

Kruzerski turizam na Mediteranu

Alivuk, Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:151448>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Preddiplomski sveučilišni studij kulture i turizma (jednopredmetni)



Tea Alivuk

Kruzerski turizam na Mediteranu

Završni rad

Zadar, 2017.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Preddiplomski sveučilišni studij kulture i turizma (jednopredmetni)

Kruzerski turizam na Mediteranu

Završni rad

Student/ica:

Tea Alivuk

Mentor/ica:

Šime Knežević, prof.

Zadar, 2017.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Tea Alivuk**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Kruzerski turizam na Mediteranu** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. rujna 2017.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. KRUZERSKI TURIZAM	2
1.2. DEFINIRANJE POJMA	2
1.2. POVIJESNI PREGLED RAZVOJA KRUZING TURIZMA	3
2. KRUZING TURIZAM NA MEDITERANU.....	9
2.1. KRUZING KOMPANIJE KOJE POSLUJU NA MEDITERANU.....	9
2.2. POPIS LUKA KRUZING TURIZMA NA MEDITERANU.....	12
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA.....	16
ZADARSKA ŽUPANIJA	17
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA.....	18
2.3. POLITIKA EUROPSKE ZAJEDNICE PREMA KRUZING TURIZMU.....	18
3. KRUZING TURIZAM U BROJKAMA - NAJZNAČAJNIJI STATISTIČKI PODATCI.....	19
3.1. KRUZERSKA PUTOVANJA NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA	19
3.2. CIJENE PUTOVANJA	20
3.3. NAJVAŽNIJE RUTE KRUZERSKIH PUTOVANJA	21
4.1. KRUZING KOMPANIJA AIDA CRUISES.....	22
4.2. MODEL KRUZER - BRODA.....	24
5.1. STATISTIČKI PODATCI KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ	26
5.2. STATISTIČKI PODATCI O SADAŠNJEM STANJU KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ.....	28
5.3. POTREBNE PROMJENE ZA BUDUĆNOST HRVATSKOG KRUZING TURIZMA	32
6. ZAKLJUČAK	34
7. SAŽETAK.....	35
8. SUMMARY	36
9. LITERATURA.....	37
POPIS TABLICA.....	39
POPIS GRAFIKONA.....	40
ŽIVOTOPIS	41

UVOD

U ovom radu koji se naziva Kruzerski turizam na Mediteranu ćemo pokušati objasniti i približiti čitaocu navedenu temu.

Rad je segmentiran u pet poglavlja sa podpoglavljima. Podatci za izradu su prikupljeni iz raznih knjiga koje obrađuju navedenu temu, članaka ,kako internetskih tako i onih iz časopisa, te iz raznih baza podataka.

U prvom poglavlju objasniti ćemo što je to kruzerski turizam. Definirat ćemo pojam i dati definicije istog. Vidjet ćemo kakva je ovo vrsta turizma i koje su njene specifičnosti. Navest ćemo glavna emitivna i recipivna tržišta navedene vrste turizma. Također ćemo dati i kratki povijesni osvrt na kruzering turizam općenito kako bi vidjeli njegov napredak kroz vrijeme.

Sljedeće poglavlje će se baviti kruzering turizmom na Mediteranu. Detaljno ćemo obraditi kompanije koje posluju na ovom području. Isto ćemo napraviti i za luke ovog turizma. Posebnu pažnju posvetit ćemo hrvatskim lukama kruzering turizma. Jedno poglavlje ćemo posvetiti politici Europske zajednice prema kruzering turizmu kako bismo saznali koji zakoni, propisi i pravila uređuju djelatnost kruzering turizma.

Zatim ćemo obraditi najvažnije statističke podatke. Tu ćemo vidjeti statističke podatke za glavna emitivna tržišta ovog turizma. Vidjet ćemo kakva je potražnja. Pokušat ćemo dati okvirni pregled cijena ovakvih putovanja. Naposljetku ćemo pregledati glavne rute nautičkog turizma.

Pred posljednje poglavlje ovog rada bavit će se modelom jedne kruzering kompanije te njenog najviše korištenog broda za kruzering putovanja. Analizirat ćemo kruzering kompaniju Aida Cruises koja je jedna od vodećih kruzering kompanija u Europi. Dat ćemo detaljan pregled njenog kruzera Aida Luna koji može zadovoljiti potrebe i najzahtjevnijeg kruzering gosta.

Posljednje poglavlje bavit će se statističkim podacima kruzering turizma u Hrvatskoj. Analizirat ćemo dolaske kruzering brodova na naše područje. Vidjet ćemo kakvo je sadašnje statističko stanje ovog turizma kod nas te koje su potrebne preinake za budući razvoj istog.

Kroz mnoštvo statističkih podataka i objašnjenja pokušat ćemo obraditi ovu temu što bolje i kvalitetnije.

1. KRUZERSKI TURIZAM

1.2. DEFINIRANJE POJMA

„Krstarenja morem su pomorsko - prijevozna i turistička usluga rasprostranjena po čitavom svijetu, gdje god ima mora i turizma.“¹

„Pomorska krstarenja svrstavaju se u nautički turizam. Prema pomorskom leksikonu ona su definirana kao : plovidba morem ili unutrašnjim plovnim putovima prema unaprijed utvrđenom rasporedu (itineraru) .“²

Više autora sa više različitih stajališta nastojalo je objasniti ovaj pojam, međutim u suštini, pomorska krstarenja su ona koja se odvijaju prijevoznim sredstvom namijenjenim za ovakvu vrstu putovanja (različite vrste brodova ili jedrilica) , imaju unaprijed određen pravac i plan putovanja, to su ona putovanja koja imaju različitu dužinu trajanja, odvijaju se na moru i zauzimaju određeni dio suvremenih turističkih kretanja.

Većina stranih autora ovoj definiciji dodaje činjenicu da su to putovanja koja su karakterizirana željom za odmorom, rekreacijom, bijegom od svakodnevnice. Putnik na brodu ima sve usluge i sadržaje koje zadovoljavaju njegove raznovrsne svakodnevne potrebe. Iz ove kategorije isključuju se sva putovanja koja imaju bilo kakve veze sa putovanjima koja se poduzimaju iz poslovnih pobuda i razloga.³

Krstarenja predstavljaju organizirani boravak turista na brodu i u brodskom ambijentu koja se odvijaju u određenom vremenskom periodu i imaju određenu dužinu boravka. Ova vrsta putovanja predstavlja veliku konkurenciju turističkim destinacijama na kopnu jer nude sve sadržaje, razne usluge, bogatu gastronomiju, smještajne kapacitete i osoblje kao i kopnene destinacije uz ponudu posebnog ambijentalnog doživljaja koji ne može ponuditi niti jedan kopneni hotel.

Ovdje se radi o multidestinacijskom odmoru u jednom hotelu, odnosno brodu. Ovakva vrsta odmora uvelike olakšava proceduru turistima koji žele vidjeti na jednom putovanju mnogo destinacija jer izbjegavaju prijave u veći broj hotela i sve potrebne sadržaje imaju na jednom

¹Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English, Encyclopedic Edition, Oxford University Press, 1992., str.218.

²M. Mancini, Cruising : A guide to the Cruise Line Industry, Delmar Thomson Learning, New York 2000., str. 8.

³ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 2.-4.

mjestu. Brod sve više podsjeća na turističku destinaciju zbog svih navedenih pogodnosti koje pruža.⁴

„Razvrstavanjem osnovnih vrsta nautičkog turizma, uzimajući u obzir motiv koji ga oblikuje, možemo razlikovati sljedeće tipove ovog turizma⁵ : mobilni, plovidbeni, kupališni, boravišni, sportski, zimovališni, izletnički, ribolovni, kulturni, zdravstveni i ambijentalni“.

Prema Lukoviću , „osnovne djelatnosti nautičkog turizma su: luke nautičkog turizma, charter i cruising.“⁶

1.2. POVIJESNI PREGLED RAZVOJA KRUZING TURIZMA

„Počeci krstarenja vežu se za otkriće parobroda. Tada plovidba više nije ovisila o vremenskim prilikama i snazi vjetra.

Prvi parobrod zaplovio je 1838. godine sa 40 putnika preko Atlantskog oceana. Plovidba morem iz rasonode se razvila relativno brzo otprilike sredinom 19. stoljeća. Tad se većinom plovilo od Velike Britanije do Španjolske i Portugala te Malezije i Kine. Vodeće kompanije su bile *P&O* te *American Royal Mail Steam Packet Company* koja je kasnije nazvana *Cunard line*. Danas su obje kompanije u sastavu vodeće grupacije na tržištu pomorskih krstarenja *Carnival* kompanije.“⁷

Plovila iz zadovoljstva počela se razvijati sredinom 19.stoljeća.⁸ O tome najbolje svjedoče putovanja mnogih slavni pisaca koji su obilazili razne daleke prekomorske destinacije te kasnije pisali o njima u svojim knjigama i na taj način privlačili velike mase turista da učine isto. Oni su služili kao svojevrsna promocija velikim pomorskim kompanijama.

U to vrijeme najvažnija je bila brzina broda. Svi su težili tome da osvoje prestižno priznanje *Blue Riband* koje je isticalo njihovu brzinu. Zbog toga su se poboljšavale komponente broda te se štedjelo na prostoru samo kako bi brod bio brži. Iz svega navedenog može se zaključiti da plovidba u to vrijeme i nije bila ugodna ni udobna. U to vrijeme jedino je kompanija *White Star Line* imala udobne te bogato uređene brodove koji su ličili na ploveće palače.⁹

⁴D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 4.

⁵Jadrešić, V., (2001.), Turizam i interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Školska knjiga, Zagreb, str. 144.

⁶Luković, T., (2007.), Nautički turizam – definicije i dileme, Naše more, Vol. 54, No.1-2.

⁷ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 5.

⁸ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 6.

⁹ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 7. - 8.

Kasnije početkom 20-og stoljeća kompanije su uz redoviti putnički prijevoz počele nuditi i krstarenja.¹⁰ Tad je sve veći broj kompanija veliku pažnju pridavao uređenosti broda i unutrašnjosti te udobnosti vožnje. Počeli su se organizirati razni izleti te su se pojavila i krstarenja oko svijeta.

Krstarenja bi započinjala u Velikoj Britaniji, plovilo bi se do Indije i Kine te bi završavala u Vancouveru. U ovom razdoblju velike brodske kompanije počinju organizirati putovanja tokom zimskih mjeseci u destinacije sa ugodnom i toplom klimom. Ovakva putovanja su imala odmorišno - rekreacijski karakter.¹¹

Razdoblje između dva rata obilježeno je kao razdoblje u kojem su se prekomorski brodovi koristili za prijevoz vojske.

