

# Obilježja cruising turizma u Hrvatskoj od 1995. do danas

---

**Milivojević, Marija**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2018**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:563828>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-30**



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Veleučilište u Karlovcu  
Poslovni odjel  
Stručni studij Ugostiteljstva

**Marija Milivojević**

**Obilježja cruising turizma u Hrvatskoj od 1995. do  
danas**

**ZAVRŠNI RAD**

Karlovac, rujan 2018.

Veleučilište u Karlovcu  
Poslovni odjel  
Stručni studij Ugostiteljstva

**Marija Milivojević**

**Obilježja cruising turizma u Hrvatskoj od 1995. do  
danas**

**ZAVRŠNI RAD**

Kolegij: Poslovanje turističkih agencija

Mentor: Ivan Pukšar, mag.oec.

Matični broj studenta: 0621612005

Karlovac, rujan 2018.

## Sažetak

U završnom radu se analiziraju *cruising* putovanja kao najbrže rastući sektor turističkih putovanja u posljednjih 20 godina u svijetu. Objasnjeno je da osim samih *cruisera*, snažne učinke takve vrste turizma imaju luke i destinacije koje turisti biraju posjetiti na *cruising* putovanjima. S obzirom da je Hrvatska na Mediteranu, koje je jedno od najpopularnijih područja *cruising* turizma, *cruising* putovanja su već godina aktualna u Hrvatskoj, posebice zbog Dubrovnika. Zadnjih godina se sve više *cruisera* zaustavlja i u drugim gradovima, što je pozitivno no u radu je prikazano kako treba voditi računa da zbog dinamičnog razvoja *cruising* turizma dolaze do izražaja i negativni učinci na destinaciju, koje je potrebno neutralizirati. Iz tog razloga je vrlo bitno dobro organizirati operativni dio posla luci kako bi se zadovoljile potrebe gostiju ali i lokalnog stanovništva. Na kraju rada je objašnjeno na koji način je moguće unaprijediti *cruising* turizam u Hrvatskoj, kao i da je potrebno ulagati u promociju Hrvatske kao *cruising* destinacije.

Ključne riječi: *cruising* putovanja, *cruising* destinacije, usluge luka, Republika Hrvatska

## **Abstract**

In the final work, cruise travel is being analyzed as the fastest growing tourism travel sector in the last 20 years in the world. It has been explained that, apart from the cruise ships themselves, the strong effects of such a type of tourism have ports and destinations that tourists choose to visit on cruise journeys. Since Croatia is in the Mediterranean, which is one of the most popular areas of tourism cruising, the cruise travels are already current in Croatia, especially because of Dubrovnik. In recent years, more and more cruisers stops in other croatian cities, which is positive, but it is shown in the paper that account should be taken of the fact that, due to the dynamic development of cruising tourism, there are expressions and negative effects on the destination, which need to be neutralized. For this reason it is very important to organize the operational part of the port of work in order to meet the needs of the guests but also the local population. At the end of the work it was explained how to improve cruising tourism in Croatia, as well as to invest in promoting Croatia as a cruising destination.

Key words: cruise, cruising destinations, harbor services, Republic of Croatia

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Predmet i cilj izrade rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	1
2. <i>Cruising</i> putovanja – osnovni pojmovi.....	2
2.1. Povijesni razvoj <i>cruising</i> putovanja.....	2
2.2. Potražnja na tržištu <i>cruising</i> putovanja .....	5
2.3. Učinci <i>cruising</i> turizma na luke i destinacije.....	6
3. <i>Cruising</i> putovanja u Hrvatskoj .....	11
3.1. Luke za prihvat <i>cruisera</i> .....	11
3.2. Operativni dio posla u luci.....	16
3.3. Koristi od <i>cruising</i> turizma Hrvatskoj .....	25
3.4. Unapređenje <i>cruising</i> turizma u Hrvatskoj.....	28
3.5. Promocija Hrvatske kao <i>cruising</i> destinacije .....	37
4. Zaključak.....	40
Literatura .....	41
Popis ilustracija .....	42

## **Zahvala**

Srdačno se zahvaljujem mentoru Ivanu Pukšaru mag.oec na mentorstvu, te profesorici dr.sc. Silviji Vitner Marković na savjetima kojima me vodila kroz izradu završnoga rada.

Isto tako se zahvaljujem svim ostalim profesorima i asistentima koji su dali sve od sebe da mi prenesu što više znanja tijekom studiranja.

Moja obitelj zaslužuje najveću zahvalu za svu potporu koju su mi pružili tijekom školovanja, jer bez njih ovo ne bi bilo moguće.

*Završetak studija i stečena diploma posvećena je mojim sinovima Petru i Vidu.*

Hvala Vam od srca!

# 1. Uvod

## 1.1. Predmet i cilj izrade rada

Predmet ovog završnog rada je organizacija turističkih aktivnosti u lukama, dok je cilj rada definirati što je potrebno hrvatskim lukama kako bi se uravnoteženo razvijale bez negativnih posljedica po destinaciju i lokalno stanovništvo. Zadnjih godina, osim Dubrovnika, ostali hrvatski gradovi kao *cruising* destinacije sve više dobivaju na značaju na *cruising* karti svijeta. Istražen je dosadašnji razvoj, ali dana je i procjena unapređenja te promocija *cruising* turizma u Hrvatskoj.

## 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

Glavni izvori podataka u nastanku završnog rada bila je stručna literatura, kao i Internet stranice. Pri izradi rada koristila se metoda istraživanja za stolom. Podaci su prezentirani metodom deskripcije i analize.

## 1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad podijeljen je u četiri tematske jedinice. Nakon uvodnog poglavlja, u drugom poglavlju navedeni su osnovni pojmovi *cruising* putovanja – povijesni razvoj, potražnja na tržištu te učinci *cruising* turizma na luke i destinacije. U trećem poglavlju rada koncentracija je na *cruising* turizmu u Hrvatskoj – luke za prihvat *cruisera* koje postoje, operativni dio posla u luci koji je potrebno napraviti, koje koristi Hrvatska ima od *cruising* turizma, kako unaprijediti *cruising* turizam u Hrvatskoj te kako ga najbolje promovirati. U četvrtom poglavlju dan je sused glavni zaključak rada.



## 2. Cruising putovanja – osnovni pojmovi

Pojam *cruisinga* definira se kao jedrenje za zabavu, razonodu odnosno jedriti od – do ili od mjesta do mjesta, na jedrilici, brodu ili motornoj jahti za zadovoljstvo, obično morem (češće), ali i jezerima i rijekama (rjeđe).<sup>1</sup> Cilj odlaska na *cruising* za putnika/turista je zadovoljavanje potrebe za odmorom, bijegom od svakodnevnice, za iskustvom, učenjem, doživljajem i zabavom.

### 2.1. Povijesni razvoj cruising putovanja

Pomorska *cruising* putovanja možemo podijeliti u četiri razdoblja. Prvo je od sredine 19. stoljeća do Prvog svjetskog rata, drugo između dva svjetska rata, treće je od završetka Drugog svjetskog rata do 70-tih godina 20. stoljeća, a moderni oblik *cruisinga* počinje od 80-tih godina 20. stoljeća.<sup>2</sup>

Počeci *cruisinga* mogu se naći u putničkom preookeanskom prometu koji se razvio nakon otkrića parobroda, kad plovidba preko oceana nije više ovisila o vremenskim prilikama i snazi vjetra. Prvi parobrod „Sirius“ preko atlanskog oceana zaplovio je 1838. godine te je s 40 putnika stigao iz Irske u New York za 40 dana.<sup>3</sup>

Prvo *cruising* putovanje na sjevernoameričkom tržištu zbilo se najvjerojatnije 1867. godine parobrodom „Quaker city“. Organizator i poduzetnik Charles D. Duncan, promovirao je to putovanje kao „Izlet u Svetu zemlju, Egipat, Grčku i ostala zanimljiva mjesta“. Putovanje je organizirano za oko 150 putnika i trajalo je 6 mjeseci s ukrcajem u New Yorku. Na to putovanje odlučio se i poznati Mark Twain, koji je iskustvo s *cruisinga* opisao u knjizi „The Innocent Abroad“.<sup>4</sup>

Tadašnja najveća američka kompanija „Cunard Line“ porinula je 1906. godine *cruiser* „Mauretania“ s 30.000 GT, što je bilo duplo više od dotadašnjih *cruisera*. *Cruiser* je bio brz, a

---

<sup>1</sup> Grupa autora, Rječnik turizma, ur. Vukonić, B., Čavlek., N., Masmedia, Zagreb, 2001., str. 183.

<sup>2</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 1

<sup>3</sup> [www.greatoceanliners.net/greatwestern.html](http://www.greatoceanliners.net/greatwestern.html), (preuzeto 26.03.2017.)

<sup>4</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 6

prostori na *cruiseru* su bili prostrani i atraktivno uređeni<sup>5</sup>. Britanski konkurent White Star Line, gradio je sporije, ali veće i raskošnije *cruisere*, kao što je bio „Olympic“ porinut 1911., te „Titanik“ porinut 1912.<sup>6</sup>

*Cruiseri* su postajali sve luksuzniji pa je tako kompanija Hamburg Amerika Line angažirala poznatog arhitekta koji je dizajnirao Hotel Ritz u Parizu i Londonu.<sup>7</sup> Ista kompanije počela je ploviti Karipskim otočjem. Polako su kompanije počele uvoditi i izlete, no u to vrijeme je prvenstvena namjena *cruisera* bila prijevoz putnika.

