnog prometa kruzera u cijeloj Hrvatskoj. Kao što je već napisano, Dubrovnik ,sa 958 000 putnika, zauzima ukupno sedmo mjesto na Mediteranu te osmo mjesto na Europskom tržištu, iza Southamptona. Također, Dubrovnik zauzima drugo mjesto na Mediteranskom i Europskom tržištu kombinirano. Ovaj grad posjeduje 2 fizički odvojena kruzing pristaništa. Stari grad je destinacija za luksuzne jahte i manje brodove (do 1000 putnika) dok luka Gruž je orijentirana za primat velikih i luksuznih brodova. Također, ta pristaništa, kao i destinacija obiluju sigurnošću, smještajem, zaštitom okoliša kao i drugim elementima koji djeluju privlačno turistima. Na tablici se uočava broj putnika i brodova između 2 luke Dubrovnika:

TABLICA 6: BROJ PUTNIKA I BRODOVA U DUBROVNIKU

Year	Number of calls			Number of passengers		
	GRUŽ	OLD CITY	TOTAL	GRUŽ	OLD CITY	TOTAL
1998	118	28	146	59.331	30.449	89.780
1999	28	4	32	13.808	1.359	15.167
2000	107	61	168	61.591	65.250	126.841
2001	178	101	279	95.031	110.064	205.095
2002	221	122	343	114.952	149.950	264.902
2003	361	119	480	259.705	135.637	395.342
2004	357	147	504	260.801	196.533	457.334
2005	382	171	553	297.466	213.175	510.641
2006	394	180	574	367.321	235.726	603.047
2007	429	177	606	435.489	242.280	677.769
2008	502	197	699	569.020	281.360	850.380
2009	448	185	633	573.742	272.292	846.034
2010	526	179	705	611.756	259.879	871.635
2011	484	197	681	704.725	280.673	985.398

Izvor: Cruise Tourism Demand Forecasting – The Case of Dubrovnik

Može se uočiti konstantan rast broja putnika (Gruž 21,84%, a Stari Grad 18,63%). Za Dubrovnik je karakterističan stalan dolazak velikih kruzera i turista koji se zadrže kratko vrijeme. To je ujedno i najveći problem, u moru pozitivnih stvari koje izaziva kruzing turizam u Dubrovniku. Mnogo ljudi koji dođe se zadrže vrlo kratko, ne potroše gotovo ništa, a prenapuče cijelu destinaciju, pogotovo Stradun te izravno utječu na kvalitetu života u gradu. Dubrovnik je grad u kojem turisti pristižu konstantno , a na tablici se može uočiti točan broj kroz mjesece u periodu od 4 mjerene godine te uočavamo konstantan prirast broja turista u razdoblju od 4 godine. Naprimjer, u prosincu 2015.-te je broj turista bio veći za gotovo 150% u odnosu na 2012.-tu godinu što dokazuje posječenost destinaciji i izvan klasične sezone kruzinga svibanj-listopad :

TABLICA 7: BROJ PUTNIKA PO MJESECIMA U DUBROVNIKU

Month	*Number of cruise tourists*	*Month*	*Number of cruise tourists*
Jul 2012	162.989	*Jul 2013*	169.460
Aug 2012	154.380	*Aug 2013*	160.851
Sep 2012	155.675	*Sep 2013*	162.146
Oct 2012	163.179	*Oct 2013*	169.650
Nov 2012	61.181	*Nov 2013*	67.652
Dec 2012	14.139	*Dec 2013*	20.610
Jan 2014	26.605	*Jan 2015*	33.076
Feb 2014	26.909	*Feb 2015*	33.380
Mar 2014	29.880	*Mar 2015*	36.351
Apr 2014	81.960	*Apr 2015*	88.431
May 2014	125.656	*May 2015*	132.127
Jun 2014	136.457	*Jun 2015*	142.928
Jul 2014	175.931	*Jul 2015*	182.402
Aug 2014	167.322	*Aug 2015*	173.793
Sep 2014	168.617	*Sep 2015*	175.088
Oct 2014	176.121	*Oct 2015*	182.592
Nov 2014	74.123	*Nov 2015*	80.594
Dec 2014	27.081	*Dec 2015*	33.552

