

EKONOMSKI UČINCI RAZVOJA KRUZING INDUSTRIJE U DESTINACIJI: PRIMJER GRADA SPLITA

Karuza, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:802216>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**



**DIPLOMSKI RAD
EKONOMSKI UČINCI RAZVOJA KRUZING
INDUSTRIJE U DESTINACIJI: PRIMJER
GRADA SPLITA**

Mentor:

Prof. dr. sc. Lidija Petrić

Studentica:

Jelena Karuza, 2142481

Split, veljača, 2017.

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Problem istraživanja..... | 1 |
| 1.2. Predmet istraživanja..... | 10 |
| 1.3. Istraživačka pitanja..... | 12 |
| 1.4. Ciljevi istraživanja..... | 13 |
| 1.5. Metode istraživanja..... | 14 |
| 1.6. Doprinos istraživanja..... | 15 |
| 1.7. Sadržaj diplomskog rada..... | 16 |
| | |
| 2. POVIJESNI RAZVOJ KRUZINGA U SVIJETU..... | 17 |
| 2.1. Teorijski okvir turizma kao društvene i ekonomske pojave..... | 17 |
| 2.2. Selektivni oblici turizma..... | 20 |
| 2.3. Razvoj nautičkog turizma kao selektivnog oblika ponude..... | 22 |
| 2.4. Kruzing kao podvrsta nautičkog turizma..... | 23 |
| 2.5. Dinamika razvoja kruzing industrije u svijetu..... | 27 |
| 2.6. Razvoj ponude kruzinga..... | 28 |
| 2.7. Dimenzije prometa kruzing industrije..... | 32 |
| 2.8. Ključne međunarodne institucije i regulativa..... | 36 |
| | |
| 3. RAZVOJ KRUZING INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ..... | 41 |
| 3.1. Zakonsko-institucionalna osnovica razvoja kruzinga u RH..... | 41 |
| 3.2. Ključni dionici | 42 |
| 3.3. Glavne luke u Republici Hrvatskoj..... | 44 |
| 3.4. Promet kruzinga u Republici Hrvatskoj..... | 49 |
| | |
| 4. EKONOMSKE DIMENZIJE KRUZING INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ..... | 51 |
| 4.1. Okolišni i društveni učinci razvoja kruzing industrije u destinaciji..... | 51 |
| 4.2. Ekonomske dimenzije kruzing industrije..... | 53 |
| 4.2.1. <i>Direktni ekonomski učinci</i> | 54 |
| 4.2.2. <i>Indirektni i inducirani ekonomski učinci</i> | 55 |
| | |
| 5. EKONOMSKI UČINCI RAZVOJA KRUZINGA U SPLITU..... | 56 |
| 5.1. Prikaz Splita kao turističke destinacije..... | 56 |

| | |
|--|-----------|
| 5.2. Uloga kruzinga u ukupnom turističkom prometu u Splitu | 58 |
| 5.3. Nositelji ponude kruzing industrije u Splitu | 62 |
| 5.4. Analiza turističkog prometa kruzing turista | 62 |
| 6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE..... | 65 |
| 6.1. Razrada metoda i definiranje uzorka istraživanja..... | 65 |
| 6.2. Rezultati istraživanja - procjena ekonomskih učinaka s aspekta ključnih dionika...66 | |
| 6.2.1. <i>Procjena učinaka kruzing industrije s aspekta nositelja ponude.....</i> | <i>66</i> |
| 6.2.2. <i>Procjena prihoda po osnovi prosječne potrošnje turista s kruzera u Splitu.....</i> | <i>69</i> |
| 7. OSVRT NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA I PREPORUKE ZA BUDUĆI RAZVOJ KRUZING TURIZMA U SPLITU..... | 78 |
| 8. ZAKLJUČAK..... | 81 |
| | |
| LITERATURA | |
| POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA | |
| PRILOZI | |
| SAŽETAK | |
| SUMMARY | |

Ovim putem posebno se zahvaljujem gospodinu Vjekoslavu Grgiću, koji mi je kroz intervjue i priloženu dokumentaciju uvelike pomogao u pisanju diplomskog rada te dao uvid u poslovanje Lučke uprave i njenih koncesionara. Posebne zahvale gospođi Natji Gavranić, iz turističke agencije Adriatic destination management company koja mi je pomogla da podijelim ankete, te turistima s kruzera koji su bili voljni sudjelovati u istraživanju popunjavanjem anketnog upitnika te mi time omogućili provedbu vlastitog istraživanja o strukturi potrošnje turista s kruzera u Splitu.

Autorica

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Turizam je jedna od najbrže rastućih i najprofitabilnijih industrija u svijetu koja svojim učincima pruža brojne mogućnosti za ekonomski razvoj regija. U relativno kratkom vremenskom razdoblju (od 2. svjetskog rata do danas) turizam je postao globalni fenomen i sudeći po broju učesnika zasigurno najmasovnija i najobuhvatnija pojava u svjetskim relacijama.¹ Prema podacima koje je objavila Svjetska turistička organizacija UNWTO, međunarodni turistički dolasci su u 2015. godini porasli za 4.4% u odnosu na prošlu godinu, a ukupno čine preko milijardu turističkih putovanja, točnije 1,184 milijuna. Internacionalni prihodi od turizma su iznosili 1.245 milijuna US dolara u 2014. godini što je porast od 3.7% u odnosu na prošlu godinu, a očekuje se i daljnji porast.²

Polazeći od toga da je složen sustav gospodarskih i drugih aktivnosti, turizam djeluje putem brojnih vrsta i posebnih oblika koji se razvijaju na globalnom turističkom tržištu. Svaka receptivna turistička zemlja ima svoje specifične turističke resurse iz kojih proizlaze i različite vrste i posebni oblici turizma.³ Najvažnija karakteristika selektivnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanje ponude i turističkih proizvoda. Važno obilježje selektivnih oblika turizma je disperzija, odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda. U tom procesu realizira se: zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda.⁴ Posebni oblici turizma se javljaju u segmentu želja i potreba sve zahtjevnije turističke potražnje, a operacionaliziraju u okviru turističke ponude sukladno raspoloživim prirodnim i antropogenim resursima te izgrađenoj turističkoj infrastrukturi i suprastrukturi.⁵ Stoga zemlje koje imaju određene preduvjete razvijaju specifične oblike turizma, među kojima je i nautički turizam.

Nautički turizam jedan je od najbrže rastućih segmenata maritimnih djelatnosti koji se u svijetu počinje masovno razvijati usporedno s ostalim selektivnim oblicima maritimnog turizma, ali se njegov značaj i ekonomska snaga uočavaju tek sedamdesetih i osamdesetih

¹ Petrić, L. (2013): Uvod u turizam, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str. 100.

² <http://www2.unwto.org/en> (Pristupljeno dana 02.05.2016.)

³ Bartoluci, M. (2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva-turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu, Školska knjiga, Zagreb, str. 187.

⁴ Luković, T. (2008): Selektivni turizam, hir, ili znanstveno istraživačka potreba, Acta turistica nova, Vol. 2, No. 1, str. 51-74

⁵ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 211.

godina. Nautički turizam je ukupnost odnosa i usluga nastalih iz plovidbe i stacionarnog boravka na moru i vodi, domaćih i inozemnih turista u vlastitoj odnosno tuđoj organizaciji te plovidba radi odmora, zabave i razonode. Rječnik turizma nautički turizam definira kao poseban oblik turizma u kojem dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuđem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi razonode. Nautički turizam realizira se u praksi u okviru tri osnovne skupine gospodarskih subjekata i to: luke nautičkog turizma, charter ili chartering te kruzina.⁶

U kontekstu iznimnog rasta interesa svjetske turističke potražnje za upoznavanjem Zemlje kao suvremenog globalnog sela, slijedom prostorne distribucije turizma na sve regije svijeta, što je omogućila eksplozija u prometnim, ali i informatičkim sustavima, od kraja prošlog stoljeća posebice su aktualni programi kruzina kao važnog segmenta nautičkog turizma.⁷ Turizam brodskih kružnih putovanja je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz krstarenja turista putničkim brodovima radi razonode, dokoličarske edukacije, zabave, odmora i slično. Takva krstarenja su najčešće povezana s pristajanjima broda u jednoj ili više luka, odnosno turističkih destinacija, u kojima putnici i posada silaze na kopno radi turističkih obilazaka. Kruzina može biti domaći, što znači da se odvija u unutarnjim vodama samo jedne države, ili međunarodni, kad se odvija u unutarnjim vodama dviju ili više država. Može se odvijati na moru, rijekama i jezerima. Kruzina se svrstava u nautički turizam jer se temelji na brodu i plovidbi.⁸

Kruzina industrija je jedna od najbrže rastućih industrija i predstavlja važan segment turizma. Navodi se 5 specifičnih karakteristika koje kruzeri pružaju putnicima, a to su:

- turisti imaju priliku posjetiti više mjesta u kratkom periodu
- kruzeri sadržavaju sve što je potrebno putnicima
- kruzeri imaju posadu i osoblje koji brinu o sigurnosti putnika i njihovim potrebama
- kvalitetna hrana
- cjelokupni organizirani odmor⁹

Nadalje, kruzina industrija turistima pruža širok izbor opcija koje uključuju suvremena kružna putovanja, tradicionalna kružna putovanja, avanturistička putovanja, putovanja morima i

⁶ Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 282.-283.

⁷ Ibidem, str. 286.

⁸ Studija održivog razvoja kruzina turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.3.

⁹ Dowling, R. K. (2006): Cruise Ship Tourism, CABI, Cambridge, str.3.

rijekama te tematska kružna putovanja.¹⁰ S obzirom na veličinu kruzera razlikujemo velike, srednje i male, prema namjeni postoje ekspedicijski kruzeri s edukacijom putnika koji sudjeluju u ekspediciji, prema mjestu obavljanja kruzinga razlikujemo riječni i morski, a mogu se još i razlikovati prema kvaliteti.¹¹

Gibson¹² navodi 3 svojstva kruzina proizvoda:

- Heterogenost (proizvod se sastoji od brojnih komponenti koje pružaju jedinstveno iskustvo turistu),
- Neelastičnost (proizvod se ne može skladištiti ukoliko se ne proda),
- Komplementarnost (proizvod se ne sastoji od jedinstvene usluge nego od više komplementarnih usluga koje zajedno čine jedinstven doživljaj).

Također, naveo je kako je kruzina definirani paket koji uključuje putovanje u luke, točno definiran itinerar, usluge i mogućnosti poput hrane i zabave, smještaj po specifičnim standardima te ostale usluge koje su dostupne putnicima.

Ponuda kružnih putovanja izražava se raspoloživim kapacitetom, koji se iskazuje: brojem brodova, brojem putničkih postelja na brodovima, tonažom flote, brojem terminala i njihovoj mogućnosti da prime određeni broj brodova za krstarenje. Prema međunarodnom udruženju za kružna putovanja Cruise Lines International Association (CLIA), najveća koncentracija ponude kružnih putovanja u Sjevernoj Americi nalazi se na području Kariba, u Europi na Mediteranu, a u ostatku svijeta na području Havaja i južnog Pacifika.¹³ Kruzina turizam pruža priliku za ekonomski razvoj Kariba, a turistička politika koju provodi Caribbean Tourism Organisation (CTO) se oslanja na kruzina turizam kao na temeljnu granu ekonomskog rasta i razvoja,¹⁴ a prema podacima CTO u 2015. godini broj posjetitelja s kruzera je iznosio približno 25 milijuna, što je porast od 1.3% u odnosu na prošlu godinu.¹⁵ Kruzina turizam na Karibima je postao integralni dio turističkog sektora, ali u daljnjem razvoju kruzina turizma treba pratiti učinke koje ova industrija generira.

¹⁰ Gibson, P. (2012): Cruise Operations Management, Hospitality Perspective, Routledge, Abingdon, str. 1.

¹¹ Luković T.(2008): Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga, Naše more” 55(5-6)

¹² Gibson, P. (2006): Cruise Operations Management, Elsevier, USA, str. 20.

¹³ Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, str. 108.

¹⁴ Bresson, G. i Logossah, K. (2011): Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism within the Caribbean: A non parametric panel data evidence, Tourism Economic 17(1), pp. 1-24

¹⁵ CTO (2016): State of the Tourism Industry Report

Ponuda u kruzing turizmu koncentrirana je u tri velike grupacije, a to su Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group koje obuhvaćaju 75% ukupne svjetske ponude mjerene brojem ležajeva.¹⁶ Grupacije u kruzing turizmu ciljaju specifična tržišta te prema tome kreiraju svoje proizvode i usluge i formiraju marketinški mix koji obuhvaća tradicionalne elemente, a to se cijena, proizvod, mjesto i promocija i uključuju i dodatne uslužne komponente: ljude, usluge i procese.¹⁷ Potražnja za kruzing putovanjima je koncentrirana u gospodarski najrazvijenijim zemljama svijeta. Ona je posebno razvijena u SAD-u, Kanadi, zemljama Europske unije i Japanu. Potražnja za kružnim putovanjima je regionalno orijentirana jer se nautičari najčešće opredjeljuju krstariti u vodama bližim domicilu. Najveći broj američkih nautičara krstari po Karibima, uz Zapadnu obalu i Aljasku, a europski nautičari su orijentirani na Mediteran i sjeverozapadnu europsku obalu.¹⁸ Prema Cruise Lines International Association (CLIA) 6.59 milijuna europskih rezidenata je bukralo kružna putovanja u 2015. godini, što je porast od 3.1% u odnosu na 2014. godinu, a to Europu čini drugim najvećim tržištem kruzing industrije u svijetu. Većina kružnih putovanja u Europi su ostvarena u lukama na Mediteranu, Baltičkom moru i drugim europskim regijama te je ostvareno 29 milijuna posjeta u 2014. godini.¹⁹ U 20 luka za prihvat kruzera na Jadranskom moru ostvareno je 4.78 milijuna posjeta turista s kruzera u 2015. godini, a od toga je u Hrvatskoj ostvareno približno 1.3 milijuna posjeta.²⁰

Trendovi u kruzing industriji su smanjenje stopa rasta potražnje na tržištu SAD-a te visok rast potražnje na europskim tržištima, koji će biti usmjeren prije svega na Sredozemlje. Nadalje, trendovi su promjene u demografskoj strukturi potražnje; sve češće putuju mlađi putnici slabije kupovne moći iz svih segmenata stanovništva te raste broj ponovljenih putovanja i potreba za specijaliziranom ponudom. Padaju cijene putovanja zbog ekonomije obujma, tehnološkog napretka i skraćanja prosječnog trajanja putovanja, raste prosječna veličina broda-od plovećeg hotela ka plovećoj destinaciji-što implicira veću brigu za okoliš i sigurnost putnika. Zbog širenja tržišta povećava se broj luka ticanja uključenih u kruzing turizam te se javlja potreba za izgradnjom posebnih putničkih terminala u lukama s većim prometom.²¹ Vodeći brodari koji drže linije za kružna putovanja pokazuju jasnu sklonost ka ideji širenja tih

¹⁶<http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodnikruzingturizam02-01-2013.pdf> (Pristupljeno dana 02.05.2016.)

¹⁷ Gibson, P. (2006): op.cit., str. 17.

¹⁸ Šamanović, J. (2002): op.cit., str. 108.

¹⁹ CLIA (2016): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015

²⁰ Risposte Turismo (2016): Adriatic Sea Tourism Report, dostupno na: http://www.adriaticseaforum.com/wp-content/uploads/RisposteTurismo_ASTR2016_ExecutiveSummary.pdf

²¹ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.5-9.

brodskih linija na međunarodnom planu putem horizontalne i vertikalne povezanosti većeg broja uslužnih djelatnosti vezanih za brodove za kružna putovanja. Porast broja ponuda brodova za kružna putovanja na globalnom planu nije ograničen samo na pružanje usluga na brodu. Taj trend širenja i jačanja sustava kružnih putovanja sve se više odnosi i na ponude usluga na kopnu kao i na one na brodovima za kružna putovanja koji plove prema određenim odredištima.²² Uočen je konstantan trend rasta kružne aktivnosti, porast broja država koje se uključuju u kružna putovanja te im to postaje proizvod na kojem temelje svoj turistički razvoj. Stvaraju se veze između destinacija i brodova na kružnim putovanjima, naglasak se stavlja na promociju, proučavanje ekonomskih utjecaja kružnih putovanja te inovativnost, sigurnost i održivost.²³

Hrvatska ima niz prednosti za razvoj kruzing turizma koje se očituju u dobro razvedenoj obali i otocima, velikom broju luka, pogodnom geografskom položaju, očuvanoj prirodi, čistom moru i bogatoj kulturno-povijesnoj baštini. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH u razdoblju od siječnja do rujna 2015. godine ostvareno je 618 kružnih putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj. Na tim brodovima bilo je 848.699 putnika koji su u Republici Hrvatskoj boravili ukupno 1270 dana, što je u prosjeku 2 dana. U strukturi kružnih putovanja stranih brodova najviše ih je evidentiralo prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske u Dubrovačko-neretvanskoj (64.1%) i Splitsko-dalmatinskoj županiji (22.6%), što je ukupno 86.7%. U odnosu na isto razdoblje 2014. godine broj putovanja veći je za 6.2%, a broj putnika koji su na taj način ušli u Republiku Hrvatsku veći je za 0.6%. Ukupan broj dana boravka tih putnika u istom razdoblju manji je za 0.8%.²⁴ Brodovi na međunarodnim kružnim putovanjima u Hrvatskoj najčešće posjećuju Dubrovnik, druga destinacija prema zastupljenosti je Split, a zatim Korčula. U odnosu na stacionarni turizam, kruzing turizam obilježava manje izražena sezonalnost, a sezona ranije počinje i kasnije završava.²⁵ Državni zavod za statistiku je definirao brod za kružna putovanja kao putnički brod čija namjena nije prijevoz osoba od jedne luke do druge luke odredišta, nego je namijenjen za uživanje u putovanju i sadržajima na brodu (luksuznom ugođaju, avanturama, obrazovanju, kulturi, zabavi, športskim aktivnostima, wellnessu ili rekreaciji). Opremljen je za višednevni boravak putnika i mora pružati usluge prehrane, pića i napitaka te usluge smještaja. Brod za kružna

²² Gračan, D., Zadel, Z. (2013): Kvantitativna i kvalitativna analiza kruzing turizma Republike Hrvatske, Pomorski zbornik 47-48, str. 51-59

²³ <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284413645> (Pristupljeno dana 20.05.2016.)

²⁴ http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-05_05_2015.htm (Pristupljeno dana 20.05.2016.)

²⁵ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.6-7.

putovanja pristaje na svojem putu u lukama koje su zanimljive turističke destinacije. Putovanje jest ulazak stranog broda za kružna putovanja u prvu luku teritorijalnog mora Republike Hrvatske, a putnik je svaka osoba koja je doputovala brodom, bez obzira na dob, a nije član posade.²⁶ Ponudu u međunarodnom kruzingu sa stajališta brodarka čine prije svega luke za prihvat brodova, turistička mjesta/gradovi uz koje se luke nalaze te izdvojene turističke atrakcije ako su dostupne organiziranim načinom posjete (izletima). U međunarodni kruzink u Hrvatskoj uključeno je dvadesetak luka otvorenih za javni promet s različitim intenzitetom posjećivanja i to kako onih najvećih od osobitog (međunarodnog) gospodarskog interesa kao što su Dubrovnik i Split, luka županijskog značaja i malih lokalnih luka.²⁷

Hrvatski zakonodavni okvir koji se odnosi na međunarodni kruzink turizam uglavnom je zadovoljavajući. Hrvatska je potpisnica najznačajnijih međunarodnih konvencija te prati propise na međunarodnoj razini.²⁸ Kruzink turizam je reguliran s dva osnovna zakona na kojima se bazira njegovo djelovanje, a to su Zakon o pružanju usluga u turizmu²⁹ i Pomorski zakonik³⁰. Poteškoće se javljaju u primjeni Zakona o pomorskom dobru i morskim lukama³¹, a nedorečenosti se odnose na investiranje na pomorskom dobru i na bolje i preciznije definiranje postupaka vezanih za uknjižbu pomorskog dobra. Mogu se navesti još neki zakoni koju reguliraju ovu djelatnost, a to su Zakon o koncesijama³², Zakon o plovidbi unutarnjim vodama³³ i Zakon o lučkim kapetanijama³⁴. Lučke uprave donose uredbe i pravilnike koji reguliraju provedbu kruzink turizma te su zadužene za prikupljanje pristojbi i opskrbu kruzera. Još neka tijela i institucije koje svojim radom sudjeluju u provedbi kruzink turizma u Hrvatskoj donoseći zakone, uredbe i pravilnike, sudjelujući u donošenju odluka, promociji, izradi strategije razvoja te izradi brošura i ostalih informativnih materijala su Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska turistička zajednica.

Kada se promatra utjecaj kruzink turizma na gospodarstvo destinacije navode se izravni, neizravni i inducirani prihodi koji se generiraju u destinaciji. Izravni prihodi se vezuju uz prodavače usluga i dobara izravno brodovima na pomorskim krstarenjima, putnicima i posadi.

²⁶ http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-05_04_2016.htm (Pristupljeno dana 20.05.2016.)

²⁷ Studija održivog razvoja kruzink turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.9.

²⁸ Ibidem, str. 10.

²⁹ Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)

³⁰ Pomorski zakonik (NN 181/04, 76/07, 146/08, 61/11, 56/13, 26/15)

³¹ Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN 158/03, 100/04, 141/06, 38/09, 123/11, 56/16)

³² Zakon o koncesijama (NN 125/08, 143/12)

³³ Zakon o plovidbi unutarnjim vodama (NN 109/07, 132/07, 51/13, 152/14)

³⁴ Zakon o lučkim kapetanijama (NN 124/97)

Prihodi od brodova vezuju se uz lučke troškove, pristojbe i naknade, gorivo, vodu, održavanje i različite druge usluge. Putnici ukupnom prihodu pridonose kroz njihovu potrošnju u prijevozu, taxi uslugama, kupnju suvenira, kupnju nakita, izleta, hrane i pića. Neizravni prihodi za gospodarstvo se vezuju uz potrošnju dobara i usluga lokalnog biznisa (tour operatora, agencija, dobavljača) koji pružaju usluge brodovima na pomorskim krstarenjima. Primjer su putničke agencije koje iznajmljuju autobuse za prijevoz putnika, kupuju gorivo, koriste usluge čišćenja, osiguravaju zaposlenike u njihovim uredima, plaćaju struju i vodu u uredima i sl. Inducirani prihodi su u određenom odnosu proporcionalni ostvarenju izravnih i neizravnih prihoda. Ekonomski doprinos kruzinge industrije ovisi o kategoriji luke, je li to luka ukrcanja ili luka ticanja. Luke ukrcanja su destinacije iz kojih brod kreće i vraća se, a luke ticanja su usputne destinacije na putovanju. Svi prihodi i učinci pomorskih krstarenja na gospodarstvo destinacije se promatraju kroz različite ekonomske podatke te kroz njihov utjecaj na BDP, zaposlenost/nezaposlenost, povećanje plaća te statistiku populacije i radne snage, opći porast standarda te revitalizaciju različitih djelatnosti specifičnih za pojedini kraj itd. 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 sezonalnosti pomorskih krstarenja, dodatni troškovi gradskim vlastima, otjecanje prihoda od kruzinge stranim kompanijama i potencijalna ekonomska ovisnost o kruzinge turizmu te zapostavljanje drugih gospodarskih aktivnosti. Razvoj pomorskih krstarenja zahtjeva kapitalne projekte investiranja u lučke komplekse i terminale kako bi se zadovoljilo zahtjevima brodova na pomorskim krstarenjima. Luke ulažu milijune eura u nove terminale i infrastrukturu, a utjecaj na gospodarstvo će biti veći ili manji što ovisi o tome radi li se o luci polaska ili luci ticanja brodova na pomorskim krstarenjima. Može se zaključiti da je utjecaj pomorskih krstarenja sa stajališta gospodarstva značajan i treba ga promatrati u okviru odnosa sa ostalim utjecajima, a posebice sa socijalnim utjecajem i utjecajem na okoliš.

Utjecaj kruzinge turizma na okoliš se očituje kroz onečišćenje zraka ispušnim plinovima i onečišćenja mora otpadnim vodama, krutim otpadom s kruzera, emisiju balastnih voda, buka, zagađenje od zaštitnih boja oplata broda, fizičku štetu podvodnih oblika, oštećenje vegetacije, uznemiravanje divljeg života, oštećenje povijesnih znamenitosti i geoloških znamenitosti. Onečišćenje povezano sa kružnim putovanjima je visoko intenzivno i potencijalno štetno za postojeći turizam u destinacijama. Fleksibilnost i mobilnost kruzera, u kombinaciji sa

intenzivnošću njihovih utjecaja kreira novi i jedinstveni fenomen u turizmu kao i problem zaštite okoliša.

Pomorska krstarenja imaju nešto specifičniji utjecaj na društvo od klasičnog turizma jer se prije svega radi o različitom ponašanju turista/putnika, kao i njihovih potreba. Povećani broj turista s kruzera poglavito u malim gradskim sredinama zahtjeva veći broj vodiča, prodavača, vozača autobusa i sličnih uslužnih zanimanja. Može se dijelom govoriti i o migraciji iz ruralnih u urbane sredine, a vezano uz zahtjeve za radnom snagom i boljim zaradama. Povećanje broja ljudi u jednom danu zahtjeva veći angažman policije, kako u prometu tako i u osiguranju putnika s obzirom da velike mase putnika privlače i kriminal. U nekim područjima može doći i do pojave prostitucije i drugih zabranjenih aktivnosti. Također može doći i do utjecaja na zdravlje i jezik domaćeg stanovništva, iseljavanja autohtonog stanovništva iz strogih urbanih sredina, negativnog odnosa domaćeg stanovništva prema putnicima, što vodi negativnom utjecaju na zadovoljstvo putnika destinacijom. Neriješena prometna pitanja u većini hrvatskih gradova vode većim prometnim gužvama zbog velikog broja putnika s kruzera što rezultira nezadovoljstvom domaćeg stanovništva.³⁵ Gospodarski i društveni utjecaji mogu biti dvojaki, s jedne strane mogu biti pozitivni, a s druge negativni, dok utjecaj na okoliš može biti samo negativan. Utjecaj na gospodarstvo je prioritetan i njemu korespondiraju svi ostali utjecaji i upravo zato se ovi učinci često precjenjuju, dok se društveni i okolišni učinci često zanemaruju i podcjenjuju, te prilagođavaju gospodarskom utjecaju. No važno je uočiti da i društveni i okolišni učinci u konačnici rezultiraju financijskim, odnosno ekonomskim učincima, koji su u ovoj domeni, nažalost često teško mjerljivi.