„20.-ih godina prošlog stoljeća dolazi do velikog porasta potražnje za krstarenjima jer je vlada SAD-a zabranila konzumaciju, prodaju i proizvodnju alkohola. U tom razdoblju nastaju tkz. *booze krstarenja*. Ona su predstavljala novi stil života. Ljudi su odlazili na krstarenja kako bi bezbrižno uživali u alkoholu a kompanije su našle način kako im to omogućiti. Naime, kompanije bi se registrirale pod stranom zastavom (uglavnom zastavom Paname i Bahreina), da bi na taj način izlaskom iz američkih teritorijalnih voda mogli slobodno posluživati alkohol. Organiziraju se i putovanja s polascima iz Engleske, Italije, Francuske i Njemačke prema Skandinaviji i Mediteranu. Njemačka je pod Hitlerovim vodstvom koristila putovanja u svrhu političke propagandne te organizirala putovanja za radnike. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do ponovnog procvata pomorskog prometa između Europe i Amerike. 60.-ih godina prošlog stoljeća dolazi do krize u ovom sektoru turističke ponude zbog velikog rasta avio prijevoza. Međutim ova kriza nije bila velika niti je dugo trajala.“¹²

Danas je ovaj dio turističke ponude jako uznapredovao i jako je važan, budući da se sve više turista odlučuje za ovaj vid odmora. Prednost je svakako ta što današnji kruzeri nude sve usluge i sadržaje kao i moderni hoteli, a veliki plus im je taj što turist može izbjeći gužvu i gnjavažu oko stalnih promjena hotela na dugim prekomorskim krstarenjima, u kojim se planira posjetiti veliki broj destinacija, gdje bi morali tražiti novi smještaj u svakom gradu koji posjete. Iako se za razliku od prošlog stoljeća kruzning turizam jako usavršio, još uvijek tu postoje mjesta za dodatni razvoj.

¹⁰ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 9.

¹¹ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 10.

¹² D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 10. - 15.

1.3. DETALJNIJE O KRUZING TURIZMU

"Turizam kruzning putovanja je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz krstarenja turista putničkim brodovima koja se poduzimaju zbog razonode, edukacije, zabave, odmora ili slično."¹³

„Takva krstarenja su najčešće odnose na pristajanje broda u jednoj ili više luka, koje su zapravo turističke destinacije, u njima putnici i posjetitelji kruzera silaze na tlo kako bih posjetili znamenitosti i razgledali grad ili iz sličnih razloga. Kruzer na brodskim ili kružnim rutama predstavlja jednu vrstu plutajućeg hotela koji prevozi turiste s jednog mjesta na drugo, od luke do luke. Zbog toga se takvi brodovi smatraju primarnom destinacijom boravka turista. Sa stajališta destinacija koje posjećuju i njihovih luka, putnici na takvim brodovima su jednodnevni posjetitelji, čak i kad se noćenje ostvaruje na brodu.“¹⁴

Iz ovog kratkog objašnjenja možemo zaključiti da se kruzning turizam temelji na plovidbi i zadržavanju u lukama samo radi obilaska grada te kratkog posjeta znamenitostima i atrakcijama. To je pojava koja sve više poprima oblike masovnosti. Odmah na početku bitno je napomenuti da kruzeri te kruzning turizam produžuju turističku sezonu te gradovima koje oni posjećuju dovode veliki broj turista.

„Za tu relativno noviju vrstu turističkih putovanja rabi se engleska riječ *cruising*, koja se u hrvatskoj verziji prevodi kao kruzning. Kruzning može biti domaći, ako se odvija u unutarnjim vodama samo jedne države, ili međunarodni, ako se odvija u unutarnjim vodama dviju ili više država. Može se odvijati na moru, rijekama i jezerima. Kruzning se svrstava u nautički turizam jer se temelji na putovanju na brodu i plovidbi vodom.“¹⁵

Nakon objašnjenja ovih glavnih pojmova bitno je obrazložiti zašto je Mediteran atraktivno i zanimljivo područje za kruzning turizam. Prvo ćemo dati neke osnovne podatke o ovom području kako bi mogli krenuti dalje sa analizom.

¹³Studija održivog razvoja kruzning turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svubanjanj 2007., str 4.

¹⁴Studija održivog razvoja kruzning turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svubanjanj 2007., str 5.

¹⁵Studija održivog razvoja kruzning turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svubanjanj 2007., str 7.

Tablica 1: Glavne kruzing destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera

Pozicija	Destinacija	Udio (%)
1.	Karibi	40,5
2.	Mediteran	21,5
3.	Meksiko	6,4
4.	Sjeverna Europa	6,4
5.	Pacifik	6,0
6.	Aljaska	5,7
7.	Južna Amerika	2,7
8.	Ostali	10,8
Ukupno		100

Izvor: Cruise industry News, Quarterly: Spring 2009., str. 38.

„Mediteran se dijeli na dvije velike podregije : zapadni i istočni Mediteran. Apeninski poluotok je prirodna granica koja ga dijeli na te dvije regije. Unutar njih se nalaze četiri manje regije koje se mogu promatrati kao zasebne cjeline. To su :

- zapadni Mediteran (Italija, Francuska, Španjolska, Malta, Portugal, otoci na Atlantiku, Tunis Maroko),
- istočni Mediteran (Grčka, Cipar, Egipat, Izrael, jug Turske),
- Jadran (jadranski dio Italije, Hrvatska, Slovenija, Crna Gora, Albanija),
- Crno mora (Bugarska, Rumunjska, Ukrajina, Rusija, sjeverna Turska).¹⁶

„Najvažnije luke ukrcanja na ovom području su: Barcelona, Civitavecchia, Venecija, Pirej, Palma de Malorca. Vodeće luke ticanja su : Napulj, Dubrovnik, Livorno, Santorini i Marseille. Sezona krstarenja duža je na Mediteranu nego u sjevernoj Europi što je jako važna prednost ove regije“.¹⁷

Istočno Sredozemlje ili Mediteran obuhvaća sljedeće zemlje/luke: "Hrvatska (Dubrovnik, Split, Zadar, Šibenik, Rijeka, Pula, Rovinj), Grčka i otoci (Mikena, Santorini, Rodos, Krf, Kreta, Katakolon, Pirej), Italija (Venecija), Turska (Istanbul, Kusadasi, Izmir), Cipar (Limasol), Malta (La Valeta), Egipat (Aleksandrija), Izrael (Haifa), Libija (Tripoli)."¹⁸

¹⁶ D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 54. - 55.

¹⁷ ibid

¹⁸ Benić, I. : Pomorska krstarenja u destinacijskoj ponudi Hrvatske, Opatija, 2011., str.: 67.-75.

Zapadno Sredozemlje čine: "Španjolska (Barcelona, Almeria, Malaga, Alikante, Cadiz, Balearsko otočje), Francuska (Marseille, Nica, St Tropez, Cannes), Italija (Genova, Savona, Rim – Civitavecchia, Napulj, Livorno, Bari, Palermo, Mesina), Tunis (La Goulette), Alžir (Alger), Gibraltar, Korzika."¹⁹

Ova regija se ističe slikovitim krajolikom, morem i klimom koje su pogodne za plovidbu te lijepo uređenim lukama i gradovima. U gotovo svim nabrojanim zemljama kruzing turizam je već razvijen ili je u usponu ali svakako postoji i jako je bitan segment turističke ponude.

Sad ćemo kratko prikazati statističke podatke vezane za kruzing turizam u ovoj regiji.

„2011. godine 6,1 milijun putnika s područja Europe odlučilo se za kružno putovanje brodom, ova brojka znači porast za 9 posto u usporedbi sa 2010. godinom. Od ukupnog broja putnika, 27,5 milijuna putnika posjetilo je europske luke u sklopu kružnih putovanja brodom, što predstavlja porast od 9 posto u odnosu na 2009. godinu. Kao najznačajnije europsko emitivno tržište zasigurno se ističe Velika Britanija koja je imala 1,7 milijuna putnika na kruzerima u 2011. godini, te rast od 11 posto u odnosu na dvije prethodne godine. Na drugom mjestu ove liste je Njemačka s 1,4 milijuna turista koji su boravili na kruzerima i porastom od 35 posto u odnosu na prethodnu godinu. A potom za njima slijede tri mediteranske zemlje koje su jako važne i emitivne i receptivne kruzing destinacije na Mediteranu. To su Italija, Španjolska i Francuska, koje su zajedno imale preko 2 milijuna kruzing turista u 2011. godini. Jako je značajan porast potražnje zadnjih godina u tim emitivnim zemljama je vrlo značajan, a iznosi kako slijedi: u Italiji 16, u Španjolskoj 20, a u Francuskoj 27 posto. Važno je napomenuti da istraživanja pokazuju kako Europljani najčešće odabiru Mediteran i Atlantske otoke kao svoje destinacije kruzing putovanja, čak se 61 posto svih njihovih putovanja realizira u upravo tim destinacijama. Ukupno na Mediteranu kompanije nude 358 itinerera od čega je njih 342 različitih, a kao polazna luka ili luka ticanja, javljaju se 152 luke. Što se prometa nastalog od kruzing turizma na Mediteranu tiče, u 2011. godini 4,08 milijuna putnika na kruzerima plovilo je ovom regijom i ostvarilo 33,79 milijuna noćenja a prosječna duljina putovanja bila je u osam dana. Najveći broj kruzing gostiju posjetio je Italiju (gotovo 6,5 milijuna putnika), potom slijedi Španjolska s 5,3 milijuna ovakvih posjetitelja, te Grčka s 4,8 milijuna istih. Od ostalih mediteranskih država tu se još nalaze i Francuska, Hrvatska, Portugal, Cipar i Malta. Uz navedene europske države, sve veći udio ovakvih posjetitelja na Mediteranu broji i Turska. Tijekom 2011. godine 171 kruzer plovio je Mediteranom. Bitno je također napomenuti da je od

¹⁹Benić, I. : Pomorska krstarenja u destinacijskoj ponudi Hrvatske, Opatija, 2011., str.: 123.-145.

ukupnog broja kruzera na Mediteranu u 2011. godini, njih 57 u vlasništvu sjeverno američkih kompanija, a njih čak 114 je u vlasništvu europskih operatera. Na području Mediterana prisutan je i jako velik broj nezavisnih kompanija. Najveći broj brodova koji posluju na Mediteranu pripadaju kompanijama Costa Cruises i MSC Cruises. Jako zanimljiva činjenica je da sve veći broj operatera posluje na području istočnog Mediterana i Jadrana.²⁰

„Glavno emitivno tržište kruzinge putovanja je Sjeverna Amerika (SAD i Kanada). Ovo tržište je 2010. godine emitiralo oko 11,7 milijuna putnika ili preračunato u postotke 65% ukupne potražnje u kruzinge turizmu. Tržište Sjeverne Amerike je u razdoblju od 20 godina, tj. od 1980. do 2010. godine konstantno raslo s prosječnom godišnjom stopom od 8,4%, a u 2004. godini porast potražnje u odnosu na prethodnu godinu iznosio je 8,5%, u sljedećoj godini 2005. zabilježen je porast od 5,6%. Europsko tržište, na kojem dominaciju Velika Britanija i njeno tržište, drugo je prema zastupljenosti u svijetu, ono broji nešto oko 3,9 milijuna putnika godišnje i ima udjel od oko 22% ukupne svjetske kruzinge potražnje prema mjerenjima iz 2010. godine.“²¹

U današnje vrijeme, kako smo već napomenuli, ovaj vid turističkih putovanja jako je popularan i sve češće korišten. Ovome pridonosi i činjenica da ovo postaje ponuda koja ima sve prihvatljivije cijene i sve kraće dužine trajanja putovanja. Također dolazi do rasta konkurencije zbog velike potražnje. Zbog svega navedenog kruzinge kompanije te luke kruzinge turizma trebaju raditi na konstantnom unapređenju i razvoju svoje ponude i svojih prihvatnih kapaciteta.