Izvor : Cruise Tourism Demand Forecasting – The Case of Dubrovnik

4.3.1 **RAZVOJNA KONCEPCIJA I CILJEVI BUDUĆNOSTI**

Kako bi Hrvatska napredovala u kruzing turizmu i težila ostvarenju svojim mnogobrojnih ciljeva za napretkom, potrebno je imati nekakav plan kojim će tu misiju ostvariti. Hrvatska je u svom planu prikazala viziju stanja kruzing turizma: Hrvatska je jedna od najpoznatijih destinacija Sredozemlja u kojoj ljudi pristižu cijele godine i uspješno promoviraju zemlju, sastoji se od dvadesetak luka koje međusobno surađuju u nadi za budućim boljitkom, Hrvatska je, još uvijek, orijentirana na primat manjih i srednjih brodova dok je prihvat većih moguć tek u nekolicini luka, hrvatski gosti su stacionarni i očarani kulturno-povijesnim nasljeđem. Iz ove vizije proizlazi misija u kojoj kruzing turizam doprinosi razvoju Hrvatske zemlje i promociji određenih destinacija, kao i širenje pozitivnog glasa o ljepotama kulturne i prirodne povijesne baštine. Kako bi ostvarili zadane vizije , Hrvatska treba optimalno valorizirat resurse i usmjeravat razvoj s principom održivog razvoja. Potrebno je maksimalizirat profite i minimizirat negativne učinke u destinaciji. Kako bi država potakla razvoj,

potrebno je izabrat luke koje će imati atraktivnost destinacije na kojoj se nalaze kao primarni kriterij. Potrebno je da luka bude opremljena i dostupna, da ima obilježja maritimno- prometne luke (potrebna vezišta, određene usluge) te da ima određen kriterij održivosti (prihvatni kapacitet luke i destinacije). Vrlo je važno posjedovanje turističke suprastrukture (agencije, vodiči) koji bi omogućavali održavanje izleta i razgleda destinacije kao osnovno svojstvo ponude. Osim osnovno navedenih kriterija, nije na odmet da je luka blizu aerodroma, dobro prometno povezana, laka nabava potrebne robe, da je smještaj kvaliteta. Kao glavni nositelji Hrvatske kruzing destinacije, izabrani su sljedeći gradovi tj. luke u tim gradovima navedeni :

SLIKA 1: NOSITELJI KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ U BUDUĆNOSTI

1. Poreč	9. Pag
2. Rovinj	10. Zadar
3. Pula	11. Šibenik
4. Rijeka (s Opatijom*)	12. Split (s Trogirom*)
5. Krk	13. Vis
6. Cres	14. Hvar
7. Rab	15. Ploče
8. Mali Lošinj	16. Korčula
	17. Dubrovnik (s Cavtatom*)

Izvor: Institut za turizam

Kako bi se razvijao kruzing turizam u Hrvatskoj, potrebno je uzeti u obzir i određena ograničenja koja sa sobom nosi razvijanje ove vrste turizma. Ti se učinci odnose na učinke na ekonomiju, ekologiju i kvalitetu života u destinaciji. Najveći problem svakog kruzing mjesta je , naravno, prihvatni kapacitet. Svako mjesto tj. luka ima određen limit prihvata brodova koji, kada se pređe, narušava okolišne standarde i kvalitetu života u destinaciji. Zbog toga, izrađene su brojne studije za Hrvatske gradove koje bi prikazale maksimalan broj posjetitelja s kruzera istovremeno. Na temelju tih kriterija određeno je da Dubrovnik, Split, Zadar, Rijeka i Pula imaju najveći potencijal prihvata svih brodova,a primat drži Dubrovnik. Taj potencijal je izabran na temelju sljedećih pretpostavki: ukupno 200 dana prometa, u 100 dana glavne turističke sezone dnevni promet je za oko 70% veći od maksimalno mogućeg istovremenog, u ostalih 100 dana promet je 50% manji od onoga u sezoni. Ukupni godišnji potencijal izabranih osnovnih kruzing destinacija iznosi 7,9 milijuna putnika i članova posade, pod gornjim pretpostavkama.:

TABLICA 8: STUDIJA PRIHVATA PUTNIKA I BRODOVA

Kruzing destinacija	Maksimalni održivi istovremeni prihvat posjetitelja s kruzera:			Kruzing destinacije za:		
	u gradu/ mjestu	u luci	u kruzing destinaciji*	velike brodove (1.000 i više putnika)	srednje velike brodove (500 do do 1.000 putnika)	male i butik brodove (do 500 putnika)
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	4.000 - 5.000	15.500	5.000	●	●	●
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	300	300			●
Vis	do 500	500	500			●
Hvar	do 500	3.800	500			●
Ploče	2.000	300	300			●
Korčula	do 500	2.800	500			●

Izvor: Institut za turizam

Kada bi razvoj tekao prema planu, u 2017.-toj bi ukupan prihod od kruzing turizma mogao iznositi 75 milijuna eura, bez uzimanja u obzir mogućeg povećanja prosječne potrošnje po turistu. Ako se uzmu i indirektni utjecaji, taj bi prihod mogao biti i 200 milijuna te otvoriti 1500 novih radnih mjesta. Broj novih stacionarnih gostiju u destinacijama bi mogao biti oko 100 000. Hrvatskoj se predviđa sve veći rast broja putnika. Dubrovnik će, prema prognozama, premašiti ukupan broj turista u destinaciji, naveliko, broj turista u Dubrovniku i Korčuli bi debelo premašio nosivi kapacitet grada, a u manjim kruzing destinacijama, promet se uopće ne bi odvijao, što ipak nije realno očekivati. Na sljedećoj tablici možemo uočiti sve prognoze koje se predviđaju za 2017.-tu godinu:

TABLICA 9: PREDVIĐENI BROJ PUTNIKA ZA 2017-TU

Kruzing destinacija	Promet putnika u 2006.	Ukupni godišnji potencijal (broj posjetitelja)	Progonizirani broj putnika u 2017. (prosječna stopa 12%, struktura iz 2006.*)	Procjena mogućeg broja posjetitelja u destinaciji* u 2017.**
Pula	7.123	900.000	24.000	50.000
Rijeka	4.623	1.275.000	15.000	90.000
Zadar	12.549	1.275.000	41.000	300.000
Split	46.972	1.500.000	155.000	500.000
Dubrovnik	599.462	1.275.000	2.000.000	1.100.000
Rovinj	12.145	255.000	40.000	50.000
Šibenik	4.828	350.000	16.000	80.000
Poreč	0	120.000	0	10.000
Krk	0	75.000	0	10.000
Cres	0	120.000	0	10.000
Rab	0	120.000	0	10.000
Mali Lošinj	0	120.000	0	10.000
Pag	0	75.000	0	10.000
Vis	0	120.000	0	10.000
Hvar	9.729	120.000	32.000	50.000
Ploče	4.603	75.000	15.000	15.000
Korčula	26.659	120.000	88.000	90.000
UKUPNO	728.693	7.895.000	2.426.000	2.395.000

Izvor: Institut za turizam

Kako bi se Hrvatska kruzing industrija razvijala u dobrom smjeru, postoje određeni prijedlozi kojima se to može postići: organiziranje organizacijskog okvira koji bi obuhvatio nacionalnu i lokalnu razinu, potrebno je kao dio prethodno navedenog, promovirati Hrvatsku kao poželjnu kruzing destinaciju, predstaviti Hrvatske luke, očuvanje prirodnog okoliša, koordinacija raznih subjekata koji sudjeluju u razvoju kruzing turizma. Potrebno je uskladiti cijene u lukama, utvrdit točnu metodologiju praćenja kruzing prometa. poticanje izrade stručnih radova na temu kruzing turizma. Trebala bi postojati 4 nositelja organizacije kruzing turizma: grad, lučka uprava, turistička zajednica grada i policija. Potrebno je donijeti izmjene i dopune zakona kako bi se bolje definiralo što se smatra lučkom infrastrukturom, što lučkom suprastrukturom, a što lučkom opremom te preciznije odredilo lučke djelatnosti u lukama otvorenim za javni promet. Potrebno je dobro razmotriti cijene lučkih usluga, pogotovo kod luka u Dubrovniku i Korčuli, investirati u luke, potrebno je odrediti minimum koji se može naplatiti brodu u luci te izbjeći međusobnu konkurenciju naših kruzing luka. Također, bilo bi dobro kada bi što veći broj ljudi bio educiran o ovoj vrsti turizma kako bi bilo što više stručnjaka koji

su kadri izraditi studiju i plan o kruzing turizmu, što bolje statistički pratiti pokazatelje kruzing turizma u Hrvatskoj kako bi se relevantno mogao odrediti budući pravac kretanja, izdvojeno pratiti prihode od strane lučkih uprave te pratiti stavove turista u lukama te destinacijama tih luka.