U Hrvatskoj se uočava globalni trend porasta frekvencije velikih kruzera koji kraće stoje u lukama, što vodi povećanoj zabrinutosti da će kruzring turizam postati novi oblik masovnog turizma. Hrvatska je tipična tranzicijska zemlja sa značajnim stopama rasta kruzring turizma, kojem je teško mjeriti ekonomske učinke koji se generiraju, te se uočava neefektivan monitoring i upravljanje štetnim učincima na okoliš. Motivacija za razvoj kruzring turizma u Hrvatskoj se bazira na prilici za dodatnu prodaju lokalnih proizvoda i usluga te za produljenje turističke sezone. Međutim, istraživanja su pokazala da postoje skriveni okolišni i društveni troškovi koje treba uzeti u obzir prilikom razvoja ovog oblika turizma. Isključivo profitno

³⁵ Prethodni tekst interpretiran je na temelju informacija preuzetih iz: Benić, I. (2011): Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, Zagreb, God. V, Br.1., str. 43-66

orijentirana turistička politika ne uračunava negativne eksternalije što vodi ozbiljnim ekološkim i društvenim posljedicama. Ekonomski razvoj treba uzeti u obzir probleme onečišćenja poput upotrebe resursa i distribucije te na temelju toga odrediti prihvatni kapacitet destinacije. Zahvaljujući dobroj geografskoj poziciji, atrakcijama koje su dostupne turistima i novim uslugama koje se pružaju u lukama, prvenstveno u Dubrovniku, Splitu i Zadru, kruzina industrija se utrostručila u periodu od 2002. do 2012. godine.³⁶

Na primjeru Splita, koji iz godine u godinu bilježi sve veće stope rasta posjetitelja sa kružnih putovanja naveli su se pozitivni i negativni ekonomski učinci koje generira kruzina industrija u gradu, kako se to odražava na lokalnu zajednicu te stanje okoliša u destinaciji. Istražila se prosječna potrošnja turista s kruzera u destinaciji kako bi se dobio uvid koliko doprinose lokalnom gospodarstvu.

1.2. Definiranje predmeta istraživanja

³⁶ Carić, H. i Mackelworth, P. (2014): Cruise tourism environmental impacts-The perspective from the Adriatic Sea, *Ocean and Coastal Management*, 102, pp. 350-363

Posjeti brodova na kružnim putovanjima luci Split su pojava novijeg datuma. Točnije, 2002. godine u luku su počeli pristizati brodovi na kružnim putovanjima. Te godine Split su posjetila 82 broda sa 20.616 putnika, dok je 2014. godine u luku pristiglo 233 broda sa sveukupno 184062 putnika. Split se iz tranzitnog centra i polazišta prema otočnim destinacijama pretvara u atraktivnu turističku destinaciju. Luku Split su od 2002. godine posjetile gotovo sve svjetski poznate brodarske kompanije; Carnival Cruises, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Costa Crociere, Cunard Line, Radisson Cruises, Celebrity Cruise, Fred Olsen Cruise Line, Club MedCruises, Thomson Cruises, P & O Cruises i mnoge druge.³⁷ Prema Studiji održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj koju je proveo Institut za turizam 2007. godine, gosti s kruzera u Splitu u prosjeku troše 71 €, većinom u restoranima, dućanima, suvenirnicama te izletima u splitskoj okolici. Gosti s kruzera provedu u prosjeku 5 sati u Splitu, a najviše vremena potroše u kafićima i restoranima, shoppingu, a najmanje na razgledavanju muzeja i povijesnih znamenitosti.³⁸

Procjenjivalo se da će 2016. godina za splitsku luku biti rekordna s uplovljenih 292 kruzera što je za 30 kruzera više nego u prošloj godini, a za 2017. godinu za sada je najavljeno 229 kruzera. Kruzeri se u pravilu u splitskoj luci vežu, a rijetko sidre. Neki vezovi u luci su već prošireni te se dobilo na dubini čime se postigla veća mogućnost za vezivanje kruzera. Oba veza za kruzere duljine 300m su otvorena, jedan tijekom 2016. godine, a drugi početkom 2017. godine.

U radu su se identificirali glavni nositelji ponude koji direktno sudjeluju u provedbi kruzing turizma u Splitu te se istražila važnost Lučke uprave koja vrši evidenciju o broju dolazaka kruzera, naplaćuje lučke pristojbe i putem koncesionara nudi izletničke programe i brine o čišćenju, pranju i opskrbi brodova. Pokušala se dati procjena prihoda koji se ostvaruju od koncesionara Lučke uprave. Također, u radu se dao uvid u aktivnosti Turističke zajednice koja vrši promociju i unapređenje turizma u gradu te putničkih agencija koje nude organizirane izlete za razgled grada te u okolicu grada.

U radu su se analizirali i za kruzing turizam indirektni nositelji turističke ponude u gradu Splitu koji obuhvaćaju ugostiteljske objekte za konzumaciju hrane i pića, suvenirnice i shopping centre. Također su se naveli pozitivni i negativni ekonomski, ekološki i društveni

³⁷ <http://portsplit.com/cruising/> (Pristupljeno dana 04.05.2016.)

³⁸ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.8.-9.

učinci razvoja kruzing industrije u destinaciji, a poseban osvrt se dao procjeni prosječne turističke potrošnje gostiju s kruzera u destinaciji mjerene anketom kako bi se saznala struktura njihove potrošnje u destinaciji na izlete, suvenire, hranu i piće, te se dijelom stekao uvid u izravne prihode koje destinacija ostvaruje od kruzing industrije. Nakon identifikacije ključnih dionika kroz intervju se pokušalo saznati koliko prosječno po brodu uprihođuju agencije, komunalna poduzeća i ostali.

1.3. Istraživačka pitanja

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja došlo se do postavljanja ključne istraživačke pretpostavke koju izražavamo sljedećom tvrdnjom:

- Kruzing industrija generira značajne direktne, indirektne i inducirane prihode u lokalnoj zajednici (destinaciji).

Radi potvrde gornje pretpostavke postavljaju se sljedeća istraživačka pitanja, na koja su se tražili odgovori, kako temeljem desk istraživanja tako i obradom studije slučaja grada Splita.

- Koji su dionici razvoja kruzing industrije na lokalnoj razini u Splitu?
- Kakva je (procijenjena) struktura prihoda od kruzing industrije u Splitu po pojedinim dionicima?
- Kolika je (procijenjena) prosječna potrošnja kruzing turista u Splitu?
- Kakva je (procijenjena) struktura potrošnje kruzing turista u Splitu?
- Postoje li procjene negativnih učinaka razvoja kruzing industrije u Splitu i ako postoje, kakvi su rezultati?

1.4. Ciljevi istraživanja

S obzirom da je turizam u Splitu jedna od temeljnih gospodarskih djelatnosti, kruzning turizam ima značajnu ulogu u daljnjem razvoju turizma u gradu te se na osnovu toga postavlja glavni cilj istraživanja, a to je istražiti koje ekonomske učinke generira razvoj kruzning industrije u Splitu. Iz glavnog cilja istraživanja proizlaze i sporedni istraživački ciljevi:

- Analizirati nautički turizam i kruzning turizam kao njegovu podvrstu
- Istražiti razvoj kruzning industrije u Republici Hrvatskoj
- Utvrditi trenutnu ponudu i potražnju za kruzning turizmom u svijetu i RH
- Dati pregled zakona i pravilnika koji reguliraju provedbu ove vrste turizma
- Navesti dionike koji sudjeluju u provedbi kruzning turizma
- Istražiti trendove u ovoj industriji
- Navesti koje pozitivne i negativne učinke generira razvoj kruzning industrije u Splitu
- Procijeniti i analizirati potrošnju turista s kruzera u destinaciji
- Procijeniti prihode ključnih nositelja ponude kruzninga u Splitu
- Dati smjernice za budući održivi razvoj kruzning industrije u Splitu.

1.5. Metode istraživanja

U istraživačkom radu koristit će se navedene metode istraživanja:

- Metoda sinteze je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije;
- Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente;
- Komparativna metoda je postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava, procesa i odnosa, odnosno utvrđivanje njihove sličnosti i razlike u njihovom ponašanju i intenzitetu;
- Povijesna metoda uzima u obzir kronologiju, razvoj i uzročno-posljedičnu vezu o predmetu istraživanja;
- Deskriptivna metoda je postupak jednostavnog opisivanja ili očitovanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja;
- Deduktivna metoda predstavlja sustavnu primjenu deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci;
- Induktivna metoda je sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih slučajeva dolazi do općih zaključaka;
- Metoda dokazivanja i opovrgavanja je utvrđivanje točnosti neke spoznaje i dokazivanje pogrešnosti teze;
- Metoda intervjuja – proveo se strukturirani intervju s predstavnikom Lučke uprave Split kao ključnim dionikom u organizaciji ponude kruzing industrije u Splitu
- Metoda anketiranja³⁹ – provela se tijekom rujna 2016. godine među turistima s kruzera na organiziranim izletima te su se rezultati obradili u Excel programu kako bi se došlo do podataka o njihovoj potrošnji.

1.6. Doprinos istraživanja

³⁹ Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2011): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, 2. izd. M.E.P., Zagreb

Hrvatska posljednjih godina bilježi sve veće stope rasta kruzing turizma te je postala prepoznatljiva i nezaobilazna kruzing destinacija u svijetu. Zbog čistog mora, razvedene obale, povoljnih klimatskih uvjeta i bogate kulturno-povijesne baštine kruzing turizam ima veliki potencijal i za daljnji razvoj i rast ove vrste turizma. Split je po broju posjeta druga destinacija kruzing turizma u Hrvatskoj, a iz godine u godinu bilježi sve veći porast broja turista, što donosi brojne pozitivne ekonomske učinke na lokalnu destinaciju, ali s druge strane sve više se pažnja posvećuje i negativnim društvenim i ekološkim učincima koji se generiraju s razvojem kruzing industrije.

Doprinos ovog istraživačkog rada manifestira se u stvaranju predodžbe trenutnog stanja ponude i potražnje za kruzing turizmom u Splitu. Kroz pregled zakona, institucija i svih dionika koji sudjeluju u provedbi ove vrste turizma naveli su se prijedlozi za moguća poboljšanja. Naveli su se i pozitivni i negativni učinci koje generira razvoj kruzing industrije u destinaciji. Nadalje, istražila se prosječna potrošnja turista s kruzera i njena struktura, kako bi se dobila predodžba o realiziranim prihodima nositelja ponude. Konačno, istražili su se i prihodi te struktura prihoda ključnih nositelja ponude u Splitu kao destinaciji, prije svega Lučke uprave kao glavnog organizatora niza izravnih aktivnosti i poslova vezanih uz kruzing. Na ovaj način stekao se uvid u prihode (direktne i indirektne) koje Split ostvaruje putem kruzing industrije, temeljem čega su se dale i neke preporuke budućeg djelovanja. Treba napomenuti da rezultate empirijskog istraživanja, s obzirom na ograničeni broj ispitanika ipak treba shvatiti kao indikativne, a samo istraživanje kao pilot projekt.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad je strukturiran u osam poglavlja. U uvodnom dijelu definirao se problem i predmet istraživanja, ciljevi i metode istraživanja te doprinos istraživanja i sadržaj diplomskog rada.

U drugom dijelu naveo se povijesni razvoj kruzinga u svijetu kroz pregled razvoja turizma, njegovih selektivnih oblika u koje ubrajamo nautički turizam te kruzing turizma kao njegove podvrste. Dao se uvid u dinamiku razvoja kruzing industrije u svijetu, razvoja ponude i prometa kruzing industrije te koje su ključne međunarodne institucije.

U trećem poglavlju daje se uvid u razvoj kruzinga u Republici Hrvatskoj kroz pregled zakonodavno-institucionalne osnove, ključnih dionika, glavnih luka i prometa kruzinga.

U četvrtom poglavlju navedene se ekonomske dimenzije kruzing industrije u Republici Hrvatskoj kroz okolišne, društvene i ekonomske učinke.

U petom poglavlju istraženi su ekonomski učinci razvoja kruzinga u Splitu. Prvo se prikazao Split kao destinacija, zatim se ukazalo na ulogu kruzinga u ukupnom turističkom prometu, navedeni su nositelji ponude te se potom analizirao turistički promet kruzing turista. Konačno su procijenjeni učinci kruzing industrije s aspekta nositelja ponude i prihodi po osnovi prosječne potrošnje turista sa kruzera.

U šestom poglavlju navelo se empirijsko istraživanje, metodologija, uzorak, provedba te rezultati istraživanja.

U sedmom poglavlju dane se preporuke za budući razvoj kruzinga u Splitu.

U posljednjem dijelu rada, osmom poglavlju, iznesen je zaključak rada.

2. POVIJESNI RAZVOJ KRUZINGA U SVIJETU

2.1. Teorijski okvir turizma kao društvene i ekonomske pojave

Turizam je aktivnost koja zadire u sve konvencionalne sektore gospodarstva, ali i zahvaća brojne druge; društvene, kulturalne, ambijentalne i prirodne sadržaje, pa se stoga često opisuje kao višeslojna djelatnost. Opisuje se i kao „industrija“, ali tu se javlja i pojmovni problem. Turizam nema uobičajenu formalnu produkciju dobara, niti ima outpute, izlazne vrijednosti, koje se mogu fizički mjeriti, a nema ni jedinstvenu strukturu koja bi bila tipična za svaku zemlju. Turizam se radije promatra fleksibilnije tj. kao skup turističkih djelatnosti ili turistički sektor nego, kao formalno definiranu „turističku industriju“.⁴⁰

Turizam se može definirati kao skup fenomena i odnosa nastalih iz putovanja i boravka nerezidenata, koji nemaju cilj stalno nastanjivanje, a njihov boravak nije povezan s bilo kakvom aktivnošću koja donosi zaradu. Postoje neke glavne i revidirane definicije turizma koje se koriste za statističko praćenje pojave, a to je da turizam obuhvaća aktivnosti osobnog putovanja i ostanak u mjestima izvan uobičajenog boravka (domicila), tijekom ne više od jedne godine u slijedu, zbog odmora, posla ili drugih razloga. Korištenjem ove definicije moguće je identificirati međunarodni kao i domaći turizam. U odnosu na promet u i izvan zemlje, razlikuju se i statistički prate slijedeći oblici turizma: domaći turizam koji uključuju građane određene zemlje koji putuju samo unutar te zemlje, zatim ulazni turizam koji uključuje građane drugih zemalja koji putuju u određenu zemlju i izlazni turizam koji uključuje osobe iz neke zemlje koji putuju u druge zemlje.⁴¹

Turizam se može definirati s demand-side aspekta i supply-side aspekta. Unutar demand-side aspekta razvijaju se tzv. konceptualne i statističke definicije turizma. Konceptualne definicije su deskriptivnog karaktera, a svrha statističkih definicija je uspostavljanje odgovarajućih statističkih standarda. Na konferenciji statističara u Vancouveru konačno je potvrđena finalna verzija demand-side tehničke/statističke definicije turizma, a to je da turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalnu godinu dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga zbog kojih nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju.

⁴⁰ Lickorish, L. J., Jenkins, C. L. (2006): Uvod u turizam, Ekokon, Split, str. 11.

⁴¹ Ibidem str. 52.-56.

Definicije sa supply-side aspekta se također dijele na konceptualne i statističke, a definiraju turizam s aspekta ponude, tj. nositelja turističkog poslovanja. Turistička industrija je skup različitih firmi, organizacija i objekata koji imaju zadaću zadovoljiti specifične potrebe i želje turista. Općenito, definicije sa supply-side aspekta imaju zadaću definirati i nabrojati koje su to djelatnosti koje u turizmu sudjeluju direktno i indirektno, kako bi se njihovi učinci lakše mjerili.⁴²

Turistička potrošnja ima multiplikativan efekt u lokalnoj ekonomiji. On počinje sa potrošnjom turista u hotelima, restoranima i putem turističkih taksi te se dalje multiplicira u cjelokupnoj ekonomiji. Može se promatrati na 3 načina: direktni, indirektni i inducirani učinci. Direktni učinci predstavljaju vrijednost turističke potrošnje u uslugama koji direktno nude ponuditelji turističkih dobara i usluga poput hotela, ugostitelja, turističkih posrednika i prometa. Ovi učinci se mjere agregiranjem vrijednosti novca koji su posjetitelji potrošili u nekoj turističkoj destinaciji. Indirektni učinci predstavljaju ukupnost svih troškova nastalih u procesu formiranja turističke usluge, a odnose se na npr. hotele koji nabavljaju usluge od ostalih dionika poput građevinskih materijala, hrane, pića, električne energije i sl. Također, ponuditelji na prvim linijama moraju nabavljati dobra i usluge od ostalih poduzeća unutar lokalne ekonomije i tako se proces nastavlja. Turistička potrošnja koja stvara direktne i indirektno učinke, također se odražava u obliku dodatnih prihoda za lokalne rezidente, povećane plaće, distribuirane profite, povećanje kupovne moći stanovništva te porast javne potrošnje zbog povećanog ulaganja u turizam što predstavlja inducirane učinke.⁴³

Turizam generira pozitivne ekonomske, socio-kulturne i okolišne učinke. Ekonomski učinci se mogu promatrati kroz učinke turizma na međunarodnu razmjenu (efekti razmjene i redistribucije, utjecaj na platnu bilancu, priliv strane valute), zatim učinci turizma odnosno turističke potrošnje na gospodarstvo (multiplikativni učinci turističke potrošnje, uvozni sadržaj u turističkim uslugama i doprinosi prihodima proračuna), učinci turizma na zapošljavanje te utjecaj na razvoj nedovoljno razvijenih regija, posebno ruralnih.⁴⁴ Pozitivni socio-kulturni učinci su: turizam potiče lokalni ponos, unaprjeđuje suradnju, razumijevanje i mir, potiče izgradnju javne infrastrukture, osigurava direktnu potporu za očuvanje i restauraciju baštine, a pozitivni okolišni učinci koje turizam generira ogledaju se u zaštiti

⁴² Petrić, L. (2013): op. cit. str. 25.-37.

⁴³ Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): *Tourism principles and practise*, Fourth Edition, Pearson Education Limited, England, str. 137.

⁴⁴ Petrić, L. (2013): op. cit. str. 117.-130.

antičkih spomenika, povijesnih građevina, stvaranju nacionalnih parkova, parkova prirode i ostalih zaštićenih područja, zatim u zaštiti koraljnih grebena i plaža te očuvanju i održavanju šuma.

Osim pozitivnih učinaka koje turizam generira uočavaju se i negativni učinci razvoja turizma u nekoj destinaciji. To su negativni ekonomski učinci poput migracije radne snage iz ruralnih u urbana središta, upotrebe kapitalnih resursa za razvoj isključivo turističkih i s turizmom povezanih djelatnosti, velikog udjela sezonski zaposlene radne snage te poslova niske kvalitete, privremenog karaktera i niskih nadnica., porasta troškova života i porast poreza. Negativni socio-kulturni učinci su migratorni pritisci na turistička područja, migracija radne snage iz ruralnih u urbana područja te socijalne tenzije, te može doći do porasta taksi kako bi se zadovoljila rastuća potražnja za boljom infrastrukturom. Također, radnici u turističkom sektoru su nedovoljno plaćeni, dok su radnici na menadžerskim pozicijama koji su bolje plaćeni većinom dovedeni iz drugih zemalja, uvjeti na radu nisu zadovoljavajući, većina poslova su sezonskog karaktera, a nerijetko se zapošljavaju i djeca mlađa od 18 godina. Specifični negativni socio-kulturni utjecaji se očituju u seksualnoj devijaciji, kriminalu, socijalnim tenzijama, zdravstvenim problemima, te ostalim oblicima koji podrazumijevaju komodifikaciju, pseudo-autentičnost, standardizaciju i demonstracijski efekt. Također, javljaju se i negativni okolišni učinci koji se ogledaju u smanjenju bioraznolikosti zbog lova i ribolova te gradnje objekata, eroziji plaža i tla, uništenju vegetacije, uništavanju antičkih spomenika grafitima i uslijed obavljanja neprimjerenih turističkih aktivnosti, onečišćenju vode, zraka i tla, vizualne degradacije prostora zbog pretjerane izgradnje, povećanim rizicima od požara i povećanoj produkciji smeća.⁴⁵

Turizam je danas jedna od najbrže rastućih i najprofitabilnijih industrija u svijetu koja svojim učincima pruža brojne mogućnosti za ekonomski razvoj regija. U relativno kratkom vremenskom razdoblju (od 2. svjetskog rata do danas) turizam je postao globalni fenomen i sudeći po broju učesnika zasigurno najmasovnija i najobuhvatnija pojava u svjetskim relacijama.⁴⁶ Prema podacima koje je objavila Svjetska turistička organizacija UNWTO, međunarodni turistički dolasci su u 2015. godini porasli za 4.4% u odnosu na prošlu godinu, a ukupno čine preko milijardu turističkih putovanja, točnije 1.184 milijuna. Internacionalni

⁴⁵ Prethodni tekst zasiva se na: Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): *Tourism principles and practise*, Fourth Edition, Pearson Education Limited, England, str. 160.-206.

⁴⁶ Petrić, L. (2013): *op.cit.*, str. 100.

prihodi od turizma su iznosili 1.245 milijuna US dolara u 2014. godini što je porast od 3.7% u odnosu na prošlu godinu, a očekuje se i daljnji porast.⁴⁷

2.2. Selektivni oblici turizma

Razvoj suvremenog turizma u svijetu imao je različite faze i obilježja. Temeljno obilježje suvremenog turizma jest njegova masovnost koja je pridonijela socijalizaciji turizma. Masovni turizam može se definirati kao oblik turizma u kojem je zastupljen veliki broj turista koji putuju organizirano, najčešće u tzv. paket-putovanjima ili aranžmanima u organizaciji touroperatora i putničkih (turističkih) agencija. Upravo je suvremeni turizam prerastao u masovnu društvenu pojavu u kojoj ne sudjeluju samo bogati društveni slojevi nego su turistička putovanja dostupna i relativno siromašnijim slojevima. Suvremeni turizam je najmasovnija društveno-ekonomska pojava, a temeljna obilježja masovnog turizma proizlaze iz ekonomije obujma koja teži maksimizirati broj turista-potrošača u destinaciji, što pridonosi maksimizaciji investicija, prihoda, dohodka, ali i maksimalnoj dobiti. Međutim, kako je i prethodno objašnjeno, masovni turizam donosi brojne negativne posljedice u destinacijama te se stoga kao protuteža ovom obliku turizma javljaju selektivni oblici turizma.⁴⁸

Selektivni turizam predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u suvremenom turizmu uzrokovane masovnim „hard“ turizmom i njegovom infrastrukturom. Odgovor se nalazi upravo u razvoju alternativnih (selektivnih) oblika „soft“ turizma, odnosno putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična. Selektivni turizam se definira kao organizacija različitih oblika turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprincima uživanje u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva. Selektivni turizam je sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen je na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini usluge, izvornom identitetu i humanitetu usluge uz poželjan i zakonomjeran te uravnožen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području.⁴⁹

⁴⁷ <http://www2.unwto.org/en> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

⁴⁸ Bartoluci, M. (2013): op.cit. str. 183.

⁴⁹ Geić, S. (2011): op.cit. str. 222.-223.

Najvažnija karakteristika selektivnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda. Važna obilježja selektivnih turističkih vrsta je disperzija, odnosno diverzifikacija ponude i turističkih proizvoda. Veliki broj proizvoda turističke ponude prilagođen je manjim skupinama turista, a njihov životni vijek je relativno kratak. U tom procesu realizira se zadovoljavanje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda.⁵⁰

Bartoluci⁵¹ navodi kako se selektivni oblici turizma mogu razvrstati u dvije skupine. To su selektivni oblici turizma temeljeni na prirodnim resursima (zdravstveni turizam, ekoturizam, lovni, ribolovni, sportsko-rekreacijski, nautički turizam i sl.) i selektivni oblici turizma temeljeni na posebno pripremljenim resursima (wellness turizam, velike manifestacije, vjerski, kongresni turizam itd). Geić⁵² navodi da turizam specijalnih interesa za razliku od konvencionalnog, obuhvaća vidove kao što su:

- Okolišni turizam (ekoturizam),
- Kulturni turizam (gradski, gastro, religijski turizam),
- Događajni turizam (festivali, karnevali)
- Ostali oblici turizma (pustolovni, obrazovni, nautički turizam).

Geić⁵³ nadalje tvrdi da određeni autori navode podjelu na 12 oblika (vrsti) turizma koji pokrivaju sve najznačajnije turističke aktivnosti. To su ljetni odmorišni turizam, nautički turizam, kamping turizam, tranzitni turizam, kulturni turizam, ekoturizam, ruralni turizam, lovni turizma, zdravstveni turizam, planinski turizam, omladinski i vjerski turizam. Također, isti autor ističe da se posebni oblici turizma mogu promatrati kroz 3 kategorije, a to su prema:

- Sadržaju boravka tj. aktivnostima (nautički, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni i wellness, kongresni i poslovni te kulturni turizam),
- Prema prostornim obilježjima (urbani, ruralni i ekoturizam, turizam artificijelnih atrakcija),
- Ostali noviji oblici turizma (dark turizam, seks turizam, astro turizam).⁵⁴

⁵⁰ Luković, T. (2008): Selektivni turizam, hir, ili znanstveno istraživačka potreba, Acta turistica nova, Vol. 2, No. 1, str. 51-74

⁵¹ Bartoluci, M. (2013): op.cit. str. 185.-186.

⁵² Geić, S. (2011): op.cit. str. 229.-230.

⁵³ Ibidem, 229.-230.

⁵⁴ Geić, S. (2011): op.cit. str. 229.

Posebni oblici turizma se javljaju u segmentu želja i potreba sve zahtjevnije turističke potražnje, a operacionaliziraju u okviru turističke ponude sukladno raspoloživim prirodnim i antropogenim resursima te izgrađenoj turističkoj infrastrukturi i suprastrukturi.⁵⁵

2.3. Razvoj nautičkog turizma kao selektivnog oblika ponude

Nautički turizam jedan je od najbrže rastućih segmenata maritimnih djelatnosti. On se u svijetu počinje masovno razvijati usporedno sa ostalim oblicima maritimnog turizma, ali se njegov značaj i ekonomska snaga uočavaju tek 70-ih i 80-ih godina, kada mnoge turističke destinacije počinju s ubrzanom izgradnjom specijaliziranih luka za prihvat malih plovila.

Geić ukazuje na definiciju nautičkog turizma datu u rječniku turizma prema kojem je nautički turizam „poseban oblik turizma u kojem dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuđem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi rekreacije te razonode“.⁵⁶

Šamanović⁵⁷ pod nautičkim turizmom podrazumijeva ukupnost aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma i plovidbom na vlastitim, iznajmljenim i tuđim plovnim objektima, radi rekreacije, sporta i razonode.

Nadalje, ističe kako se činitelji razvoja nautičkog turizma mogu promatrati na strani potražnje i ponude. Činitelji na strani potražnje su da se nautički turizam javlja u trenutku kada za to postoje društveni, ekonomski i tehničko-tehnološki uvjeti, a postoje i posebni činitelji koji se mogu razvrstati u 3 skupine: činitelji proizašli iz određene razine razvoja gospodarstva, razine razvoja turizma te razvoja društva u širem smislu. Činitelji na strani ponude su prirodni uvjeti, ponuda prihvatnih, rekreacijskih i drugih sadržaja i usluga (luke nautičkog turizma, nautičko-turistička flota, jahting klubovi i klubovi sportova na vodi) i ostali činitelji nautičko-turističke ponude.

⁵⁵ Ibidem, str. 211.

⁵⁶ Prema: Geić, S. (2011): op. cit. str. 282.

⁵⁷ Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, str.55-60

Mogu se izdvojiti dvije skupine čimbenika koji najviše određuju konkurentnost nautičkog turizma određene zemlje u odnosu na okruženje. To su opći čimbenici u koje se ubrajaju klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja i posebni čimbenici u koje se ubrajaju prometna dostupnost polazne luke/marine u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost marina, ljubaznost i educiranost osoblja, ponuda ostalih sadržaja potrebnih za održavanje i opremanje broda za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, cijene usluga, legislativa vezana za plovidbu i stacioniranje broda i porezi i pristojbe.