*Cruising* je u to vrijeme bilo namijenjeno višoj klasi. Nakon 1920. potražnja za *cruising* putovanjima se povećala nakon što je vlada u Americi uvela prohibiciju. Kompanije su *cruisere* registrirali pod drugim zastavama te su točile alkohol i tako usmjerile ponudu novom segmentu korisnika – kratka i jeftina putovanja.

Nakon Drugog svjetskog rata *cruising* se opet počinje buditi. Prvi *cruiser* izgrađen samo za *cruising* putovanja „Oceanic“ porinut je 1965., za kompaniju „Home lines“, što se može smatrati početkom modernog *cruisinga*.<sup>8</sup>

1965. godine je osnovana kompanija Peninsular Steam Navigation Company, poznatija kao P&O čiji su *cruiseri* plovili od Velike Britanije do Španjolske i Portugala, Malezije i Kine.<sup>9</sup> Nakon nekoliko godina osnovana je American Royal Mail Steam Packet Company čiji je *cruiser* „Britannia“ prevozila putnike na redovitoj liniji od Liverpoola do Halifaxa preko sjevernog Atlantika.<sup>10</sup> Danas su obje kompanije u sustavu vodeće grupacije na tržištu pomorskih *cruisinga*, grupacije Carnival.

---

<sup>5</sup> Dickinson, B., Vladimir, A., Selling the sea: An inside look at the Cruise Industry, John Wiley & Sons Inc., New York, 1997., str. 10; prema: Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 8

<sup>6</sup> Dickinson, B., Vladimir, A., Selling the sea: An inside look at the Cruise Industry, John Wiley & Sons Inc., New York, 1997., str. 12; prema: Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 8

<sup>7</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 9

<sup>8</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb., 2007., <http://www.mint.hr/UserDocImages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf> (preuzeto 19.07.2017.), str. 12

<sup>9</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 5., prema: Ward D., Complete Guide to Cruising & Cruise ships 2006., op.cit. str. 22

<sup>10</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 5., prema: Ward., D., Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2006., op.cit., str. 22

Ključnu ulogu u razvoju pomorskih *cruisinga* kao oblika turističke ponude imale su Sjedinjene Američke Države. Sredinom 70-tih nastaje promjena koncepcije pomorskih *cruisinga*. Od zastarjelog i dosadnog putovanja *cruiserom* namijenjenog uglavnom putnicima visoke platežne moći i starije životne dobi, *cruising* putovanja su postala specifičan oblik turističke ponude za sve segmente potrošača koji odlaze na *cruising* radi odmora i zabave na *cruiseru*. Broj putnika na *cruising* putovanju u razdoblju od 1970.-1980. godine porastao je za 190%, s 500.000 putnika, koliko ih je bilo 1970. godine na 1,4 milijuna putnika u 1980. godini.<sup>11</sup>

60-tih i 70-tih godina prošlog stoljeća se osnivaju poznate američke kompanije Norwegian Caribbean Line, Royal Caribbean Cruise Line koje su počele nuditi *cruising* po Karibima i koristiti charter avione kako bi prevozili putnike iz velikih gradova u luku ukrcaja Miami i tako smanjili troškove aranžmana i cijenu *cruisinga*. U Europi se osnivaju norveška kompanija Royal Viking Line i talijanska Costa. Američka kompanija Carnival Cruise Line počela je uspješno nuditi *cruising* uz organiziranu zabavu mladima srednje i niže platežne moći te uvela tako novi segment ponude. Od polovice 1980-tih godina *cruising* putovanja su postala masovna pojava u Americi, namijenjena svim segmentima potrošača bez obzira na životnu dob i socio-ekonomski status. Europska *cruising* putovanja su se razvila 1990-tih godina, ponajviše *cruising* Mediteranom. Na razvoj europskog tržišta za pomorska *cruising* putovanja najviše su utjecali.<sup>12</sup>

- Ulazak sjevernoameričkih *cruising* kompanija u potrazi za novim tržištima i destinacijama,
- Ulazak turooperatera vertikalnom integracijom u *cruising* sektor,
- Razvoj europskih *cruising* kompanija koje kreiraju proizvod prema zahtjevima europskih putnika.

Koncepcija *cruisinga* od sredine 19. stoljeća do danas bitno se promijenila. Započela je kao putovanja parobrodom za potrošače visoke platežne moći, razvila u atraktivan oblik odmora koji nudi plovidbu *cruiserom* radi zadovoljstva i zabave svim segmentima potrošača.

---

<sup>11</sup> Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 15

<sup>12</sup> Ibidem, str. 24

Jedan od bitnih razloga popularizacije *cruisinga* je pad cijena zračnog prometa. Osim toga, 1990-tih i 2000-tih počinje izgradnja mega *cruisera* od više od 70.000 GT i kapaciteta preko 2000 putnika, kao zabavno-odmorišni turistički proizvod.<sup>13</sup>

## 2.2. Potražnja na tržištu *cruising* putovanja

*Cruising* putovanja odnosno *cruising* turizam godišnje generira približno 18mlrd. USD u troškovima putnika i predstavlja najbrže rastući sektor turističkih putovanja u posljednjih 20 godina. Ako se promatra utjecaj na gospodarstvo destinacije onda se govori o izravnim, neizravnim i indiciranim prihodima koji generiraju u destinaciji:<sup>14</sup>

- Izravni prihodi se vezuju uz prodavače usluga i dobara izravno *cruiserima* na pomorskim *cruising* putovanjima, putnicima i posadi. Prihodi od *cruisera* 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 usluge, kupnju suvenira, kupnju nakita, izlete, hranu i piće. 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.
- Neizravni prihodi za gospodarstvo se vezuju uz potrošnju dobara i usluga lokalnog biznisa (turoperatora, agencija, dobavljača) koji pružaju usluge *cruiserima* na pomorskim *cruising* putovanjima. 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.
- Indicirani prihodi su u određenom odnosu proporcionalni ostvarenju izravnih i neizravnih prihoda.

---

<sup>13</sup> Mancini, M., *Cruising: A guide to the Cruise Line Industry*, Delmar Thomson Learning, New York, 2000., str. 8

<sup>14</sup> Benić I.: Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, *Poslovna izvrsnost Zagreb*, god. V (2011) br. 1, str. 50

*Cruising* putovanja kao i turizam nisu stabilan izvor prihoda i zavise o mnogo faktora kao što su:<sup>15</sup>

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

### 2.3. Učinci *cruising* turizma na luke i destinacije

Kad analiziramo *cruising*, potrebno je prihvatiti njegovu osnovnu podjelu na luke za prihvat *cruisera* i *cruisere*. Unutar te osnovne podjele razlikuju se i njegove daljnje podvrste podređene osnovnom razvrstavanju.<sup>16</sup>

Luke sa ponuđenim sadržajima su važan dio cjelokupnog krstarenja. Putnici najčešće odabiru *cruising* upravo radi destinacija u koje se *cruiseri* zaustavljaju. Posebice je to naglašeno na Mediteranu. Mnoge luke uključene su u programe putovanja zbog turističke privlačnosti okolnog gradskog područja, dok su neke druge zbog prirodne ljepote okolnog područja.

Dakle, destinacija u širem smislu važan je činitelj u procesu odlučivanja kod potrošnje u *cruisingu*. Iako, razvoj ove industrije razvija *cruise* ponudu (ponudu na samom *cruiseru*) kao najkvalitetniju turističku ponudu, činitelj destinacije je nezamjenljiv. Tu činjenicu shvaćaju i korporacijski timovi razvoja ponude pa u ponudu, sve više, uključuju destinacije surađujući s njima, što prije nije bilo tako.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Škrba A., Američko tržište krusing putovanja na uporednim primerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Line, Beograd, 2012., str. 23

<sup>16</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog *cruisinga*, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, Vol.55 No.5-6 Prosinac 2008., str. 235

<sup>17</sup> Ibidem, str. 245

Dva su osnovna tipa luka: bazna luka (*home port*) i luka ticanja (*port of call*).<sup>18</sup> Bazne su luke mjesta ukcaja/iskrcaja putnika, početna i završna točka putovanja. One moraju zadovoljiti niz uvjeta kao što su: dobra prometna povezanost s emitivnim tržištima, blizina zračnih luka, posebno opremljeni terminali, mogućnost servisiranja i opskrbe *cruisera* potrebnih zalihama i dr.

Luke ticanja ili luke zaustavljanja *cruisera* na *cruisingu* trebaju razvijenu lučku infrastrukturu za prihvat *cruisera* i putnika. Današnji mega *cruiseri* prevoze na tisuće putnika koji se u kratkom razdoblju žele iskrcati, doći čim prije do raznih lokacija na kopnu, te se isto tako lako i brzo ukrcati. Za takvo nešto osim odlične infrastrukture, bitna je i kvalitetna oprema, prijevozna sredstva, ali i organizacija samih ukrcaja/prijevoza/iskrcaja.

Za luke ticanja važna je razvijenost ponude turističke destinacije te povezanost s atraktivnim gradovima. Da bi se našla na itinereru pristajanja *cruisera*, luka mora imati barem jednu atrakciju koja je jedinstvena, drugačija od ostalih, zbog koje će je *cruising* kompanije odlučiti uvrstiti u svoje itinirere. *Cruising* kompanije time povećavaju atraktivnost itinerara pa i cjelokupnog *cruisinga*. Glavne vrste atrakcija su:<sup>19</sup>

- Prirodne atrakcije
- Stil života
- Mogućnost za shopping
- Kultura i povijest
- Različite turističke/sportske aktivnosti.