4.3.2 **SWOT**

SNAGE	**SLABOSTI**
➢ Ljepota prirode ➢ Bogata povijesno-kulturna baština ➢ Povoljna mediteranska klima ➢ Biološka raznolikost ➢ Zakonom zaštićena područja visoke važnosti ➢ Očuvana i bistra mora ➢ Mogućnost napretka ➢ Luke nautičkog turizma ➢ Ljubazno stanovništvo ➢ Geografski položaj ➢ Osobna sigurnost, sigurnost plovidbe	➢ Ne dobivanje vrijednosti za novac ➢ Loš i nekvalitetan sadržaj ponude u Marinama ➢ Nedovoljan broj vezova ➢ Sezonalnost potražnje ➢ Nedovoljna educiranost ➢ Loše zbrinjavanje otpada ➢ Administrativni problemi ➢ Nedostatak strategije razvoja nautičkog turizma ➢ Neodgovarajuća kategorizacija luka ➢ Razina tehničke usluge
PRILIKE	**PRIJETNJE**
➢ Sve veća popularnost kod inozemnih turista ➢ Otvaranje novim tržištima ➢ Prevladavajući trendovi ➢ Unapređenje prometne dostupnosti ➢ Porast kvalitete ostale turističke ponude ➢ Donošenje razvojne strategije nautičkog turizma Hrvatske ➢ Strana ulaganja	➢ Nestabilnost regije ➢ Strah od terorizma ➢ Zagađenje okoliša ➢ Neodgovarajuća zakonska regulativa ➢ Gubitak atraktivnosti proizvoda ➢ Brzi razvoj drugih destinacija

4.4 BUDUĆNOST KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ

Na temelju provedene SWOT analize, može se lako zaključiti da Hrvatska ima veliki potencijal biti jedna od vodećih i najboljih kruzing destinacija na području sredozemlja, naravno uzmemo li u obzir financijske mogučnosti i resurse kojima zemlja raspolaže.

Razvoj luka Hrvatske je itekako moguć uz dostatan plan provedbe takvih programa. Predlaže se stvaranje organizacijskog okvira međunarodnog kruzing turizma koji bi obuhvatio nacionalnu razinu i lokalnu razinu. Hrvatska nacionalna udruga za međunarodni kruzing turizam trebala bi predstavljati oblik dobrovoljnog udruživanja subjekata zainteresiranih za razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj čiji bi se glavni ciljevi i zadaci mogli svesti na sljedeće: promocija Hrvatske kao poželjne kruzing destinacije, usklađivanje tarifne politike luka, stalna razmjena relevantnih informacija, ustanovljavanje jedinstvene metodologije praćenja kruzing prometa, predlaganje poboljšanja u zakonskoj regulativi, poticanje stručnog rada i izrade studijske dokumentacije te kontaktiranje s drugim asocijacijama povezanim s kruzingom.

Promocija je jedna od najbitnijih stvari kod razvoja bilo čega pa tako i kruzing turizma. U Hrvatkoj postoji promocija Hrvatske kao kruzing destinacije, promocija određenih hrvatskih luka kao polaznih luka i interna promocija usmjerena na određene interesne skupine u hrvatskim destinacijama. Hrvatska se želi prikazati kao destinacija čija raznolika odredišta mogu biti izuzetno atraktivna za različite tipove kruzing putovanja.

Zaštita okoliša od negativnog utjecaja kruzera je također jedan od gorućih problema većeg broja turističkih luka. Kako bi se Hrvatska nosila s tim, potrebna je reciklaža otpada, spajanje na izvor 'kopnene' električne energije dok su kruzeri u luci , zabrana svih vrsta ispuštanja, odnosno odlaganja u more otpada, pepela, sivih i crnih voda, opasnih tvari, omogućiti brzo i učinkovito sankcioniranje prekršitelja zakona i međunarodnih konvencija, kvalitetniji nadzor kretanja kruzera.