Uočavaju se neki trendovi u nautičkom turizmu, a to su da se javljaju ograničenja u izgradnji marina radi zaštite okoliša, ograničenje izgradnje marine u „prirodno osjetljivim“ područjima, povećanje kapaciteta marina, povećava se potražnja za većim, tj. duljim vezovima, smanjuje se duljina plovidbe, povećava se broj članova posade kao i potražnja za charterom, sve češće se koriste ugostiteljske usluge te sportski i zabavni sadržaji u marini te je povećana konkurencija na Sredozemlju.⁵⁸

2.4. Kruzing kao podvrsta nautičkog turizma

Sa stajališta veličine i vrste plovila nautički turizam dijeli se na:

- Brodski ili “veliki” (putnički, putničko-turistički brodovi, putničko-teretni brodovi, trajekti, ferry boat i hidrokrljni brodovi, brodovi – ploveće kuće ili ploveći hoteli i sl.),
- Jahting turizam (jahte raznih tipova i veličina za krstarenje i izlete),
- Moto-nautički turizam (jedrilice, čamci s motorom i bez njega, gliseri raznih vrsta, razna plovila za šport i rekreaciju, specijalna plovila za podvodnu aktivnost itd.).

Sa stajališta udjela, opsega i područja plovidbe nautički turizam se dijeli na:

- “Veliki” nautički turizam (plovidba u većim plovnim objektima – oceanska krstarenja, krstarenja u zatvorenim morima, kruzing, duži izleti, charteri),

⁵⁸ Bartoluci, M. (2013): op.cit. str. 204.-207.

- “Mali” nautički turizam ili zabavna navigacija (suvremeno malo brodarstvo – “mala ili 4. flota”, jahte, jedrilice, športski čamci, gliseri, razni plovni objekti za zabavu i dokolicu i sl.).

Vrste nautičkoga turizma prema svrsi plovidbe su:

- Izletnički,
- Krstarenje,
- Jedrenje,
- Plovidba radi športa i razonode,
- Podvodna plovidba,
- Kombinirani i brzi turistički prijevoz.⁵⁹

Geić⁶⁰ ističe da se nautički turizam u praksi realizira u okviru 3 osnovne skupine gospodarskih subjekata i to:

- Luke nautičkog turizma,
- Charter ili chartering,
- Kruzing turizam.

Turizam brodskih kružnih putovanja je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz krstarenja turista putničkim brodovima radi razonode, dokoličarske edukacije, zabave, odmora i slično. Takva krstarenja su najčešće povezana s pristajanjima broda u jednoj ili više luka, odnosno turističkih destinacija, u kojima putnici i posada silaze na kopno radi turističkih obilazaka. Brod na brodskim kružnim putovanjima predstavlja plutajući hotel koji prevozi putnike s jednog mjesta na drugo, odnosno od luke do luke, a u širem smislu kod velikih brodova, zbog raznolike ponude na brodu, ima i karakteristike pokretne destinacije (mobile or floating resort). Zbog toga se takvi brodovi smatraju primarnom destinacijom boravka turista, a sve usputne destinacije u kojima pristaju, sekundarnim. Kruzing može biti domaći, što znači da se odvija u unutarnjim vodama samo jedne države, ili međunarodni, kad se odvija u unutarnjim vodama dviju ili više država. Može se odvijati na moru, rijekama i jezerima.⁶¹

⁵⁹ Prethodne podjele zasnivaju se na: Luković, T. (2007): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, 690 Ekonomski pregled, 58 (11) 689-708

⁶⁰ Geić, S. (2011): op. cit. str 283.

⁶¹ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.3.

Kružna putovanja mogu se podijeliti prema trajanju putovanja na kratka i duga kružna putovanja. Kratka putovanja uglavnom traju do 21 dan (najčešće 7 ili 14 dana), a duga kružna putovanja traju od 21 dan do nekoliko mjeseci. Kružna putovanja kraća od 24h smatraju se izletima.⁶²

Gibson⁶³ dijeli kruzning turizam na:

- Privremena kružna putovanja,
- Tradicionalna,
- Avanturistička,
- Istraživačka kružna putovanja,
- Kružna putovanja diljem svijeta,
- Obalna kružna putovanja,
- Putovanja morima i rijekama,
- Tematska kružna putovanja.

Vojvodić⁶⁴ pak navodi da se uz zabavna krstarenja kao dominantan oblik ove vrste turizma, ističu i analiziraju posebne vrste usmjerene najrazličitijim interesima putnika, a obuhvaćaju:

- Krstarenja oko svijeta,
- Tematska krstarenja (usmjerena su na tržišne segmente koji imaju zajedničke interese poput glazbe, sporta, povijesti, arheologije i sl.),
- Pustolovna krstarenja (ekspedicijsko-istraživačka, krstarenja jedrenjacima, krstarenja ostalim specijaliziranim brodovima),
- Mini krstarenja (krstarenja trajektom)
- Segment „incentive“ krstarenja i konferencija (obuhvaćaju širok spektar od konferencija, kongresa, seminara i sl.).

Dowling⁶⁵ definira kruzning turizam kao putovanje morem u svrhu zabave, većinom pristajući u više luka, a karakteriziran je brodom koji predstavlja mobilni resort koji prevozi putnike na više mjesta. Nadalje, navodi 5 specifičnih oblika ponude koje kruzeri pružaju putnicima, a to su:

⁶² Šamanović, J. (2002):op.cit. str. 113

⁶³ Gibson, P. (2006): op.cit. str. 1

⁶⁴ Vojvodić, K. (2005): Tržišne niše u krstarenjima morem, Vol.3-4, br.52, str.156-162

⁶⁵ Dowling, R. (2006): Cruise Ship Tourism, CABI, Cambridge, str.3.-5.

- Turisti imaju priliku posjetiti više mjesta u kratkom periodu,
- Kruzeri sadržavaju sve što je potrebno putnicima,
- Kruzeri imaju posadu i osoblje koji brinu o sigurnosti putnika i njihovim potrebama,
- Kvalitetna hrana,
- Cjelokupni organizirani odmor.

Također, zbog rapidnog rasta kruzing turizma, te zbog posljedica koje je on prouzrokovao, identificiraju se nekoliko područja koja zahtjevaju pažnju kako bi se odgovorilo na taj rast. To uključuje održivost, sigurnost i razvoj proizvoda. Održivost je ključna stavka za kruzere i kruzing industriju te trebaju implementirati načela održivosti u svoje poslovanje. Kruzing industrija je ovisna o reduciranju, ponovnoj upotrebi, istraživanju, obrazovanju i recikliranju.

Gibson⁶⁶ navodi 3 svojstva kruzing proizvoda:

- Heterogenost (proizvod se sastoji od brojnih komponenti koje pružaju jedinstveno iskustvo turistu),
- Neelastičnost (proizvod se ne može skladištiti ukoliko se ne proda),
- Komplementarnost (proizvod se ne sastoji od jedinstvene usluge nego od više komplementarnih usluga koje zajedno čine jedinstven doživljaj).

Kruzing proizvod je diverzificiran. Tijekom povijesti industrija je odgovorila na zahtjeve gostiju i uvela promjene u vidu novih destinacija, modernijih i luksuznijih brodova, poboljšanja sadržaja i usluga na brodovima i brojnih drugih aktivnosti u lukama ticanja. Također se nude nova tematska i specifična putovanja kako bi se zadovoljile želje putnika.⁶⁷ Kruzing prema Gibsonu⁶⁸ zapravo predstavlja definirani paket koji uključuje putovanje u luke, točno definiran itinerar, usluge i mogućnosti poput hrane i zabave, smještaj po specifičnim standardima te ostale usluge koje su dostupne putnicima.

⁶⁶ Gibson, P. (2006): Cruise Operations Management, Elsevier, USA, str. 20.

⁶⁷ FCCA (2015): Cruise Industry Overview (State of the Cruise Industry) dostupno na: <http://www.fcca.com/downloads/2015-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf>

⁶⁸ Gibson, P. (2006): op.cit. str. 20.

2.5. Dinamika razvoja kruzing industrije u svijetu

Kružna putovanja su se kao specifičan oblik turizma razvila relativno kasno u odnosu na druge oblike turizma. Koncept kruzinga kao turističke aktivnosti je počeo 1880. godine te je kruzing industrija nastavila rasti, a 1900. godine su se već nudila regularna kružna putovanja. 1960.-ih godina došlo je do impresivnog rasta kruzing industrije sa porastom itinerera i vrsta kružnih putovanja koja su se nudila. Kružna putovanja kao paket aranžmani su se razvili 60-ih godina. Prvi brod sagrađen isključivo za kružna putovanja bio je m/v Oceanic u Sjevernoj Americi 1965. godine te se to smatra početkom modernog kruzinga. Alternativni početak ove vrste turizma smatra se 1966. godina kada je kompanija Norwegian Carribbean Line ponudila prvi godišnji kruzing aranžman na brodu Sunward.⁶⁹

Početkom 70-ih godina usporedno s razvitkom ferry pomorsko-prijevoznih usluga, dolaze sve više do izražaja nove turističko prijevozne usluge, koje se vrše na turističkim brodovima u vidu krstarenja i izleta. Te usluge nastaju kao rezultat razvoja masovnog turizma i zračnog prometa. 70-ih godina su se pojavila prva moderna kružna putovanja na Karibima. Naime, nakon 2. svjetskog rata zračni je promet potpuno potisnuo pomorski. Vlasnici luksuznih putničkih brodova bili su prisiljeni tražiti nove poslove na drugim tržištima. Tada se javljaju kružna putovanja i izleti kao najpogodniji poslovi za brojne nezaposlene putničke brodove. Koliko su kružna putovanja postala važan i perspektivan turistički proizvod najbolje svjedoči njihov dinamičan rast u razdoblju od 1980. do 1996. godine kada je broj putnika na krstarenjima porastao sa 1.8 milijuna putnika, koliko je iznosio u 1980. godini na više od 6.5 milijuna u 1996. godini. Kružna putovanja su postala najperspektivniji turistički proizvod i najsuvremeniji element turističkog i brodarskog tržišta.⁷⁰ 90-ih godina kruzing se počeo razvijati u UK i ostatku Europe, Aziji i Pacifiku.

90-ih godina kruzing je poprimio masovni karakter. Analiza globalne potražnje za kruzingom u periodu od 1990. do 2011. godine pokazuje iznimne stope rasta od 8.02% godišnje. U 2009. godini broj putnika na kružnim putovanjima u svijetu iznosio je 17.5 milijuna, što je 22% više nego u 2005. godini kada je broj putnika iznosio 14.33 milijuna. Sjevernoameričke države su tradicionalno vodeće kruzing destinacije te čine 55.8% ukupne svjetske potražnje. Europa

⁶⁹ Pavlič, I. (2013): Cruise tourism demand forecasting-the case of Dubrovnik, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 19., No.1., pp. 125-142

⁷⁰ Šamanović, J. (2002): op.cit. str. 106.-108.

sudjeluje sa 30% u ukupnoj svjetskoj potražnji. Mediteran je vodeća kruzing regija u Europi te druga najposjećenija regija na svijetu nakon Kariba.⁷¹

U razdoblju od 2005.-2015. godine potražnja za kruzingom u svijetu je porasla sa 14.36 milijuna putnika na 23 milijuna putnika, sa 4.4% rasta postignutim u 2015. godini. Iako je broj putnika na kružnim putovanjima u Sjevernoj Americi narastao za 21% ova regija je doživjela pad ukupnog tržišta sa 69.4% u 2005. godini na 52.5% u 2015. godini. U isto vrijeme Europa je doživjela porast sa 22.2% na 28.7%.⁷²

2.6. Razvoj ponude kruzinga

Ponudu u međunarodnim krstarenjima čine sljedeći elementi: luka, odnosno sidrište sa svim potrebnim servisnim uslugama brodu i putnicima (ukrcaj i iskrcaj putnika, carina, opskrba broda, pilotaža, brodska agentura, privez i odvez broda itd.) te destinacija uže i šire shvaćena sa svom svojom turističkom ponudom, prije svega kulturnih atrakcija pogodnih za obilazak, ali i drugih, kao što su gastronomske, kupališne, trgovačke, prirodne i druge atrakcije. Ponudu destinacije čine i izleti u okolicu kao i stručno vođenje po užoj destinaciji.⁷³ Ponudu u međunarodnom kruzingu sa stajališta brodara čine, prije svega luke za prihvat brodova (maritimne i infrastrukturne karakteristike luke, cijene usluga, odnosno lučke pristojbe i naknade te, procedura prijvata i otpreme brodova), turistička mjesta/gradovi uz koji se luke nalaze (njihova atraktivnost i turistička ponuda te mogućnost organiziranog obilaska) te izdvojene turističke atrakcije ako su dostupne organiziranim načinom posjete (izletima).⁷⁴

Prema međunarodnom udruženju za kružna putovanja Cruise Lines International Association (CLIA) najveća koncentracija ponude kružnih putovanja u Sjevernoj Americi nalazi se na području Kariba, u Europi na Mediteranu, a u ostatku svijeta na području Havaja i Južnog Pacifika.⁷⁵

⁷¹ Pavlić, I. (2013): Cruise tourism demand forecasting-the case of Dubrovnik, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 19., No.1., pp. 125-142

⁷² CLIA (2015): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, dostupno na: <http://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2015-europe-economic-impact-study.pdf?sfvrsn=0>

⁷³ Institut za turizam (2015): Akcijski plan razvoja nautičkog turizma, Zagreb, str. 50.

⁷⁴ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007

⁷⁵ Šamanović, J. (2002): op.cit. str. 108.

Veliko područje Sjeverne Amerike može se podijeliti na 5 destinacija: Karibe, Aljasku, Sjeveroistočnu Ameriku, pacifičku obalu Meksika i rijeku Mississippi. Sjeverna Amerika najveće je tržište kruzinga u svijetu. Od vrhunskih 5 kruzing destinacija u svijetu čak su 3 na Floridi, i to Miami, Port Everglades te Port Canaveral. Najuglednije kompanije imaju sjedište na Floridi, dakle u Sjevernoj Americi, pa prema tome nije ni upitan podatak da dvije trećine putnika svjetskog kruzinga dolazi iz Sjeverne Amerike. Karibi privlače više putnika nego bilo koja kruzing destinacija u svijetu. Zanimanje putnika sa sjevernoameričkog područja za Karibe je velik zbog njegove blizine.⁷⁶ Kruzing turizam pruža priliku za ekonomski razvoj Kariba, a turistička politika koju provodi Caribbean Tourism Organisation (CTO) se oslanja na kruzing turizam kao na temeljnu granu ekonomskog rasta i razvoja, a prema podacima CTO u 2015. godini broj posjetitelja sa kruzera je iznosio približno 25 milijuna, što je porast od 1.3% u odnosu na prošlu godinu. Kruzing turizam na Karibima je postao integralni dio turističkog sektora.⁷⁷ Ponuda u kruzing turizmu koncentrirana je u tri velike grupacije a to su: Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group koje obuhvaćaju 75% ukupne svjetske ponude mjerene brojem ležajeva.⁷⁸

Slika 1: Krstarenje na Karibima



Izvor: <http://www.navidiku.rs/firme/krstarenje-karibi>

⁷⁶ Benić, I. (2009): Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu, Ekonomska misao, Praksa DBK., br. 2. (301-348)

⁷⁷ Bresson, G. i Logossah, K. (2011): Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism within the Caribbean: A non parametric panel data evidence, Tourism Economic 17(1), pp. 1-24

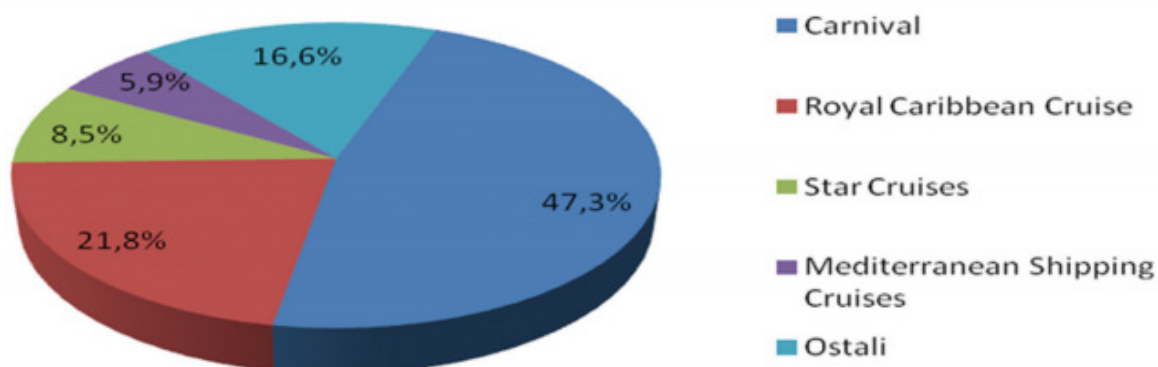
⁷⁸ <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzing-turizam-02-01-2013.pdf> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

Slika 2: Luka za prihvat kruzera na Floridi



Izvor: <https://www.supertours.com/destinations-florida>

Grafikon 1: Struktura kruzing kompanija u svijetu



Izvor: Oršulić, M., Perić, T. (2011): Cruising turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja, Naše more 58(5-6)

Nakon Sjeverne Amerike, Europa je najpopularnija destinacija kružnih putovanja. Kada se govori o Europi, misli se na: Sredozemlje (zapadno i istočno) te sjevernu Europu (atlantske luke, Irska, Velika Britanija, Sjeverno more, Baltičko more). Odgovor na prepoznatljiv potencijal europskog tržišta i destinacija je povećanje brodskih kapaciteta na Sredozemlju i sjevernoj Europi. Najposjećenije kruzing destinacije u 2015. godini u Europi su: Italija (Civitavecchia, Naples, Livorno), Španjolska (Kanari), Grčka (Santorini, Piraeus, Mykonos, Corfu i Katakolon), Norveška (Bergen, Geirangerfjord, Oslo i Stavanger) i Francuska

(Marseille, Cote the Azur, Korzika).⁷⁹ Multikulturalno iskustvo koje nude različite europske luke i destinacije u suprotnosti je s homogenim karibskim destinacijama, što jača interes za ovom destinacijom, ne samo na europskom već i na američkom tržištu.

Slika 3: Luke na Mediteranu uključene u međunarodna brodska krstarenja



Izvor: <http://www.medcruise.com/>

Mediteran se dijeli na istočno i zapadno tržište koje prostorno dijeli Apeninski poluotok. Istočno sredozemlje obuhvaća sljedeće zemlje/luke: Hrvatska, Grčka i otoci, Italija, Turska, Cipar, Malta, Egipat, Izrael, Libija. Istočno sredozemno tržište obuhvaća uglavnom itinerere unutar samog područja, one na relaciji istočno-zapadno Sredozemlje, i obratno, ali i one iz sjeverne Europe prema istočnom Sredozemlju. Također uključuju kružna putovanja unutar rubnih područja istočnog Sredozemlja, kao Egejskog mora i Levanta. Zapadno Sredozemlje čine: Španjolska, Francuska, Italija, Tunis, Alžir, Gibraltar, Korzika. Uz kružna putovanja unutar zapadnog Sredozemlja, mogu se spomenuti i ona prema Kanarima, Azurima i Madeiri,

⁷⁹ CLIA (2015): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, dostupno na: http://cruising.org/docs/defaultsource/research/contribution_cruise_tourism_to_economies_of_europe_2015.pdf?sfvrsn=0

te iz atlantskih i sjevernoeuropskih luka prema zapadnom Sredozemlju.⁸⁰ Na području Mediterana posluju svi veliki kruzing operateri, ali je prisutan i veliki broj nezavisnih kompanija. Najveći broj brodova koji posluju na Mediteranu imaju kompanije Costa Cruises i MSC Cruises. Ukupno na Mediteranu kompanije nude 358 itinerera pri čemu je njih 342 različitih, a kao polazna luka ili luka ticanja, javljaju se 152 luke.⁸¹

Globalna kruzing industrija je 2015. godini ostvarila približno 40 milijardi US dolara, a kompanija Carnival ima najveći udio na tržištu kruzing turizma. Generirajući otprilike 15.88 milijardi US dolara u 2014. Godini, Carnival Corporation je vodeća kruzing kompanija u svijetu, a slijedi je Royal Caribbean Cruises.⁸²

2.7. Dimenzije prometa kruzing industrije⁸³

Kruzing industrija je doživjela dinamični rast u proteklih 30 godina. Najveći rast potražnje se uočava u Sjevernoj Americi, zatim u Europi, a posljednjih godina se javlja i u ostatku svijeta, osobito u Kini i Australiji. Od 2004.-2014. godine potražnja za kruzingom u svijetu je porasla sa 13.1 milijuna putnika na 22 milijuna putnika sa stopom rasta od 3.4% u 2014. godini. Iako je broj putnika na kružnim putovanjima u Sjevernoj Americi narastao za 33%, ova regija je doživjela pad ukupnog tržišta sa 69.9% u 2004. godini na 55.2% u 2014. godini. U isto vrijeme Europa je doživjela porast sa 22.2% na 28.7%.⁸⁴

⁸⁰ BeniĆ, I. (2009): Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu, Ekonomska misao, Praksa DBK., br. 2. (301-348)

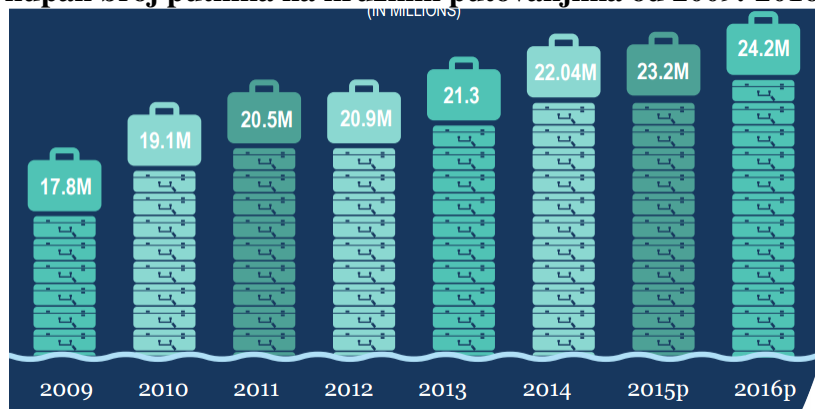
⁸¹ <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzing-turizam-02-01-2013.pdf> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

⁸² <https://www.statista.com/statistics/204526/market-volume-of-the-cruise-industry-worldwide/> (Pristupljeno dana 17.01.2017.)

⁸³ Podaci navedeni u ovom poglavlju preuzeti su i interpretirani temeljem Cruise Line International Association, dostupni na web stranici: <https://www.cruising.org/about-the-industry/research>

⁸⁴ CLIA (2015): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, dostupno na: <http://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2015-europe-economic-impact-study.pdf?sfvrsn=0>

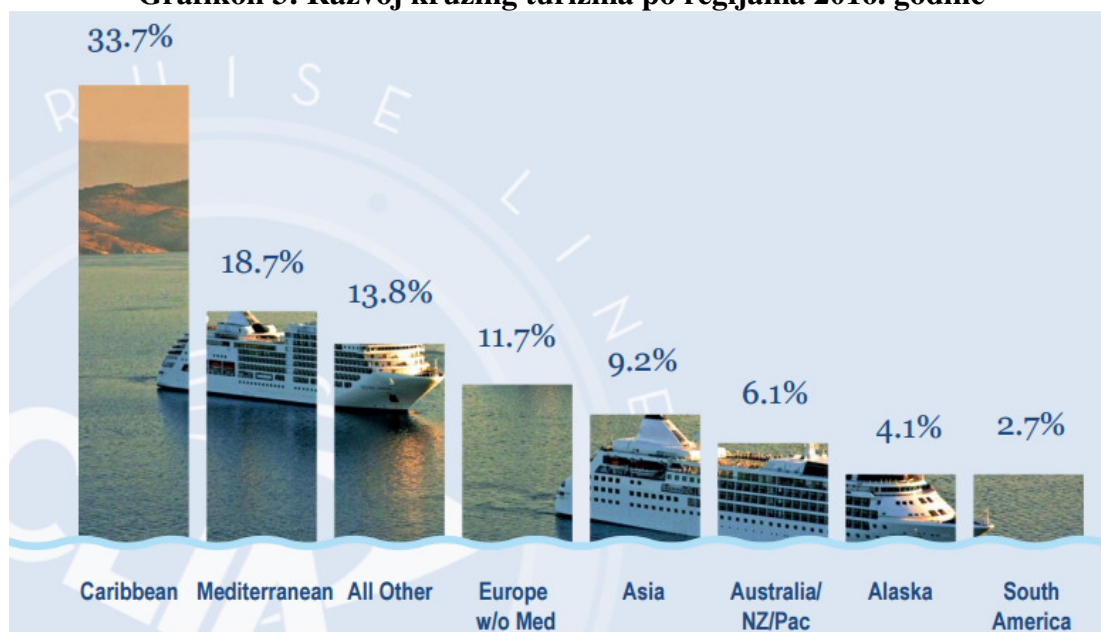
Grafikon 2: Ukupan broj putnika na kružnim putovanjima od 2009.-2016. godine



Izvor: http://www.cruising.org/docs/default-source/research/2016_clia_sotci.pdf?sfvrsn=6

Prema Cruise Line International Association (CLIA) globalni broj putnika na kružnim putovanjima je u 2009. godini iznosio 17.8 milijuna, te je narastao na 22.04 milijuna u 2014. godini. CLIA je predviđala porast na 23.2 milijuna u 2015. godini, te na 24.2 milijuna u 2016. godini. Iz slike se vidi kako je iz godine u godinu evidentan porast putnika na kružnim putovanjima u svijetu.⁸⁵

Grafikon 3: Razvoj kruzing turizma po regijama 2016. godine



Izvor: http://www.cruising.org/docs/default-source/research/2016_clia_sotci.pdf?sfvrsn=6

⁸⁵ CLIA (2016): Cruise Industry Outlook, dostupno na: <http://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2015-europe-economic-impact-study.pdf?sfvrsn=0>

Iz gore navedenog prikaza uočava se razvoj kruzing turizma po regijama, mjereno u kapacitetu broja vezova 2016. godine. Vidljivo je da Karibi imaju najveći udio u kapacitetima vezova s ukupno 33.7%, a slijedi ga Mediteran sa 18.7%.