*Cruising* turizam ne možemo niti zamisliti bez turističke destinacije jer je sam turizam vezan uz konkretan prostor čije karakteristike (prirodne i/ili društvene) imaju određenu privlačnost za turiste. Na takvim mjestima formirala su se određena mjesta sa svojim najjačim atributima (privlačna snaga, intenzitet posjeta te ostvarenje potrošnje) i dobila epitet turističkog mjesta koji uvođenjem pojma turističke destinacije predstavlja svojevrsno žarište oko kojeg se u pravilu nalazi šire destinacijsko područje ili zona.

Luku i destinaciju je potrebno promatrati kao cjelinu jer putnik ne percipira odvojeno lučko područje od turističkih atrakcija u destinaciji. Terminom luke koristi se za cijelu destinaciju, pa je važno da putnici budu zadovoljni posjetom destinaciji i da on bude na razini kvalitete

---

<sup>18</sup> Peručić, D., *Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji*, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 213

<sup>19</sup> *Ibidem*, str. 214

cjelokupnog iskustva na *cruising* putovanju. Luka i destinacija, sukladno resursima i potencijalima kojima raspolaže, moraju imati zajedničke strateške ciljeve razvoja *cruising* turizma što bi trebalo biti usklađeno sa strategijom razvoja turizma same destinacije.

Postoje odnosi luka - luka, te luka - grad/destinacija.<sup>20</sup> Luka, kao zasebni sustav pomorsko-putničke usluge, u načelu dobro funkcionira. Problemi se javljaju na relaciji luka – grad, odnosno mjesto u kojem se luka nalazi. Problemi između gradova i pomorsko-putničkih luka proizlaze iz nužnog suživota u ograničenom području – kao dvaju odvojenih entiteta čiji interesi i ciljevi na prvi pogled izgledaju različito:

- luka, kao karika prometnog lanca, orijentirana je na ekonomičnost, produktivnost, konkurenciju na tržištu i razvoj poslovanja;
- grad, kao zajednica rezidenata, orijentiran je na promoviranje dobrobiti građana i kvalitete života, pa teži ekološkim i vizualnim vrijednostima te očekivanjima ljudi, pri čemu luka ima djelomično pozitivnu (gospodarsku) i djelomično negativnu ulogu (prije svega ekološku i ambijentalnu).

Da bi se ublažile te razlike u gledištima javlja se potreba za boljom suradnjom između luke i grada/destinacije.

Utjecaj *cruising* turizma na destinaciju ticanja u velikoj mjeri određuje odnos destinacije prema razvoju te gospodarske aktivnosti. Taj utjecaj se najčešće dijeli na: utjecaj na društvo, utjecaj na gospodarstvo te utjecaj na okoliš.<sup>21</sup>

Utjecaj na društvo odnosi se prije svega na utjecaj *cruisinga* na lokalno stanovništvo i na stacionarne goste destinacija, a proizlazi iz prisutnosti *cruisera* u vizurama destinacije te istovremene prisutnosti velikog broja posjetitelja s *cruisera* u destinaciji. Utjecaj na gospodarstvo sastoji se od izravnih i neizravnih prihoda. Ploveći hoteli koji dovode dnevne goste pridonose ukupnom prihodu turizma. Dodatno stvaraju nova radna mjesta, kako u izravnim, tako i u neizravnim djelatnostima koja se vežu uz potrošnju zaposlenih u sektoru uslužnih djelatnosti *cruising* turizma.

Da bi postale i ostale u itinerarima *cruisinga*, luke moraju pratiti suvremene trendove na tržištu, ulagati u izgradnju potrebne lučke infrastrukture i pripadajućih servisa, osigurati kvalitetne usluge, prilagoditi način prihvata i otpreme putnika zahtjevima brodara itd.

---

<sup>20</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (25.3.2017.), str. 10

<sup>21</sup> Ibidem, str. 10

Jedan od glavnih ograničavajućih čimbenika u razvoju *cruising* turizma, posebice u novim regijama, nedostatna je razvijenost lučke infrastrukture za prihvat mega *cruisera*. Danas većina vodećih *cruising* kompanija raspolaže samo flotom velikih *cruisera* s više od 70.000 GT<sup>22</sup> i 2.000 putnika. Nedostatak adekvatne lučke infrastrukture ograničava broj luka za prihvat takvih *cruisera*.

Kompleksna administrativna i zakonska regulativa u pojedinim lukama može ograničavajuće djelovati na razvoj *cruisinga*, što stvara potrebu pojednostavljenja i standardizacije procesa prihvata *cruisera* i putnika, posebice carinske i imigracijske procedure.<sup>23</sup> Ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju navedena administracija se popunjava elektronski, kroz portal CIMIS (Croatian Integrated Maritime Information System) što ju je ubrzalo.

*Cruising* turizam ima višestruki utjecaj, i to i pozitivan i negativan, na luke/gradove odnosno destinaciju. Pozitivni učinci *cruising* turizma na destinaciju očituju se u:<sup>24</sup>

- Promociju luka i gradova
- Povećanju zaposlenosti u sektorima koji su povezani s *cruising* turizmom,
- Upoznavanju putnika na *cruisingu* s destinacijom i vjerojatnosti povratka putnika u destinaciju kao stacionarnih turista,
- Ostvarenju većih prihoda gospodarskih subjekata koji su na raznovrsne načine uključeni u razvoj *cruising* turizma.

Zbog dinamičnog razvoja *cruising* turizma dolaze do izražaja i negativni učinci na destinaciju:

- Nekontrolirani razvoj *cruising* turizma može negativno djelovati na stacionirani turizam i kvalitetu života lokalnog stanovništva zbog velike koncentracije mega *cruisera* u kratkome vremenskom razdoblju. To posebno dolazi do izražaja u manjim mediteranskim lukama/gradovima kao nezaobilaznim turističkim atrakcijama koje daju dodatnu vrijednost *cruisingu*.
- Velika koncentracija mega *cruisera* u luci može ugroziti imidž destinacije i smanjiti potražnju stacioniranih turista za njom.

---

<sup>22</sup> Bruto tonaža broda, mjera u brodarstvu

<sup>23</sup> Peručić, D., *Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji*, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta, 2013., str. 219

<sup>24</sup> *Ibidem*, str. 220



- Može doći do preopterećenosti kapaciteta luke, kapaciteta cijele regije i turističkih atrakcija.
- Može uzrokovati onečišćenje.

Daljnji negativni učinci mogu biti:<sup>25</sup>

- inflacija cijena i rast cijena nekretnina,
- uvoz roba iz inozemstva za potrebe *cruisera*,
- ograničen povrat u investicijama zbog sezonalnosti pomorskih *cruising* putovanja,
- dodatni troškovi gradskim vlastima,
- curenja u prihodima od pomorskih *cruising* putovanja uslijed lokalne ekonomije,
- potencijalna ekonomska ovisnost o *cruising* turizmu i zapostavljanje drugih gospodarskih aktivnosti.

Problemi će biti sve izraženiji ako povećavanje broja i kapaciteta *cruisera* ne bude pratio ne samo razvoj lučke infrastrukture i kvalitete lučkih usluga nego i organiziranost svih sudionika uključenih u *cruising* turizam i razvoj svih pratećih turističkih sadržaja u lukama/gradovima ukrcaja i ticanja *cruisera*.

---

<sup>25</sup> Page, S. J., *Tourism Management (2nd Edition)*, Case study: Managing the tourist impact in Venice, Elsevier LTD, (2007), str. 389

### 3. Cruising putovanja u Hrvatskoj

*Cruising* putovanja su već godina aktualna u Hrvatskoj posebice zbog Dubrovnika. Dubrovnik spada u jednu od najposjećenijih i najpopularnijih destinacija na svijetu što se tiče *cruising* putovanja. Zadnjih godina se sve više *cruisera* zaustavlja i u drugim gradovima.

#### 3.1. Luke za prihvata *cruisera*

Šest naših luka svrstane su u grupaciju specijaliziranih i organiziranih luka za prihvata velikih *cruisera*, a to su Dubrovnik, Korčula, Split, Šibenik, Zadar i Rijeka<sup>26</sup>. Osim njih, u Studiji održivog razvoja *cruising* turizma u Hrvatskoj prepoznato je 17 *cruising* destinacija koje predstavljaju okosnicu razvoja *cruising* turizma u Hrvatskoj za prihvata *cruisera* s tisuću i više putnika to su Pula, Rovinj, Šibenik, Poreč, Krk, Cres, Rab, Mali Lošinj, Pag, Vis, Hvar i Ploče za prihvata manjih *cruisera*. Sve hrvatske luke danas su isključivo luke ticanja, uz izuzetak Dubrovnika (Luke Gruž) u kojem je zadnjih godina omogućen ukrcaj i iskrcaj putnika na pojedinim itinererima koji počinju (i/ili završavaju) u Veneciji<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> The Association of Mediterranean Cruise Ports, <http://www.medcruise.com/>, (preuzeto 23.07.2017.)

<sup>27</sup> Institut za turizam, Studija, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/UserDocslImages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf> (preuzeto 19.07.2017.)