Bitno je i poboljšati ponudu destinacija u cilju ostvarenja veće prosječne potrošnje posjetitelja s kruzera na kopnu, poboljšati ponudu izleta i mogućnosti za potrošnju tijekom izleta i razgleda grada, omogućiti dobivanje svih bitnih i relevantnih informacija.

Za kraj, bitno je spomenuti potrebu za većim brojem stručnih kadrova koji bi bili dovoljno povjerljivi da izražuju rečevantne i bitne studije i istraživanja o ovoj vrsti turizma kako bi se lakše ostvarili prethodno navedeni zadaci. Ovo je primjer jedne takve studije:

TABLICA 10: STUDIJA KRUZING TURIZMA

Područje	Projekti (➔)/ aktivnosti (•)
Organizacija	➔ IZRADA PROJEKTA USTROJAVANJA UDRUGE *CROATIA ADRIATIC CRUISE* • Osnivanje udruge *Croatia Adriatic Cruise*
Promocija	➔ IZRADA MARKETING PLANA MEĐUNARODNOG KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ • Izrada promotivnih materijala i njihova distribucija • Priprema i organizacija studijskih putovanja
Edukacija Održivost	➔ PROJEKT EDUKACIJE SUDIONIKA UKLJUČENIH U MEĐUNARODNI KRUZING TURIZAM • Provođenje edukacijskih seminara ➔ PROGRAM RADA SA STANOVNIŠTVOM • Implementacija programa rada sa stanovništvom ➔ IZRAČUN NOSIVIH KAPACITETA DESTINACIJA ZA MEĐUNARODNI KRUZING TURIZAM ➔ IZRADA STUDIJE UTJECAJA MEĐUNARODNOG KRUZING TURIZMA NA OKOLIŠ ➔ DEFINIRANJE ODRŽIVOG NOSIVOG KAPACITETA ISTOČNOG JADRANA U BROJU I VRSTI KRUZERA ZA POJEDINA PODRUČJA, PREVENTIVNIH AKTIVNOSTI I MEHANIZAMA KONTROLE TE SANKCIJA ZA NASTALE ŠTETE
Razvoj turističkog proizvoda Tarifni sustav	➔ IZRADA PROJEKTA KONKURENTNOSTI HRVATSKE KAO KRUZING DESTINACIJE/ BENCHMARKING ➔ IZRADA DETALJNIH STUDIJA RAZVOJA MEĐUNARODNOG KRUZINGA U POJEDINIM LUKAMA/KRUZING DESTINACIJAMA • Podizanje kvalitete i dostupnosti informacija u kruzing destinacijama i unapređenje prometne i turističke signalizacije ➔ IZRADA PRIJEDLOGA TARIFNOG SUSTAVA KRUZING LUKA
Prikupljanje informacija/ monitoring	➔ KONTINUIRANO PRAĆENJE STAVOVA I POTROŠNJE POSJETITELJA S KRUZERA U HRVATSKIM DESTINACIJAMA TICANJA • Unapređenje praćenja statističkih pokazatelja međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj od strane Državnog zavoda za statistiku RH

Izvor: Institut za turizam

Hrvatski kruzing turizam ima budućnost no njegovo daljne kretanje je nemoguće predvidjeti nekim brojkama. Sve ovisi o anagažiranosti općina, gradova, županija i država te njihovo volji da se ovaj oblik turizma uzdigne na jednu veću razinu. Uz navedene akcije je to moguće.

5. ZAKLJUČAK

Kruzing turizam je jedna novootkrivena, tek pola stoljeća stara grana turizma, pod funkcijom kakvom je danas poznajemo. Ovu vrstu turizma imaju brojne zemlje diljem planete, mnogo zemalja koje se nalaze uz more ili Rijeke. Većina zemalja se odlučuje na razvoj ovog turizma jer je dinamičan, perspektivan i produktivan, ako su ulaganja i investicije u luke, infrastrukturu, ponudu destinacije dobro i pomno razrađene i izabrane. Ovu vrstu turizma nije lako razvijati. Potrebne su brojne studije, istraživanja, analize tržišta kojim se uspostavlja nekakav okvir kojim putem treba ići. To je razlog zašto još mnoge zemlje, koje imaju tendenciju razvijanja kruzing turizma, to ne čine na najbolji način.