²⁰Horak, S. : Međunarodni kruzinge turizam - brzorastuća vrsta turizma u svijetu, Sveučilište Verna Zagreb, 2013., dostupno na : <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzinge-turizam->

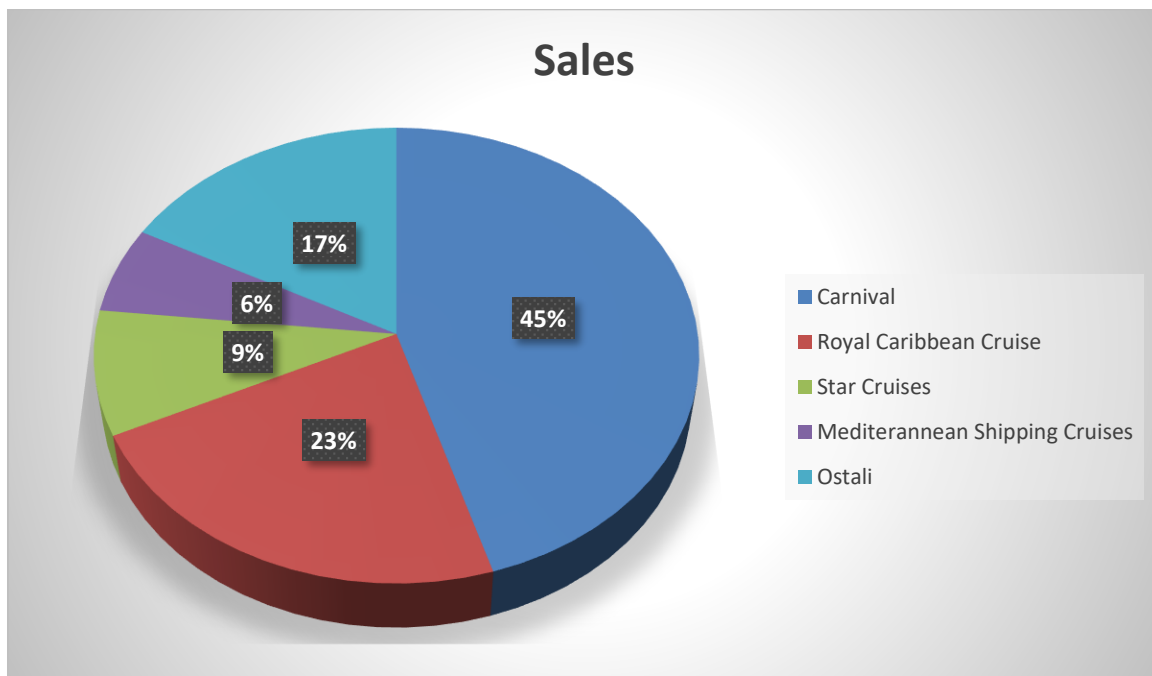
²¹Lučka uprava Dubrovnik, Kružna putovanja u svijetu, dostupno na : <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr>

2. KRUZING TURIZAM NA MEDITERANU

2.1. KRUZING KOMPANIJE KOJE POSLUJU NA MEDITERANU

Kao što je u turizmu vrlo česta pojava, i kod kruzing kompanija dolazi do čestih promjena u vlasništvu i strukturi. Manje kompanije postaju dio većih te tako ostvaruju dobru poziciju na tržištu i konkurentnost, a velikim kompanijama to pomaže da se diferenciraju i uđu na nova tržišta. Također dolazi i do povezivanja između kruzing kompanije i raznih drugih poduzeća radi lakšeg poslovanja, izgradnje imidža, nižih troškova, učinkovitijeg istraživanja turističkog tržišta i veće sigurnosti u plasmanu proizvoda na tržište (dinamičnost u turističkim kretanjima).

Grafikon 1: Udjeli najvećih cruising-kompanija u svijetu, u 2010. godini prema broju ležajeva



Izvor: Obrada autora

„Tri su vodeće kruzing kompanije u svijetu koje kontroliraju oko 80% cijelokupnog tržišta. To su: *Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group.*“²²

„Kompanija *Carnival Corporation* je lider na ovom tržištu sa flotom od 100 cruisera te udjelom od 47 % u ukupnom kapacitetu brodskih postelja. Ova kompanija ima deset različitih brandova. To su: na tržištu **Sjeverne Amerike** - Carnival Cruise Lines, Princess Cruises, Holland America Line, i Seabourn Cruise Line, na tržištu **Velike Britanije** - P&O Cruises i kompanija Cunard

²²D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 68.

Line, lider na **Njemačkom** tržištu je Aida Cruises, na **Španjolskom** to je Ibero Cruceros, na **Europskom** Costa Cruises a na **Australskom** P&O Cruises Australia.²³

Ukratko ćemo opisati samo one kompanije koje posluju na Mediteranu.

Kompanija *Carnival Cruise Lines* nudi putovanja koja nalikuju tradicionalnim ljetovalištima te ciljaju na potrošače koji spadaju u srednji i niži platni razred. Ova putovanja se zasnivaju na zabavi i relaksaciji na brodu a ne na upoznavanju novih destinacija. Ova kompanija nudi 23 broda sa ukupnim kapacitetom od 61.788 brodskih postelja i tek je nedavno uključila Mediteran u svoju ponudu. Sljedeća kompanija koja posluje na Mediteranu je *Seabourn Cruise Line* koja ima šest brodova koji izgledaju kao velike jahte ukupnog kapaciteta od 1974 postelje. Ciljna skupina su im putnici visoke platežne moći koji traže kvalitetno krstarenje te razgledavanje destinacija. Ova tvrtka je dobila mnogo nagrada te ima veliki broj itinerara uključujući i putovanja na Mediteran. Sljedeća je njemačka kompanija *Aida Cruises* koja ima osam brodova sa ukupnim kapacitetom od 14.248 postelja. Osim po Mediteranu plovi još i po Kanarima, Karibima, Baltičkom i Sjevernom moru te po srednjoj Americi. Nude aktivan i neformalni odmor na brodovima. *Ibero Cruceros* je kompanija koja posluje na tržištima španjolskog i portugalskom govornog područja i ima tri broda sa ukupnim kapacitetom od 5.565 postelje. Ovi brodovi plove po Mediteranu, Južnoj Americi i sjevernoj Europi. I ponuda ove kompanije je u potpunosti prilagođena njenim ciljnim potrošačima.²⁴

Sljedeća velika kompanija je *Royal Caribbean Cruises* koja je druga po veličini te ima u ponudi različite brodove za različite skupine potrošača. Udio u ukupnoj svjetskoj ponudi ove kompanije iznosi 22%. Njeni brandovi su : na tržištu **Sjeverne Amerike** - Royal Caribbean International, Celebrity Cruises i Amazra Cruises, na **Španjolskom** tržištu nalaze se - Pullmanturs Cruisers, a na **Francuskom** - CDF, dok je na **Njemačkom** velika kompanija TUI Cruises.²⁵

Opet ćemo ukratko objasniti samo one kompanije koje posluju na Mediteranu.

Kompanije koje posluju na Mediteranu su *Pullmantur* koji se dvadesetih godina počeo baviti krstarenjima. Vodeća je Španjolska kompanija i ima pet brodova sa ukupnim brojem postelja od 7.812. Sljedeća je *Croisiere De France* koja želi poboljšati ponudu na tržištima francuskog

²³D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 70.

²⁴D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 70. - 75.

²⁵D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 77.

govornog područja. Ima jedan brod sa ukupnim kapacitetom od 1.241 mjesto i u ljetnim mjesecima nudi krstarenja po Mediteranu.²⁶

Treća velika kruzing kompanija je *Star Cruises* koja ima ukupni udio u svjetskoj ponudi po broju ležajeva od 8%. Njeni brandovi su : Star cruises koji krstari u **Aziji** te Norwegian Cruis Line koji krstari po **Sjevernoj Americi**.²⁷

Na tržištu postoje i sljedeće cruising - kompanije : *Crystal Cruises, Disney Cruise Line, Regent Seven Seas Cruises, Silversea Cruises, Oceania Cruises, Windstar Cruises, MSC Cruises, Louis Cruises, Compagnie du Ponant, Fred Olsen Cruise Line i Hapag - Lloyd Cruises.*

Od nabrojanih kompanija one koje plove Mediteranom bit će detaljnije opisane. Prva među njima je *Disney Cruise Line* koja kombinira čaroliju Disney svijeta i plovidbe morem. Kompanija ima četiri broda čiji je ukupni kapacitet 9.400 postelja. Na brodovima se nudi poseban program za svakog člana obitelji, odnosno, svakog putnika. Kompanija *Regent Seven Seas Cruises* poznata je po malim luksuznim brodovima kojih ima tri ukupnog kapaciteta 1.890 postelja. Pristaje u više od 300 luka diljem svijeta te je prva koja nudi smještaj samo u apartmanima s balkonom. *Silversea Cruises* je sljedeća nama zanimljiva kompanija koja je na tržište uvela male, intimne brodove koji mogu uplovljavati u egzotične luke. Svojim putnicima nude kvalitet, luksuz, romantiku i poseban doživljaj krstarenja. Imaju šest brodova sa ukupnim brojem postelja 2.030 i plove svim regijama svijeta. *Oceania Cruises* je kompanija koja je orijentirana na potrošače velike platežne moći. Nude jako kvalitetnu gastronomsku ponudu. Plove u 330 luka diljem svijeta, imaju četiri broda ukupnog kapaciteta 3.303 brodska ležaja. *Windstar Cruises* je kompanija koja ima tri luksuzno opremljena jedrenjaka sa ukupno 608 postelja. Plovi u više od 100 luka u Europi, na Karibe te u Sjevernu i Južnu Ameriku. Ciljna skupina su joj parovi tj. bračna putovanja. *Louis Cruises* je cruising kompanija koja nudi krataka putovanja prema istočnom Mediteranu. Ona je specijalizirala ponudu za ovo područje. Nude šest brodova ukupnog kapaciteta 8.658 brodskih postelja. *Compagnie du Ponant* je francuska kompanija koja nudi pet luksuznih brodova koji love svim regijama svijeta. Njihov ukupni kapacitet je 908 postelja i nude uživanje u francuskoj gastronomiji, vrhunskoj usluzi i intimnu atmosferu. *Hapag - Lloyd Cruises* je posljednja kompanija koja posluje na ovom području. To je njemačka kompanija koja posluje na dva jezična područja, njemačkom i

²⁶D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 79.