Slika 1. Pregled temeljne resursne osnove za razvoj međunarodnog cruisinga u Hrvatskoj

Kruzing destinacija	Maksimalni održivi istovremeni prihvat posjetitelja s kruzera:			Kruzing destinacije za:		
	u gradu/ mjestu	u luci	u kruzing destinaciji*	velike brodove (1.000 i više putnika)	srednje velike brodove (500 do do 1.000 putnika)	male i butik brodove (do 500 putnika)
Pula	4.000 - 5.000	3.600	3.600	●	●	●
Rijeka	4.000 - 5.000	10.000	5.000	●	●	●
Zadar	4.000 - 5.000	5.300	5.000	●	●	●
Split	5.000 - 6.000	8.300	6.000	●	●	●
Dubrovnik	4.000 - 5.000	15.500	5.000	●	●	●
Rovinj	500 - 1.000	2.800	1.000		●	●
Šibenik	3.000 - 4.000	1.200	1.200		●	●
Poreč	do 500	2.000	500			●
Krk	do 500	300	300			●
Cres	do 500	500	500			●
Rab	do 500	500	500			●
Mali Lošinj	do 500	500	500			●
Pag	do 500	300	300			●
Vis	do 500	500	500			●
Hvar	do 500	3.800	500			●
Ploče	2.000	300	300			●
Korčula	do 500	2.800	500			●

Izvor: Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (25.3.2017.), str. 20

Luka Dubrovnik sastoji se od dvaju subjekata, Luke Gruž i Gradske luke<sup>28</sup>. Značajnom investicijom kapaciteti Luke Gruž značajno su se povećali i omogućili prihvat nekoliko ovih *cruisera* istodobno, te i više od 10.000 turista u jednom danu. Gradska luka, kao vrlo atraktivna lokacija zbog blizine povijesne gradske jezgre, djeluje kao sidrište, i svoje kapacitete pokušava još bolje organizirati. Zahvati na povećanju prihvatnih kapaciteta Luke Dubrovnik rezultirali su, prije svega, pritiskom na promet u gradu i opterećenjem prihvatnih

<sup>28</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, godište.55 broj.5-6 Prosinac 2008., str. 245

možnosti povijesne jezgre, što je pred gradsku upravu postavilo ozbiljan zadatak životne i turističke održivosti u tom prostoru.

Slika 2. Luka Dubrovnik / Gruž



Izvor: Lučka uprava Dubrovnik, <http://www.portdubrovnik.hr/?act=5&lnk=&id=178&lan=hr> (preuzeto 18.07.2017.)

Slika 3. Luka Dubrovnik / Gruž



Izvor: Lučka uprava Dubrovnik, <http://www.portdubrovnik.hr/?act=5&lnk=&id=178&lan=hr> (preuzeto 18.07.2017.)

Sezonalnost luka za prihvat velikih *cruisera*, posebice Luke Dubrovnik, izražena je, ali znatno je manja od sezonalnosti u drugim vrstama nautičkog turizma, pa i turizma u cjelini.

Razlog velikog neočekivanog povećanja broja putnika u *cruising* turizmu možemo objasniti sve prihvatljivijim i dostupnijim cijenama putovanja. S obzirom na sve povoljnije cijene trajanje *cruising* putovanja je sve kraće, pa samim time potražnja za novim *cruiserima* i destinacijama sve je veća. Sve navedeno utječe na destinacije koje se s obzirom na porast broja putnika moraju što bolje nositi sa novim trendovima sigurnosti i zaštite okoliša. Potražnja za ovim destinacijama je velika, tako da i konkurencija raste iz dana u dan. S obzirom na navedeno Lučke uprave su suočene sa velikom konkurencijom od strane drugih luka, te kako bi ostale konkurentne moraju konstantno raditi na razvoju luke, te unapređenju standarda i usluga.

Luke za prihvat *cruisera* ne obrađuju se u zakonu kao posebne luke, odnosno luke nautičkog turizma. Na taj način *cruising* se, još uvijek, razvija izvan logističke potpore nacionalne legislative. Hrvatska ima nekoliko luka koje mogu prihvatiti velike *cruisere* na vezu uz obalu. U Hrvatskoj se međunarodni *cruising* može organizirati u lukama otvorenim za javni promet (luke osobitog ili međunarodnog značenja, županijske i lokalne luke).

U lukama otvorenim za javni promet na području Republike Hrvatske *cruiseri* plaćaju lučke pristojbe koje se naplaćuju *cruiserima* 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. Lučke naknade koje se najčešće obračunavaju *cruiserima* na *cruising* putovanjima u hrvatskim lukama su: naknada za privez i odvez (osnova za obračun je BT ili dužni metar), odvoz krutog i tekućeg otpada, potrošnja vode (m<sup>3</sup>) i električne energije. Izračun lučke pristojbe za *cruisere* u lukama provodi se prema dvije osnove: putnik i bruto tonaža (BT). Jedinična cijena po osnovi BT varira ovisno o razredima veličine *cruisera*, a cijena po putniku razlikuje se u odnosu na putniku u tranzitu, ukranom i/ili iskranom putniku.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Gračan, D., Alkier Radnić, R., Uran, M., Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Opatija, 2011., str. 17

Slika 4. *Cruising* destinacije u Hrvatskoj prema mogućnosti prijvata cruisera



Izvor: Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (25.3.2017.), str.

Slika 5. Luka Rijeka



Izvor: Riječan.in, <http://rijecanin.rtl.hr/start-sezone-kruzera-u-rijeku-stizu-neki-novi-i-neki-stari-ploveci-ljepotani/> (preuzeto 20.07.2017.)

### 3.2. Operativni dio posla u luci

*Cruising* putovanja imaju nešto specifičniji utjecaj na društvo od klasičnog turizma jer se prije svega radi o različitom ponašanju turista/putnika, kao i njihovih potreba.

Ponudu u međunarodnom *cruisingu* sa stajališta brodara čine:

- luke za prihvat *cruisera* (maritimne i infrastrukturne karakteristike luke, cijene usluga, lučke pristojbe i naknade te procedure prijvata i otpreme *cruisera*),
- turistička mjesta/gradovi uz koje se luke nalaze (njihova atraktivnost i turistička ponuda te mogućnost organiziranog obilaska) te
- izdvojene turističke atrakcije ako su dostupne organiziranim načinima posjete (izletima).<sup>30</sup>

Tri su glavne vrste usluga koje izravno utječu na poslovanje luke, grada i regije:<sup>31</sup>

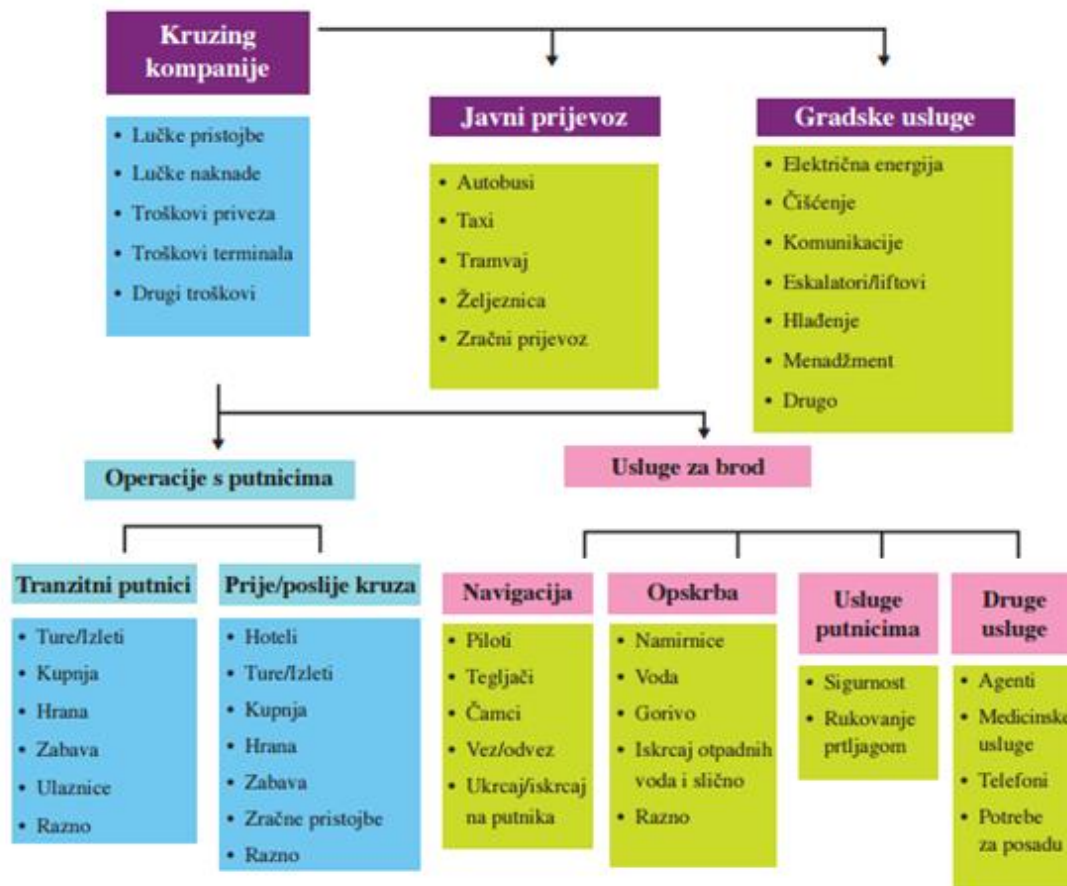
- Usluge luke: lučke pristojbe, tehničke usluge *cruiserima* (navigacijske usluge, usluge sidrenja, tegljenja i sl.),
- Logistika na kopnu: prijevoz putnika (transfer do grada i do zračne luke u baznim lukama, taksi usluge itd.); prijevoz putnika do/iz bazne luke; smještaj u baznoj luci,

<sup>30</sup> Cruise Tourism: Current Situation and Trends, UNWTO, 2010., str 31

<sup>31</sup> Worldwide Cruise Ship Activity, op.cit. str.161

- Turističke aktivnosti: razgledavanje i izletnički programi, prehrana u restoranima u destinaciji, kupnja suvenira i ostalih artikala ovisno o karakteristikama i zemlji podrijetla putnika, ali i o bogatstvu ponude u destinaciji itd.