Mediteran je glavni predstavnik u Europi , što se tiče prometa kruzera. Mnogo zemalja počiva na njemu i sam čini osnovu bez koje se kruzing ne može razviti. Iz seminarskog rada smo saznali da je ova vrsta turizma tek u nekakvim povojima, na Mediteranu. Jasno je da je u povojima po tome što iz godine u godinu brojke putnika i brodova u lukama diljem Italije, Španjolske ili Francuske rapidno rastu. Makar je kruzing turizam i gosti koje dovodi u destinaciju , tek u manjem postotku u odnosu na druge vrste turizma, profit kojim pridonosi i promociju koju osigurava, ne može se mjeriti.

Hrvatska je još jedan u nizu dragulja Mediterana. Mala zemlja smještena na Jadranskom moru, prepuna prirodnih ljepota i bogatom poviješću je neizostavan mamac za turiste kopnom, zrakom pa tako i neizostavno svratište brojni velikih kruzera. Hrvatska , ipak, ima brojne probleme, uz sve koristi koje donose kruzeri, a to su nepostojanje adekvatnih planova u kontroli prevelikog broja kruzera i turista na istom mjestu što dovodi do stvaranja prenapučenosti, degradacije okoliša i vizualnog identiteta, smanjenja kvalitete života u destinacijama. Potrebno je još mnogo rada, pogotovo u našem sjedištu, Dubrovniku, kako bi se tim problemima stalo na kraj.

6. SAŽETAK

Kruzing turizam je jedan novi, selektivni oblik turizma koji je procvao u dvadesetom stoljeću, a doživio vrhunac zadnje desetljeće ovoga stoljeća. U 20. stoljeću se prvi put i pojavljuje ideja o ovakvom obliku turizma jer u prijašnjim stoljećima nije bilo ni novca ni infrastrukture kojim bi se spotakao projekt gradnje velikih luksuznih brodova, ili „plutajućih hotela“.

Kruzing je ponajviše razvijen, naravno, u zemljama bogatim vodama (mora, rijeke, jezera). U svjetskim okvirima, počeo se razvijati početkom 20. stoljeća, u Americi, dok je procvat u Mediteranskim zemljama i Sredozemlju općenito doživio od 70-ih godina 20. stoljeća pa sve do dana danas. Bez obzira na to, i dalje većina kruzing putovanja otpada na Sjevernoamerički kontinent gdje se nalaze i najveće brodske kompanije.

Kruzing turizam zahtjeva velika sredstva kod ulaganja i zato nije uvijek isplativ no uz prava ulaganja i pravi smjer razvoja osigurava veliki profit kroz budućnost. To podrazumijeva velike luke, prateći sadržaji u lukama i destinacije koje imaju nosive kapacitete za nagli priljev velikog broja turista. Ako je sve to izvedeno, od kruzing turizma može profitirati i kompanije, i tvrtka za gradnju i destinacija kao i svi njeni nositelji malih i velikih trgovina u destinaciji. U svijetu je kruzing turizam najrazvijeniji na Karibima no postoji i na drugim kontinentima dok je u Hrvatskoj Dubrovnik sa dvije velike luke vodeći predstavnik i jedan od vodećih na Mediteranu.

Kruzing nosi i negativne učinke, osim već navedenih pozitivnih, i zato treba biti oprezan sa planiranjem razvoja u destinaciji. Ti negativni bi sporazumijevali zagađenje zraka, zagađenje voda, prelazak praga nosivosti destinacije što izrazito negativno djeluje na destinaciju i ljude koji žive u njoj. Zato je potrebno zapošljavati stručnjake u tom području koji bi izrađivali studije, analize i radove na tu temu, istraživali tržište i predviđali buduća kretanja u destinaciji kako bi se negativni učinci sveli na minimum.

Ključne riječi: kruzing, brodska kompanija, utjecaj

6. SUMMARY

Crousing turizam iz new form of selective tourism that has bloomed in 20th century and experienced it's peak in the last decade of this century. In the 20th century, it appears for the first time the idea of this form of tourism, because in previous centuries were neither money or the infrastructure that would have tripped the project of construction of large luxury ships, or "floating hotels". Cruising is the most developed, of course, in the countries of the rich waters (sea, rivers, lakes). In world terms, it began to develop in the early 20th century in America, while it is blooming in the Mediterranean countries and the Mediterranean in general suffered from the 70s of the 20th century all the way up to the day today. Regardless, still the majority of cruising travel goes on the North American continent where there are the largest shipping companies.