U 2014. godini ukupno je 22.04 milijuna putnika sudjelovalo u kružnim putovanjima. Kruzing turizam je ukupno generirao 939.232 poslova, 39.3 milijardi iznosa plaća radnicima, a ukupna dnevna potrošnja putnika je iznosila 134.72 US dolara. Ukupni utjecaj kruzing industrije na ekonomiju je iznosio 119.9 milijardi US dolara. Potražnja za kruzingom je porasta za 68% u proteklih 10 godina. Najveći broj putnika na kružnim putovanjima u 2014. godini dolazi iz Sjeverne Amerike (11.21 milijuna), Njemačke (1.7 milijuna) i UK (1.61 milijuna).⁸⁶

Broj putnika u Sjevernoj Americi iznosio je 11.33 milijuna u 2014. godini što predstavlja porast od 5.8% u odnosu na 2013. godinu. To predstavlja najveći porast općenito. Dolazi do porasta ukupne potrošnje kruzera i putnika na kruzerima, narasla je za 4.6% odnosno u 2014. godini je iznosila 21 milijardi dolara. 21 milijardi dolara ukupne potrošnje je generirala 152.272 poslova u ekonomiji Sjeverne Amerike koji su primili 7.02 milijardi US dolara u plaćama u 2014. godini.⁸⁷

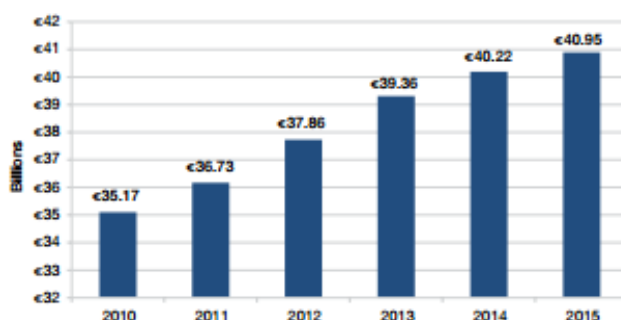
Tijekom 2015. godine 6.59 milijuna Europljana bukiralno je kružno putovanje što predstavlja porast od 3.1% u odnosu na 2014. godinu, što predstavlja 30% ukupnih svjetskih kruzing putnika. Kruzeri većinom posjećuju luke na Mediteranu, Baltičkom moru i druge regije, a ostvarili su 31.17 milijuna putnika, a posjetili su 250 luka što predstavlja porast od 7.6%. Kruzing industrija je u 2015. godini ostvarila 16.89 milijardi eura ukupne direktne potrošnje na konstrukciju novih brodova i održavanje postojećih brodova, na dobra i usluge, posadu i plaće.⁸⁸

⁸⁶ CLIA (2016): Cruise Industry Outlook, dostupno na: https://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/2016_clia_sotci.pdf?sfvrsn=6

⁸⁷ CLIA (2014): The Contribution of the International Cruise Industry to the U.S. Economy, dostupno na: http://cruising.org/docs/default-source/market-research/clia_2014eis_us.pdf?sfvrsn=0

⁸⁸ CLIA (2015): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, dostupno na: http://cruising.org/docs/defaultsource/research/contribution_cruise_tourism_to_economies_of_europe_2015.pdf?sfvrsn=0

Grafikon 4: Potrošnja putnika i posade u europskim lukama od 2010.-2015. godine

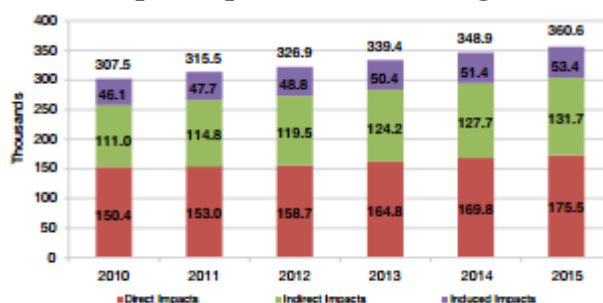


Izvor: http://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/contribution_cruise_tourism_to_economies_of_europe_2015.pdf?sfvrsn=0

Na gornjem prikazu uočava se potrošnja putnika i posade u europskim lukama koja je porasla za 23.4% od 2010. godine do 2015. godine s prosječnom stopom od 4.3% godišnje. Ukupni output kruzing industrije koji uključuje direktne, indirektne i inducirane učinke porastao je za 16.4%, sa 35.17 milijardi eura u 2010. godini na 40.95 milijardi eura u 2015. godini.

Ukupna zaposlenost je narasla za 17.2%, sa 307.500 poslova u 2010. godini na 360.600 poslova u 2015. godini, što se vidi u dolje navednoj slici.⁸⁹

Grafikon 5: Ukupna zaposlenost u kruzing industriji u Europi



Izvor: http://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/contribution_cruise_tourism_to_economies_of_europe_2015.pdf?sfvrsn=0

U 2015. godini ukupni broj kruzing putnika na Jadranu je iznosio 4.78 milijuna, a do kraja 2016. godine se u jadranskim lukama predviđa preko 4.9 milijuna putnika na kružnim putovanjima što predstavlja porast od 3.61% u odnosu na 2015. godinu. Također se predviđa 3.460 pristajanja brodova s Venecijom na prvom mjestu s 1.55 milijuna putnika i Dubrovnikom s 880.000 putnika. 2015. godine na jadranskom području Italija je bila na

⁸⁹ <http://www.cruising.org/about-the-industry/research> (Preuzeto dana 18.01.2017.)

prvome mjestu sa 2.3 milijuna putnika kružnih putovanja, a slijede je Hrvatska s 1.28 milijuna putnika i Grčka s nešto više od 650.000 prevezenih putnika.⁹⁰

Tablica 1: Broj kruzing putnika na Jadranskom moru

| LUKE | 2015. godina | Ukupni udio u % |
|---------------|------------------|-----------------|
| Italija | 2.317.486 | 48.4 |
| Hrvatska | 1.280.010 | 26.8 |
| Grčka | 651.526 | 13.6 |
| Crna Gora | 448.579 | 9.4 |
| Slovenija | 60.913 | 1.3 |
| Albanija | 52.296 | 0.5 |
| Ukupno | 4.783.810 | 100 |

Izvor: http://www.adriaticseaforum.com/wpcontent/uploads/RisposteTurismo_ASTR2016_ExecutiveSummary.pdf

2.8. Ključne međunarodne institucije i regulativa

Cruise Lines International Association (CLIA) je najveća svjetska asocijacija za kruzing industriju osnovana 1975. godine. Ona pruža potporu u politici i praksi koje omogućavaju sigurno i održivo okruženje za razvoj i provedbu kruzing turizma diljem svijeta. Također promiče cjelokupno iskustvo na kruzing putovanjima. CLIA je ujedinjena globalna organizacija koja pomaže članovima u uspješnom poslovanju educirajući i promičući zajedničke interese zajednice. U sklopu CLIA-e nalazi se 60 članova kruzing grupacija, 300 partnera (uključujući ponuditelje dobara i usluga, luke i destinacije), 15.000 globalnih putničkih agencija i 25.000 putničkih agenata. Članovi CLIA-e oblužuju preko 24 milijuna putnika godišnje.⁹¹

Slika 4: Logo CLIA organizacije



Izvor: <http://www.specialneedsatsea.com/sns/cache/file/8D10EE78-3048-87A6-EE7E8A752E77EF05.jpg>

⁹⁰ Risposte Turismo (2016): Adriatic Sea Tourism Report

⁹¹ <http://www.cruising.org/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

International Council of Cruise Lines (ICCL) je međunarodna organizacija u kruzing turizmu koja sudjeluje u regulativi i politici razvoja i osigurava da su sve mjere usvojene kako bi se osigurao sigurno i održivo okruženje za razvoj kruzing industrije. U sklopu ICCL nalazi se 16 najvećih kruzing grupacija. ICCL vrši monitoring nad internacionalnom politikom prijevoza i razvija preporuke za svoje partnere za bolje poslovanje. Područja na koja se ICCL fokusira su sigurnost, osiguranje, zdravstveni i medicinski uvjeti, svjesnost o okolišu i zaštita putnika.⁹² International Maritime Organization (IMO) je specijalizirana agencija Ujedinjenih Naroda fokusirana na poboljšanje sigurnosnih uvjeta na moru te pomorske sigurnosti i prevencije polucije sa brodova. Njena glavna uloga je stvaranje regulative za brodsku industriju.⁹³

Slika 5: Logo ICCL organizacije



Izvor: <http://www.hospitalitynet.org/organization/17009775.html>

International Maritime Organisation (IMO) je specijalizirana agencija Ujedinjenih Naroda fokusirana na poboljšanje sigurnosnih uvjeta na moru te pomorske sigurnosti i prevencije polucije sa brodova. Njena glavna uloga je stvaranje regulative za brodsku industriju.⁹⁴

Slika 6: Logo IMO organizacije



Izvor: <https://officerofthewatch.com/2012/05/23/international-maritime-organization-main-instruments/>

National Association of Career Travel Agent (NACTA) je vodeća američka nacionalna asocijacija koja uključuje nezavisne članove, prodajne agente, kruzere, touroperatore,

⁹²<http://www.marinetalk.com/articles-marine-companies/com/International-Council-of-Cruise-Lines-INT048.html> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

⁹³<http://www.cruising.org/about-the-industry/regulatory/IMO> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

⁹⁴<http://www.cruising.org/about-the-industry/regulatory/IMO> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

putničke agencije. Osnovana je 1986. godine s ciljem razvoja prometa kroz edukacijske programe i treninge, a pruža brojne prednosti poput osiguranja, popusta i zastupanja interesa svojih članova. NACTA surađuje s American Society of Travel Agents (ASTA) kako bi zaštitili i unaprijedili cijeli distribucijski kanal maloprodaje. Članovi ASTA-e su putnički agenti, i kompanije čiji se proizvodi prodaju kruzerima, hotelima itd. ASTA je glavni zastupnik putničkih agenata i industrije prometa.⁹⁵

Slika 7: Logo NACTA organizacije



Izvor: <http://nacta.com/about-us>

Florida Caribbean Cruise Association (FCCA) predstavlja 19 najvećih kruzing grupacija u čijem posjedu je preko 100 kruzera koji djeluju na Floridi, Karibima i Meksičkom zaljevu. FCCA je neprofitna organizacija, nastala 1972. godine kako bi članovima omogućila diskusiju o turističkom razvoju, lukama, sigurnosti, osiguranju i drugim problemima o kruzing industriji. Ova organizacija nastoji izgraditi kooperativne veze sa svojim partnerima i destinacijama s ciljem stvaranja bilateralnog partnerstva sa svakim sektorom. FCCA radi s vladom, lukama i javnim i privatnim sektorom kako bi maksimizirali broj putnika na kružnim putovanjima, povećali potrošnju kruzera i putnika te povećali zadovoljstvo putnika.⁹⁶

⁹⁵ <http://nacta.com/about-us> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

⁹⁶ <http://www.f-cca.com/> (Pristupljeno dana 17.01.2017.)

Slika 8: Logo FCCA organizacije



Izvor: <https://www.traveltradecaribbean.com/el-salvador-regional-meeting-of-the-florida-caribbean-cruise-association/>

European Sea Ports Organisation (ESPO) je ključna organizacija koja djeluje između europskih luka i europskih institucija koje donose politike. ESPO predstavlja luke, asocijacije i administraciju u lukama 23 države koje su članice Europske Unije. Osnovana je 1993. godine kao nezavisno tijelo za promicanje interesa luka. Osnovana je u Brüsselu te se fokusira na političke i tehničke probleme.⁹⁷

Slika 9: Logo ESPO organizacije



Izvor: <http://www.espo.be/>

MedCruise je asocijacija mediteranskih luka kruzinge turizma nastala u Rimu 1996. godine s ciljem promoviranja kruzinge industrije na Mediteranu. Ova asocijacija pomaže svojim članovima u iskorištavanju prednosti rasta kruzinge industrije osiguravajući kontrolu, promotivne i profesionalne prilike. MedCruise danas ima 72 člana uključujući 100 luka na Mediteranu, Crnom moru, Crvenom moru i Atlantiku. Cilj im je promovirati Mediteran kao destinaciju kruzinge turizma, turistički razvoj u područjima luka, uvesti nove tehnike i

⁹⁷ <http://www.espo.be/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

tehnologije u poslovanje, pružanje informacija o razvoju industrije i osigurati dobru suradnju i veze između svih luka kruzing turizma.⁹⁸

Slika 10: Logo MedCruise organizacije



The Association of Mediterranean Cruise Ports

Izvor: http://www.medcruise.com/sites/default/files/medcruise-logo_0.png

Postoje tri najznačajnije konvencije koje se tiču kruzing turizma, a to su International Convention for Safety of Life at Sea (SOLAS), International Convention for the Prevention of Pollution from Ships (MARPOL) te Konvencija Ujedinjenih Naroda o pravu mora (United Nation Convention on Law of the Sea, UNCLOS). Ove konvencije se dotiču i sigurnosti, okoliša i ostalih područja. Regulira se sigurnost navigacije, mjere za zaštitu od zaraznih bolesti, planovi postupanja u hitnim slučajevima, sigurnosni standardi opreme, dopuštene granice za ispušne plinove i otpadne vode u lukama, regulira se upotreba energije, mjere zaštite okoliša, sprječavanje onečišćenja s brodova, zaštita od kriminala na kruzerima, mjere zaštite od požara, obvezna sigurnosna oprema na kruzerima, regulacija zagađenja mora uljem, prevencija nesreća, postupanje nakon nesreće uključujući spašavanje i bijeg, provođenje kontrola i nadležnosti u administrativnim, tehničkim i socijalnim pitanjima kako bi se osigurala sigurnost na moru.⁹⁹

⁹⁸ <http://www.medcruise.com/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

⁹⁹ <http://www.cruising.org/about-the-industry/regulatory> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

3. RAZVOJ KRUZING INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

3.1. Zakonsko-institucionalna osnovica razvoja kruzinga u RH

Ministarstvo turizma je krovno ministarstvo za provedbu kruzing turizma u Hrvatskoj. Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na turističku politiku, strategiju razvitka hrvatskog turizma, razvoj i investicije u turizmu te razvitak svih oblika selektivnih turizma. Obavlja inspeksijske poslove u području ugostiteljskih djelatnosti i pružanja usluga u turizmu. Također donosi Strategiju razvoja turizma u kojoj je kruzing turizam svrstan u dominantni proizvod cjelokupnog turizma u Hrvatskoj, putem Instituta za turizam provode se istraživanja o kruzing turizmu i donosi pravilnike i zakone kojim se regulira provedba ove vrste turizma.¹⁰⁰ Osnovni zakon kojim se regulira kruzing turizam je Zakon o pružanju usluga u turizmu¹⁰¹ koji definira nautički turizam, navodi koje su usluge u nautičkom turizmu, gdje se pružaju te usluge. Također se donose pravilnici kojim se propisuju vrste i kategorije luka i plovnih objekata nautičkog turizma, kojim se propisuju minimalni uvjeti koje moraju ispunjavati luke nautičkog turizma te kategorije i način kategorizacije luka i plovnih objekata nautičkog turizma.

Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na unutarnji međunarodni pomorski, nautički, cestovni, željeznički, zračni i poštanski promet, planira izradu i provedbu strateških dokumenata, predlaže strategiju razvoja svih vidova prometa, zaštitu mora od onečišćenja s brodova i inspeksijske poslove.¹⁰² Ovo ministarstvo donosi Pomorski zakonik¹⁰³ kojim se utvrđuju morski i podmorski prostori Republike Hrvatske i uređuju pravni odnosi u njima, sigurnost plovidbe u unutarnjim morskim vodama i teritorijalnom moru RH, zaštita i očuvanje prirodnih morskih bogatstava i morskog okoliša, osnovni materijalno-pravni odnosi u pogledu plovnih objekata.

Ostali zakoni koji se javljaju u reguliranju ove vrste turizma su Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama¹⁰⁴ kojim se uređuje pravni status pomorskog dobra, utvrđivanje njegovih granica, upravljanje i zaštita pomorskog dobra, upotreba i korištenje, razvrstaj morskih luka, lučko područje osnivanje lučkih uprava, lučke djelatnosti i njihovo obavljanje, Zakon o

¹⁰⁰ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=7906> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

¹⁰¹ Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)

¹⁰² <http://www.mppi.hr/> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

¹⁰³ Pomorski zakonik (NN 181/04, 76/07, 146/08, 61/11, 56/13, 26/15)

¹⁰⁴ Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN 158/03, 100/04, 141/06, 38/09, 123/11, 56/16)

koncesijama¹⁰⁵ kojim se uređuju postupci davanja koncesija, ugovor o koncesiji, prestanak koncesije, pravna zaštita u postupcima davanja koncesije, politika koncesija te druga pitanja u vezi s koncesijama, Zakon o plovidbi unutarnjim vodama¹⁰⁶ kojim se uređuje plovidba unutarnjim vodama RH, sigurnost plovidbe unutarnjim vodama, pravni status, način upravljanja vodnim putovima i lukama unutarnjih voda, materijalno-pravni odnosi glede plovila, postupci upisa plovila, prijevoz i ugovaranje prijevoza, plovidbene nesreće i ustroj i rad lučkih kapetanija i Zakon o lučkim kapetanijama¹⁰⁷ koji definira poslove lučkih kapetanija.

3.2. Ključni dionici

Ključni dionici u kruzing turizmu Republike Hrvatske su gore navedena dva ministarstva: Ministarstvo turizma i Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture koji donose zakonodavni okvir, pravilnike te propise koji se izravnu tiču kruzing turizma.

Idući dionik u kruzing turizmu su Lučke uprave koje predstavljaju neprofitne pravne osobe čije je osnivanje, ustrojstvo i djelatnost uređeno Zakonom o pomorskom dobru i morskim lukama.¹⁰⁸ Djelatnosti Lučkih uprava su: briga o gradnji, održavanju, upravljanju i zaštiti te unapređenju pomorskog dobra koji predstavlja lučko područje, gradnja i održavanje lučke podgradnje, stručni nadzor nad gradnjom, održavanjem, upravljanjem i zaštitom lučkog područja, osiguravanje trajnog i nesmetanog obavljanja lučkog prometa, osiguravanje pružanja usluga od općeg interesa, usklađivanje i nadzor rada ovlaštenika koncesije koji obavljaju gospodarsku djelatnost na lučkom području (poput turističkih agencija, komunalnih poduzeća), te donošenje odluka o osnivanju i upravljanju slobodnom zonom na lučkom području. Oni također donose tarife lučkih pristojbi, Pravilnik o redu u luci, raspisuju natječaj te određuju koncesionare za pojedina područja djelatnosti koje opslužuju kruzere. Prate i statistiku o dolascima kruzera i broju putnika na njima.¹⁰⁹

¹⁰⁵ Zakon o koncesijama (NN 125/08, 143/12)

¹⁰⁶ Zakon o plovidbi unutarnjim vodama (NN 109/07, 132/07, 51/13, 152/14)

¹⁰⁷ Zakon o lučkim kapetanijama (NN 124/97)

¹⁰⁸ Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN 158/03, 100/04, 141/06, 38/09, 123/11, 56/16)

¹⁰⁹ <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/o-nama/> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

Hrvatska turistička zajednica je nacionalna turistička organizacija, osnovana radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske. Ona vrši promociju kruzing turizma na turističkim sajmovima te putem brošura, dodjeljuje novčane naknade za poticanje razvoja kruzing turizma i organizira radionice, jača imidž Hrvatske kao kruzing destinacije te sudjeluje u prezentacijama na sajmovima i surađuje sa međunarodnim institucijama. Nadalje turističke zajednice na županijskim i lokalnim razinama također vrše promotivne aktivnosti određenih destinacija, sudjeluju na sajmovima u inozemstvu, vrše radionice za poboljšanje trenutnog stanja turizma, vrše distribuciju promotivnih materijala i izrađuju brošure i marketinške planove.¹¹⁰

Još jedan važan dionik u provedbi kruzing turizma je Hrvatska gospodarska komora koja nudi informacije, baze podataka, organizira poduzetničke edukacije, pomaže u pronalasku poslovnih partnera, sufinancira nastupe na sajmovima te nudi informacije o načinima financiranja poduzetnika. Unutar HGK djeluje Sektor za turizam i ugostiteljstvo koji putem svojih udruženja i zajednica mogu utjecati na donošenje propisa i akcija te pomažu u poslovanju i edukaciji sudionika.¹¹¹

Lokalna zajednica je također važan dionik u provedbi kruzing turizma jer su u direktnom doticaju sa putnicima sa kruzera te kako bi se kruzing turizam nesmetano odvijao u nekoj destinaciji nužno je odobravanje i zadovoljstvo lokalne zajednice. Lokalna zajednica je, kroz razne gospodarske subjekte ujedno i isporučitelj brojnih, za kruzing turizam direktnih i indirektnih usluga, a koji su također važni dionici kruzing turizma. Potrebno je uključiti lokalnu zajednicu u donošenje odluka i planova o daljnjem razvoju kruzing turizma na nekom području, uvažiti njihove stavove i razmišljanja te voditi računa o prihvatnim kapacitetima destinacije.

¹¹⁰ <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)

¹¹¹ <http://www.hgk.hr/s-turizam/kontakti-grupa#udruzenje-turistickih-brodara> (Pristupljeno dana 20.01.2017.)

3.3. Glavne luke u Republici Hrvatskoj

U međunarodni kruzing u Hrvatskoj uključeno je dvadesetak luka otvorenih za javni promet s različitim intenzitetom posjećivanja i to kako onih najvećih od osobitog (međunarodnog) gospodarskog interesa, kao što su npr. Split, Rijeka, Dubrovnik i druge, preko luka županijskog značaja, kao što su Pula, Korčula, Mali Lošinj i druge, do malih, lokalnih luka kao što su one na Lopudu, Mljetu, Šipanu i slično.¹¹²

Slika 11: Kruzeri u Dubrovniku



Izvor: http://cdn-static.rtl-hrvatska.hr/image/kruzeri-u-dubrovniku-4e6539d93fb9134c7d4e576111fc3abb_gallery_single_view.jpg?v=19

Slika 12: Kruzer u Splitu



Izvor: http://arhiva.nacional.hr/img/1/b/e/1be5b6c4f5c907c4cb0a349908958560_700x550.jpg

¹¹²Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007

Slika 13: Kruzer u Korčuli



Izvor: <http://www.poslovni.hr/media/cache/5f/bf/5fbfc622196e275db00f6ab08846258f.jpg>

Slika 14: Kruzer u Zadru



Izvor: <http://20minuta.hr/hrvatska/kruzer-od-227-metara-otvorio-sezonu-uplovljavanja-u-zadar/75564/>

Luke uključene u međunarodni kruzing turizam u Hrvatskoj su pod upravom državnih ili županijskih lučkih uprava. Luke za prihvat kruzera ne obrađuju se u zakonu kao posebne luke, odnosno luke nautičkog turizma. Na taj način kruzing se, još uvijek, razvija izvan logističke potpore nacionalne legislative. Hrvatska ima nekoliko luka koje mogu prihvatiti velike

kruzere na vezu uz obalu - to su uglavnom i Hrvatske najveće luke. U Hrvatskoj se međunarodni kruzinge može organizirati u lukama otvorenim za javni promet (luke osobito ili međunarodnog značenja, županijske i lokalne luke).

U lukama otvorenim za javni promet na području Republike Hrvatske brodovi plaćaju lučke pristojbe koje se naplaćuju brodovima za korištenje obale i za administrativne usluge, a donosi ih i javno objavljuje lučka uprava. Osim lučke pristojbe, korisnici luke za dobivene usluge u lukama otvorenim za javni promet, plaćaju lučke naknade. Ovlaštenici koncesije koji obavljaju djelatnost u lukama otvorenim za javni promet dužni su javno objaviti lučke naknade za svaku pojedinu vrstu djelatnosti ili usluge. Lučke naknade koje se najčešće obračunavaju brodovima na kružnim putovanjima u hrvatskim lukama su:

- Naknada za privez i odvez (osnova za obračun je Brutoregistrarska tona-BT ili dužni metar),
- Odvoz krutog i tekućeg otpada,
- Potrošnja vode (m³),
- Potrošnja električne energije.

Izračun lučke pristojbe za kruzere u lukama provodi se prema dvije osnove: putnik i bruto tonaža (BT). Jedinična cijena po osnovi BT varira ovisno o razredima veličine broda, a cijena po putniku razlikuje se u odnosu na putnika u tranzitu, ukrcanom i/ili iskrcanom putniku.¹¹³

Uz prirodne i kulturno-povijesne turističke resurse, za postizanje statusa nezaobilazne kruzinge-destinacije neophodan su preduvjet razvijeni lučki sustavi s višenamjenskim putničkim kapacitetima i dobra prometna povezanost. To je međutim slaba točka gradova na hrvatskom dijelu Jadrana, koja smanjuje mogućnost inače visokoga stupnja valorizacije. Razina konkurentnosti luke na veoma zahtjevnom kruzinge-tržištu, to jest njihovo uvrštavanje u itinerare kruzinge-operatora, ovisi o sljedećim čimbenicima:

- Prepoznatljivost luke i turističkog središta,
- Jednostavan pristup zračnoj luci sa širokim izborom međunarodnih linija
- Efikasan transport do središta grada ili drugih turističkih zanimljivosti,
- Dovoljno hotelskih receptivnih kapaciteta adekvatne kategorije
- Dostupnost atraktivnih plaža,

¹¹³ Gračan, D., Zadel, Z. (2013): Kvantitativna i kvalitativna analiza kruzinge turizma Republike Hrvatske, Pomorski zbornik 47-48, str. 51-59

- Povijesno–kulturne znamenitosti,
- Trgovački centri, duty–free shopovi, trgovine koje prodaju originalne lokalne suvenire i ručno izrađene predmete,
- Zadovoljavajuća razina ponude izletničkog programa,
- Agencije za turističke informacije, rezervacije putovanja i hotelskog smještaja na jednom mjestu,
- Prihvatni kapaciteti za privez brodova uz obalu,
- Putnički terminali prilagođeni kvalitetnom prijemu putnika i manipuliranju prtljagom,
- Razumna cijena lučkih pristojba i naknada,
- Mogućnost opskrbe vodom,
- Mogućnost opskrbe gorivom,
- Sigurnost luke prema međunarodnim standardima,
- Ostale usluge.¹¹⁴

Slika 15: Kruzing destinacije u Hrvatskoj prema mogućnosti prijema brodova



Izvor: Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, 2007.

¹¹⁴ Đurković, V. (2007): Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzing-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik, Naše more, Vol.54, pp. 32-41

Razdioba broja ticanja i broja putnika u 2006. godini prema veličini broda ukazuje na relativno veliki broj ticanja malih i butik brodova, dok se oko četvrtine svih ticanja odnosi na brodove s 1000 i više putnika. 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 još samo u Korčuli, Splitu i Rovinju, ali u daleko manjem obujmu. U svim ostalim destinacijama najučestalija su ticanja brodova kapaciteta do 500 putnika. U odnosu na stacionarni turizam, kruzing turizam obilježava manje izražena sezonalnost, a sezona ranije počinje i kasnije završava. Većina prometa se odvija u razdoblju od svibnja do listopada. Najviše ticanja se ostvaruje subotom i nedjeljom, a i broj putnika s brodova najveći je u ta dva dana.