²⁷D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 80.

engleskom. Specijalizirana je za ekskluzivna, luksuzna i ekspedicijska putovanja. Ima pet brodova sa ukupnim brojem ležaja 1.970.²⁸

2.2. POPIS LUKA KRUZING TURIZMA NA MEDITERANU

Razina konkurentnosti luke na veoma zahtjevnom kruzingu tržištu, to jest njihovo

uvrštanje u itinerare kruzingu operatora, ukratko ovisi o sljedećim čimbenicima²⁹:

- prepoznatljivost i jedinstvenost luke i turističkog središta,
- jednostavan pristup zračnoj luci i široki izbor međunarodnih linija,
- efikasan i jeftin transport do središta grada i drugih turističkih zanimljivosti,
- dovoljno hotelskih receptivnih kapaciteta adekvatne kategorije te dostupnost atraktivnih plaža,
- mnoštvo zanimljivih povijesno–kulturnih znamenitosti,
- trgovački centri, razni shopovi, trgovine sa originalnim lokalnim
- suvenirima i ručno izrađenim predmetima,
- zadovoljavajuća i dobro organizirana razina ponude izletničkih programa,
- razne agencije za turističke informacije, servisi za rezervacije putovanja i hotelskog smještaja na jednomu mjestu,
- prihvatni kapaciteti koji nude privez brodova uz obalu,
- putnički terminali koji su prilagođeni kvalitetnom prihvatu putnika i lakšem manipuliranju
- prtljagom ,
- razumna odnosno prihvatljiva cijena lučkih pristojba i naknada,
- mogućnost opskrbe vodom,
- mogućnost opskrbe gorivom,
- sigurnost luke prilagođena međunarodnim standardima,
- ostale usluge.

Mediteranske kruzingu luke nude baš sve nabrojane uvjete te su zbog toga veoma privlačne turistima.

„Dvije ukupno najzastupljenije luke ticanja u mediteranskim putovanjima definitivno su Rim i Barcelona koje broje ukupno 12,8% ostvarenih brojeva ticanja. Ove luke najzastupljenije su u svim sezonama, međutim najveći broj ticanja desi se u predsezoni. Sljedeće su nautičke luke

²⁸D. Peručić : Cruising - Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, 2013., str. 80. - 87.

²⁹ Đurković, V., (2007.), Razvoj Dubrovnika kao destinacije ukružnim putovanjima i projekta razvoja „ Našemore, Vol. 54, No.1-2, str. 33.

Atene i Venecije. Dubrovnik je sedma destinacije u ukupnom broju ticanja, on van sezone ostvaruje nešto malo ticanja te zbog toga zauzima 24. mjesto među lukama ticanja u tom razdoblju.

Da bi privukle što veći broj kruzera luke moraju ulagati velika sredstva u novu infrastrukturu, kao u izgradnju putničkih terminala koji ih čine konkurentnijima jer im osiguravaju lakši i ugodniji prijem putnika.“³⁰

Sad ćemo donijeti pregled najznačajnijih luka iz pojedinih Mediteranskih zemalja. Prvo ćemo početi sa Italijom.

„Najpopularnije talijanske marine su:

Marina Base Nautica Flavio Gioia – ima 250 vezova za brodove do 60 m duljine i 7 m gaza

Marina Cala Degli Aragonesi – ima 160 vezova za brodove do 45 m duljine i 4 m gaza

Marina Degli Aregai – ima 989 vezova za brodove do 40 m duljine i 3 m gaza

Marina Degli Cesari – ima 400 vezova za brodove do 25 m duljine i 3 m gaza

Marina Di Brindisi – ima 638 vezova za brodove do 35 m duljine i 11 m gaza

Marina Di Cala Del Sole – ima 1502 veza za brodove do 70 m duljine

Marina Di Pescara – ima 1000 vezova za brodove

Marina Di Salivoli – ima 490 vezova za brodove do 18 m duljine

Marina Di Scarlino – ima 950 vezova za brodove do 40 m duljine

Marina Dorica Anconda – ima 1280 vezova za brodove do 21 m duljine

Marina Molo Vecchio – ima 160 vezova za brodove do 150 m duljine i 8 m gaza

Marina Molo Vecchio Crociere – ima 825 vezova za brodove do 150 m duljine i 12 m gaza

Marina Nautilus - ima 220 vezova za brodove

Marina Porto San Giorgio - ima 825 vezova za brodove do 40 m duljine i 3.5 m gaza

³⁰ Passenger Shipping Association (2008.). The Annual Cruise Review. Passenger Shipping Association, 2009, str. 10

Marina Portorosa - ima 700 vezova za brodove

Marina Porto San Rocco - ima 525 vezova za brodove do 60 m duljine

Marina Sanremo Portosole Marina - ima 804 veza za brodove do 90 m duljine.³¹

Što se Francuske tiče najpopularnija je luka u Marseilleu koja je najatraktivnija ljeti.

Njeno ime je Le Vieux Port de Marseille i u nju se može lako smjestiti sveukupno 15 superjahti. Ključne pogodnosti u marini su voda, struja, gorivo, sigurnost, heliodrom, škole ronjenja, WiFi, popravci, shopping i odlaganje otpada.“³²

Grčka ima jako važne marine na ovom području. Ona je okružena s tri mora.

„Poznate marine na *Jonskom moru* su Kleopatra Marina, Kalamata Marina i Gouvia Marina.

Kleopatra Marina nudi vrlo visok standard usluga i sadržaja za jahte veličine do 30 metara. **Kalamata** je vrlo moderna marina koja ima kapacitet za smještaj ukupno 250 plovila maksimalne duljine 25 metara. Svi vezovi koje posjeduje opremljeni su električnom energijom i pitkom vodom. Ukupni kapacitet **Gouvia Marine** je 1.235 veza, dok je kapacitet suhih vezova oko 520 plovila. Vezovi su dostupni za plovila veličine do 80 metara. Marina posluje tijekom cijele godine 24-sata dnevno. *Egejsko more* obuhvaća prostor između Grče i Italije, zajedno s mnoštvo otoka i otočića. Marine na tom području imaju bogatu pomorsku tradiciju i one su Thessaloniki Marina, Mytilene Marina, Lakki Marina, Rhodes Marina. *Kreta* je odlična destinacija za kruzing turizam. Obala je prepuna malih, skrovitih, prekrasnih plaža. Poznate marine su Gouves Marina, Reythmno Marina, Heraklion Marina. Poznate marine u blizini *Atene* su Atena Marina, Zea Marina, Alimos Marina, Flisvos“.³³

Španjolska je veoma atraktivno područje s mnoštvom veoma razvijenih i modernih marina namijenjenih za kruzing turizam.

Najpopularnije Španjolske marine su prema popisu iz 2011.:

„Marina Alcaidesa - ima 624 veza za brodove do 80 m duljine,

Marina Algeciras - koja ima 110 vezova za brodove do 16 m duljine,

³¹ Talijanske marine, dostupno na: <http://www.wish.hr/2011/11/talijanske-marine/> / (10.7.2013)

³² Wikipedia: Marseille, dostupno na :<http://hr.wikipedia.org/wiki/Marseille/>(22.7.2013.)

³³ Mediterranean marinas, dostupno na: <http://www.medmarinas.com/MarinaDisplay.asp?ITMID=27> (28.7.2013.)

Marina Alicante - posjeduje 744 veza za brodove do 60 m duljine,
Marina De Denia – ima 404 veza za brodove ukupne duljine 60 m,
Marina Del Este - koja ima 227 vezova za brodove do 30 m duljine,
Marina D Empuriabrava – ima više od 5000 vezova za brodove do 26 m duljine,
Marina Estepona - ima 447 vezova za brodove do 35 m duljine,
Marina Hercules Ceuta – ima 325 vezova za brodove do 25 m duljine,
Marina Mazzaron – ima 200 vezova za brodove do 25 m duljine,
Marina Port Ginesta – koja ima 1063 veza za brodove do 4 m duljine,
Marina Puerto Banus – posjeduje 915 vezova za brodove do 50 m duljine,
Marina Puerto De Adra – ima 261 vez za brodove do 20 m duljine,
Marina Puerto De Melilla - ima 393 veza za brodove do 24 m duljine,
Marina Puerto De Motril – ima 208 vezova za brodove do 20 m duljine,
Marina Puerto De Santa Maria - ima 250 veza,
Marina Puerto Internacional – ima 859 veza,
Marina Puerto Sotogrande – ima 683 veza za brodove do 50 m duljine,
Marina Puerto Sherry – ima 788 vezova za brodove do 50 m duljine,
Marina Punta Lagoa – ima 330 vezova za brodove do 40 m duljine,
Marina Santa Elualia - ima 755 vezova za brodove do 22 m duljine,
Marina San Pedro De Pintar - ima 404 veza za brodove do 20 m duljine,
i naposljetku Marina Vigo - koja ima 317 vezova za brodove do 35 m duljine i 8 m gaza.³⁴

Slijedi pregled marina u prelijepoj Turskoj.

³⁴ Španjolskemarine, dostupnena: <http://www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/> (29.7.2013.)

„Mediterranski dio Turske podijeljen je na dva dijela: istočni i zapadni. Istočni Mediteran je dio turskog Sredozemlja koji graniči sa Sirijom. Ovaj dio mediteranske obale ima manje sidrišta i luka. Marine su smještene u : Alanyi, Erdemliju, i Mersinu. Zapadni dio regije ima veći nautički potencijal i nekoliko dobro opremljenih marina koje su smještene u:Fethiye,Goceku, Karkanu, Kasu i Kemeru“.³⁵

Naposljetku, donosimo Vam pregled marina kruzning turizma u Hrvatskoj.

Tablica 2: Marine kruzning turizma u Hrvatskoj

TVRTKA Naziv i adresa	SIDRIŠTA Naziv i adresa	PRIVEZIŠTA Naziv i adresa	SUHE MARINE Naziv i adresa
ISTARSKA ŽUPANIJA			
Valalta, d.d., Rovinj	Soline, Rovinj, Valalta, Uvala Soline		
Bunarina d.o.o., Pula, Dobrilina 9		Bunarina, Pula, Verudela 9	
Laguna Novigrad d.d., Novigrad, Škverska bb		Laguna Novigrad, Novigrad, Mandrač 18	
Valalta d.d., Rovinj			Valalta, Rovinj, kamp Valalta
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA			
Ugostiteljski obrt Baja, Vl. Vlado Paparić, Rab, Lopar 559	Crnika, Uvala Crnika, Lopar/AC S. Marino, Rab		
Brodogradnja Pičuljan, vl. Boris Pičuljan, Rab, Barbat 226		Pičuljan, Rab, Barbat 226	

³⁵ Noon site: Turkey Eastern Mediterranean, dostupno na:
<http://www.noonsite.com/Countries/Turkey?a=EasternMed>(2.8.2013.)