Slika 6. Utjecaj cruising turizma na gospodarstvo destinacije



Izvor: Ministry of Tourism Government of India (2005.), Cruise Tourism Potential and Strategy Study, str. 87. prema Benić I.: Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost Zagreb, god. V (2011) br. 1, str. 48

Luke uključene u međunarodni *cruising* turizam u Hrvatskoj su pod upravom državnih ili županijskih lučkih uprava. Poslovanje tih luka u ovom je trenutku obilježeno 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 međudnosa lučkih pristojbi i naknada te kreiranja jedinstvene ponude međunarodnog *cruisinga* i zajedničkog nastupa prema brodarima (suradnja). Područje investicija obilježeno je postojanjem brojnih planova razvoja luka s ciljem unaprjeđenja uvjeta za prihvat *cruisera* i putnika (uključujući izgradnju operativnih obala i putničkih zgrada sa svom pratećom opremom), ali i ostvarivanja preduvjeta za pružanje usluga polazne luke. Broj posjetitelja u *cruising* turizmu u pojedinim hrvatskim destinacijama približava se maksimalnom prihvatnom kapacitetu uz još uvijek neiskorišten kapacitet luka za prihvat *cruisera*. U tim se uvjetima pojavljuje mogućnost potencijalnog sukoba *cruising* turizma s interesom drugih segmenata turističke potražnje, prije svega stacionarnog turizma te domicilnog stanovništva. Isto tako u razdobljima visokog intenziteta prometa *cruisera* izražena je pojava negativnih učinaka *cruising* turizma na okoliš. U ovom trenutku još uvijek ne postoji sustavno praćenje učinaka *cruising* turizma na održivost hrvatskih turističkih destinacija, a niti usklađeno održivo upravljanje razvojem *cruising* turizma na razini Hrvatske<sup>32</sup>.

Povećani broj turista s *cruisera* poglavito u malim gradskim sredinama kao što su kod nas dalmatinske, 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. Dolazi do promjena društvenih vrijednosti sa većom razinom društvenih promjena. 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.<sup>33</sup>

Osim toga operativni posao u luci sastoji se mnogih aktivnosti kao što su:<sup>34</sup>

- Opskrba *cruisera*
- Pomorski agenti
- Putnička agencija
- Opskrba gorivom
- Tegljenje
- Transfer morskim putem

---

<sup>32</sup> Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, Zagreb 2011., str. 24

<sup>33</sup> Benić I.: Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost Zagreb, god. V (2011) br. 1, str. 45

<sup>34</sup> Luka Dubrovnik, <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr> (preuzeto 18.07.2017.)

- Odvoz otpadnih i fekalnih voda
- Fumigacija, dezinfekcija i deratizacija
- Otpremništvo
- Zaštitarska djelatnost
- Mjenjačnica
- Pranje rublja
- Privez i odvez
- Opskrba električnom energijom
- Opskrba vodom
- Usluga odvoza krutog i tekućeg otpada
- Odvoz i zbrinjavanje otpadnih ulja i ostalog otpada
- Uporaba tehničkih sredstava
- Upotreba radne snage
- Manipulacija prtljagom.

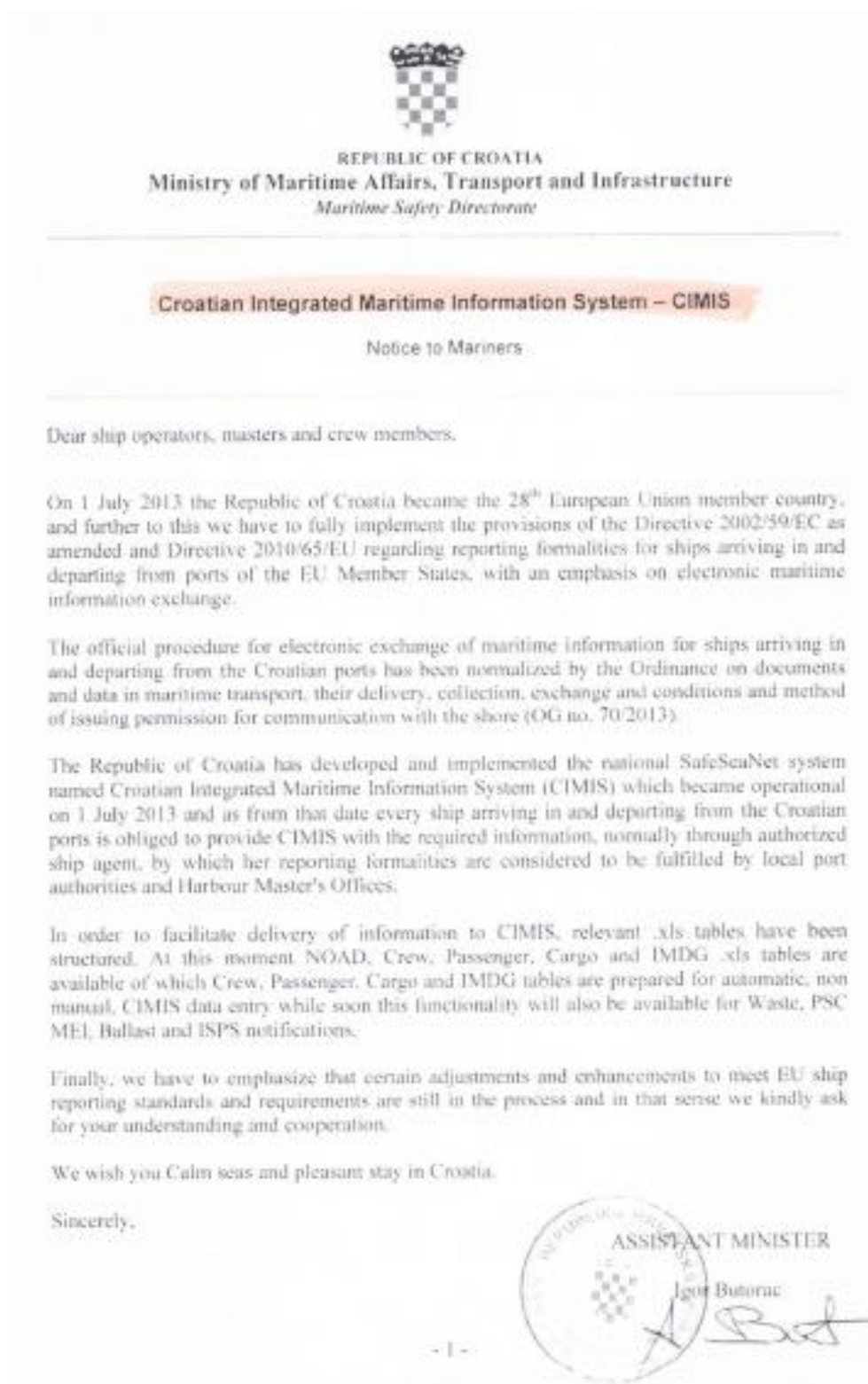
*Cruising* turizam doprinosi povećanju blagostanja prije svega stanovništva u *cruising* destinacijama, a potom i u pripadajućim regijama te Hrvatskoj u cjelini.

Pristupanjem Republike Hrvatske u punopravno članstvo Europske unije stvorene su pretpostavke za jedinstvenu dostavu najava/prijava pri dolasku/odlasku cruisera radi smanjenja administrativnih opterećenja u pomorskom prometu. Jedinstveno sučelje za evidentiranje dolazaka i odlazaka u međunarodnoj plovidbi aktivirano je 1. srpnja 2013. čime je pojednostavljen tijek informacija između sudionika pomorskog prometa<sup>35</sup>. Naime, time se značajno doprinijelo prometovanju morskim lukama u RH, preostalo je daljnjim mjerama ispraviti preostale nepravilnosti i kontinuirano nadzirati i upravljati promet cruisera, putnika i robe.

---

<sup>35</sup> Državni zavod za statistiku, [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/05-01-04\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/05-01-04_08_2013.htm), (preuzeto 23.07.2017.)