Gosti u prosjeku borave u destinaciji, izvan broda, oko 5 sati. Oko trećine gostiju u destinaciji boravi do tri sata, a nešto više od tri četvrtine (77%) svih gostiju boravi u destinaciji do šest sati. Za vrijeme boravka u destinaciji najčešće aktivnosti putnika su konzumacija pića u ugostiteljskim objektima (81%), odlazak u kupovinu (82%) i samostalni razgled grada (69%). Nešto manje od polovice putnika (48%) konzumira hranu u ugostiteljskim objektima, a 45% putnika odlazi na organizirani izlet u okolicu i/ili organizirani razgled grada. U organizaciji agencije značajno se češće odlazi u razgled grada (42%), a manje u okolicu (na poludnevnom izletu u okolicu bilo je oko 9% gostiju, a na cjelodnevnom manje od 1%). U odnosu na stacionarne goste naših obalnih destinacija i goste nautičare, gosti na brodskim kružnim putovanjima iskazali su značajno veće zadovoljstvo većinom elemenata turističke ponude, i to ne samo ljepotom i očuvanošću prirode i osobnom sigurnošću, elementima kojima su zadovoljni gotovo svi naši gosti i koji najčešće predstavljaju i jedine elemente s kojima su gosti izrazito zadovoljni, već i skupom elemenata koji se odnose na ponudu destinacije, a u koje se ubraja organizacija izleta i razgleda grada, gastronomska ponuda, ponuda suvenira, mogućnosti za kupnju i drugi.¹¹⁵

Poslovanje luka kruzing turizma obilježeno je nizom pitanja, prije svega onih u povezanim područjima cjenovne politike, suradnje ključnih dionika, investicija te održivog razvoja. U području cjenovne politike i suradnje ključnih dionika javlja se problem usklađivanja tarifne politike luka uključujući usklađivanje tarifne politike između luka, preispitivanja međuodnosa lučkih pristojbi i naknada te kreiranja jedinstvene ponude međunarodnog kruzinga i

¹¹⁵ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007

zajedničkog nastupa prema brodarima (suradnja). Područje investicija obilježeno je postojanjem brojnih planova razvoja luka s ciljem unaprjeđenja uvjeta za prihvat kruzera i putnika (uključujući izgradnju operativnih obala i putničkih zgrada sa svom pratećom opremom), ali i ostvarivanja preduvjeta za pružanje usluga polazne luke. S obzirom na još uvijek ograničen interes kruzingu kompanija za hrvatske destinacije, s izuzetkom Dubrovnika (i donekle Splita), postavlja se pitanje ekonomskog opravdanja takvih pojedinih investicijskih pothvata, odnosno potrebe usklađivanja razvojnih planova luka osobitog međunarodnog značaja za Republiku Hrvatsku. Broj posjetitelja u kruzingu turizmu u pojedinim hrvatskim destinacijama približava se maksimalnom prihvatnom kapacitetu uz još uvijek neiskorišten kapacitet luka za prihvat brodova. U tim se uvjetima pojavljuje mogućnost potencijalnog sukoba kruzingu turizma s interesom drugih segmenata turističke potražnje, prije svega stacionarnog turizma te domicilnog stanovništva.¹¹⁶

3.4. Promet kruzinga u Republici Hrvatskoj

U razdoblju od siječnja do rujna 2015. ostvareno je 618 kružnih putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj. Na tim brodovima bilo je 848.699 putnika, koji su u Republici Hrvatskoj boravili ukupno 1 270 dana, što je u prosjeku 2 dana. U strukturi kružnih putovanja stranih brodova najviše stranih brodova na kružnim putovanjima evidentiralo je prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske u Dubrovačko-neretvanskoj (64,1%) i Splitsko-dalmatinskoj županiji (22,6%), što je ukupno 86,7%. Ostalih 13,3% stranih brodova na kružnim putovanjima evidentiralo je prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske u ostalih pet županija: Zadarskoj (6,4%), Primorsko-goranskoj i Šibensko-kninskoj (obje po 2,3%), Istarskoj (2,1%) i Ličko-senjskoj (0,2%). U odnosu na isto razdoblje 2014. broj putovanja veći je za 6,2%, a broj putnika koji su na taj način ušli u Republiku Hrvatsku veći je za 0,6%. Ukupan broj dana boravka tih putnika u istom razdoblju manji je za 0,8%.¹¹⁷

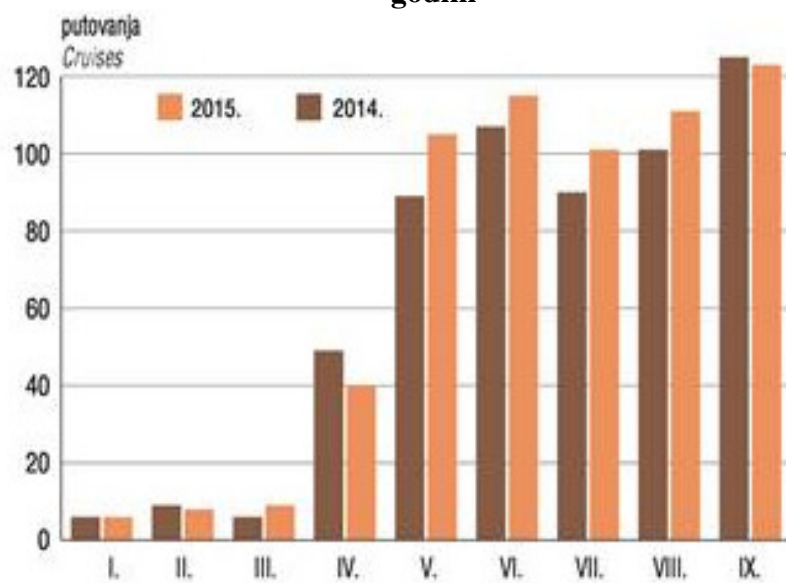
Procjene su da je u 2016. godini ostvareno 880.239 putnika s kruzera u Dubrovniku, u Splitu 300.000, Zadru 120.000, Šibeniku i Rijeci 12.000, Puli 6.200 te Opatiji 3.400.¹¹⁸

¹¹⁶ Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Zagreb 2011.

¹¹⁷ http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-05_05_2015.htm (Pristupljeno dana 18.01.2017.)

¹¹⁸ Risposte Turismo (2016): Adriatic Sea Tourism Report

Grafikon 6: Kružna putovanja stranih brodova u RH po mjesecima u 2014. i 2015. godini



Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-05_05_2015.htm

4. EKONOMSKE DIMENZIJE KRUIZING INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Okolišni i društveni učinci razvoja kruzing industrije u destinaciji¹¹⁹

-Intenzitet onečišćenja sa kruzera je značajan i potencijalno uništava atraktivnost destinacije u kojoj se odvija kruzing turizam. Uočavaju se okolišni utjecaji kruzera u destinacijama kroz sljedeće kategorije: povećanje krutog otpada, onečišćenje zraka, povećanje otpadnih voda te opasnog otpada. Kruti otpad se sastoji od 75%-85% neorganskog otpada i 15%-25% organskog otpada. Sadržaj krutog otpada sa kruzera je sličnog sadržaja kao onaj u kućanstvima te uključuje papir, staklo, plastiku, hranu i kuhinjski otpad. Procjenjuje se da količina krutog otpada iznosi 2.4-4 kg po osobi po danu, što rezultira sa preko 50t krutog otpada u tjednom putovanju kruzera. U internacionalnim vodama brodovi izbacuju organski kruti otpad bacajući ga u more. Ukupni brodski prijevoz generira otprilike milijun tona organskog otpada godišnje, od čega je 24% sa kruzera.

Upravljanje otpadom u Hrvatskoj je u tranzicijskoj fazi. Trenutne aktivnosti i politike se fokusiraju na uklanjanje ilegalnih područja i uspostavljanje sistema koji će eventualno reciklirati i tretirati većinu kućnog i komunalnog otpada. Postojeći sistem upravljanja otpadom uključuje korisnike i kruzere, te primjenu načela „onečišćivač plaća“, iako to ne osigurava dovoljnu zaštitu okoliša. Onečišćenje zraka može uzrokovati smog na lokalnim područjima, regionalni efekt u obliku kiselih kiša, te globalni efekt u vidu klimatskih promjena. Emisija plinova sa kruzera ovisi o kvaliteti goriva, motora, brzini i korištenju električne energije. Kruzeri većinom koriste jeftina goriva koja su do tisuću puta lošija od onih koja se koriste u cestovnom prometu. Hrvatsko zakonodavstvo nema nikakve restrikcije i kazne za emisiju plinova sa kruzera, stoga onečišćenje zraka sa kruzera predstavlja negativnu eksternaliju. Također, kruzeri ispuštaju otpadne vode koje predstavljaju potencijalnu opasnost za ekosisteme i ljude. Oni ispuštaju tri vrste otpadnih voda: crnu vodu (otpad iz toaleta), sivu vodu (bazeni, saune), te otpadne vode koje sadrže ulje, kemikalije i metale. Svaki putnik na kruzeru stvara 20 do 40 litara crne vode i 120 do 451 litara sive vode po danu, te to može voditi do uništavanja flore i faune, stvaranja raznih patogenih organizama, bakterija i teških metala. Hrvatska ima službene inspektore koji su odgovorni za kontrolu i nadzor nad

¹¹⁹ Osvrt na okolišne učinke u najvećoj mjeri preuzet i/ili interpretiran temeljem: Carić, H. (2010): Direct pollution cost, assessment of cruising tourism in the Croatian Adriatic, *Financial Theory and Practise* 34(2), pp.161-180.

ispuštanjem otpadnih voda sa kruzera, ali nema službenih podataka o tom ispuštanju i količini onečišćenja. Kruzeri također stvaraju opasan otpad koji dolazi od pranja rublja, medicinskih usluga, kemikalija i slično. Pretpostavlja se da svaki putnik generira 0.098 litara po danu opasnog otpada. U Hrvatskoj postoje poduzeća koja kontroliraju opasni otpad, iako se pretpostavlja da je samo 42% ukupnog opasnog otpada prijavljeno. Zbog nepostojanja efektivnog sistema za prevenciju ispuštanja ovog otpada, postoji velika opasnost od ilegalnog ispuštanja otpada u more bez naplaćivanja naknade za kruzere.-

Pomorska krstarenja imaju nešto specifičniji utjecaj na društvo od klasičnog turizma jer se prije svega radi o različitom ponašanju turista/putnika, kao i njihovih potreba. Osnovna relacija odnosno utjecaj se može prikazati kroz različite sociološke segmente na koje pomorska krstarenja utječu. Povećani broj turista s kruzera poglavito u malim gradskim sredinama kao što su dalmatinski gradovi, zahtjeva veći broj vodiča, prodavača, vozača autobusa, i sličnih uslužnih zanimanja. Može se govoriti i o migraciji iz ruralnih u urbane sredine, zbog potrebe za radnom snagom i boljim zaradama. Dolazi do promjena društvenih vrijednosti sa većom razinom društvenih promjena. Nužno je povećati angažman policije kako u prometu tako i u osiguranju putnika s obzirom da velike mase putnika privlače i kriminal. U nekim područjima može doći i do pojave prostitucije i drugih zabranjenih aktivnosti.

Uz pomorska krstarenja se često vežu i širenja različitih gastro oboljenja, tzv. Noro virusa. Iako kruzeri nastoje suzbiti širenje virusa na brodu različitim mjerama sanitiziranja i izolacijom putnika, nekad je to teško spriječiti jer putnici često ne prihvaćaju karantenu dok su na odmoru. U svakom slučaju predstavnici javnog zdravstva trebaju pregledati sve brodove kod dolaska u luku kako bi se ustanovilo stanje i provele odgovarajuće mjere te suzbilo širenje gastro oboljenja na lokalno stanovništvo. Isto tako, aktivnosti medicinskih službi općenito gledano su pojačane jer se broj intervencija povećava.

Također postoji i utjecaj na jezik domaćeg stanovništva jer se putnici služe najvećim dijelom engleskim. To svakako može biti i pozitivan detalj jer komunikacija na stranom jeziku je dio učenja. Utjecaj pomorskih krstarenja najviše djeluje na populaciju u strogim urbanim sredinama poput npr. starog grada Dubrovnika gdje se autohtono stanovništvo iseljava zbog većih troškova života. Prevelik brojčani odnos putnika prema lokalnom stanovništvu negativno utječe na zadovoljstvo putnika destinacijom koje proizlazi iz negativnog odnosa

lokalnog stanovništva prema putnicima. Poglavitito je to izraženo u starom gradu Dubrovniku gdje je omjer putnika s kruzera prema lokalnom stanovništvu od 10:1 do čak 35:1. To se također odnosi na Korčulu, Hvar i druga mjesta na otocima koji imaju puno veće omjere putnika spram lokalnog stanovništva.

Odnos ovih dviju socioloških grupa, putnika i domaćeg stanovništva može se prikazati kroz: prirodu i veličinu njihovih socioloških, ekonomskih i kulturnih raznolikosti, brojčani odnos, raspodjelu i transparentnost rasta broja turista, brzinu i intenzitet razvoja kruzing turizma, širenje trgovine i zapošljavanja. U tom kontekstu može se govoriti o Doxeyevom indeksu iritacije domaćeg stanovništva prema turistima / putnicima. Domaći habitus prolazi kroz nekoliko faza: euforija (sljedi inicijalni razvoj turizma), apatija (kako se razvija postaje dio života), nelagoda (kako turizam otežava svakodnevni život i uzrokuje probleme), antagonizam (kada taj odnos prerasta u konflikt i kada se širi anti turističko ponašanje).

Posljedice mogu biti vrlo negativne sa sigurnosnog gledišta jer dolazi do zakrčenja u prometu, a poglavito u starim gradskim jezgrama. Ako se još uzme da boravak brodova u luci nekad traje samo pet do šest sati i da putnici dobar dio provedu u prometnoj gužvi kao i pri ulazno izlaznim formalnostima na brodu, slika boravka putnika s kruzera izgleda kaotična. To naravno negativno utječe na stacionarne goste. Neriješena prometna pitanja u većini hrvatskih gradova vode većim prometnim gužvama zbog velikog broja putnika s kruzera. Posljedice se reflektiraju na funkcioniranje grada i različite djelatnosti gospodarstva. Ključan detalj čini i ponašanje putnika s kruzera koji u kombinaciji sa njihovim velikim brojem dodatno djeluju na gužvu.¹²⁰

4.2. Ekonomske dimenzije kruzing industrije

Razvoj pomorskih krstarenja zahtjeva kapitalne projekte investiranja u lučke komplekse i terminale kako bi se zadovoljilo zahtjevima brodova na pomorskim krstarenjima. 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,

¹²⁰ Tekst koji se odnosi na društvene učinke preuzet i/ili interpretiran temeljem: Benić, I. (2011): Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, Zagreb, God. V, Br.1., str. 43-66

prodavaonica suvenira i slično. Utjecaj na gospodarstvo će biti veći ili manji, što ovisi o tome radi li se o luci polaska ili luci ticanja brodova na pomorskim krstarenjima. Luka polaska je luka iz koje brodovi kreću na putovanje i završavaju ga, a luka ticanja je usputno stajalište.¹²¹ Mjerenje utjecaja turizma uopće na gospodarstvo ima dugačku tradiciju u mnogim zemljama. Počeci sežu u 1933. i Ogilvijevu studiju o kretanjima turista, uspoređujući potrošnju domaćih turista u inozemstvu i potrošnju stranih turista. Turizam i kruzing turizam se često koristi kao mehanizam koji pomaže razvoj i regeneraciju ekonomije pojedine zemlje. Pomorska krstarenja kao i turizam nisu stabilan izvor prihoda i ovise o mnogo faktora kao što su: sezonalnost koja utječe na investicije i vrstu poslova, koji su obično nesigurni i slabije plaćeni, potražnja odnosno posjete koje se mogu vezati uz političke utjecaje, vremenske prilike, utjecaje okoline na koje je teško utjecati, elastičnost cijena i prihoda koja nije toliko izražena kao kod stacionarnog turizma, te je manje osjetljiva na promjene u cijeni proizvoda i dohotku putnika - glavnu stavku čini potrošnja putnika na pomorskim putovanjima, a ne plaćeni aranžman.¹²²

4.2.1. Direktni ekonomski učinci

Direktni prihodi se vezuju uz prodavače usluga i dobara izravno brodovima na pomorskim krstarenjima, putnicima i posadi. Prihodi od brodova vezuju se uz lučke troškove, pristojbe i naknade, gorivo, vodu, održavanje i različite druge usluge. Putnici ukupnom prihodu pridonose kroz potrošnju u prijevozu, kupnju taxi usluga, suvenira, kupnju nakita, izleta, hrane i pića. Potrošnja posade je slična onoj putnika iako obično u različitom omjeru uz naglasak na usluge prijevoza, kupnju elektronike i roba različite potrošnje, hranu i piće.¹²³ Direktni učinci kruzing turizma u Hrvatskoj povećavaju ukupne prihode od turizma u Republici Hrvatskoj, ogledaju se u generiranju novih radnih mjesta, povećanju investicija u gradnji novih brodova te novih vezova i terminala u lukama za prihvat velikih kruzera.

¹²¹ Brida, J.G., Zapata, A.S. (2008): The Impacts Of Cruise Industry On Tourism Destinations, Conference: Sustainable Tourism As A Factor Of Local Development, Monza, Italy, str. 1-4

¹²² Benić, I. (2011): Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, Zagreb, God. V, Br.1., str. 43-66

¹²³ Ibidem

Tablica 2: Procjena ukupnog prihoda od međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj u 2006.godini

| VRSTA PRIHODA | € |
|---|-----------------------|
| PRIHOD OD POTROŠNJE PUTNIKA I ČLANOVA POSADE U DESTINACIJI | 25 do 28 milijuna |
| PRIHOD OD LUČKIH PRISTOJBI | 1.16 do 1.31 milijuna |
| PRIHOD OD LUČKIH NAKNADA | 2.6 milijuna |
| PRIHOD OD NAKNADA ZA ODRŽAVANJE PLOVNIH PUTOVA | 162.000 |
| UKUPNI PRIHOD | 29 do 32 milijuna |

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

Ukupan prihod od međunarodnog kruzinga u Dubrovniku kreće se od 21 do 23 milijuna eura, Splitu od 3 do 3,5 milijuna eura, a Korčuli i Zadru oko 1 milijun eura. Međutim, zbog veće potrošnje gostiju s kruzera u Splitu i Zadru, udio tih destinacija u ukupnom prihodu veći je od njihovog udjela u ukupnom broju putnika. Split je u 2006. godini zabilježio 7% od ukupnog broja putnika u četiri promatrana grada (Dubrovnik, Korčula, Split i Zadar), a u prihodu sudjeluje s 12%, a Zadar s 2% putnika sudjeluje u prihodu s 4%.¹²⁴

4.2.2. Indirektni i inducirani ekonomski učinci

Indirektni prihodi za gospodarstvo se vezuju uz potrošnju dobara i usluga lokalnog biznisa (turoperatora, agencija, dobavljača) koji pružaju usluge brodovima na pomorskim krstarenjima. Indirektni prihodi su oni koji se ostvaruju u prethodnim transakcijama (da bi direktni bili mogući). Ostale koristi koje ima destinacija od međunarodnog kruzinga su: otvaranje novih radnih mjesta vezanih uz potrebe kruzinga, opći poticaj razvoju kao rezultat prihoda od kruzinga, promocija destinacije (novi gosti i posjetitelji) i sl. Primjer su putničke agencije koje iznajmljuju autobuse za prijevoz putnika, kupuju gorivo, koriste usluge čišćenja, osiguravaju zaposlenike u njihovim uredima, plaćaju struju i vodu u uredima i slično. Inducirani prihodi su u određenom odnosu proporcionalni ostvarenju izravnih i neizravnih prihoda, a njima se mogu dodati i prihodi od povećane potrošnje stanovnika koja je rezultat ostvarenog prihoda od kruzinga.¹²⁵

¹²⁴ Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007.

¹²⁵ Benić, I. (2011): Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, Zagreb, God. V, Br.1., str. 43-66

5. EKONOMSKI UČINCI RAZVOJA KRUZINGA U SPLITU

5.1. Prikaz Splita kao turističke destinacije

Split je najveći grad u Dalmaciji, a drugi po veličini grad u Hrvatskoj. Prema posljednjem popisu stanovništva, provedenom 2011. godine, Split ima 178.192 stanovnika, druga je po veličini hrvatska luka i treća luka na Mediteranu po broju putnika. Upravno je središte Splitsko-dalmatinske županije i gravitira mu područje triju najjužnijih hrvatskih županija (nekadašnja Zajednica općina Split), te dio Hercegovine, pa i Bosne.¹²⁶ Split je važno hrvatsko, mediteransko kulturno središte, po veličini danas i drugi sveučilišni centar u Hrvatskoj te jedna od najznačajnijih turističkih destinacija u Hrvatskoj.

Split posljednjih godina postaje sve popularnije turističko odredište. Od znamenitosti u Splitu važno je istaknuti Dioklecijanovu palaču, cijelu povijenu jezgru Splita koji su na spisku svjetske baštine UNESCO-a od 1979. godine. U Splitu se nalaze iznimni spomenici sakralne arhitekture kao što je katedrala sv. Duje, samostan sv. Ante na Poljudu, srednjovjekovna crkva sv. Trojice, minijaturna crkvice sv. Martina u sjevernom zidu Dioklecijanove palače, sv. Frane na Rivi, sinagoga iz 16. stoljeća i druge. Nadalje, u samom centru grada nalaze se tri najvažnija trga u Splitu a to su Prokurative, Pjaca i Voćni trg, a u njihovoj blizini se nalaze tržnica, ribarnica te najvažnija ulica u Splitu a to je Marmontova te šetalište Riva. U ljetnim mjesecima se odvijaju brojna događanja poput Splitskog ljeta, Ultra festivala, Beach Festivala, Dani Dioklecijana te druge manifestacije. Sve većoj popularnosti Splita kao destinacije doprinijelo je i snimanje megapopularne serije Games of Thrones jer su se kadrovi te serije snimali u Splitu i obližnjim mjestima kao što su Klis, Kaštela i Žrnovnica. Split također obiluje kulturnim ustanovama poput muzeja, galerija, kazališta. Split je smješten podno park šume Marjan, a od ostalih prirodnih ljepota važno je istaknuti brojne parkove i plaže. U ljetnim mjesecima dobra je trajektna povezanost sa svim obližnjim otocima, a najčešći izleti koji se organiziraju su odlasci u Nacionalni park Plitvička jezera te Krka, Salonu, Trogir, Dubrovnik te ostale dalmatinske gradove.¹²⁷

¹²⁶ [https:// wikipedia.org/wiki/Split hr](https://wikipedia.org/wiki/Split_hr). (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

¹²⁷ <http://www.visitsplit.com/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

Slika 16: Split



Izvor:

https://www.google.hr/search?q=split&rlz=1C1AOHY_hrHR709HR709&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjT_Yb6SPbRAhXGVRQKHeijAIYQ_AUICCgB&biw=1360&bih=634#imgrc=o-jxbNZj9S9wyM:

Prema podacima European Cities Marketing (ECM), organizacije koja okuplja oko 120 velikih turističkih gradova Europe, Split je imao najveći godišnji postotak rasta broja dolazaka i noćenja turista. Postao je turistička hit destinacija, posebno mladih te postao turistički šampion Hrvatske. U prvih 9 mjeseci 2014. godine ostvarene su 863 tisuće noćenja, što je za 33.000 više nego 2013. godine. Prosjek zadržavanja turista u Splitu je 3,5 dana. Najviše ih dolazi iz Njemačke. Slijede Britanci i Francuzi te Talijani, potom gosti iz SAD-a i Australije. Sa skoro milijun ostvarenih noćenja turista godišnje Split je zakoračio na europsku i svjetsku turističku pozornicu traženih destinacija. Dovršenjem započetih te izgradnjom novih hotelskih kapaciteta, Split će se jače pozicionirati na tržištima kongresnog, sportskog, rekreacijskog i kulturnog turizma. Tako bi za 10-ak godina mogao doseći 2 milijuna noćenja. Za uređenje grada, kao i za ukupnu turističku ponudu Split je dobio niz najznačajnijih domaćih i međunarodnih nagrada turističkih, gospodarskih i drugih asocijacija. U prometnom smislu Split je i dalje najznačajnije čvorište, a nova kvaliteta je došla izgradnjom autoceste do Zagreba. Važnost položaja Splita na sjecištu svih vrsta prijevoza (brodski, cestovni, željeznički i zračni) potvrđuje i činjenica da zračna luka obara povijesne rekorde u broju putnika, a gradska luka s prometom od preko četiri milijuna putnika treća je luka na Mediteranu.¹²⁸

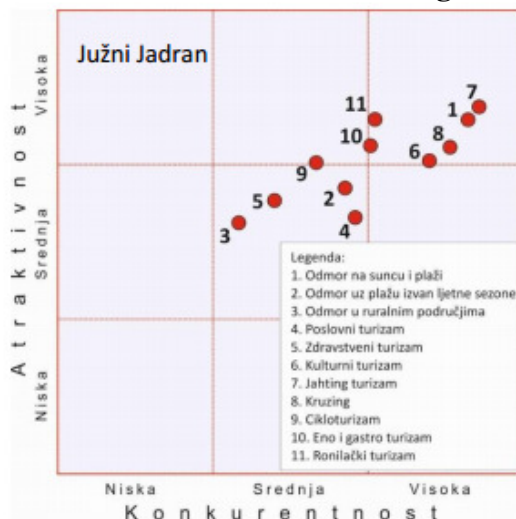
¹²⁸ <http://www.split.hr/Default.aspx?sec=756> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

Na području Splitsko-dalmatinske županije u prvih devet mjeseci 2016. godine ostvareno je 2.55 milijuna dolazaka i 14.4 milijuna turističkih noćenja. Broj dolazaka porastao je za 10% u odnosu na isto razdoblje 2015. godine, a ostvareno je i 10% više noćenja u odnosu na prvih devet mjeseci 2015. godine. U prvih devet mjeseci 2016. godine u Splitu je ostvareno 510.271 dolazaka i 1.603.916 noćenja turista, što je 26% više dolazaka i 33% više noćenja u odnosu na isto razdoblje 2015. godine.¹²⁹ Podaci za cijelu 2016. godinu za Split su iznosili 578.095 dolazaka (od čega je 61.721 dolaza domaćih turista te 516.374 dolazaka stranih turista). Ostvareno je 1.757.033 ukupnih noćenja u 2016. godini u Splitu od čega je 148.292 noćenja domaćih turista, a 1.608.741 noćenja stranih turista.¹³⁰

5.2. Uloga kruzinga u ukupnom turističkom prometu u Splitu

Posjeti brodova na kružnim putovanjima luci Split su pojava novijeg datuma. Točnije, 2002. godine u luku su počeli pristizati brodovi na kružnim putovanjima. Te godine je Split posjetilo 82 broda sa 20.616 putnika, dok je 2014. godine u luku pristiglo 233 broda sa sveukupno 184.062 putnika.¹³¹

Slika 17: Konkurentnost i atraktivnost kruzing turizma na Jadranu



Izvor: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

¹²⁹ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=35647> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

¹³⁰ Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije: Turistički promet prosinac-2016 i razdoblje siječanj-prosinac 2016 na području SDŽ, dostupno na: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-prosinac-2016-i-razdoblje-siječanj-prosinac-2016-na-području-sdz>

¹³¹ <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

Kao što je prikazano na gore navedenoj slici, kruzing turizam je na Južnom Jadranu, što uključuje i Split, pozicioniran kao visoko atraktivan i visoko konkurentan proizvod.

Slika 18: Kruzing po regijama u RH

| Proizvodne grupe | Proizvodi | Istra | Kvarner | Dalmacija Zadar | Dalmacija Šibenik | Dalmacija Split | Dalmacija Dubrovnik | Lika-Karlovac | Središnja Hrvatska | Slavonija | Zagreb |
|------------------|-----------|-------|---------|-----------------|-------------------|-----------------|---------------------|---------------|--------------------|-----------|--------|
| Nautički turizam | Yachting | | | | | | | | | | |
| | Cruising | | | | | | | | | | |

Legenda:

| | | | |
|-------------------|---------------------|---------------------|------------------------|
| Primarni proizvod | Sekundarni proizvod | Tercijarni proizvod | Proizvod nije dostupan |
|-------------------|---------------------|---------------------|------------------------|

Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

U navedenoj slici vidi se pozicija kruzing turizma u Splitu koji predstavlja primarni proizvod u toj destinaciji.

Lučka uprava raspisuje natječaj za koncesionare, bira ih te vrši kontrolu nad njima. Lučka uprava kontrolira tko će dobiti koncesiju, a temeljem koncesionarskog ugovora, koji traje godinu dana, samo ta poduzeća koja su dobila koncesiju mogu vršiti određenu uslugu za koju su dobili koncesiju. Lučka uprava kontrolira što je ugovoreno koncesijom, te da netko tko nema koncesiju ne obavlja određenu djelatnost. Koncesionari su dužni plaćati fiksni i varijabilni trošak. Koncesionari pružaju određene usluge poput izleta, prihвата i otpreme krutog i tekućeg otpada, kontrole robe, fumigacije, deratizacije, dezinfekcije i dezinfekcije, pranja i prijevoza rublja, prikupljanja i prijevoza nusproizvoda životinjskog podrijetla, opskrbe brodova i dostave goriva, a na brodaru je hoće li ih koristiti ili neće. Koncesionari naplaćuju usluge direktno brodaru, a ne Lučkoj upravi. Pravilnikom reda u luci se određuje djelatnost koncesionara i cijene usluga koje su unaprijed definirane. Cijene ovise o sezoni i veličini broda. Na kraju godine koncesionari su dužni dostaviti izvještaj o ostvarenom prihodu po koncesiji te im se ispostavlja račun.