Cruising tourism requires large investment and the media code so it is not always cost effective but with real investment and the right direction of development ensures big profits through the future. This implies a large port, the following facilities in ports and destinations that have a load-bearing capacity for the sudden influx of a large number of tourists. If all this is done, than cruising tourism can benefit the company, and the company for the construction and destination as well as all of its carriers of small and big shops in the destination. In the world's most developed tourism cruising is in the Caribbean but it exist in other continents too while in Croatia Dubrovnik ,with two large ports, leading representative and it is one of the leading in the Mediterranean.

Cruising carries negative effects also, in addition to the mentioned positive, and that's why you should be careful to plan for development in the destination. Negative consequences are air pollution, water pollution, crossing the threshold of carrying capacity of destinations as extremely negative effect on the destination and the people who live in it. That's why it is necessary to employ experts in this area, which would have made the study, analysis and papers on the topic, researched the market and predicted future trends at the destination in order to minimise negative effects to a minimum.

Key words: cruising, ship companies, contribution

7. LITERATURA

1. A TOURISM Plan Ble u notes NOVEMBER 2012 Economic Activities and Sustainable Development (2012) , raspoloživo na : http://planbleu.org/sites/default/files/publications/notespb_num24_en.pdf

2. Cruise Tourism In the Mediterranean (2013) : Challenges and Opportunities John Portelli – General Manager Roma Cruise Terminal, raspoloživo na http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/events/2015/03/doc/portelli_en.pdf

3. Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015 Edition, raspoloživo na: https://www.cruiseexperts.org/media/2280/clia-contribution-of-cruise-tourism-to-the-economies-of-europe-2015-report.pdf

4. Cruise Tourism Demand Forecasting (2008) – The Case of Dubrovnik, Ivana Pavlić

5. Institut za turizam, Zagreb (2007.), raspoloživo na http://www.mint.hr/UserDocsImages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf

6. Mr.Sc. Ivica Benić: ANALIZA NAJPOZNATIJIH KRUZING DESTINACIJA U SVIJETU (2010) , raspoloživo na : file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/11_ivica_benic.pdf

7. Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019., raspoloživo na : http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf

8. Ship for cruising, wikipedia

9. UTJECAJ POMORSKIH KRSTARENJA NA TURISTIČKU DESTINACIJU Ivica Benić (2012) , raspoloživo na: file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/0050203.pdf

8. POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA, TABLICA I SLIKA

1. SLIKA1, NOSITELJI KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ U BUDUĆNOSTI 22

2. GRAFIČKI PRIKAZ 1, NOĆENJA I PROFITI OD KRUZERA 6

3. GRAFIČI PRIKAZ 2, DIREKTNI I INDIREKTNI POSLOVI VEZANI UZ KRUZING..7

4. GRAFIČKI PRIKAZ 3, BROJ PUTNIKA I KRUZING BRODOVA U RIMU 14

5. GRAFIČKI PRIKAZ 4, BROJ PUTNIKA I BRODOVA U HRVATSKOJ 15

6. GRAFIČKI PRIKAZ 5, BROJ POSJETA HRVATSKOJ PUTNIKA SA KRUZERA..... 16

7. TABLICA 1, KRUZING KOMPANIJE KARIBA 8

8. TABLICA 2, DOLASCI TURISTA PO KARIBIMA.....9

9. TABLICA 3, KRUZING KOMPANIJE U AZIJI I NA PACIFIKU 11

10. TABLICA 4, PONUDA VEZIŠTA PO ŽUPANIJAMA 17

11. TABLICA 5, LUKE NAUTIČKOG TURIZMA 18

12. TABLICA 6, BROJ PUTNIKA I BRODOVA U DUBROVNIKU 20

13. TABLICA 7, BROJ PUTNIKA PO MJESECIMA U DUBROVNIKU 21

14. TABLICA 8, STUDIJA PRIHVATA PUTNIKA I BRODOVA 24

15. TABLICA 9, PREDVIĐENI BROJ PUTNIKA ZA 2017-TU 25

16. TABLICA 10, STUDIJA KRUZING TURIZMA 28