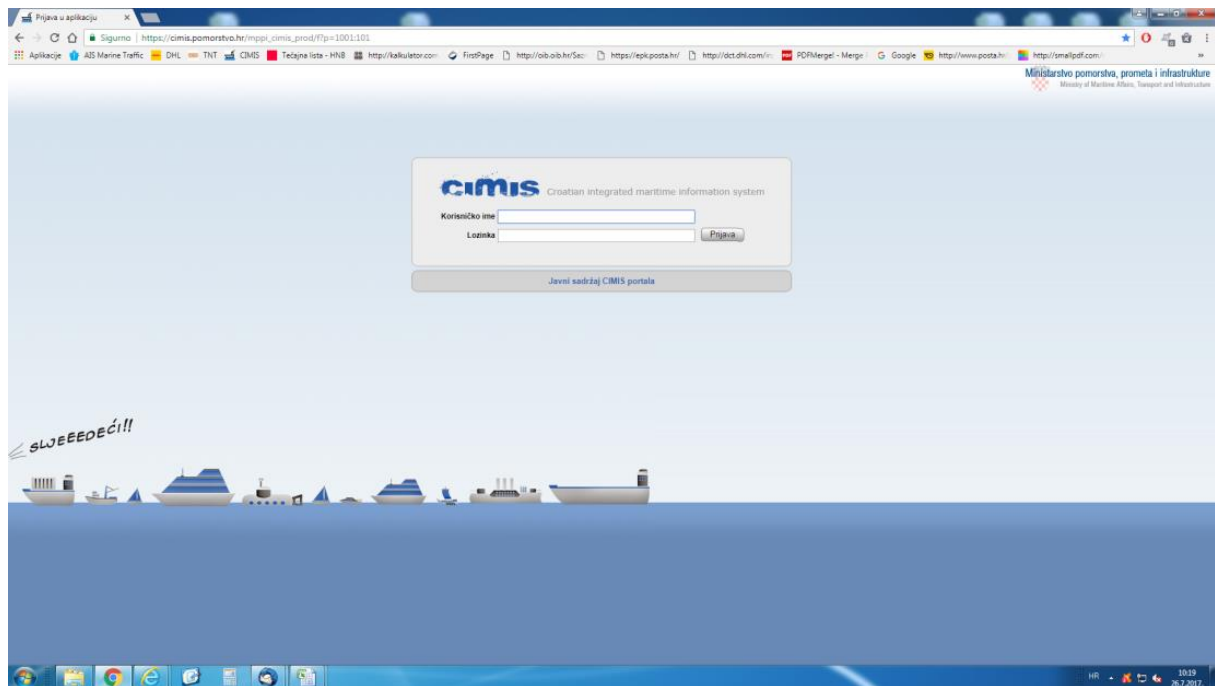
Slika 7. CIMIS (Croatian Integrated Maritime Information System), obavijest brodarima



Izvor: Portal CIMIS, [https://cimis.pomorstvo.hr/mppi\\_cimis\\_prod/f?p=1001:101](https://cimis.pomorstvo.hr/mppi_cimis_prod/f?p=1001:101), (preuzeto 30.07.2017.)

Svaki brodar preko portala CIMIS popunjava osnovne podatke koji su potrebni za ulazak u luku. Sve navedeno je potrebno napraviti par dana unaprijed kao najavu, kako bi od luke dobio dopuštenje za ulazak.

Slika 8. Portal CIMIS



Izvor: Portal CIMIS, [https://cimis.pomorstvo.hr/mppi\\_cimis\\_prod/f?p=1001:101](https://cimis.pomorstvo.hr/mppi_cimis_prod/f?p=1001:101), (preuzeto 30.07.2017.)

Slika 9. CIMIS, Prijava dolaska cruisera u luku

		<b>REPUBLIC OF CROATIA</b> Ministry of Maritime Affairs, Transport and Infrastructure		Ver. 1.0	
<b>NOTICE OF ARRIVAL</b>					
1. Vessel Details					
Vessel Name		Call Sign	IMO Number	MMSI	Flag
					Port of Registry
Engine power (kW)		Inmarsat No.			
Owner		Ship Operator		Classification Society	
Company		IMO Company			
Date keel laid	Gross Tonnage	Deadweight	Type of Ship	Last Port and Country	
				Port:	
				Country:	
Nett Tonnage	Summer Displacement	Lenght Over All	Beam	Draft On Arrival	
				Fore	Aft
					Summer Draft
2. Ship Certificates					
*Bunker Convention / Insurance for Bunker Pollution		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*International Anti-fouling System Certificate		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*Wreck Removal Insurance / Financial Security		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*CLC Insurance / Financial Security		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*Certificate of Registry		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*Carriage of passengers by sea Insurance / Financial Security		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*Liability for maritime claims Insurance / Financial Security		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority					
*International Ship Security Certificate - ISPS Code		DATE	ISSUED	EXPIRE	
Issuing Authority				Security Level	
				ISSCType(Full/Interim)	

Izvor: Portal CIMIS, [https://cimis.pomorstvo.hr/mppi\\_cimis\\_prod/f?p=1001:101](https://cimis.pomorstvo.hr/mppi_cimis_prod/f?p=1001:101), (preuzeto 30.07.2017.)

Na portalu *cruiser* treba unijeti osnovne podatke kao što su naziv, tonaža, listu posade, listu gostiju, koji privoz vozi (ako se radi o teretnim *cruiserima*) i ostale opće informacije.



Slika 11. CIMIS, Najava odlaska cruisera

REPUBLIC OF CROATIA Ministry of Maritime Affairs, Transport and				Redni broj obrasca		
<b>NOTICE OF DEPARTURE</b>						
<b>1. Vessel Details</b>						
<b>Vessel Name</b>		<b>Call Sign</b>	<b>IMO Number</b>	<b>MMSI</b>	<b>Flag</b>	
0		0	0	0	0	
<b>Total power output (kW)</b>		<b>Inmarsat No.</b>		<b>Port of Registry</b>		
0		0		0		
<b>Owner</b>		<b>Ship Operator</b>		<b>Classification Society</b>		
0		0		0		
<b>Date keel laid</b>	<b>Gross Tonnage</b>	<b>Deadweight</b>	<b>Type of Ship</b>	<b>Last Port and Country</b>		
*****	0	0	0	Port: 0		
				Country: 0		
<b>Nett Tonnage</b>	<b>Summer Displacement</b>	<b>Lenght Over All</b>	<b>Beam</b>	<b>Draft On</b>		<b>Summer Draft</b>
0	0	0	0	Fore	Aft	0
<b>Vessels Agent (company, name and phone)</b>						
0						
<b>Master's Name</b>						
0						
<b>2. Departure Details</b>						
<b>Port of Destination</b>		<b>Country of Destination</b>		<b>ETD (date&amp;time)</b>		
DAMIETTA		EGYPT				
<b>Number of Crew</b>		<b>Number of Passengers</b>		<b>Total persons on board</b>		
<b>3. Cargo Details</b>						
<b>Cargo loaded</b>					<b>Cargo Gross Weight</b>	
<b>Bunker chars **</b>				<b>Bunker quantity (MT)</b>		
<b>Date, place, name and signature by master, authorized agent or officer</b>						

Izvor: Portal CIMIS, [https://cimis.pomorstvo.hr/mppi\\_cimis\\_prod/f?p=1001:101](https://cimis.pomorstvo.hr/mppi_cimis_prod/f?p=1001:101), (preuzeto 30.07.2017.)

Obavezni računi koje cruiser može očekivati za platiti su:

- tegljač(i) ako želi koristiti - odluka je na zapovjedniku – plaća se specijaliziranoj agenciji
- Pilotiranje - plaća se specijaliziranoj agenciji
- Privez/ odvez – plaća se luci
- Čistoća - za otpad – izvršava se i plaća obavezno
- Veterinarska stanica - izvršava se i plaća obavezno
- „Light dues“ – naknade agenciji koja se brine o svjetionicima i ostaloj signalizaciji u lukama
- lučke naknade - Lučkoj Upravi

Ostala plaćanja su po potrebi ako *cruiser* ima potrebu. Takve naknade su za doktora, lijekove, dostave, narudžbe (*ship chandler*) itd.

Zadnjih godina neke su hrvatske luke znatno unaprijedile ponudu za prihvrat *cruisera* na međunarodnim *cruising* putovanjima, prije svega infrastrukturu za prihvrat *cruisera* (npr. luka Gruž) te infrastrukturu za prihvrat putnika, na primjer luka Rijeka i luka Gaženica (Zadar) koja je otvorena u srpnju 2014.

Slika 12. Tri mega cruisera u luci Gaženica, Zadar



Izvor: Tri megakuzera u petak dovoze 7 tisuća turista u Zadar, <https://ezadar.rtl.hr/biznis/2682223/tri-kuzera-dovoze-7-tisuca-turista-u-zadar/> (preuzeto 30.07.2017.)

### 3.3. Koristi od *cruising* turizma Hrvatskoj

Hrvatska obala dio je Jadranskog mora koje se nalazi na Mediteranu. *Cruising* turizam se u početku u Hrvatskoj razvijao stihijski te su njegov razvoj određivale inozemne *cruising* tvrtke.



Ipak, hrvatska aktivnost u daljnjem upravljanju *cruising* turizmom povećala se donošenjem njegove razvojne koncepcije, odnosno utvrđivanjem vizije i misije razvoja *cruising* turizma.<sup>36</sup>

Međunarodni *cruising* u Hrvatskoj odvija se gotovo cijele godine, a naročito je zastupljen izvan glavne turističke sezone čime doprinosi produljenju sezone i povećanju ukupnih gospodarskih učinaka od turizma.<sup>37</sup>

Posjetitelji s *cruisera* promoviraju Hrvatsku u svojim zemljama, podižući tako njezinu popularnost na turističkom tržištu i omogućujući joj time bolje tržišno pozicioniranje u konkurentskom okruženju.