Pristojbe kruzera se obračunavaju prema Tarifniku. Kruzera plaćaju pristojbu za upotrebu obala po dole navedenom Tarifniku- ukoliko se brod veže za obalu cijena se obračunava po bruto tonama te po broju putnika u tranzitu (0.95€ po putniku) i po ukrcanom/iskrcanom putniku (1.90€). Ukoliko se brod sidri, onda mu se cijena obračunava na način da se cijena za upotrebu obale umanjuje za 50%, te obračunava pristojba za upotrebu obale po putniku u tranzitu (0.95€) i po ukrcanom/iskrcanom putniku (1.90€). Lučka uprava vrši i korekcije osnovne cijene na način da se u razdoblju od 01.07 do 31.08. cijena pristojbe prema navedenim stavkama uveća za 15%, a u razdoblju od 1.11 do 31.03. cijena pristojbe prema navedenim

stavkama umanju za 30%. Svaki brod mora dostaviti izvještaj o boravku broda u luci na temelju čega mu se naplaćuje pristojba.

Smatra se da 1/3 putnika na velikim kruzerima (preko 200 metara) ostane na kruzerima, a na manjim kruzerima (do 140 metara) većinom svi putnici izlaze u destinaciju. Kruzeri u splitskoj luci većinom borave od 8 sati do 18 sati, u prosjeku 10 sati. 50% putnika uzima neki izletnički program i to od agencija koje imaju koncesiju Lučke uprave. Smatra se da svi putnici na manjim kruzerima većinom uzimaju izletnički program, dok 50% putnika na velikim kruzerima uzima izletničke programe, a 50% su šetači po gradu. Izleti se najčešće organiziraju za posjet Nacionalnom parku Krka, Radmanovim mlinicama, Trogiru i Saloni, a ukoliko brod ostaje do pola noći (takvih je otprilike 10%) onda idu u Međugorje. Ne postoji konkretan podatak o tome koliko putnici sa kruzera troše u Splitu, ali se pretpostavlja da troše oko 300-400 kuna (na ručak i suvenire).¹³²

¹³² Podaci dobiveni kroz intervju sa gosp. Vjekoslavom Grgićem, rukovoditeljem lučkog operativnog centra

Slika 19: Pristojba za upotrebu obale za putničke brodova na kružnim putovanjima

| 3.1. PRISTOJBA ZA UPOTREBU OBALE - PO OSNOVI BT | | | | | |
|--|---|-----------------|-------------------|--------|--|
| 3.1.1. | Brod privezan uz obalu | BT-dg | BT-gg | € | |
| | | | <5.000 | 550,00 | |
| | | 5.001 | 10.000 | 0,102 | |
| | | 10.001 | 20.000 | 0,094 | |
| | | 20.001 | 30.000 | 0,088 | |
| | | 30.001 | 40.000 | 0,082 | |
| | | 40.001 | 50.000 | 0,077 | |
| | | 50.001 | 60.000 | 0,073 | |
| | | 60.001 | 80.000 | 0,071 | |
| | | 80.001 | 100.000 | 0,070 | |
| | | 100.001 | 120.000 | 0,069 | |
| | >120.000 | 0,068 | | | |
| 3.2. PRISTOJBA ZA UPOTREBU OBALE - PO OSNOVI PUTNIK/POSADA | | | | | |
| 3.2.1. | Po putniku u tranzitu | 0,95 € | | | |
| 3.2.2. | Po ukrcanom/iskrcanom putniku | 1,90 € | | | |
| 3.2.3. | Po članu posade (izmjena posade) | 0,95 € | | | |
| 3.3. POPUSTI | | | | | |
| 3.3.1. | Broj ticanja broda unutar kalendarske godine | | | | |
| | | 10 – 20 ticanja | 10% ukupne cijene | | |
| | | > 20 ticanja | 20% ukupne cijene | | |
| 3.3.2. | Brodovi u «home port» aranžmanu | | | | |
| | 40% iznosa po BT-u (točka 2.2.1.) | | | | |
| 3.4. PRISTOJBA USLJED OTKAZA REZERVACIJE VEZA U LUCI I SIDRIŠTA (€/ BT) | | | | | |
| 3.4.1. | Otkaz rezervacije 0 - 30 dana prije najavljenog pristajanja | 0,034 €/BT | | | |
| 3.4.2. | Otkaz rezervacije 31-120 dana prije najavljenog pristajanja | 0,014 €/BT | | | |
| 3.4.3. | Napomena: Brod ne plaća pristojbu za otkazivanje rezervacije ako je razlog otkazivanja rezervacije viša sila. | | | | |

Izvor: Lučka uprava Split

5.3. Nositelji ponude kruzing industrije u Splitu

Ključan nositelj ponude kruzing turizma u Splitu je Lučka uprava koji vode evidenciju dolazaka kruzera, te evidenciju o nadolazećim kruzerima u sljedećim godinama. Lučka uprava naplaćuje pristojbe kruzerima za upotrebu obale te za sidrenje. Nadalje, Lučka uprava odabire koncesionare za pružanje određenih usluga kruzerima. One se javljaju u obliku koncesije za izletničke programe (putem agencija Apodos d.o.o., Applicon Tours d.o.o., Siguran put j.d.o.o., MSC krstarenja d.o.o. i Adriatic Destination Management Company d.o.o.), koncesije za prihvata i otpremu krutog otpada (Čistoća d.o.o.), koncesije za prihvata i otpremu tekućeg otpada (Cian d.o.o. i D.V.D. Kaštel Gomilica d.o.o.), koncesije za kontrolu robe (SGS Adriatica d.o.o., BC Bakrač Kontrol d.o.o., Adriainspekt d.o.o. i Cargo Control j.d.o.o.), koncesije za fumigaciju, deratizaciju, dezinfekciju i dezinfekciju (Cian d.o.o.), koncesije za prikupljanje i prijevoz nusproizvoda životinjskog podrijetla (Sordes d.o.o.), koncesije za prijevoz i pranje rublja s brodova (SEM 1986, Obrt DODO i brite d.o.o.), koncesije za opskrbu brodova (Vaporetto d.o.o.) i koncesije za dostavu goriva brodovima (Europski obalni avioprijevoznik d.o.o., Crodux derivati dva d.o.o., Lukoil d.o.o. i Ina-industrija nafte d.d).¹³³

Ponuditelji koji gostima s kruzera pružaju usluge su također ugostiteljski objekti poput restorana, kafića, klubova, suvenirnice, taxi službe, rent a car agencije. Ponuditelji usluga kruzing turistima su također i shopping centri i maloprodajni dućani, muzeji i zlatarnice, obrtničke radionice i vinarije. Turistička zajednica Splita pruža gostima s kruzera informacije o destinaciji, nudi brošure, interaktivne karte i ostale materijale i informacije o Splitu.

5.4. Analiza turističkog prometa kruzing turista

Posjeti brodova na kružnim putovanjima luci Split su pojava novijeg datuma. Točnije, 2002. godine u luku su počeli pristizati brodovi na kružnim putovanjima. Te godine je Split posjetilo 82 broda sa 20.616 putnika, dok je 2014. godine u luku pristiglo 233 broda sa sveukupno 184.062 putnika.¹³⁴ Ukupan broj kruzera koji su u 2016. godini posjetili grad Split je iznosio 285 kruzera, s 277.482 putnika.

¹³³ <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

¹³⁴ <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)

Tablica 3: Ostvarenje prometa turista i brodova na kružnim putovanjima

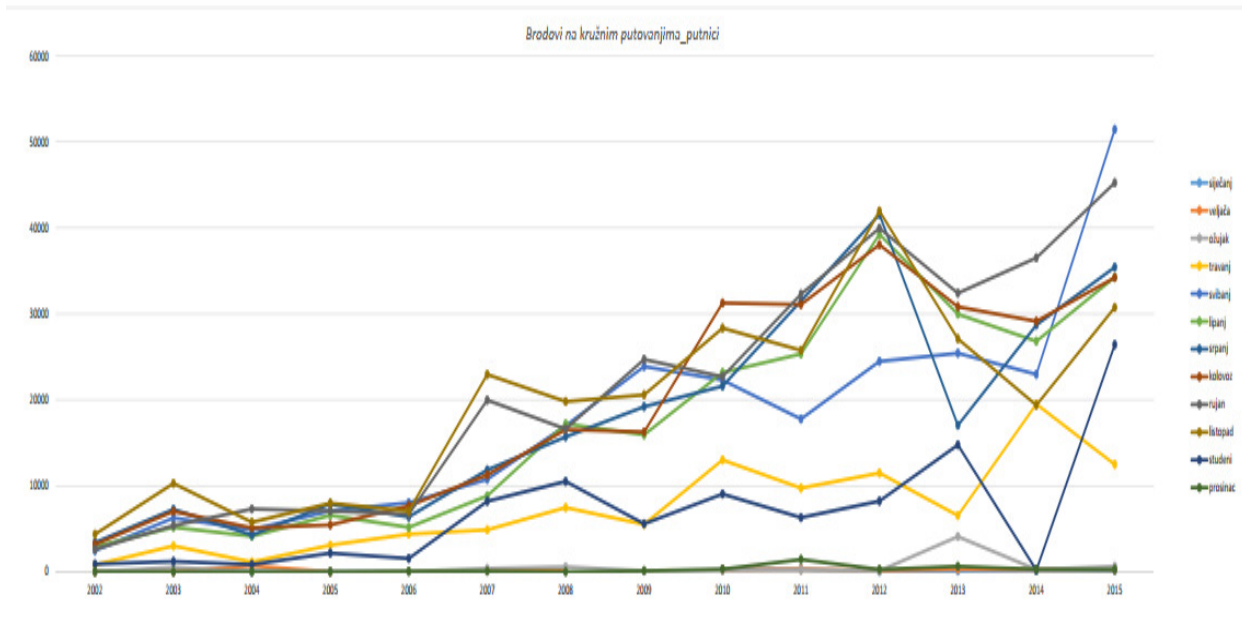
| | 2011. | | 2012. | | 2013. | | 2014. | | 2015. | | 2016. | |
|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Broj ticanja | Broj turista | Broj Ticanja | Broj turista | Broj Ticanja | Broj turista | Broj ticanja | Broj turista | Broj ticanja | Broj turista | Broj ticanja | Broj turista |
| Siječanj | 6 | 299 | 1 | 51 | 2 | 94 | 3 | 147 | 3 | 118 | 6 | 93 |
| Veljača | 6 | 301 | 3 | 141 | 6 | 295 | 5 | 237 | 6 | 262 | 10 | 166 |
| Ožujak | 4 | 205 | 2 | 98 | 6 | 4.091 | 6 | 255 | 6 | 622 | 17 | 4.755 |
| Travanj | 11 | 9.729 | 14 | 11.480 | 10 | 6.535 | 21 | 19.501 | 14 | 12.478 | 22 | 17.153 |
| Svibanj | 26 | 17.765 | 36 | 24.469 | 27 | 25.414 | 35 | 22.955 | 43 | 51.442 | 43 | 32.211 |
| Lipanj | 37 | 25.329 | 46 | 39.242 | 32 | 29.959 | 32 | 26.803 | 32 | 34.259 | 40 | 37.728 |
| Srpanj | 35 | 31.496 | 32 | 41.557 | 26 | 17.029 | 26 | 28.698 | 29 | 35.421 | 39 | 44.744 |
| Kolovoz | 37 | 31.074 | 36 | 36.027 | 28 | 30.815 | 32 | 29.122 | 30 | 34.208 | 44 | 44.015 |
| Rujan | 41 | 32.284 | 42 | 39.953 | 36 | 32.394 | 39 | 36.503 | 43 | 45.233 | 52 | 42.471 |
| Listopad | 29 | 25.750 | 42 | 41.948 | 32 | 27.093 | 23 | 19.373 | 28 | 30.736 | 39 | 30.349 |
| Studeni | 16 | 6.302 | 9 | 8.220 | 12 | 14.757 | 4 | 179 | 21 | 26.405 | 22 | 22.363 |
| Prosinac | 4 | 1.429 | 6 | 265 | 8 | 631 | 7 | 289 | 6 | 261 | 14 | 1.434 |
| Ukupno | 252 | 181.963 | 269 | 245.451 | 225 | 189.107 | 233 | 184.062 | 261 | 271.445 | 348 | 277.482 |

Izvor: Lučka uprava Split

Iz gore navedene tablice evidentan je porast broja ticanja od 2011. godine kada je iznosio 252 na 348 u 2016. godini. Broj turista sa kružnih putovanja je također narastao sa 181.963 u 2011. godini na 277.482 u 2016. godini što predstavlja porast za 65%. Split su u 2016. godini posjetili kruzери najvećih svjetskih kompanija kao što su Carnival Cruises, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Costa Crociere, Cunard Line, Radisson Cruises, Celebrity Cruise, Fred Olsen Cruise Line, Club MedCruises, Thomson Cruises, P & O Cruises i mnoge druge. Vidljivo je da najviše kruzera dolazi u sezoni (srpanj, kolovoz i rujan), međutim uočava se i porast broja ticanja i broja turista u pred i post sezoni npr. porast broja ticanja i broja turista za približno 50% u travnju i svibnju 2016. godine u odnosu na travanj i svibanj 2011. godine, te oko 70% u listopadu i studenom 2016. u odnosu na listopad i studeni 2011.godine.¹³⁵

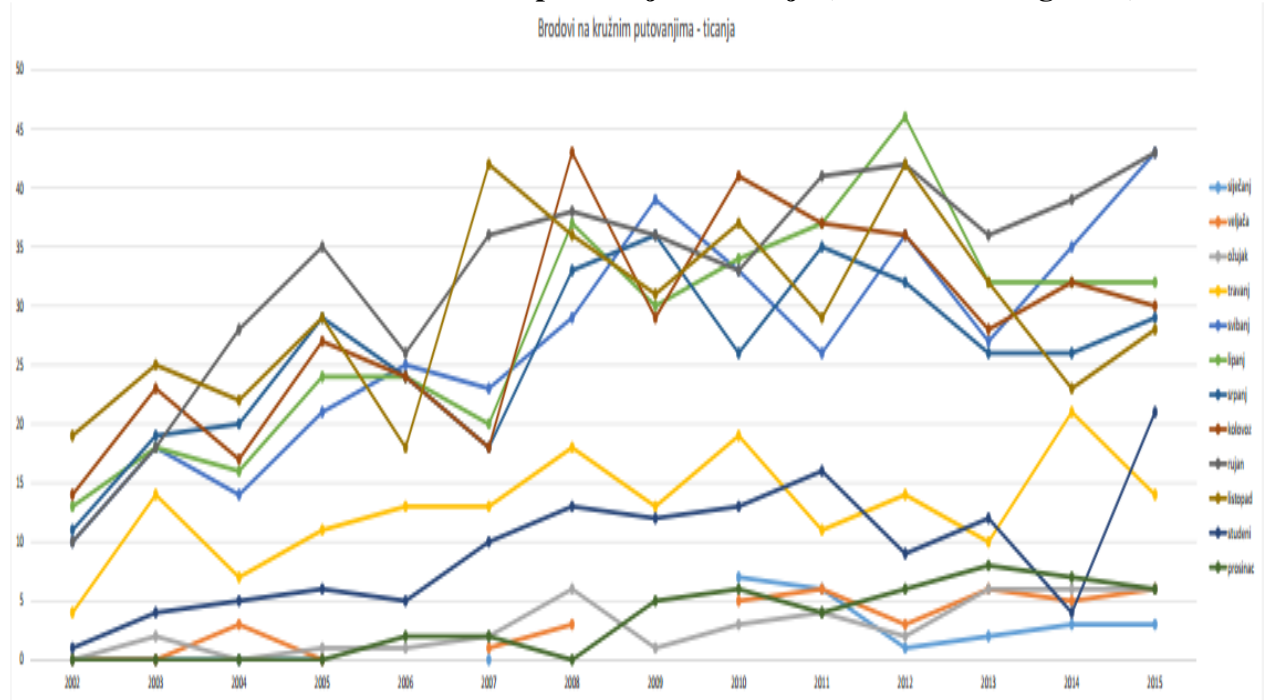
¹³⁵ <http://portsplit.com/cruising/>

Grafikon 7: Brodovi na kružnim putovanjima-putnici (od 2002.-2015. godine)



Izvor: http://portsplit.com/wp-content/uploads/Web_statistika_2015.pdf

Grafikon 8: Brodovi na kružnim putovanjima-ticanja (od 2002.-2015. godine)



Izvor: http://portsplit.com/wp-content/uploads/Web_statistika_2015.pdf

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

6.1. Razrada metoda i definiranje uzorka istraživanja

Kako je i u definiranju metoda istraživanja navedeno, u diplomskom radu koristile su se dvije empirijske metode, a to su metoda intervjua i metoda terenskog ispitivanja putem anketnog upitnika.

Metoda intervjua je korištena radi dobivanja relevantnih informacija o načinu provedbe kruzing turizma u Splitu te kako bi se dobile važne informacije o potrošnji turista s kruzera radi sastavljanja anketnog upitnika koji je naknadno podijeljen turistima s kruzera koji su uzeli izletničke programe.

Intervju je proveden tijekom srpnja 2016. godine s gospodinom Vjekoslavom Grgićem, rukovoditeljem lučkog operativnog centra Lučke uprave Split. Razgovor s gospodinom Vjekoslavom Grgićem vođen je temeljem unaprijed pripremljenih pitanja (vidjeti prilog 1) koja su ispitivačici služila kao orijentir, iako je kroz razgovor otvoreno još niz dodatnih pitanja i odgovora.

Terensko istraživanje putem anketnog upitnika o potrošnji turista s kruzera u Splitu obuhvatilo je turiste koji su bukirali izletničke programe putem agencije Adriatic Destination Management Company, koja ima koncesiju za organiziranje i provedbu izleta gostiju s kruzera. Provedena je anketa među turistima, temeljen polustrukturiranog upitnika kojim su se prikupili relevantni podaci. Anketa je podijeljena turistima s kruzera u Splitu tijekom rujna 2016. godine, a priložena je na kraju ovoga rada. Anketa se sastoji od 12 pitanja, te je podijeljena u 2 skupine pitanja. U prvoj skupini pitanja se traže informacije o samom ispitaniku kao što su spol, dob, s kim putuju, motiv putovanja i zemlja porijekla, a u drugoj skupini su postavljena pitanja koja se tiču mjesečnog prihoda turista te strukture njihove potrošnje na kruzing putovanju. U anketi se nalazi pitanja otvorenog i zatvorenog tipa.

Podijeljeno je ukupno 95 anketa, a ispunjeno je njih 43, odnosno 45% što se smatra prihvatljivim uzorkom za oblikovanje određenih zaključaka. Sve ispunjene ankete su važeće, iako svi ispitanici nisu odgovarali na sva postavljena pitanja. U konačnici, s obzirom da veliki broj turista nije obuhvaćen istraživanjem, ovo istraživanje smatramo pilot istraživanjem, koje otvara prostor za nastavak sličnih i detaljnijih istraživanja na ovu temu.

6.2. Rezultati istraživanja - procjena ekonomskih učinaka s aspekta ključnih dionika

6.2.1. Procjena učinaka kruzing industrije s aspekta nositelja ponude

U nastavku ćemo se ukratko osvrnuti na odgovore dobivene u intervjuu s gospodinom Grgićem:

- Na prvo postavljeno pitanje o načinu koordinacije Lučke uprave nad koncesionarima dobiven je odgovor da Lučka uprava vrši kontrolu nad njihovim radom i odlučuje o dodjeljivanju koncesije. Istaknuto je da koncesionari plaćaju fiksni i varijabilni trošak te samo subjekti koji imaju koncesiju mogu obavljati određene usluge.
- Na pitanje o tome jesu li kruzeri dužni koristiti usluge koncesionara, gospodin Grgić je rekao kako to ovisi o potrebama brodaru, ali ukoliko im je potrebna određena usluga, dužni su koristiti usluge registriranih koncesionara koji taj trošak naplaćuju direktno brodaru.
- Način reguliranja ovih odnosa propisan je Pravilnikom reda u luci.
- Gospodin Grgić je istaknuo kako Lučka uprava propisuje cijene usluga i unaprijed su definirane, te ovise o sezoni i veličini broda, a u određenom periodu daju se popusti kako bi se motiviralo kruzere da dođu u Split. Nadalje, naveo je da se poduzeća javljaju na raspisani natječaj za dobivanje koncesije za određenu uslugu, te dostavljaju dokumentaciju, a sve koncesije traju godinu dana.
- Na pitanje o povratnim informacijama vezanim za prihode od koncesionara koji su ostvareni pružanjem usluga kruzerima, dobiven je odgovor da koncesionari na kraju godine dostavljaju izvještaj o ostvarenom prihodu po koncesiji.
- Istaknuo je da se pristojbe kruzerima naplaćuju po Tarifniku.
- Gospodin Grgić objasnio je kako se kruzerima koji se sidre naplaćuje 50% pristojbe za upotrebu obale, plus pristojba za upotrebu obale po osnovi putnika/posade. Svaki brod mora dostaviti izvještaj o boravku broda u luci i na temelju toga mu se naplaćuju pristojbe.
- Gospodin Grgić smatra da 1/3 putnika ostane na brodu na velikim kruzerima, a smatra da svi putnici sa malih kruzera izlaze u luku (mali kruzer je do 140m, a veliki kruzer od 200m na više).
- Prema procjeni gospodina Grgića vrijeme boravka kruzera u luci je u prosjeku 10h - ujutro od 8h do 18h. Nadalje, informacije o zadržavanju turista u destinaciji su ostale nepoznate.

- Istaknuo je da 50% putnika s velikih kruzera uzima izletničke programe od agencija koje imaju koncesiju Lučke uprave, a 50% su šetači po gradu. Gospodin Grgić procjenjuje da svi putnici s malih kruzera uzimaju izletničke programe. Izleti su najčešće organizirani na Radmanove mlinice, u Trogir, Salonu i Nacionalni park Krka.
- Gospodin Grgić rekao je da nažalost nemaju informacije o potrošnji turista s kruzera u Splitu, ali smatra da najčešće troše na suvenire i ručak (oko 300-400kn).
- Nadalje, istaknuo je da od kruzera u Splitu svi žive, od Lučke uprave, peljara, turističkih agencija, vodiča, restorana, dobavljača itd., a da negativnih učinaka gotovo i nema jer su strogi standardi, brod ne smije ništa ispustiti u more, a stroge su i konrole i kazne. Prema njegovu mišljenju Split ima kapaciteta da podnese aktualni broj kruzera.
- Također, naveo je kako je suradnja Lučke uprave s policijom, carinom i turističkom zajednicom dobra.

Inače, važno je istaknuti i koje prihodi realizira Lučka uprava kao izravni dionik kruzing tuizam. To su: lučke pristojbe, naknade od koncesija za obavljanje djelatnosti, naknade za korištenje objekata lučke podgradnje (infrastrukture) i nadgradnje (suprastrukture), sredstva iz proračuna države, županije, grada i općine i ostali prihodi. Njihov iznos prikazan je u tablici 4.

Tablica 4: Prihod Lučke uprave od pružanja usluga

| OPIS STAVKI | 31.12.2014 | 31.12.2015. | INDEKS |
|--|------------|-------------|--------|
| UKUPNO PRIHODI OD PRUŽANJA USLUGA | 36.222.396 | 46.462.344 | 128,27 |
| PRIHODI DOMAĆI-LUČKE PRISTOJBE | 13.746.708 | 13.856.332 | 100,80 |
| PRIHODI DOMAĆI-LEŽARINA | 1.103.690 | 3.824.830 | 346,55 |
| PRIHODI DOMAĆI-OTVORENE POVRŠINE | 10.829 | 9.926 | 91,67 |
| PRIHODI DOMAĆI-KONCESIJE | 8.008.092 | 10.807.445 | 134,96 |
| PRIHODI DOMAĆI-SLOBODNA ZONA | 43.475 | 9.892 | 22,76 |
| PRIHODI DOMAĆI-OSTALI | 714.603 | 1.395.272 | 195,25 |
| PRIHODI DOMAĆI-ODOBRENJA | 122.500 | 93.750 | 76,53 |
| PRIHODI INOZEMNI-LUČKE PRISTOJBE | 6.949.679 | 7.005.360 | 100,80 |
| PRIHODI INOZEMNI-LEŽARINA | 745.546 | 1.481.091 | 198,66 |

| | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------|--------|
| PRIHODI INOZEMNI-KRUZER | 4.777.274 | 7.978.446 | 168,01 |
|--------------------------------|-----------|-----------|--------|

Izvor: http://portsplit.com/wp-content/uploads/HLB_Izvjescje%20o%20reviziji%20za%202015.g.0001.pdf

Povećanje prihoda od prodaje roba i pružanja usluga za 28.3% u odnosu na 2014. godinu proizlazi iz povećanja prometa u luci Split. U tablici je prikazana realizacija prometa na području luke Split. U 2015. godini su ukupni prihodi porasli za 28.27%. Najveći porast je ostvaren od osnovne djelatnosti ležarina za brodove pod zastavom RH, za 246.55%, prihodi od koncesija su porasli za 34.96%, prihodi od ostalih usluga (fakturiranih usluga od troškova koji se refundiraju) za 95.25%, prihodi od ležarina - inozemni brodovi 98.66%. Prihodi od prometa slobodne zone su smanjeni jer se ulaskom u EU, promet od slobodne zone odnosi samo na treće zemlje, a prihodi od kruzera su narasli za 67% u 2015. u odnosu na 2014. godinu.¹³⁶ U izravne prihode Lučke uprave po osnovi kruzing industrije možemo ubrojiti prihode koje dobivaju od koncesija domaćih koncesionara te od inozemnih kruzera za ležarine, lučke pristojbe i ostale prihode, a što skupa donosi u 2015.godini 27.272,342 kn odnosno 58,6% od ukupnih prihoda realiziranih u toj godini (porast od cca 33% u odnosu na prehodnu godinu).

Procjenu učinaka kruzing industrije s aspekta ostalih izravnih nositelja ponude, prije svega koncesionara Lučke uprave koji kruzerima nude razne usluge, nije bilo moguće napraviti zbog manjka informacija i podataka o prihodima ostvarenim po osnovi pruženih usluga. Prihodi ostalih ponuditelja u gradu (taksi usluge i javni prijevoz, kafiće i restorane, suvenirnice, shopping centre, izlete, muzeje i disco klubove) bit će procijenjeni i interpretirani temeljem rezultata anketnog istraživanja.