Rapska plovidba d.d., Rab, Palit b.b.			Palit, Rab, Palit b.b.
Izrada, popravak i servisiranje, vl. Zdravko Pičuljan, Rab, Barbat 630			Rab, Barbat 630
Kamenolom, vl. Brdo Kušć, Lošinj, Ćunski, Artatore b.b.			Lošinj, Ćunski, Artatore b.b.
Zdravko Milaković, Nerezine, Lošinj, V. Gortana b.b.			Nerezine, Lošinj, V. Gortana b.b.
Sergio Zuchlich, Cres, Osor 57			Cres, Osor b.b.
Yahting marina d.o.o., Mali Lošinj, Priblaka bb			Mali Lošinj, Priblaka bb
Marina Nerezine d.o.o., Nerezine, Lošinj, Buskupija b.b.			Nerezine, Lošinj, Buskupija b.b.
Brodogradilište Punat, Krk, Punat, Obala 5			Krk, Punat, Obala 5
Brodica d.o.o., Krk, Punat, Kanajt 5			Punat, Kanajt 5
Autolimarski obrt Pavlović, Krk, Vršanska 7			Krk, Slavka Nikolića 13
ZADARSKA ŽUPANIJA			
Obrt Sidro, vl. Ivo Vidović, Olib	Olib, Olib		
Mulić d.o.o., Sali	Čuna, Dugi otok		
Mulić d.o.o., Sali	Pantera, Dugi otok		
Obrt Masarine, vl. Veljko Žuvanić, Zadar	Krijal, Premuda		
Obrt Leo, Leonard Brunac, Zadar	Lučina, Dugi otok		
Obrt Leo, Leonard Brunac, Zadar	Bok, Dugi otok		
Mag Dom d.o.o., Split, I. Meštrovića 13	Lovina, Rava		

PZ Ist, Ist	Mljake, Ist		
Obrt Banestra, vl. Goran Maletić, Molat	Brgulje, Molat		
PZ Ist, Ist		Ist, Ist	
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA			
Hoteli Tučepi d.d.		Tučepi	
Milna – invest d.o.o.		Milna, Otok Brač	
Obrt Andrej Čurin			Vrboska, Otok Hvar

Izvor: Obrada autora

2.3. POLITIKA EUROPSKE ZAJEDNICE PREMA KRUIZING TURIZMU

Zakon o kruzing turizmu možemo naći u dijelovima Zakona o Ugostiteljskoj djelatnosti, Zakona o obavljanju usluga u turizmu te Zakonu o boravišnoj pristojbi.

Aktualnost je prema novom Zakonu o boravišnoj pristojbi, da su istu dužni platiti i gosti u kruzingu, ukoliko ostvare noćenje na plovnom objektu nautičkog turizma.³⁶

Za proučavanje kruzerskog turizma važan je i zakon o vizama.

U cilju poticanja rasta i razvoja europskog gospodarstva i olakšavanja života putnika u EU, Europska komisija predložila je 1. travnja 2014. godine bitne promjena u pravilima putničkih viza. U 2013. godini, Europska komisija objavila je studiju u kojoj je procijenila koliko su zajedničke odredbe u vezi viza u Schengenskom prostoru od ekonomske koristi za turizam / putnika. Istraživanje pokazuje da je u 2012. godini ukupno 6,6 milijuna potencijalnih putnika iz šest ciljnih tržišta bilo nezadovoljno zbog poteškoća vezanih uz vizu odnosno odlazak na inozemni odmor. Ovim se zaključuje da bi se viznim olakšicama jasno pogodovalo sektoru turizma i gospodarstva na Šengenskom prostoru jer bi došlo do povećanja potrošnje i stvaranje dodatnih radnih mjesta u tom sektoru. Istraživanje također sugerira moguća rješenja za identificirane probleme u ovom području, ukazuje na dobre poslovne prakse i daje preporuke za daljnji razvoj i poboljšanja.³⁷

³⁶Kruzing studija održivog razvoja turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svibanj 2007, str 14.

³⁷Krstarenja na Šengenskom području, dostupno na :

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/index_de.htm

3. KRUZING TURIZAM U BROJKAMA - NAJZNAČAJNIJI STATISTIČKI PODATCI

3.1. KRUZERSKA PUTOVANJA NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA

U nastavku se daje pregled o statističkim podacima vezanim za kruzing turizam. Ukratko se prikazuju i analiziraju neki najvažniji statistički podaci koji daju veći i potpuniji pregled ove teme. Počinje se sa brojkama koje govore o kruzing putovanjima na glavnim emitivnim tržištima. Za pregled su uzeta tržišta Velike Britanije, Njemačke, Italije, Francuske i Španjolske.

Potražnja za kruzing putovanjima u Europi – broj putnika prema emitivnim tržištima Europe u razdoblju od 2009. do 2011. godine se može vidjeti na sljedećoj tablici :

Tablica 3: Broj putnika od 2009. – 2011. godine

Emitivno tržište	Broj putnika		
	2009.	2010.	2011.
Velika Britanija	1025	1589	1896
Njemačka	648	588	589
Italija	385	486	522
Španjolska	326	301	333
Francuska	248	219	212
Ostale europske zemlje	399	325	428
UKUPNO	3031	3448	3983

Izvor : Hrvatski zavod za statistiku

Kao što se iz tablice može vidjeti, najveće emitivno tržište je Velika Britanija, koju slijede Njemačka i Italija. Iz godine u godinu dolazi do stalnog porasta putnika na svim emitivnim tržištima, što pokazuje da je kruzing turizam sve značajniji segment naše ponude.

Tablica 4:Očekivani porast potražnje za kruzingom

GODINA	BROJ LEŽAJA	BROJ PUTNIKA	PORAST %
2010.	500 000	20200000	6,1
2011.	525 000	21210000	5,0
2012.	550 000	22500000	6,1
2013.	580 000	23750000	5,6
2014.	610 000	24700000	4,0
2015.	635 000	25850000	4,7
2016.	655 000	26950000	4,3
2017.	675 000	27670000	2,7
2018.	695 000	28360000	2,5
2019.	710 000	29040000	2,4
2020.	725 000	29700000	2,3

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

3.2. CIJENE PUTOVANJA

Prosječna cijena putovanja drži trend iz prethodnih godina, ima laganu putanju prema gore, odnosno povećanje po putovanju od 1.710 eura, a u prosjeku dužina trajanja putovanja iznosi 9,2 dana. Cijena kruzing putovanja po cijelom Mediteranu iznosi oko 4.000 kn u glavnoj sezoni. Također pojedinačna putovanja u istoj sezoni prema pojedinačnim destinacijama kao što su Italija, Turska ili Grčka iznose također u prosjeku 4.000 kn. Bitno je napomenuti da su cijene za iste destinacije u posezoni, tj. oko dvanaestog mjeseca znatno povoljnije te iznose oko 2.000 kn u prosjeku. Sve navedene cijene su cijene putovanja za jednu osobu. Uključuju sve sadržaje na brodu.³⁸

Putovanje u trajanju osam dana, u razdoblju od 01.09. do 31.12., koje uključuje destinacije Hrvatsku, Grčku, Italiju, Crnu Goru i Tursku u prosjeku iznosi oko 3.000 kuna. Cijene ovise o

³⁸Cijene kruzing putovanja, dostupno na: www.cruisetricks.de/neue-studien-und-statistiken-kreuzfahrtjahr-2011-in-zahlen/&langpair=de%7Cen&hl=de&ie=UTF8

odabiru kompanije s kojom želite putovati. Ali sve usluge koje se na kruzerima nude su uglavnom jako slične.³⁹

Iz mnoštva pregledanih ponuda za krstarenje te cijena istih može se zaključiti da se razlike pojavljuju s obzirom na sezone, pa tako zaključujemo da je najpovoljnije Mediteranom ploviti u postsezoni kad su cijene najpristupačnije. Razlike u cijenama se pojavljuju i zavisno od kompanije koja se odabere. Jako cijenjene i poznate kompanije održavaju svoje cijene već godinama na sličnom nivou kako bi zadržale što veći broj putnika.

3.3. NAJVAŽNIJE RUTE KRUZERSKIH PUTOVANJA

U nastavku slijedi analiza ruta kruzerskog turizma na Mediteranskom području kroz godišnja doba.

Ljetna sezona traje od kraja svibnja do sredine listopada. To vrijeme je savršeno za krstarenja uzduž sjevernih obala - Francuske, Jadrana i Grčke, zbog izrazito povoljnog vremena te topline mora. Područje između ljeta i zime je sljedeće za analizu. U tom razdoblju postoji prijelazni mjesec na kraju sezone kada je potražnja u velikoj mjeri opala, ali ipak još uvijek putuje određeni broj turista. Područje Južnog Mediterana je povoljno za plovidbu u ovom dijelu godine zbog temperature mora koja iznosi veoma ugodnih 18 stupnjeva. U zimskim mjesecima (od 1. studenog do kraja ožujka) dolazi sve hladnije i nepovoljnije vrijeme. Jako je teško održavati luke zbog snijega, leda te vjetra. Potražnja za putovanjima u ovom periodu je jako slaba. U ljetnim mjesecima zanimljivi dijelovi zapadnog Mediterana i Jadrana postaju traženo ciljno tržište te ponuđači povećavaju svoje cijene, pogotovo od sredine srpnja do kraja kolovoza. U gotovo svim marinama na Mediteranu te u neposrednoj blizini njih otvaraju se diskoteke i razni klubovi za noćnu zabavu kruzim turista. U ovom periodu vrlo je velika potražnja za zemljama Istočnog Mediterana.⁴⁰

³⁹Krstarenja, Kompas.hr., dostupno na: <http://www.kompas.hr/hr/Putovanja/Krstarenja.aspx?promjena=1>

⁴⁰Mediterranean Cruising, August 2015., dostupno na: <http://www.jimbsail.info/mediterranean>

4. MODEL KRUZING KOMPANIJE

4.1. KRUZING KOMPANIJA AIDA CRUISES

Cruise Line **AIDA Cruises** je jedna od vodećih kruzining kompanija u svijetu. Ova kompanija pruža vrhunski doživljaj krstarenja uz vrhunsku uslugu i prvoklasno osoblje na velikom broju ruta diljem svijeta.