U 2017. godini, prognoze potražnje u broju putnika s međunarodnih *cruisera* u Hrvatskoj se kreću od najmanje 1,5 milijuna (računajući sa stopom rasta od 7% prema European Cruise Council) do najviše gotovo 5,5 milijuna putnika (eksponencijalni trend na temelju trenda zabilježenog u razdoblju 2002.-2006. godina). Ipak, kao donja realna granica procjene može se uzeti ona dobivena primjenom prosječne stope rasta od 10% godišnje, a koja daje potražnju od oko 2,0 milijuna putnika u ciljnoj godini. Gornja realna granica očekivane potražnje kreće se oko 2,4 milijuna putnika, a dobivena je primjenom prosječne godišnje stope rasta potražnje od 12%.<sup>38</sup>

Prognozirani rast potražnje (gornja granica) u 2017. godini čini tek oko 30% potencijala glavnih mjesta/gradova izabranih *cruising* destinacija. Može se stoga zaključiti da ukupni rast potražnje neće ni približno doseći granicu održivosti s gledišta utjecaja na društvenu zajednicu (stanovništvo i stacionarni turizam)<sup>39</sup>. Iz ove prognoze moramo oduzeti Dubrovnik koji već doseže maksimalni održivi kapacitet grada po broju gostiju, te neka manja mjesta kao što je Korčula. Nakon Dubrovnika iduća destinacija koju posjećuje najviše *cruisera* u Hrvatskoj je grad Korčula.

---

<sup>36</sup> Gračan, D., Alkier Radnić, R., Uran, M., Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Opatija, 2011.str. 230

<sup>37</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/UserDocslimages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf>, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 16

<sup>38</sup> Ibidem, str. 21

<sup>39</sup> Ibidem, str. 22

Slika 13. Luka Korčula



Izvor: U prvih pet mjeseci Korčulu posjetila 32 kruzera, <http://www.korcula.online/1/2/korcula/1673/u-prvih-pet-mjeseci-korculu-posjetila-32-kruzera.html> (preuzeto 20.7.2018.)

Unatoč golemim potencijalima koje Hrvatska kao *cruising* destinacija ima, hrvatski narod takav oblik turizma još nije naučio maksimalno iskoristavati. Zahvaljujući bogatoj povijesti i prirodnim ljepotama, velika većina svjetske javnosti Hrvatsku je prepoznala kao top destinaciju za odmor. Međutim, za dolazak velikih *cruisera* koji prevoze i po nekoliko tisuća turista potrebna je bolja suradnja između lučkih uprava i turističkih agencija kojima bi zadatak trebao biti dovođenje takvih *cruisera* u Hrvatsku. Potrebna je, naravno i podrška lokalne i državne vlasti. Što se tiče nedostataka u postojećem stanju međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj valja istaknuti da je njih više, a najizraženiji su oni koji se odnose na bolju organizaciju prihvata *cruisera* i putnika u destinacijama (lučka uprava – gradska uprava - putničke agencije), koja je nerazvijena te na neodgovarajuću promidžbu kako pojedinih *cruising* destinacija, tako i cijelog sustava *cruising* destinacija u Hrvatskoj.<sup>40</sup>

Ponuda luka za prihvata *cruisera* organizirana je kao organizacija velikih gradskih luka s posebno organiziranim prihvatom velikih *cruisera*.

---

<sup>40</sup> Studija održivog razvoja kruzina turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, svibanj, 2007.

### 3.4. Unapređenje *cruising* turizma u Hrvatskoj

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (Narodne novine, 53/13) krovni je razvojni dokument hrvatskog turizma koji je nastao u uvjetima ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju, a donesen na sjednici Hrvatskog sabora 26. travnja 2013. godine i predviđa željenu poziciju nautičkog turizma, izgradnju marina i vezova, prioritetne aktivnosti kao i sve ostale prateće aktivnosti u svrhu razvoja ove vrste turističke ponude. Hrvatska ima dobru osnovu za razvoj *cruising* turizma, no u tom procesu treba paziti na brojne zamke u koje može upasti ako se ugovorima s *cruising* kompanijama ne uvede jaka kontrola njihova poslovanja i zaštiti destinacija.<sup>41</sup>

Svi svjetski analitičari koji se bave razvojem svjetskog *cruise* tržišta slažu se u tomu da će se on odvijati po modelu selektivnoga i separatnog strateškog menadžmenta. Taj razvoj za sada je prepušten velikim korporacijama, malim i srednjim kompanijama, koje sve više investiraju u razvoj. S obzirom na nove razvojne trendove, koji nastaju kao rezultat reorganizacije svjetskoga i kontinentalnog megatržišta, realno je očekivati velike organizacijske promjene i razvoj makrostrateškog menadžmenta. U organizacijskom tržišnom smislu, oblikuju se novi subjekti koji na svim razinama, od lokalne, preko regionalne i nacionalne do europske, postaju kompetentni u upravljanju tržištem i njegovim razvojem. Oblikuju se novi odnosi i kao najvažnije dolazi do povezivanja turističke ponude regionalno kompatibilnih tržišta na nadnacionalnim načelima. Prirodni resurs postaje sve bitniji, a time jača i problematika održivog razvoja. Uz velike promjene koje su posebno u tijeku na globalnomu svjetskom tržištu, na europskom tržištu događat će se najdinamičnije tržišne promjene.<sup>42</sup>

Za razvoj *cruisinga* u svijetu znanstvenici ističu četiri osnovna područja istraživanja o kojima ovisi budući razvoj:<sup>43</sup>

- fizički - geografski činitelji,
- resursna baza - geografski resursi i njihove turističke koristi,
- procesi rasta - opći razvoj modernih ekskurzija i *cruise* servisa,
- *cruise* brodski dodir - važnost turističke destinacije.

---

<sup>41</sup> Crnjak, M.: Klein „Okonite se divovskih cruisera, zaradu donose putnici s malih, luksuznih brodova“, komentar, Poslovni dnevnik, www.poslovni.hr., (preuzeto 10. 06. 2017.)

<sup>42</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog *cruisinga*, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, godište.55 broj 5-6 Prosinac 2008., str. 243

<sup>43</sup> Ross K. Dowling: Cruise Ship Tourism, CAB International Cambridge, Cambridge, 2006., str.

Dosadašnji razvoj međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj odvijao se uglavnom stihijski, odnosno njegov su razvoj u kvantitativnom i kvalitativnom smislu određivale primarno inozemne *cruiserske* kompanije, a Hrvatska se nastojala prilagoditi njihovim zahtjevima. Dok ukupna potražnja nije bila značajna, taj je pristup bio opravdan, ali u budućnosti razvoj međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj treba usmjeravati prema željenoj viziji, odnosno sudionici u njegovom razvoju, s hrvatske strane, bi trebali preuzeti aktivniju ulogu u planiranju i upravljanju tim razvojem.<sup>44</sup>

Analizu hrvatskog *cruisinga* potrebno je podrediti njegovu osnovnom razvrstavanju. To znači, analizirati problematiku luka za prihvat *cruisera* i analizirati razvoj *cruisinga* tradicionalnim hrvatskim old timerima, ali i postupan razvoj većih *cruisera* u domaćim tvrtkama.<sup>45</sup>

*Cruising* turizam ubrzano mijenja ekonomsku i socijalnu sliku pojedine zemlje. Turistički fenomen poput *cruisinga* putničkim cruiserima već je transformiran u ozbiljnu društveno-ekonomsku djelatnost. Pomoću ovoga turizma uključuju se i naplaćuju prirodne atraktivnosti i drugi raspoloživi turistički resursi. Turističko tržište potražnje posredno i neposredno potiče razvitak brojnih gospodarskih grana i djelatnosti, uz ostvarivanje dodatnih prihoda za lokalno stanovništvo, većom mogućnošću zapošljavanja. Sve to uzrokuje opći porast standarda, smanjivanje iseljavanja, revitalizaciju različitih djelatnosti specifičnih za pojedini kraj te potiče rast komunalne opremljenosti, platne bilance zemlje, društvenoga proizvoda i nacionalnog dohotka.

U Hrvatskoj postoje suprotstavljena mišljenja o korisnosti ove vrste turizma, pa se, s jedne strane, zagovara njegov razvoj zbog gospodarske koristi (prihod od lučkih usluga i turistička potrošnja putnika s *cruisera*), a s druge, utvrđuju se i iznose negativni učinci na okoliš i na kulturnu baštinu.<sup>46</sup>

Luke za prihvat *cruisera* razvijaju se ovisno o njihovoj namjeni, objektivnim mogućnostima prihvata šire destinacije i lokalnim razvojnim planovima. Većina priobalnih luka ima prirodnu i kulturnu baštinu i naizgled potencijal postati luka za *cruising* putovanja, sa velikim

---

<sup>44</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzring turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 16

<sup>45</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog *cruisinga*, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, Vol.55 No.5-6 Prosinac 2008., str. 245

<sup>46</sup> Državni zavod za statistiku, [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/05-01-04\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/05-01-04_08_2013.htm), (preuzeto 23.07.2017.)

resursima i mogućnostima za ruralni i lokalni razvoj. Sa gledišta manevriranja *cruisera* u luku, moraju biti zadovoljene neke prirodne predispozicije kao što su da na prilazu u luku s mora nema podmorskih hridi, dovoljna dubina sidrišta kao i operativne obale. Također, povoljno za manevriranje je zaštićenost pristaništa od vjetrova, struje mora, plime i oseke kao ne bi utjecalo na navigavanje. Nakon, čimbenika atraktivnosti luke i pripadajućeg grada, kao i prirodne predispozicije lučkog akvatorija i operativne obale, značajan je faktor protočnost grada za turističke izlete i prometna povezanost, tj. blizina zračne luke, autoceste i dr. Potpuno integriran razvojni plan za hrvatske luke u mrežu glavnih međunarodnih prometnih pravaca nema. U pravilu integriran razvojni plan treba uzeti u obzir sve uvjete poput geografske lokacije, demografskih uvjeta, klime, prirodnih sirovina, društvenih potreba te potencijalnog tržišta u regiji i izvan regije, te odabrati pravce za razvoj luka. Odabir prioritetnih pravaca hrvatskih luka podrazumijeva specijalizaciju luka i integraciju pojedinih luka. Pažljivo osmišljena specijalizacija i integracija na najbolji način može iskoristiti komparativne prednosti Hrvatske za jasno pozicioniranje u međunarodnom kontekstu. Pravilna specijalizacija ne smije biti naklonjena jednom sektora ili tehnologiji, već težiti odgovarajućem inovativnom rješenju, koji sa druge strane ne smije ugrožavati nacionalni interes, održivi razvoj, učinkovito upravljanje resursima.