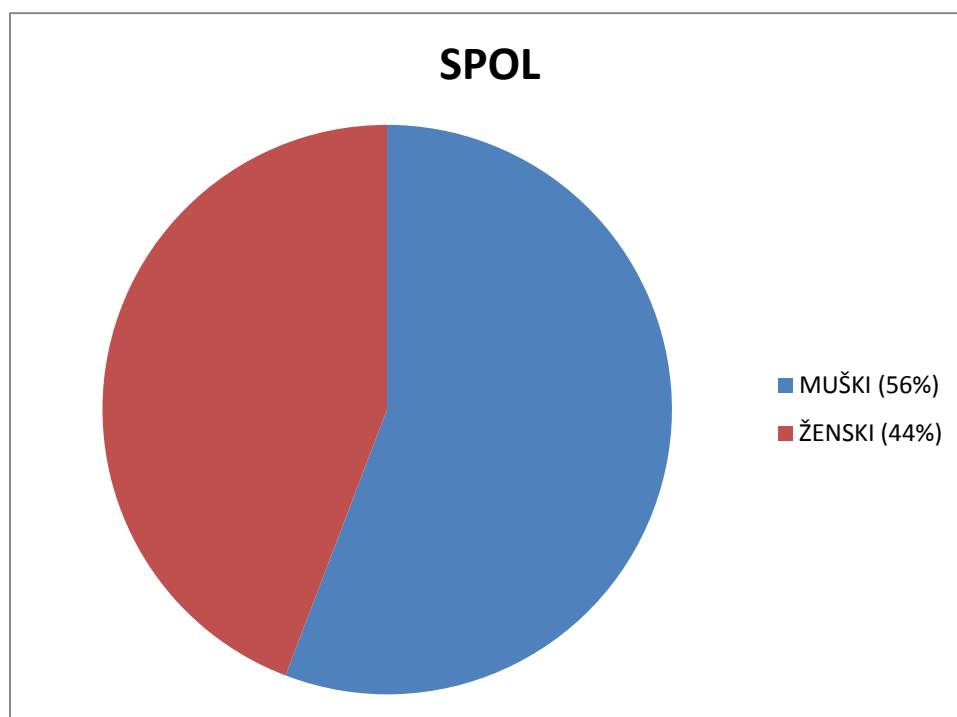
¹³⁶ http://portsplit.com/wp-content/uploads/HLB_Izvjescje%20o%20reviziji%20za%202015.g.0001.pdf
(Pristupljeno dana 08.02.2017.)

6.2.2. Procjena prihoda po osnovi prosječne potrošnje turista s kruzera u Splitu

U terenskom istraživanju provedenom putem anketnog upitnika među turistima s kruzera u Splitu koji su bukirali izletničke programe, dobiveni su sljedeći odgovori/rezultati:

Prvim pitanjem nastojao se dobiti odgovor o spolu ispitanika. Od 43 prikupljena odgovora, 24 ispitanika (56%) je muškog spola, a 19 ispitanika (44%) ženskog spola. To se vidi u priloženom grafikonu broj 9.

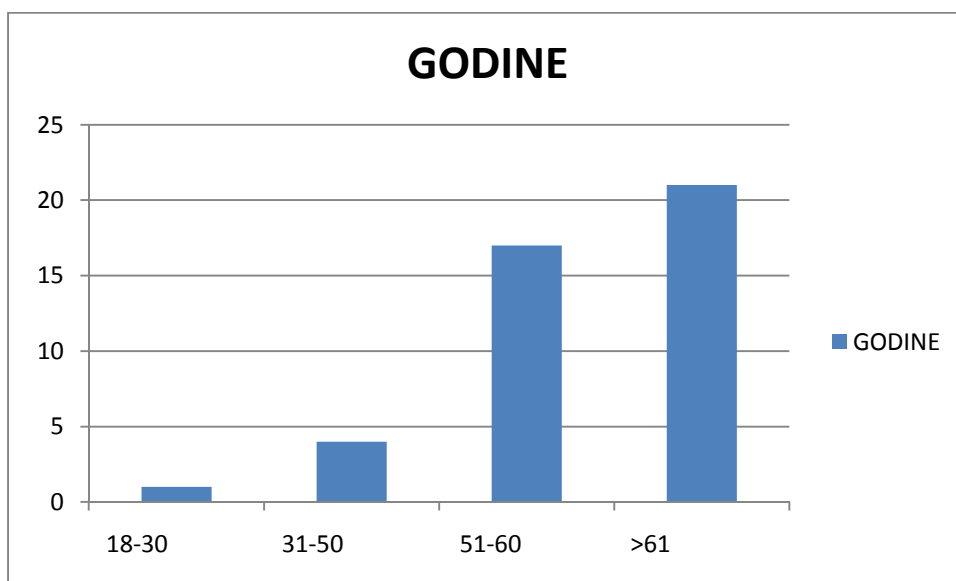
Grafikon 9: Spol ispitanika



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Kada je riječ o starosti ispitanika, 1 ispitanik (2.3%) se izjasnio da ima od 18-30 godina, 4 ispitanika (9.3%) da imaju od 31-50 godina, 17 ispitanika (39.5%) da imaju između 51-60 godina, a njih 21(48.8%) da imaju više od 61 godinu. To se vidi u priloženom grafikonu broj 10.

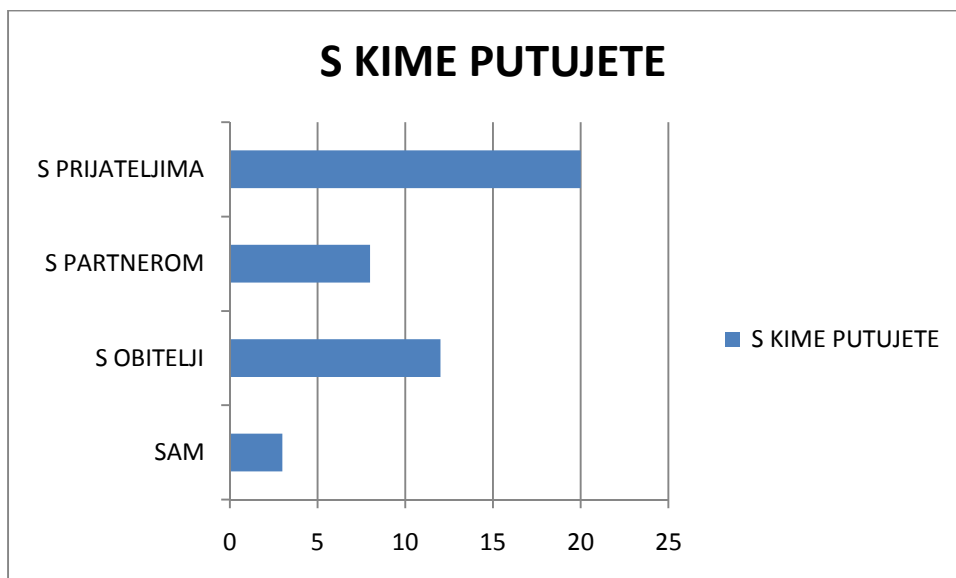
Grafikon 10: Starost ispitanika



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Treće postavljeno pitanje je o tome s kim ispitanici putuju. Prema grafikonu 11 razvidno je da troje ispitanika putuje samostalno (njih 6.9%), 12 ispitanika putuje s obitelji (27.9%), 8 ispitanika putuje s partnerom (18.6%), a 20 ispitanika putuje s prijateljima (46.5%).

Grafikon 11: S kim putuju ispitanici

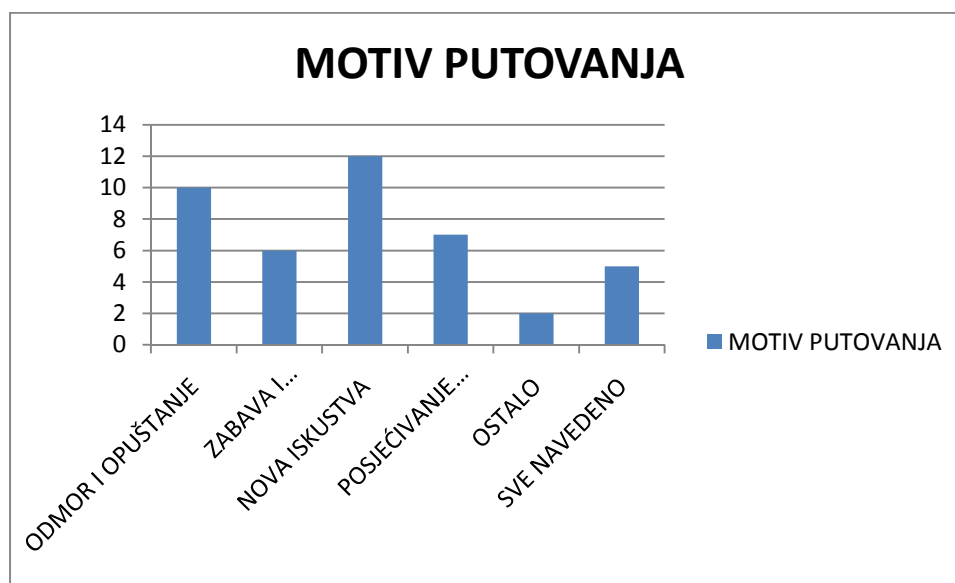


Izvor: Prema provedenom istraživanju

Četvrto postavljeno pitanje je bilo otvorenog tipa, a ispitanici su upitani iz koje zemlje dolaze. Po jedan ispitanik se izjasnio da dolazi iz Ujedinjenog Kraljevstva, Filipina i Francuske, četvero ispitanika da dolaze iz Kanade, a troje ispitanika da dolaze iz Australije. 33 ispitanika su naznačili da dolaze iz USA.

Iduće pitanje odnosilo se na glavni motiv putovanja. Od prikupljenih 42 odgovora (1 ispitanik se nije izjasnio), 10 ispitanika (23.8%) je reklo da dolazi zbog odmora i opuštanja, šestoro ispitanika (14.3%) da im je temeljni motiv dolaska zabava i zadovoljstvo, 12 ispitanika (28.6%) da dolaze zbog stjecanja novih iskustava, sedmero (16.7%) da dolaze zbog posjećivanja atrakcija, dvoje ispitanika (4.8%) da dolaze zbog nečeg drugog, a naveli su da je to posao na brodu, a petero ispitanika (11.9%) da im je motiv dolaska sve navedeno. To se vidi u priloženom grafikonu broj 12.

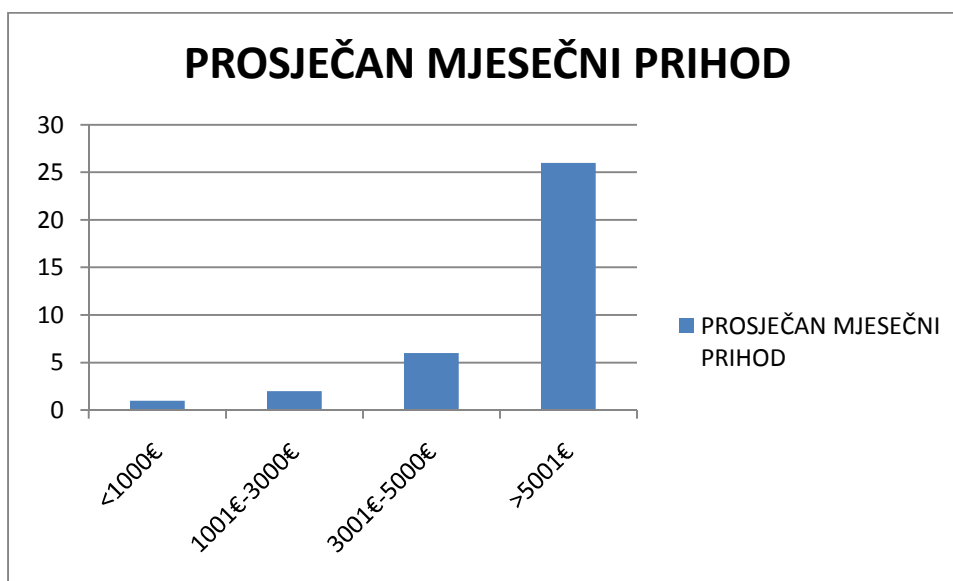
Grafikon 12: Motiv putovanja



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Na pitanje o prosječnom mjesečnom prihodu ispitanika prikupljeno je 35 odgovora. 8 ispitanika se nije izjasnilo koliki im je prosječni mjesečni prihod. 1 ispitanik (2.8%) se izjasnio da mu prosječni mjesečni prihod iznosi manje od 1000€, dvoje ispitanika (5.7%) se izjasnilo kako im mjesečni prihod iznosi u intervalu od 1001€ do 3000€, šestoro ispitanika (17.1%) da im je prosječni mjesečni prihod u intervalu od 3001€-5000€, a 26 ispitanika (74.3%) da je veći od 5001€. To se vidi u priloženom grafikonu broj 13.

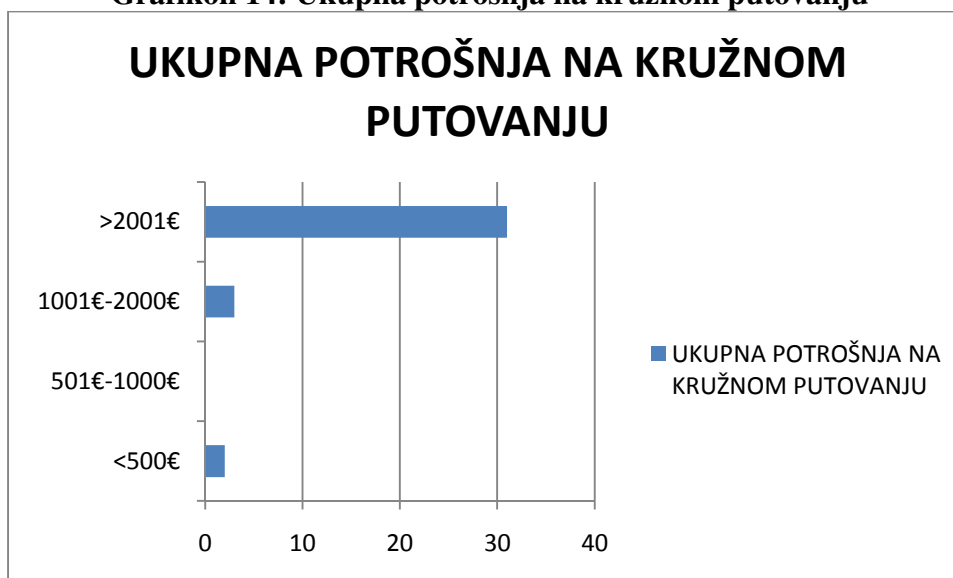
Grafikon 13: Prosječni mjesečni prihod



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Na pitanje o ukupnoj potrošnji na kružnom putovanju (uključujući i dnevnu potrošnju) prikupljeno je 36 odgovora. Sedmero ispitanika nije dalo odgovor na postavljeno pitanje. 2 ispitanika (5.55%) se izjasnilo da je njihov ukupni trošak na kružnom putovanju manji od 500€, niti jedan ispitanik se nije izjasnio da mu je trošak na kružnom putovanju od 501€ do 1000€. Nadalje 3 ispitanika (8.33%) se izjasnilo da im je ukupni trošak na kružnom putovanju iznosio 1001€ do 2000€, a 31 ispitanik (86.11%) se izjasnio da mu je ukupni trošak više od 2001€.

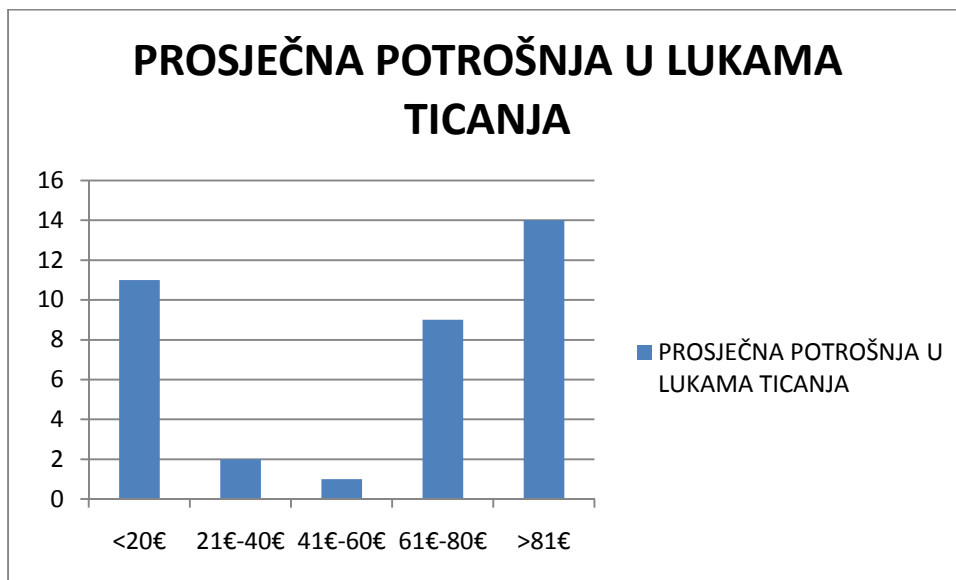
Grafikon 14: Ukupna potrošnja na kružnom putovanju



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Iduće postavljeno pitanje odnosilo se na prosječnu potrošnju u lukama ticanja na ovom kružnom putovanju. 6 ispitanika nije odgovorilo na postavljeno pitanje, što znači da je prikupljeno 37 odgovora. 11 ispitanika (29.7%) odgovorilo je da im je prosječna potrošnja manja od 20€, 2 (5.4%) ispitanika da im je potrošnja iznosila od 21€ do 40€, a 1 ispitanik (2.7%) da je od 41€ do 60€. Nadalje, 9 ispitanika (24.3%) se izjasnilo da je njihova prosječna potrošnja iznosila od 61€ do 80€, a 14 ispitanika (37.8%) da je njihova prosječna potrošnja iznosila više od 81€. To se vidi u priloženom grafikonu broj 15.

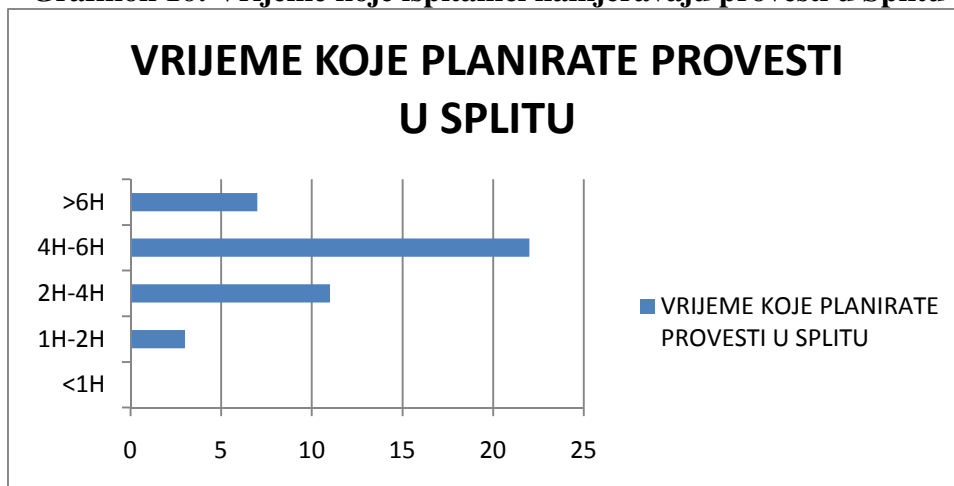
Grafikon 15: Prosječna potrošnja u lukama ticanja na ovom kružnom putovanju



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Na postavljeno pitanje o vremenu koje su ispitanici namjeravali provesti u Splitu, dobiveno je 43 odgovora. Niti jedan ispitanik nije rekao da namjerava provesti manje od 1 sat u Splitu. 3 ispitanika (6.9%) se izjasnilo da namjeravaju provesti od 1-2 sata u Splitu, 11 ispitanika (25.6%) da namjeravaju provesti od 2-4 sata, 22 (51.2%) ispitanika da namjeravaju provesti od 4-6 sati u Splitu, a 7 ispitanika (16.3%) da namjeravaju provesti više od 6 sati u Splitu. To se vidi u priloženom grafikonu broj 15. Prikupljeni podaci se podudaraju s procjenom provedene Studije održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, koji su naveli da gosti s kruzera u Splitu u prosjeku provedu 5 sati u gradu.

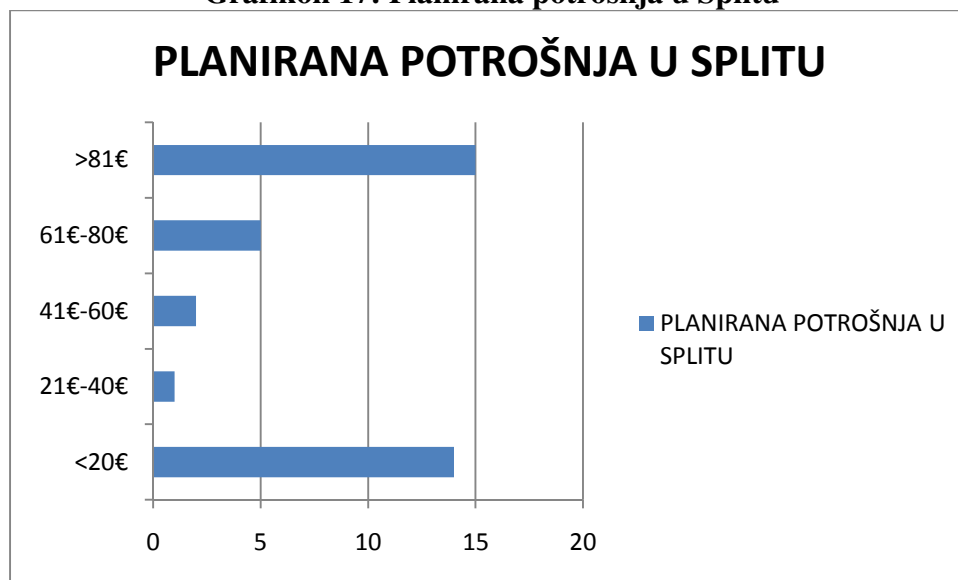
Grafikon 16: Vrijeme koje ispitanici namjeravaju provesti u Splitu



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Na upit o planiranoj potrošnji u Splitu prikupljeno je 37 odgovora, što znači da se 6 ispitanika nije izjasnilo. 14 ispitanika (37.8%) se izjasnilo da planiraju potrošiti manje od 20€, 1 ispitanik (2.7%) da planira potrošiti od 21€-40€, 2 (5.4%) ispitanika da planiraju potrošiti od 41€-60€, 5 ispitanika (13.5%) da namjeravaju potrošiti od 61€-80€, a 15 ispitanika (40.5%) da namjeravaju potrošiti više od 81€, što je prikazano na grafikonu broj 17.

Grafikon 17: Planirana potrošnja u Splitu



Izvor: Prema provedenom istraživanju

Na postavljeno pitanje o razini zadovoljstva posjetom Splita, prikupljen je 41 odgovor. 2 ispitanika se nije izjasnilo. Niti jedan ispitanik nije naveo da nije zadovoljan, 7 ispitanika (17.1%) da su zadovoljni posjetom Splita, 14 ispitanika (34.1%) kako su vrlo zadovoljni

posjetom, 19 ispitanika (46.3%) kako su izuzetno zadovoljni posjetom Splita, dok 1 ispitanik (2.4%) nema mišljenje o navedenoj tvrdnji. To se vidi u priloženom grafikonu broj 18.

Grafikon 18: Razina zadovoljstva posjetom Splita



Izvor: Prema provedenom istraživanju

U tablici broj 5 prikazani su prikupljeni podaci o planiranoj potrošnji turista s kruzera u Splitu prema ponuđenim kategorijama. Od prikupljene 43 ankete samo je 20 (46.5%) ispitanika dalo odgovor na postavljeno pitanje, a odgovori su prikazani u gore navedenoj tablici.

Iz navedene tablice razvidno je da turisti većinom troše na kafiće, restorane, suvenirnice, shopping, izlete i muzeje. Prosječna potrošnja po gostu na kafiće iznosi 7.8€, prosječna potrošnja po gostu na restorane iznosi 41.3€, na suvenire iznosi 18€, na shopping 9.3€, na izlete 162.7€, te na muzeje 23.3€, a ukupna prosječna potrošnja po gostu iznosi 43.7€. Prosječna potrošnja po vrsti usluge iznosi 54.2€. Teško je napraviti detaljnu analizu potrošnje, no u nastavku dajemo grubu procjenu ukupne potrošnje odnosno procijenjenih prihoda u lokalnoj zajednici. Kako je gospodin Vjekoslav Grgić istaknuo, 50% putnika s velikog kruzera izlazi u Split, te ako se uzme da veliki kruzer ima cca 2000 putnika, tako se dolazi do računice da 1000 putnika troši u prosjeku 43.7 € što iznosi 43.700 € prihoda od jednog kruzera. Kako je u tablici u radu navedeno, u 2015. godini Split je posjetilo 261 kruzer, a kada se pomnoži taj broj s prihodima koji se uprihode od jednog kruzera dođe se do iznosa da je u 2015. godini ostvareno 11.405.700 € ukupnih prihoda od kruzinge industrije u Splitu. Međutim, zbog malog broja prikupljenih podataka, ne mogu se raditi daljnje analize o strukturi potrošnje kruzinge turista u Splitu.

Tablica 5: Planirana potrošnja u Splitu po navedenim kategorijama

| KATEGORIJA | PLANIRANA POTROŠNJA (U €) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Prosječna potrošnja po gostu | |
|-------------------------------------|---------------------------|-------|---|----|---|-----|-----|-----|------|----|-----|-----|------|-----|----|------|-----|------|-----|------|------------------------------|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | |
| ispitanici | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TAXI I JAVNI PRIJEVOZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| KAFIĆI | | | 8 | | 8 | 10 | | | 8 | | | | 5 | 5 | | 8 | 8 | 10 | | 8 | 7,8 | |
| RESTORANI | 15 | | | | | 100 | | | 25 | | | | | 10 | | 100 | 20 | 10 | 50 | | 41,3 | |
| SUVENIRNICE | 7 | | | | | | | | 20 | 50 | 10 | 20 | | | 20 | 10 | | 15 | | 10 | 18 | |
| SHOPPING | | 15 | | | | 10 | | | | | 3 | | | | | | | | | | 9,3 | |
| IZLETI | | 240 | | 50 | | 300 | 110 | | 110 | | 230 | 100 | 150 | | | | 200 | | 200 | 100 | 162,7 | |
| MUZEJI | | | | | | | | | 30 | 20 | | | | | 20 | | | | | | 23,3 | |
| ZABAVA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OSTALO | | | | | | | | 300 | | | | | | | | | | | | | - | |
| Prosječna potrošnja po vrsti usluge | 11 | 127,5 | 8 | 50 | 8 | 105 | 110 | - | 38,6 | 35 | 81 | 60 | 77,5 | 7,5 | 20 | 39,3 | 76 | 11,6 | 125 | 39,3 | 43,7 54,2 | |

Izvor: Prema provedenom istraživanju

U konačnici, nakon provedenog istraživanja koje je pokušalo dati odgovore o strukturi potrošnje kruzing turista u Splitu, potrebno je istaknuti i neka ograničenja ovog istraživanja:

- Ponajprije, uzorak istraživanja je relativno malen pa je i vjerodostojnost zaključaka mala,
- Nadalje, područje istraživanja je obuhvatilo samo goste s nekoliko kruzera, no rezultati bi bili vjerojatno drugačiji da su obuhvaćeni svi kruzeri koji su posjetili Split,
- Interes ispitanika za sudjelovanje u istraživanju je bio nedostatan, osobito u izjašnjavanju o vlastitoj potrošnji, te nije dobiven relevantan broj odgovora,
- Istraživanje nije uključilo i brojne druge dionike u lancu ponude.

7. OSVRT NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA I PREPORUKE ZA BUDUĆI RAZVOJ KRUZING TURIZMA U SPLITU

U diplomskom radu postavljeno je pet istraživačkih pitanja na koja se u radu došlo do odgovora putem desk istraživanja, provedenog anketnog istraživanja među turistima s kruzera u Splitu te intervjuem s gospodinom Vjekoslavom Grgićem, rukovoditeljem lučkog operativnog centra.