AIDA Cruises je važna članica britansko–američke kompanije Carnival sa prepoznatljivom prefinjenošću njemačkog stila krstarenja. Njeno sjedište je u Rostocku, u Nemačkoj. Prvobitno je bila osnovana kao Deutsche Seereederei sa brodom imena Völkerfreundschaft ("Prijateljstvo među narodima "). Ova kruzining kompanija ima bogatu povijest, započetu 1960. godine.⁴¹

Njemački Cruise Line usredotočen je u velikoj mjeri na sport i sportske aktivnosti. Tako na njihovim brodovima možemo naći mnoštvo sportskih aktivnosti kao što su fitness, igrališta za košarku ili odbojku, golf ili nordijsko hodanje te privatnog instruktora ronjenja. Unutar broda nalaze se razni restorani i kabine koje su uređene žarkim bojama i veselim tonovima. Svake večeri gostima se nude razni vidovi zabave te muzika u živo sa veoma maštovitim i bogatim popratnim programom. Ova kruzining kompanija oslobodila je svoje putnike plaćanja vozarine u potpunosti. Minimalna dob za putnike je 6 mjeseci. Ovo ograničenje je uvedeno iz sigurnosnih razloga. Također su uveli obavezu da sva djeca između 6 i 12 mjeseci moraju biti cijepljeni protiv dječjih bolesti kako bi povećali razinu sigurnosti i umanjili rizik od bolesti. Za djecu od 3-17 godina organiziraju se aktivnosti, kao i usluge čuvanja. Ove aktivnosti podijeljene su po dobi te nude i jedan vid edukacije kroz zabavu. Na brodovima postoje, pored ostalih pogodnosti, i bazeni, zabavni parkovi te igraonice namijenjene ovom uzrastu. Na početku svakog krstarenja roditeljima, kao i svim ostalim putnicima, se daju osnovna pravila ponašanja, sigurnosne upute te dodatna upozorenja kao i sve važne informacije. Za djecu se nudi boravak s roditeljima u kabini po vrlo povoljnim cijenama i uz dodatne popuste. Pristup Casinu te točenje alkohola strogo je zabranjeno maloljetnim osobama. Što se tiče prehrane i male ponude između obroka, Aida je i u ovoj kategoriji izašla u susret svojim putnicima te im stavila na raspolaganje navedeno uključeno u cijene putovanja. Svi obroci uključuju švedski stol, razna vina, pivo i bezalkoholna pića i to je sve također uključeno u cijenu. Na brodovima postoji nekoliko besplatnih pića koje stoje putnicima na

⁴¹Kruzining kompanije na Mediteranu, dostupno na : <http://www.krstarenja.rs/sr/brodske-kompanije>

raspolaganju, kao što su : voda, prirodne sokovi čaj, kava, mlijeko i sl. Potrošnja drugih pića, sokova i alkoholnih pića koja se poslužuju na brodu, ali u vremenu između obroka, naplaćuje se odvojeno. Postoje i posebni paketi pića koja su posebno namijenjena djeci. Neki poseban dress- code na brodu nije propisan. Najveći broj žalbi dolazi zbog zabrane, što na brodove nije dopušten ukrcaj osoba koje su 24 tjedana ili više trudne. Pušenje na brodu je dopušteno u baru i na palubi, međutim pušenje nije dopušteno u kabinama niti na balkonima od soba. Pored navedenih usluga na brodovima se nude i usluge vezane za šoping, opuštanje, poboljšanje zdravlje, raznoraznih rekreacijskih i zabavnih aktivnosti.⁴²

Nakon osnovnih informacija o samim putovanjima na brodovima, pravilima i propisima, u nastavku informacije o samoj tvrtki.

Ova kruzing kompanija raspolaže sa vrhunski opremljenim brodovima. To su sljedeći brodovi:

- AIDAprima
- AIDAstella
- AIDamar
- AIDAsol
- AIDAblu
- AIDAluna
- AIDAbella
- AIDAdiva
- AIDAaura
- AIDAvita
- AIDAcara.⁴³

Što se tiče kruzing odredišta ove kompanije, najznačajnija su :

- Odredišta zapadnog Sredozemlja,
- Istočna mediteranska odredišta,
- Područje Jadranskog mora,
- Kanarski otoci,
- Zapadna Europa,
- Sjeverna Europa,
- Baltičko more,
- Crveno more,
- Orijent,
- Orient-Indija,

⁴²Aida Cruises, službena web stranica, dostupno na: <https://www.aida.de/>

⁴³ibid

- Azija,
- Karibi,
- Sjeverna Amerika,
- Odredišta za kratke izlete.⁴⁴

AIDA nudi i razna akcijska putovanja koja imaju sljedeće nazive : Turistička događanja, Kraj tjedna, AIDA vikend šoping, SAMO AIDA First minute, SAMO AIDA, Top 5 Krstarenja, Kombinirana putovanja, Grupne ture, Last minute krstarenja, Rani - Alarm rezervacija, Obitelj putovanja, Jedano Putovanje te raznovrsni odmor paketi. Sva navedena putovanja imaju osmišljen posebni itinerar te prateće usluge koje dodatno obogaćuju ponudu.

Ova kruzerska kompanija nudi posebne popuste te razna sniženja cijena, kao i prigodne blagdanske itinerare.

4.2. MODEL KRUZER - BRODA

Analizirat ćemo Aida Luna kruzer i prikazati sve njegove prednosti.

AIDA luna će zadovoljiti i najzahtjevnije posjetitelje sa svojih 13 paluba. Ovaj kruzer je definitivno namijenjen onima koji odmor zamišljaju kao luksuz, kvalitetnu uslugu i prvoklasne sadržaje. Površina mu je 2.300 m² a broji 5117 kabina. Kabine mogu biti sa balkonom, pogledom na more ili unutrašnje kabine. Sve kabine imaju kupaonicu. Moguće je birati između različitih veličina i opremljenosti kabina. Na brodu se nude usluge Spa-a sa bogatom ponudom raznih opuštajućih terapija. Terapije su opuštajućeg, zdravstvenog ili estetskog karaktera. Na brodu se nalazi i kino sa premijerama najnovijih filmova. Gastronomska ponuda je prvoklasna i raznovrsna. Nude se i razni sportovi i sportske aktivnosti na brodu. Također se nude usluge čuvanja djece ili edukativno - zabavne radionice za njih. Brod je opremljen bazenima, restoranima, casinima, shopping zonama, zabavno - rekreacijskim prostorima, kongresnim dvoranama, noćnim klubovima, umjetnim vrtovima te mnogim drugim zanimljivim prostorima. Kruzer nudi i usluge pranja, sušenja te glačanja odjeće. Postoji i ponuda raznih poslovnih usluga, te razni tečajevi. Najviše interesa privlači jogga tečaj. Svaku večer su organizirane razne tematske zabave uz muziku. Stručna posada te stručne službe stoje na raspolaganju putnicima u svakom trenutku. Brod je opremljen suvremenom tehnologijom te nadzornim kamerama. Na

⁴⁴ibid

brodu se nalazi i privatna mala bolnica sa svim uslugama, odnosno specijalnim kadrom, koji se brine za sve vrste ozljeda, bolesti i slično.⁴⁵

Uz sve nabrojane usluge i pogodnosti brod je savršen za odmor i opuštanje bez ikakvih briga.

⁴⁵Aida Cruises, dostupno na: aidaaa <https://www.aida.de/kreuzfahrt/schiffe/aidaluna.18759.html>

5. HRVATSKI KRUZING TURIZAM U BROJKAMA

5.1. STATISTIČKI PODATCI KRUZING TURIZMA U HRVATSKOJ

U ovom poglavlju prikazuju se glavni statistički podatci koji određuju kruzing turizam u našoj zemlji.

„Od svih kružnih putovanja na području naše zemlje svoj prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske evidentiralo se je u najvećem postotku na području u Dubrovačko-neretvanske (71,5 posto) te Splitsko-dalmatinskoj županiji (17,8 posto), što je ukupno 89,3 posto. Ostatak od 10,7 posto stranih brodova na kružnim putovanjima svoj prvi ulazak u teritorijalno more evidentiralo je u ostale četiri morske županije: Šibensko-kninskoj (3,6 posto), Istarskoj (3,1 posto), Zadarskoj (2,8 posto) te Primorsko-goranskoj (1,2 posto). U odnosu na isto razdoblje 2012., može se zaključiti da je broj putovanja veći je za 3,2 posto, dok je broj putnika koji su na taj način ušli u Republiku Hrvatsku veći za 7,2 posto. Ukupan broj dana boravka kruzing putnika u istom razdoblju povećao se je za 10,2 posto. Najveći broj kruzing gostiju imali smo pod zastavama Bahama (205), Malte (165), Italije (134), Paname (99) i Bermuda (57), dok je najveći broj putnika stigao s panamskih (312.716) i talijanskih (307.389) brodova. Ako promatramo prema mjesecima, u kolovozu 2013. godine u našu zemlju stiglo je najviše putnika na kružnim putovanjima stranih brodova, njih 194.611, a odmah za njim slijedi rujana sa 185.273 putnika i lipanj sa 184.148 putnika.“⁴⁶

Tablica 5 : Dolasci kruzera na područje naše zemlje prema zastavi broda, broju putovanja, danima boravka i broju putnika od prvog do osmog mjeseca

Zastava broda	Putovanja	Dani boravka	Putnici na brodu
I. – XII.	I. – XII.	I. – XII.	
Ukupno	828	1 638	1 237 623
Bahami	205	335	247 627
Belgija	28	161	4 765
Bermudi	57	60	109 213
Finska	3	6	959
Francuska	28	68	5 788
Grčka	25	89	828
Italija	134	156	307 389
Japan	1	1	663
Luksemburg	5	15	833
Malta	165	527	155 115

⁴⁶Institut za turizam akcijski plan razvoja n tu zg 2015, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocImages/151022_AP-%20nauticki-www.pdf

Maršalovi Otoci	11	14	11 468
Nizozemska	21	41	33 656
Njemačka	2	4	738
Panama	99	100	312 716
Portugal	29	29	37 711
Sveti Vincent i Grenadini	12	29	1 128
Velika Britanija i Sjeverna Irska	3	3	7 026

Izvor: DZS (2013.), Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj u razdoblju od siječnja do prosinca 2013., dostupno na http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm

Iz tablice možemo zaključiti da je najviše putnika u Hrvatskoj bilo pod zastavama Paname, Italije i Bahama, a najviše putovanja učinili su brodovi s Bahama, Malte te Italije. Najduže su boravili putnici s Malte, Bahama, iz Belgije i Italije.

Tablica 6: Broj posjeta kruzing turista prema luci i postotku u 2011.godini

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

Izvor: Državni zavod za statistiku

Prema broju posjeta kruzera lukama nautičkog turizma zaključuje se da uvjerljivo najveći broj posjeta ima Dubrovnik. Ova luka i je naša najveća luka prema broju posjeta, приходima i prihvatnim kapacitetima.