Na prvo postavljeno istraživačko pitanje koje glasi „*Koji su dionici razvoja kruzina industrije na lokalnoj razini u Splitu?*“ došlo se do odgovora putem vlastitog desk istraživanja. Ključni dionici na državnoj razini su Ministarstva nadležna za turizam i pomorstvo, Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska turistička zajednica. Putem istraživanja došlo se do zaključka da nadležna Ministarstva donose zakone i pravilnike za provedbu kruzina turizma u Hrvatskoj, pa tako i u Splitu, HGK koja nudi informacije, baze podataka, organizira poduzetničke edukacije, pomaže u pronalasku poslovnih partnera, sufinancira nastupe na sajmovima te nudi informacije o načinima financiranja poduzetnika, te HTZ koja vrši promociju. Na razini Splita provedbu kruzina turizma koordinira i kontrolira Lučka uprava Split sa koncesionarima koji pružaju potrebne usluge kruzima u Splitu. Nadalje, ugostiteljski objekti poput restorana, kafića, klubova, suvenirnica, taxi službi, shopping centara, muzeja, vinarija itd., su također važni dionici koji direktno pružaju usluge kruzina turistima u Splitu. Također TZ Splita je važan dionik jer gostima s kruzera pruža važne informacije o destinaciji, nudi brošure, karte itd.

Na iduće postavljeno pitanje koje je glasilo „*Kakva je (procijenjena) struktura prihoda od kruzina industrije u Splitu po pojedinim dionicima?*“ nisu se dobili relevantni podaci. Iz razgovora s gospodinom Vjekoslavom Grgićem, nije se dobila struktura prihoda od kruzina industrije po pojedinim koncesionarima koji pružaju usluge kruzima. U izravne prihode Lučke uprave po osnovi kruzina industrije možemo ubrojiti prihode koje dobivaju od koncesija domaćih koncesionara te od inozemnih kruzera za ležarine, lučke pristojbe i ostale prihode, a što skupa donosi u 2015. godini 27.272,342 kn odnosno 58,6% od ukupnih prihoda realiziranih u toj godini (porast od cca 33% u odnosu na prehodnu godinu). Kako se nije stekao uvid u godišnje prihode koncesionara od kruzera, tako se i na ovo pitanje nije dobio relevantan i precizan odgovor.

Na pitanje „*Kolika je (procijenjena) prosječna potrošnja kruzing turista u Splitu*“ tražio se odgovor putem provedenog anketnog istraživanja. Tako je dobiven odgovor kako je prosječna potrošnja turista s kruzera u intervalu od 61€ do 80€. Ovi rezultati su prikupljeni na malom uzorku od 37 odgovora. Međutim, iako je uzorak relativno malen, rezultati se podudaraju s istraživanjem Instituta za turizam iz 2006. godine koje je naveo da je potrošnja turista s kruzera u Splitu iznosila 71€.

Na pitanje „*Kakva je (procijenjena) struktura potrošnje kruzing turista u Splitu*“, odgovor se tražio putem provedene ankete među turistima s kruzera. Na temelju 20 prikupljenih odgovora, zaključeno je da turisti s kruzera najviše troše na izlete, u prosjeku 162.7€, zatim na restorane 41.3€, muzeje 23.3€, suvenire 18€, shopping 9.3€, te na kafiće približno 8€. S obzirom da se radi o jako malom uzorku, od svega 20 prikupljenih odgovora, ne mogu se raditi nikakve daljnje i detaljne procjene strukture potrošnje, no za očekivati je da je riječ o relativno značajnom prilivu novca koji su blagajne nositelja ponude slijeva po osnovi potrošnje kruzing turista. Teško je napraviti detaljnu analizu potrošnje turista u Splitu, ali iz tablice broj 5. vidljivo je da procijenjena ukupna prosječna potrošnja po gostu iznosi 43.7€, a procijenjena ukupna prosječna potrošnja po vrsti usluge iznosi 54.2€.

Posljednje postavljeno istraživačko pitanje glasilo je „*Postoje li procjene negativnih učinaka razvoja kruzing industrije u Splitu i ako postoje, kakvi su rezultati?*“. Iz razgovora s gospodinom Vjekoslavom Grgićem, došlo se do odgovora kako ne postoje procjene negativnih učinaka kruzing turizma u Splitu. Dapače, njegovo je mišljenje da kruzери u Splitu generiraju brojne pozitivne učinke za destinaciju jer smatra da od kruzera svi žive, a da negativnih učinaka gotovo i nema zbog strogih standarda i kontrola. No na osnovi samo jednog odgovora nemoguće je davati cjelovite tvrdnje. Istina je da se za područje Splita do sada nisu radile nikakve službene procjene negativnih učinaka, iako se iz dostupne literature i studija koje su provedene na razini Hrvatske (npr. Institut za turizam 2007; Carić, 2010) može procijeniti da postoje negativni učinci turizma na okoliš (prirodni i izgrađeni) cijelog Jadrana a poglavito Splita i Dubrovnika kao najznačajnijih luka kruzinga.

Na temelju odgovora na postavljena istraživačka pitanja, došlo se do zaključka kako razvoj kruzing industrije u Splitu još uvijek ne generira izrazito negativne učinke na destinaciju, iako očito - postoje. Split trenutno izdržava pritisak aktualnog broja kruzera, no pritisci su sve jači te svakako trebalo donijeti strateški plan za upravljanje kruzing turizmom u Splitu, te

napraviti detaljnu studiju o procjeni svih učinaka na destinaciju kako bi se kruzing turizam u budućnosti provodio na održivoj i sigurnoj razini.

U radu se pokušalo doći do procjene potrošnje kruzing turista u Splitu, međutim kako je riječ o malom uzorku, ovo se smatra pilot istraživanjem, pa se preporučava provesti detaljnu analizu potrošnje kruzing turista u Splitu kako bi se stekao uvid u ukupne prihode koje ostvaruju lokalni dionici u Splitu, što bi zasigurno bio jedan od važnijih argumenta u budućim strateškim opredjeljnjima Splita u pogledu razvoja kruzing industrije.

8. ZAKLJUČAK

Glavni cilj ovog diplomskog rada je bio istražiti ekonomske učinke razvoja kruzing industrije u Splitu. Nakon definiranja turizma i njegovih selektivnih oblika u koje se ubraja i nautički turizam kao jedna od podvrsta selektivnih oblika turizma, došlo se do definicije kruzing turizma kao putovanja morem u svrhu zabave, većinom pristajući u više luka, karakteriziranog brodom koji predstavlja mobilni resort koji prevozi putnike na više mjesta. Nadalje, u radu je dan pregled povijesnog razvoja kruzing turizma u svijetu, od samih početaka 1880. godine pa sve do 1960-tih godina kada je došlo do impresivnog rasta kruzing industrije. 70-tih su se pojavila prva moderna kružna putovanja, a 80-tih i 90-tih godina kruzing industrija doživljava najdinamičniji rast i masovni karakter. Ponuda kruzinga se u svijetu može podijeliti na područje Sjeverne Amerike (najpopularnija destinacija), Europe i Mediterana, te Havaja i Južnog Pacifika. Ponuda je grupirana u tri velike grupacije: Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group.

U 2014. godini 22.04 milijuna putnika sudjelovalo je u kružnim putovanjima, a kruzing turizam je ukupno generirao 939.232 poslova, 39.3 milijardi iznosa plaća radnicima, a ukupni utjecaj kruzing industrije na ekonomiju je iznosio 119.9 milijardi US dolara. 2015. godine 6.59 milijuna Europljana je bukiralo kružno putovanje, kruzeri većinom posjećuju luke na Mediteranu, Baltičkom moru i dr., a ostavareno je 31.17 milijuna putnika te 16.89 milijardi Eura ukupne direktne potrošnje. U 2015. godini ukupan broj kruzing putnika na Jadranu je iznosio 4.78 milijuna putnika, a u Hrvatskoj 1.280.010 putnika.

Ključne međunarodne institucije su: CLIA, ICCL, IMO, NACTA, FCCA, ESPO I MedCruise, a tri temeljne konvencije koje se dotiču kruzing turizma su: SOLAS, MARPOL I UNCLOS. Nakon pregleda kruzing industrije u svijetu došlo se do njegovog razvoja u Republici Hrvatskoj.

Najvažnije upravljačke institucije su Ministarstvo turizma i Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, koje donose zakone i pravilnike koji reguliraju kruzing turizam u RH. Osim navedenih ministarstava, značajni dionici su Lučke uprave, HTZ i turističke zajednice na nižim razinama, HGK i lokalna zajednica. U međunarodni kruzing u Hrvatskoj uključeno je dvadesetak luka otvorenih za javni promet, od luka međunarodnog gospodarskog interesa: Split, Rijeka, Dubrovnik i dr., luka županijskog značaja: Pula, Korčula i dr., te lokalnih luka:

Mljet, Šipan i dr. U razdoblju od siječnja do rujna 2015. godine ostvareno je 618 kružnih putovanja stranih brodova u RH sa 848.699 putnika, a najčešće su posjetili Dubrovačko-neretvansku županiju te Splitsko-dalmatinsku županiju. U radu su navedeni ekonomski, okolišni i društveni učinci kruzing industrije u destinaciji te direktni, indirektni i inducirani ekonomski učinci kruzing industrije.

Kruzing turizam se u Splitu počeo razvijati 2002. godine kada su u luku počeli pristizati brodovi na kružnim putovanjima. Te godine je Split posjetilo 82 broda sa 20.616 putnika, dok je 2014. godine Split posjetilo 233 broda sa 184.062 putnika. Glavni dionik provedbe kruzing turizma u Splitu je Lučka uprava i koncesionari koji pružaju potrebne usluge kruzerima, a od ostalih dionika važno je istaknuti ugostiteljske objekte poput kafića, restorana, klubova, suvenirnica itd. te Turističku zajednicu grada Splita.

Provedenim intervjuem s gospodinom Grgićem osvjetlila se važnost Lučke uprave u provedbi kruzing turizma u Splitu, kao i koncesionara koji pružaju određene usluge kruzerima. Provedena anketa među turistima s kruzera, čiji su rezultati navedeni i analizirani u radu pokušala je dati uvid u strukturu potrošnje turista s kruzera. Glavni cilj diplomskog rada je djelomično ispunjen, zbog nedostatnih podataka o potrošnji te zbog nezainteresiranosti turista za ispunjavanjem ankete.

LITERATURA

Knjige:

1. Bartoluci, M. (2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva-turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu, Školska knjiga, Zagreb
2. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): Tourism principles and practise, Fourth Edition, Pearson Education Limited, England
3. Dowling, R. (2006): Cruise Ship Tourism, CABI, Cambridge
4. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
5. Gibson, P. (2006): Cruise Operations Management, Elsevier, USA
6. Gibson, P. (2012): Cruise Operations Management, Hospitality Perspective, Routledge, Abingdon
7. Lickorish, L., Jenkins, C. (2006): Uvod u turizam, Ekokon, Split
8. Luković, T.(2008): Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga, Naše more” 55(5-6)
9. Petrić, L. (2013): Uvod u turizam, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split
10. Šamanović, J. (2002): Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split.
11. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2011): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, 2. izd. M.E.P., Zagreb

Članci:

1. Benić, I. (2011): Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, Zagreb, God. V, Br.1., str. 43-66
2. Benić, I. (2009): Analiza najpoznatijih kruzina destinacija u svijetu, Ekonomska misao, Praksa DBK., br. 2. (301-348)
3. Bresson, G. i Logossah, K. (2011): Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism within the Caribbean: A non parametric panel data evidence, Tourism Economic 17(1), pp. 1-24
4. Brida, J.G., Zapata, A.S. (2008): The Impacts Of Cruise Industry On Tourism Destinations, Conference: Sustainable Tourism As A Factor Of Local Development, Monza, Italy, str. 1-4
5. Carić, H. (2010): Direct pollution cost, assessment of cruising tourism in the Croatian Adriatic, Financial Theory and Practice 34(2), pp.161-180

6. Carić, H. i Mackelworth, P. (2014): Cruise tourism environmental impacts-The perspective from the Adriatic Sea, *Ocean and Coastal Management*, 102, pp. 350-363
7. Đurković, V. (2007): Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzingu-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik, *Naše more*, Vol.54, pp. 32-41
8. Gračan, D., Zadel, Z. (2013): Kvantitativna i kvalitativna analiza kruzingu turizma Republike Hrvatske, *Pomorski zbornik* 47-48, str. 51-59
9. Luković, T. (2007): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, 690 *EKONOMSKI PREGLED*, 58 (11) 689-708
10. Luković, T. (2008): Selektivni turizam, hir, ili znanstveno istraživačka potreba, *Acta turistica nova*, Vol. 2, No. 1, str. 51-74
11. Oršulić, M., Perić, T. (2011): Cruising turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja, *Naše more* 58(5-6)
12. Pavlić, I. (2013): Cruise tourism demand forecasting-the case of Dubrovnik, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 19., No.1., pp. 125-142
13. Vojvodić, K. (2005): Tržišne niše u krstarenjima more, Vol.3-4, br.52, str.156-162

Izvori s Interneta:

1. <http://www2.unwto.org/en> (Pristupljeno dana 02.05.2016., 18.01.2017.)
2. <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzingu-turizam-02-01-2013.pdf> (Pristupljeno dana 02.05.2016., 18.01.2017.)
3. <http://portsplit.com/> (Pristupljeno dana 04.05.2016.)
4. <http://portsplit.com/cruising/> (Pristupljeno dana 04.05.2016.)
5. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=32876> (Pristupljeno dana 04.05.2016.)
6. <http://www.visitsplit.com/> (Pristupljeno dana 05.05.2016.)
7. <http://web.hgk.hr/> (Pristupljeno dana 05.05.2016.)
8. <http://croatia.hr/hr-HR> (Pristupljeno dana 05.05.2016.)
9. <http://www.split.hr/Grad> (Pristupljeno dana 06.05.2016.)
10. <http://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/175119/15-milijuna-eura-s-kruzera-ove-se-godine-slilo-u-split> (Pristupljeno dana 08.05.2016.)
11. <http://www.adriaticsailor.com/kolike-su-stvarne-koristi-o-kruzingu-turizma-u-splitu/sailing-croatia/4102/HR> (Pristupljeno dana 09.05.2016.)
12. <http://lupiga.com/vijesti/steta-od-kruzera-7-puta-veca-od-koristi-prihod-52-8-troskovi-opterecenja-okolisa-390-milijuna-eura> (Pristupljeno dana 09.05.2016.)
13. http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-05_05_2015.htm (Pristupljeno dana 20.05.2016.)

14. <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284413645> (Pristupljeno dana 20.05.2016.)
15. <http://www.onecaribbean.org/> (Pristupljeno dana 21.05.2016.)
16. <http://www.cruising.org/> (Pristupljeno dana 21.05.2016)
17. <http://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2015-europe-economic-impact-study.pdf?sfvrsn=0> (Pristupljeno dana 17.01.2017.)
18. <http://www.f-cca.com/> (Pristupljeno dana 17.01.2017.)
19. <https://www.statista.com/statistics/204526/market-volume-of-the-cruise-industry-worldwide/> (Pristupljeno dana 17.01.2017.)
20. <http://www.cruising.org/about-the-industry/research> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
21. <http://www.cruising.org/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
22. <http://nacta.com/about-us> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
23. <http://www.marinetalk.com/articles-marine-companies/com/International-Council-of-Cruise-Lines-INT048.html> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
24. <http://www.f-cca.com/> (Pristupljeno dana 18.01. 2017.)
25. <http://www.espo.be/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
26. <http://www.medcruise.com/> (Pristupljeno dana 18.01.2017.)
27. <http://www.cruising.org/about-the-industry/regulatory/IMO> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)
28. <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/o-nama/> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)
29. <http://www.cruising.org/about-the-industry/regulatory> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)
30. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=7906> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)
31. <http://www.mppi.hr/> (Pristupljeno dana 19.01. 2017.)
32. <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica> (Pristupljeno dana 19.01.2017.)
33. <http://www.hgk.hr/s-turizam/kontakti-grupa#udruzenje-turistickih-brodara>
34. 33. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Split> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)
35. <http://www.split.hr/Default.aspx?sec=756> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)
36. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=35647> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)
37. <http://www.visitsplit.com/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)
38. <http://portsplit.com/lucka-uprava-split/> (Pristupljeno dana 21.01.2017.)
39. <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/turisticki-promet-prosinac-2016-i-razdoblje-sijecanj-prosinac-2016-na-podrucju-sdz> (Pristupljeno dana 28.01.2017.)
40. http://portsplit.com/wpcontent/uploads/HLB_Izvjesce%20o%20reviziji%20za%202015.g.0001.pdf (Pristupljeno dana 08.02.2017.)

Studije i istraživanja:

1. Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, 2007.
2. Institut za turizam – Hrvatski turizam u brojkama, Vol.9, br. 1., Zagreb, 2015.
3. Risposte Turismo (2016): Adriatic Sea Tourism Report
4. CTO (2016): State of the Tourism Industry Report

5. CLIA (2016): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015
6. Institut za turizam (2015): Akcijski plan razvoja nautičkog turizma, Zagreb, str. 50.
7. FCCA (2015): Cruise Industry Overview (State of the Cruise Industry)
8. CLIA (2015): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe
9. CLIA (2016): Cruise Industry Outlook
10. CLIA (2014): The Contribution of the International Cruise Industry to the U.S. Economy
11. Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2011.
12. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije: Turistički promet prosinac 2016. i razdoblje siječanj-prosinac 2016. na području SDŽ
13. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Zakoni i pravilnici:

1. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)
2. Pomorski zakonik (NN 181/04, 76/07, 146/08, 61/11, 56/13, 26/15)
3. Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN 158/03, 100/04, 141/06, 38/09, 123/11, 56/16)
4. Zakon o koncesijama (NN 125/08, 143/12)
5. Zakon o plovidbi unutarnjim vodama (NN 109/07, 132/07, 51/13, 152/14)
6. Zakon o lučkim kapetanijama (NN 124/97)

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1: Krstarenje na Karibima..... | 29 |
| Slika 2: Luka za prihvat kruzera na Floridi..... | 30 |
| Slika 3: Luke na Mediteranu uključene u međunarodna brodska krstareja..... | 31 |
| Slika 4: Logo CLIA organizacije..... | 36 |
| Slika 5: Logo ICCL organizacije..... | 37 |
| Slika 6: Logo IMO organizacije..... | 37 |
| Slika 7: Logo NACTA organizacije..... | 38 |
| Slika 8: Logo FCCA organizacije..... | 39 |
| Slika 9: Logo ESPO organizacije..... | 39 |
| Slika 10: Logo MedCruise organizacije..... | 40 |
| Slika 11: Kruzeri u Dubrovniku..... | 44 |

| | |
|---|----|
| Slika 12: Kruzer u Splitu..... | 44 |
| Slika 13: Kruzer u Korčuli..... | 45 |
| Slika 14: Kruzer u Zadru..... | 45 |
| Slika 15: Kruzing destinacije u Hrvatskoj prema mogućnosti prihvata brodova..... | 47 |
| Slika 16: Split..... | 57 |
| Slika 17: Konkurentnost i atraktivnost kruzing turizma na Jadranu..... | 58 |
| Slika 18: Kruzing po regijama u RH..... | 59 |
| Slika 19: Pristojba za upotrebu obale za putničke brodove na kružnim putovanjima..... | 61 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1: Struktura kruzing kompanija u svijetu..... | 30 |
| Grafikon 2: Ukupan broj putnika na kružnim putovanjima od 2009.-2016. godine..... | 33 |
| Grafikon 3: Razvoj kruzing turizma po regijama 2016. godine..... | 33 |
| Grafikon 4: Potrošnja putnika i posade u europskim lukama od 2010.-2015. godine..... | 35 |
| Grafikon 5: Ukupna zaposlenost u kruzing industriji u Europi..... | 35 |
| Grafikon 6: Kružna putovanja stranih brodova u RH po mjesecima u 2014. i 2015. godini.. | 50 |
| Grafikon 7: Brodovi na kružnim putovanjima-putnici (od 2002.-2015.godine)..... | 64 |
| Grafikon 8: Brodovi na kružnim putovanjima-ticanja (od 2002.-2015.godine)..... | 64 |
| Grafikon 9: Spol ispitanika..... | 69 |
| Grafikon 10: Starost ispitanika..... | 70 |
| Grafikon 11: S kime putuju ispitanici..... | 70 |
| Grafikon 12: Motiv putovanja..... | 71 |
| Grafikon 13: Prosječni mjesečni prihod..... | 72 |
| Grafikon 14: Ukupna potrošnja na kružnom putovanju..... | 72 |
| Grafikon 15: Prosječna potrošnja u lukama ticanja na ovom kružnom putovanju..... | 73 |
| Grafikon 16: Vrijeme koje ispitanici namjeravaju provesti u Splitu..... | 74 |
| Grafikon 17: Planirana potrošnja u Splitu..... | 74 |
| Grafikon 18: Razina zadovoljstva posjetom Splita..... | 75 |

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1: Broj kruzing putnika na Jadranskom moru..... | 36 |
| Tablica 2: Procjena ukupniog prihoda od međunarodnog kruzinga u Hrvatskoj u 2016. godini..... | 55 |

| | |
|---|----|
| Tablica 3: Ostvarenje prometa turista i brodova na kružnim putovanjima..... | 63 |
| Tablica 4: Prihod Lučke uprave od pružanja usluga..... | 67 |
| Tablica 5: Planirana potrošnja u Splitu po navedenim kategorijama..... | 76 |

PRILOZI

Prilog 1

Pitanja postavljena kroz intervju s gospodinom Vjekoslavom Grgićem

1. Na koji način Lučka uprava koordinira rad svih koncesionara?
2. Jesu li kruzeri koji pristaju u luku obvezni koristiti usluge naših pružatelja usluga-koncesionara, npr. Čistoće i sl.?
3. Je li to propisano nekim službenim aktima i kojima?
4. Tko propisuje cijene usluga i jesu li sve unaprijed definirane?
5. Ovisi li cijena o periodu sezone i veličini broda?
6. Kada se raspisuju natječaji za koncesije te na koliki period se daju koncesije za usluge?
7. Imaju li sve vrste usluga iste koncesijske rokove?
8. Imate li povratne informacije o prihodima koncesionara po brodu?
9. Na koji način se obračunavaju pristojbe kruzerima?
10. Kako Lučka uprava naplaćuje kruzerima za sidrenje i na temelju čega je cijena određena?
11. Koliki prosječni broj putnika s kruzera izađe na kopno u organizaciji agencije odnosno individualno?
12. Koliko se u prosjeku sati kruzer i turisti zadržavaju u gradu?
13. Koliko posto putnika uzima neki izletnički program?
14. Imate li spoznaja o prosječnoj potrošnji turista s kruzera u Splitu te o strukturi njihove potrošnje?
15. Koji su prema Vašem mišljenju pozitivni i negativni učinci razvoja kruzing industrije na grad Split?
16. Postoje li procjene negativnih učinaka razvoja kruzing industrije u Splitu i ako postoje kakvi su rezultati?
17. Kakva je suradnja Lučke uprave s gradskim i turističkim vlastima u Splitu?

Prilog 2

Anketa podijeljena turistima s kruzera u Splitu koji su bukirali izletničke programe

Survey on expenditures of cruise ship tourists in Split in summer 2016.

Dear Guests,

This survey is carried out exclusively for the purpose of writing student's master thesis at the Faculty of Economics, University of Split. The thesis is focused on the economic impacts of the cruising tourism in the city of Split. For this purpose average expenditure pattern of cruise ship tourists in Split is to be researched. The survey is anonymous and takes only a few minutes. We hope that you will find some time to fill in this questionnaire and wish to thank you in advance!

1. Gender:

- a) Male
- b) Female

2. Age:

- a) 18-30
- b) 31-50
- c) 51-60
- d) > 61

3. Travel with:

- a) Alone
- b) With family
- c) With partner only
- d) With friends

4. Country of origin:

5. Primary motive for traveling:

- a) Leisure and relaxation
- b) Pleasure and fun
- c) New experiences
- d) Visiting attractions
- e) Other (name it)_____

6. Your personal average monthly income:

- a) < 1000 €
- b) 1001 € - 3000 €
- c) 3001 € - 5000 €
- d) > 5001 €

7. Please estimate Your total cost of this cruise travel (including daily expenditures):

- a) < 500 €
- b) 501 € - 1000 €
- c) 1001 € - 2000 €
- d) >2001 €

8. Your average expenditure in ports of call on this cruise travel:

- a) < 20 €
- b) 21 € – 40 €
- c) 41 € – 60 €
- d) 61 € – 80 €
- e) > 81 €

10. Time you intend to spend in today's visit to Split:

- a) < 1h
- b) 1h - 2h
- c) 2h - 4h
- d) 4h - 6h
- e) > 6h

9. Your planned expenditure in Split:

- f) < 20 €
- g) 21 € – 40 €
- h) 41 € – 60 €
- i) 61 € – 80 €
- j) > 81 €

11. Please write if possible, Your planned expenditure in Split on these categories:

| CATEGORY | Please write down your planned expenditure in Split on the following categories (if you don't plan to spend any money on a specific item, leave it blank) |
|---------------------------------------|--|
| Taxi and public transportation | |
| Caffe bar | |
| Restaurant | |
| Souvenirs | |
| Shopping | |
| Excursion | |
| Museums | |
| Entertainment | |
| Other | |

12. Level of satisfaction with the visit of city Split:

- a) Not satisfied at all
- b) Satisfied
- c) Very satisfied

- d) Extremely satisfied
- e) Have no opinion on this matter

Thank you!

SAŽETAK

Glavni cilj diplomskog rada bio je provesti istraživanje o ekonomskim učincima kruzing turizma u Splitu, analizirajući s jedne strane izravne prihode ključnih nositelja kruzing turizma, a s druge strane prateći prihode od potrošnje gostiju s kruzera na ostale elemente ponude Splita. U teorijskom dijelu rada dat je prikaz razvoja i provedbe kruzing turizma u svijetu i Hrvatskoj, a u istraživanju se osvrnulo na ekonomske učinke koji se generiraju u destinaciji Split. Istraživanjem provedenim među turistima s kruzera pokušalo se doći do odgovora o općim podacima o turistu, njegovoj potrošnji i zadovoljstvu destinacijom. Nakon provedenog istraživanja na teorijskoj razini kao i provedenog intervjua s predstavnikom Lučke uprave Split te ankete provedene među turistima s kruzera, dobivena je slika o provedbi kruzing turizma u Splitu.

Ključne riječi: kruzing turizam, ekonomski učinci, turisti s kruzera, potrošnja turista, Split

SUMMARY

The main aim of this thesis was to conduct research on economic impacts of cruise tourism in the city of Split, by analysing on one side direct income by the key stakeholders in the Split cruising industry, and on the other side by getting information on cruise tourists expenditure on other elements of supply in Split. In the theoretical part of the thesis an insight into cruise tourism development in the world and Croatia was given, while the empirical research (survey) referred to the economic effects cruise ship tourists generate in the city of Split. The questionnaire attempted to get general information about tourist, answers on their time spent in Split, their spending and overall satisfaction with the destination. After desk research, the interview with the representative of the Port of Split authorities and the survey conducted among tourists from the cruise ships, the picture on the cruising tourism industry state of the art in the city of Split was obtained.

Keywords: cruising tourism, economic impacts, cruise ship tourists, tourist expenditure, Split