Tablica 7 : Prognoza za 2017 godinu

PROGNOZA ZA 2017 GODINU	
1,5 milijuna	Najmanji broj putnika s kruzera u Hrvatskoj
5,5 milijuna	Najveći broj putnika s kruzera u Hrvatskoj
75 milijuna €	Najmanji direktni prihod od međunarodnoga kruzinga
150 milijuna €	Najmanji direktni i indirektni prihod od međunarodnog kruzinga
200 milijuna €	Najveći direktni i indirektni prihod od međunarodnog kruzinga
1 500	Plan broja novih radnih mjesta

Izvor: Institut za turizam RH

Prema prognozi za 2017. godinu primjećuje se da stručnjaci očekuju povećanje broja kruzing putnika, prihoda te radnih mjesta u ovom sektoru.

5.2. STATISTIČKI PODATCI O SADAŠNJEM STANJU KRUIZING TURIZMA U HRVATSKOJ

Kružna putovanja u Hrvatskoj postoje već više od dvadeset godina u domaćem prometu ali su u teritorijalnom moru tek zadnjih godina postala prepoznatljivim i poželjnim turistički proizvodom.⁴⁷

Prvotno se kruzing turizam na našim područjima odnosio samo na prijevoz putnika od jednog do drugog odredišta s prehranom na brodu, bez bilo kakvog organiziranog boravka na kopnu, uz eventualno zaustavljanje zbog kupanja. Danas je taj proizvod razvijen te moderniziran te pa se nude raznovrsne kombinacije krstarenja kao npr. krstarenja s biciklističkim turama po otocima, gastronomske ili avanturističke ture itd.

⁴⁷Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svibanj, 2007., str. 54.

Ponudu u domaćem kruzing turizmu 2013. godine činilo je 140 brodova (što iznosi 26% više u odnosu na 2009.). Prosječna duljina brodova iznosi oko 30 m. Svega nekolicina brodova posjeduje izlazak iz kabina u zatvoreni prostor pa su samo oni pogodni i za plovidbu u širem izvansezonskom razdoblju. Putovanja najčešće traju 8 dana, a polazne luke su uglavnom naše najpoznatije obalne destinacije (Opatija, Zadar, Split, Dubrovnik itd.). Putovanja su obično organizirana tako da se posjeti veliki broj destinacija te se u svakoj zadržava kratak period.⁴⁸

U sljedećoj tablici imamo pregled svih većih luka u Hrvatskoj u srcu naše sezone , odnosno u 6., 7., i 8. mjesecu, po broju prispjelih putnika u 2016. godini.

Tablica 8 : Pregled naših kruzing luka, po broju prispjelih međunarodnih putnika u 6., 7., i 8. mjesecu 2016 godine.

Luka	Godina	Mjesec	Vrsta prometa	Prispjeli
Biograd	2016	VI	međunarodni promet	..
Biograd	2016	VII	međunarodni promet	..
Biograd	2016	VIII	međunarodni promet	..
Cres	2016	VI	međunarodni promet	..
Cres	2016	VII	međunarodni promet	..
Cres	2016	VIII	međunarodni promet	140
Dubrovnik	2016	VI	međunarodni promet	100735
Dubrovnik	2016	VII	međunarodni promet	120308
Dubrovnik	2016	VIII	međunarodni promet	131642
Hvar	2016	VI	međunarodni promet	3954
Hvar	2016	VII	međunarodni promet	4928
Hvar	2016	VIII	međunarodni promet	3380
Jablanac	2016	VI	međunarodni promet	..
Jablanac	2016	VII	međunarodni promet	..
Jablanac	2016	VIII	međunarodni promet	..
Korčula	2016	VI	međunarodni promet	1021
Korčula	2016	VII	međunarodni promet	1718
Korčula	2016	VIII	međunarodni promet	2046
Krk	2016	VI	međunarodni promet	..
Krk	2016	VII	međunarodni promet	..
Krk	2016	VIII	međunarodni promet	..
Makarska	2016	VI	međunarodni promet	..
Makarska	2016	VII	međunarodni promet	..

⁴⁸ ibid

Luka	Godina	Mjesec	Vrsta prometa	Prispjeli
Makarska	2016	VIII	međunarodni promet	..
Novalja	2016	VI	međunarodni promet	..
Novalja	2016	VII	međunarodni promet	341
Novalja	2016	VIII	međunarodni promet	472
Poreč	2016	VI	međunarodni promet	6549
Poreč	2016	VII	međunarodni promet	13524
Poreč	2016	VIII	međunarodni promet	14379
Preko	2016	VI	međunarodni promet	..
Preko	2016	VII	međunarodni promet	..
Preko	2016	VIII	međunarodni promet	..
Pula	2016	VI	međunarodni promet	2920
Pula	2016	VII	međunarodni promet	6932
Pula	2016	VIII	međunarodni promet	5915
Rab	2016	VI	međunarodni promet	3
Rab	2016	VII	međunarodni promet	454
Rab	2016	VIII	međunarodni promet	433
Rabac	2016	VI	međunarodni promet	..
Rabac	2016	VII	međunarodni promet	..
Rabac	2016	VIII	međunarodni promet	..
Rogač	2016	VI	međunarodni promet	..
Rogač	2016	VII	međunarodni promet	..
Rogač	2016	VIII	međunarodni promet	..
Rovinj	2016	VI	međunarodni promet	4525
Rovinj	2016	VII	međunarodni promet	6590
Rovinj	2016	VIII	međunarodni promet	7985
Split	2016	VI	međunarodni promet	47881
Split	2016	VII	međunarodni promet	61258
Split	2016	VIII	međunarodni promet	74217
Stari Grad	2016	VI	međunarodni promet	177
Stari Grad	2016	VII	međunarodni promet	1788
Stari Grad	2016	VIII	međunarodni promet	6776
Supetar	2016	VI	međunarodni promet	..
Supetar	2016	VII	međunarodni promet	..
Supetar	2016	VIII	međunarodni promet	..
Sućuraj	2016	VI	međunarodni promet	..
Sućuraj	2016	VII	međunarodni promet	..
Sućuraj	2016	VIII	međunarodni promet	..
Trogir	2016	VI	međunarodni promet	393
Trogir	2016	VII	međunarodni promet	53

Luka	Godina	Mjesec	Vrsta prometa	Prispjeli
Trogir	2016	VIII	međunarodni promet	270
Vela Luka	2016	VI	međunarodni promet	..
Vela Luka	2016	VII	međunarodni promet	..
Vela Luka	2016	VIII	međunarodni promet	..
Vis	2016	VI	međunarodni promet	109
Vis	2016	VII	međunarodni promet	53
Vis	2016	VIII	međunarodni promet	112
Zadar	2016	VI	međunarodni promet	19032
Zadar	2016	VII	međunarodni promet	21500
Zadar	2016	VIII	međunarodni promet	31173
Šibenik	2016	VI	međunarodni promet	870
Šibenik	2016	VII	međunarodni promet	476
Šibenik	2016	VIII	međunarodni promet	1116
UKUPNO	2016	VI	međunarodni promet	190588
UKUPNO	2016	VII	međunarodni promet	245026
UKUPNO	2016	VIII	međunarodni promet	286455

Izvor : Hrvatski zavod za statistiku

Tablica je stvarno opsežna i detaljna. Mi ćemo ovdje iščitati i sažeti najvažnije podatke. Dubrovnik je naša veoma značajna luka kruzing turizma pa ćemo s njim početi. U prethodnoj godini u ova tri mjeseca ova destinacija je ugostila 115 000 gostiju. Hvar je u prosjeku kroz tri mjeseca primio 3500 kruzing turista. Korčula je u prosjeku 1500 turista s kruzera primila, Pula 4000 turista, Rovinj 5000 , dok je Split 5500 turista primio. Zadar je bio domaćin oko 25 000 gostiju kroz ova tri mjeseca.

U daljnjem tekstu slijedi pregled dolaska putnika u zadarsku luku kroz svih dvanaest mjeseci prošle godine.

Tablica 9 : Kruzing promet u Zadru kroz proteklu godinu

Luka		Godina	Mjesec	Vrsta prometa	Prispjeli
Zadar		2016	I	međunarodni promet	47
Zadar		2016	II	međunarodni promet	..
Zadar		2016	III	međunarodni promet	1066
Zadar		2016	IV	međunarodni promet	103
Zadar		2016	V	međunarodni promet	23689
Zadar		2016	VI	međunarodni promet	19032
Zadar		2016	VII	međunarodni promet	21500
Zadar		2016	VIII	međunarodni promet	31173
Zadar		2016	IX	međunarodni promet	19526
Zadar		2016	X	međunarodni promet	..
Zadar		2016	XI	međunarodni promet	..
Zadar		2016	XII	međunarodni promet	

Izvor: Hrvatski zavod za statistiku

Najveći broj putnika je prispio od 6 do 9 mjeseca. Vrhunac sezone je definitivno u 8. mjesecu kad je u ovu luku došlo čak blizu 32 000 gostiju. Iznenađujuća činjenica je da je u 9. mjesecu malo manje od 20 000 gostiju posjetilo Zadar. Ovo ukazuje na produženje sezone te pozitivan uspon kruzing turizma. Ove brojke ukazuju na veliki razvoj ove vrste turizma koji polako postaje glavna grana ove djelatnosti kako u Zadru tako polako i u cijeloj Hrvatskoj.

5.3. POTREBNE PROMJENE ZA BUDUĆNOST HRVATSKOG KRUIZING TURIZMA

„Može se zaključiti da Hrvatska ima veliki potencijal te da bi mogla biti jedna od vodećih i najboljih kruzing destinacija na području Sredozemlja. Razvoj luka Hrvatske je moguć uz dobro razrađen plan provedbe takvih programa.

Predlaže se stvaranje organizacijskog okvira međunarodnog kruzing turizma koji bi obuhvatio nacionalnu razinu i lokalnu razinu.

Hrvatska nacionalna udruga za međunarodni kruzing turizam trebala bi predstavljati oblik dobrovoljnog udruživanja subjekata zainteresiranih za razvoj kruzing turizma u Hrvatskoj čiji

bi se glavni ciljevi i zadaci mogli svesti na sljedeće: promocija Hrvatske kao poželjne kruzing destinacije, usklađivanje tarifne politike luka, stalna razmjena relevantnih informacija, ustanovljavanje jedinstvene metodologije praćenja kruzing prometa, predlaganje poboljšanja u zakonskoj regulativi, poticanje stručnog rada i izrade studijske dokumentacije te kontaktiranje s drugim asocijacijama povezanim s kruzingom.

Promocija je jedna od najbitnijih stvari kod razvoja bilo čega pa tako i kruzing turizma. U Hrvatskoj postoji promocija Hrvatske kao kruzing destinacije, promocija određenih hrvatskih luka kao polaznih luka i interna promocija usmjerena na određene interesne skupine u hrvatskim destinacijama.

Hrvatska se želi prikazati kao destinacija čija raznolika odredišta mogu biti izuzetno atraktivna za različite tipove kruzing putovanja. Zaštita okoliša od negativnog utjecaja kruzera je također jedan od gorućih problema većeg broja turističkih luka. Kako bi se Hrvatska nosila s tim, potrebna je reciklaža otpada, spajanje na izvor 'kopnene' električne energije dok su kruzери u luci, zabrana svih vrsta ispuštanja, odnosno odlaganja u more otpada, pepela, sivih i crnih voda, opasnih tvari, omogućiti brzo i učinkovito sankcioniranje prekršitelja zakona i međunarodnih konvencija, kvalitetniji nadzor kretanja kruzera.

Bitno je i poboljšati ponudu destinacija u cilju ostvarenja veće prosječne potrošnje posjetitelja s kruzera na kopnu, poboljšati ponudu izleta i mogućnosti za potrošnju tijekom izleta i razgleda grada, omogućiti dobivanje svih bitnih i relevantnih informacija. Za kraj, bitno je spomenuti potrebu za većim brojem stručnih kadrova koji bi bili dovoljno povjerljivi da izrađuju relevantne i bitne studije i istraživanja o ovoj vrsti turizma kako bi se lakše ostvarili prethodno navedeni zadaci.⁴⁹

⁴⁹Andelic, M. : Analiza kruzing turizma u Hrvatskoj, Članak na stranici : Hrčak srce, 2016.

6. ZAKLJUČAK

Kruzing turizam je oblik turizma koji ima brzi stopu razvoja u zadnjih nekoliko godina.

Ova vrsta turizma ima jako složenu strukturu, te je oblik turizma koji spaja putovanja i zabavu. Uz geografski položaj destinacije za razvoj ove vrste turizma važnu ulogu imaju vremenske prilike, prirodne ljepote te povijesno- kulturne znamenitosti.

Možemo zaključiti da je Sjeverna Amerika vodeća u ovom obliku turizma, nju slijedi Europa, dok je ostatak svijeta još uvijek daleko iza njih i na trećem mjestu.

Ponuda i potražnja su faktori koji određuju popularnost destinacije, a na njih direktno utiču blizina destinacije i trajanje putovanja . Navedeni faktori utječu na visinu cijene putovanja. Danas su cijene dosta pristupačne te fleksibilne jer sadržavaju veliki broj usluga i destinacija koje su ukomponirane u jedno putovanje.

Ova vrsta turizma potiče ,uz dobru suradnju lokalne zajednice i svih privatnih subjekata, gospodarski razvoj destinacije. U svijetu je to već uhodan mehanizam dok u Hrvatskoj da bi se postiglo navedeno mora se poraditi na većim kapacitetima luka te bogatijom ponudi istih. Promocija je faktor koji također treba malo usavršiti da bi se ova vrsta turizma kod nas popela na veću razinu.

Uz sve navedeno treba paziti i na održivost destinacija kako ne bi došlo do onečišćena ili uništenja manjih pomorskih mjesta u našoj zemlji koje postaju sve više popularnije i zanimljivije kruzingu turistima.

7. SAŽETAK

Kruzing turizam je procvao u dvadesetom stoljeću, a doživljava svoj vrhunac u zadnjem desetljeću ovoga stoljeća.

Kruzing turizam zahtjeva velika ulaganja a ishod je neizvjestan pa je neophodno imati dobar plan razvoja i određenu infrastrukturu. To podrazumijeva ponajprije velike luke, zatim prateće sadržaje u lukama i destinacije koje imaju nosive kapacitete koji osiguravaju smještaj i ostale usluge za nagli priljev velikog broja turista. Ako je sve kako je navedeno od kruzing turizma profitiraju svi, ne samo oni direktno uključeni u njega nego i cijelo gospodarstvo.

U svijetu je kruzing turizam najrazvijeniji na Karibima dok je u Hrvatskoj Dubrovnik, koji ima dvije velike luke, vodeći i jedan od glavnih predstavnika na Mediteranu.

Kruzing nosi i negativne učinke i zato planiranje razvoja ovog turizma u destinaciji treba biti oprezno. Ti negativni učinci su: zagađenje zraka, zagađenje voda, prelazak praga nosivosti destinacije što izrazito negativno djeluje na destinaciju i ljude koji trajno žive u njoj. Zato je potrebno zapošljavati razne stručnjake u tom području koji bi izrađivali potrebne studije, analize i radove na tu temu, te istraživali tržište i predviđali buduća kretanja u destinaciji kako bi se negativni učinci ako ne potpuno isključili onda sveli na minimum.

Ključne riječi: kruzing turizam, Mediteran, kruzing destinacije, turističke luke.

8. SUMMARY

Cruise Tourism in the Mediterranean

Cruising tourism flourished in the twentieth century and reaching its peak in the last decade of this century.

Cruising tourism requires large investments and the outcome is uncertain, it is essential to have a good plan and development of a certain infrastructure. This includes mainly the large port, then supporting facilities in ports and destinations that have bearing capacities that provide accommodation and back the other services for a sudden influx of large numbers of tourists. If all that was stated by cruising tourism benefit everyone, not just those directly involved in it, but also the entire economy.

The world's most advanced cruise tourism in the Caribbean while in Croatia, Dubrovnik, which has two major ports, leading and one of the main representatives of the Mediterranean.

Cruising carries and negative effects and therefore planning the development of tourism in the area, must therefore be cautious. These negative effects are: air pollution, water pollution, crossing the threshold capacity of destinations as an extremely negative impact on the destination and the people who permanently live in it. Therefore, it is necessary to employ a variety of experts in the field who would develop the necessary studies, analyses and works on this subject, and researched the market and anticipated future developments in the area to be negative effects if not completely off then reduced to a minimum.

Key words: cruise tourism, Mediterranean, cruise destinations, tourist ports.

9. LITERATURA

KNJIGE:

1. Mancini, M. : Cruising; A guide to the cruise Line Industry,
2. Peručić, D. : Cruising – Turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji,
3. Jadrešić, V. : Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni,
4. Luković, T. : Nautički turizam – definicija i dileme,
5. Benić, I. : Pomorska krstarenja u destinacijskoj ponudi Hrvatske,
6. Đurković, V. : Razvoj Dubrovnika kao destinacije u kružnim putovanjima, projekt razvoja,
7. Anđelić, M. : Analiza kruzing turizma u Hrvatskoj,
8. Passenger Shipping Association, The Annual Cruise Review,
9. Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English
10. Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam Zagreb,
11. Kruzing studija održivog razvoja turizma, Institut za turizam Zagreb,

INTERNET:

1. Horak, S. : Međunarodni kruzing turizam - brzorastuća vrsta turizma u svijetu, Sveučilište Vern Zagreb, 2013., dostupno na : <http://www.vern.hr/docs/medijske-stipendije-2012-2013/MORT/Sinisa-Horak-Medunarodni-kruzing-turizam->
2. Lučka uprava Dubrovnik, Kružna putovanja u svijetu, dostupno na : <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr>
3. Talijanske marine, dostupno na: <http://www.wish.hr/2011/11/talijanske-marine>
4. Wikipedia: Marseille, dostupno na : <http://hr.wikipedia.org/wiki/Marseille/>
5. Mediterranean marinas, dostupno na: <http://www.medmarinas.com/MarinaDisplay.asp?ITMID=27>
6. Španjolske marine, dostupna: <http://www.wish.hr/2011/11/spanjolske-marine/>
7. Noon site: Turkey Eastern Mediterranean, dostupno na: <http://www.noonsite.com/Countries/Turkey?a=EasternMed>
8. Krstarenja na Šengenskom području, dostupno na : http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/index_de.htm
9. Cijene kruzing putovanja, dostupno na: www.cruisetricks.de/neue-studien-und-statistiken-kreuzfahrtjahr-2011-in-zahlen/&langpair=de%7Cen&hl=de&ie=UTF8
10. Krstarenja, Kompas.hr., dostupno na: <http://www.kompas.hr/hr/Putovanja/Krstarenja.aspx?promjena=1>
11. Mediterranean Cruising, August 2015., dostupno na: <http://www.jimbsail.info/mediterranean>
12. Kruzing kompanije na Mediteranu, dostupno na : <http://www.krstarenja.rs/sr/brodske-kompanije>
13. Aida Cruises, službena web stranica, dostupno na: <https://www.aida.de/>

- 14.** Institut za turizam akcijski plan razvoja n tu zg 2015,dostupno na:
http://www.mint.hr/UserDocsImages/151022_AP-%20nauticki-www.pdf

POPIS TABLICA

NAZIV TABLICE	STRANICA
1: Glavne kruzing destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera	5
2: Marine kruzing trizma u Hrvatskoj	15
3: Broj putnika od 2009. – 2011. godine	19
4: Očekivani porast potražnje za kruzingom	20
5 : Dolasci kruzera na područje naše zemlje prema zastavi broda, broju putovanja, danima boravka i broju putnika od prvog do osmog mjeseca	26
6: Broj posjeta kruzing turista prema luci i postotku u 2011.godini	27
7 : Prognoza za 2017 godinu	28
8 : Pregled naših kruzing luka, po broju prispjelih međunarodnih putnika u 6., 7., i 8. mjesecu 2016 godine.	30
9 : Kruzing promet u Zadru kroz proteklu godinu	31

POPIS GRAFIKONA

GRAFIKON


STRANICA

1: Udjeli najvećih cruising-kompanija u svijetu, u 2010. godini prema broju ležajeva 8


ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

Alivuk Tea

 Kraljice Jelene 32, 23206 Sukošan (Hrvatska)

 0992983175

 tea.perisic3@gmail.com

PERSONAL STATEMENT

RADNO ISKUSTVO

06/2011–09/2012

Super Sigurnost d.o.o., Zagreb

06/2015–09/2015

Lekaj d.o.o., Sukošan

01/2016–06/2016

Opća bolnica Zadar

07/2016–10/2016

Studenac d.o.o., Zadar

OBRAZOVANJE I OSPOBLJAVANJE

2008–2011

Ekonomski tehničar komercijalist

Ekonomska srednja škola, Bihać (Bosna i Hercegovina)

2012

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik Hrvatski znakovni jezik

Ostali jezici

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
engleski	B2	B2	B2	B2	B2

njemački	B1	B1	B1	B1	B1
talijanski	A2	A2	A2	A2	A2

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
[Zajednički europski referentni okvir za jezike](#)

Komunikacijske vještine Komunikativne sposobnosti sam gradila i usavršavala tijekom studiranja kroz razna izlaganja seminara.

Digitalna kompetencija

SAMOPROCJENA				
Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Iskusni korisnik	Iskusni korisnik	Iskusni korisnik	Iskusni korisnik	Iskusni korisnik

[Informacijsko-komunikacijske tehnologije - tablica za samoprocjenu](#)

Vozačka dozvola B