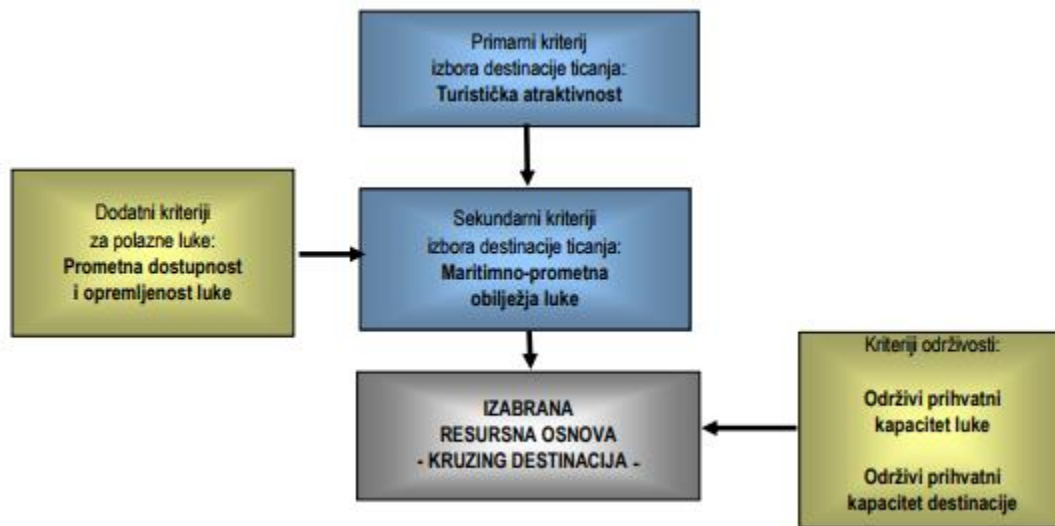
Prvu grupu čimbenika koji pozitivno utječu na razvoj *cruising* turizma u Hrvatskoj predstavlja turistička resursna/atrakcijska osnova s jedne i lučka resursna osnova s druge strane. Činjenica da se Hrvatska nalazi na Jadranu, gotovo u srecu Europe, pozitivno utječe na njezinu poziciju na *cruising* tržištu, tim više što europsko tržište bilježi više stope rasta potražnje za *cruising* putovanjima od svijeta u cjelini. Blizina glavnih *cruising* emitivnih tržišta značajna je prednost Hrvatske za razvoj te vrste turizma. To osobito dolazi do izražaja nakon izgradnje novih autocesta prema moru, velike propusne moći i kvalitete prometne usluge. Tomu treba pridodati i vrlo povoljan razmještaj zračnih luka na obali kao i njihov broj.

Druga važna grupa čimbenika koja pozitivno utječu na konkurentsku poziciju *cruising* turizma Hrvatske je sigurnost - plovidbe i boravka putnika u luci i u destinacijama.

Iskustva u svijetu potvrđuju veliku osjetljivost turističke potražnje upravo na tu komponentu ponude pa je daljnje unaprjeđenje sigurnosti također jedna od smjernica kojoj se u razvoju *cruising* turizma treba pridati veliko značenje. Treću grupu pozitivnih čimbenika za razvoj međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj čine postojeći lučki kapaciteti i mogućnost njihova proširenja, a zbog dobre prometne povezanosti, odnosno svih preduvjeta za njezino

unaprjeđenje, posebno za neke destinacije, te zbog ostale razvijene turističke infra i suprastrukture, javlja se i mogućnost da neke od tih luka postanu i polazne luke za određene *cruising* kompanije ili *cruisere*.<sup>47</sup>

Slika 14. Kriterij izbora resursne osnove za razvoj međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj



Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (26.3.2017.), str. 17

Što se tiče nedostataka u postojećem stanju međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj, valja istaknuti da je njih više, a najizraženiji su oni koji se odnose na bolju organizaciju prihvata *cruisera* i putnika u destinacijama (lučka uprava - gradska uprava – putničke agencije), koja uopće ne postoji, te na neodgovarajuću promidžbu, kako pojedinih *cruising* destinacija, tako i cijelog sustava *cruising* destinacija u Hrvatskoj. Zbog tih nedostataka usporava se mogući porast potražnje.

Planiranje i upravljanje *cruisingom* na način da se negativni učinci na ostale vrste turizma u destinacijama svedu na minimum, a maksimiziraju ukupni pozitivni učinci na destinacije. Osnova razvoja receptivnog međunarodnog *cruisinga* u Hrvatskoj su turističke destinacije. Pomorske luke su u funkciji toga razvoja, kao što su ceste, zračne luke ili drugi prometni objekti u funkciji razvoja stacionarnog ili drugih vrsta turizma. Ako je luka bolje opremljena

<sup>47</sup> Gračan, D., Alkier Radnić, R., Uran, M., Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj, str.56

za prihvat *cruisera*, to će doprinijeti i boljem turističkom razvoju destinacije kad se radi o međunarodnim *cruising* putovanjima.<sup>48</sup>

Pogodna luka za privez ili sidrenje *cruisera* mora imati odgovarajuće maritimne i infrastrukturne karakteristike koje omogućuju siguran prilaz *cruisera*, vez i boravak *cruisera* na vezu, odnosno na sidru.

Uz to, luka mora biti u mogućnosti pružiti određene turističke i servisne usluge putnicima i *cruiseru* te se nalaziti u blizini turističkog mjesta i u relativnoj blizini izdvojenih turističkih atrakcija.

Što se tiče razvoja polaznih luka ako Hrvatska to želi kao svoj strateški razvoj, potrebno je jako puno ulaganja. Pred potencijalne polazne luke postavljaju se dodatni kriteriji: blizina međunarodne zračne luke, odnosno ukupna prometna dostupnost luke i njezin geoprometni položaj, mogućnost parkiranja osobnih automobila u luci, opremljenost luke (posebno putnički terminal), mogućnost snabdijevanja *cruisera* potrebnim robama i namirnicama, opremljenost destinacije odgovarajućim brojem i kvalitetom smještaja, mogućnosti za popravke *cruisera* itd.<sup>49</sup>

Svaka turistička atrakcija, kao i turističko mjesto te turistička destinacija u cjelini ima svoja prostorna ograničenja za prihvat posjetitelja. To znači da je prihvatni kapacitet destinacije/grada/mjesta/atrakcije ograničen te da veći broj posjetitelja od maksimalno prihvatljivog broja čini te lokalitete manje atraktivnim za sve posjetitelje i dugoročno može proizvesti negativne gospodarske, ekološke i društvene učinke.<sup>50</sup>

Lučka uprava Dubrovnik već nekoliko godina prema odredbama studije "Održivog razvoja *cruising* turizma u Hrvatskog" izrađene od strane Instituta za turizam nastoji ograničiti broj putnika sa *cruisera* na *cruising* putovanjima. Uvedeno je niz mjera koje, s obzirom na veliku potražnju za Dubrovnikom kao jednom od najatraktivnijih destinacija na Mediteranu, u većini slučajeva ograničavaju broj gostiju sa *cruisera* na *cruising* putovanju na 8.000 dnevno. Od 243 dana posjećena od strane *cruisera* na *cruising* putovanju u godini svega 18 dana prelazi predviđeni broj putnika od 8.000. Kompanije sa kojima Dubrovnik surađuje svoje *cruisere* dovode i velikim dijelom van sezone od početka ožujka pa sve do kraja godine, neki čak i

---

<sup>48</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 17

<sup>49</sup> Ibidem, str. 17

<sup>50</sup> Ibidem, str. 18

tijekom cijele godine, tako da je od velike važnosti za grad aktivna i stalna suradnja s istima, te određeni kompromis. Lučka uprava Dubrovnik je samo za sezonu 2017. odbila oko četrdesetak upita velikih - mega cruisera, s obzirom na želju da se broj putnika sa *cruisera* na *cruising* putovanjima ograniči.<sup>51</sup>

Prognoze rasta potražnje pokazuju da Dubrovnik neće moći prihvatiti sav promet koji će biti usmjeren prema njemu pa cijene trebaju biti jedan od korektivnih mehanizama za selekciju te potražnje. Rast i razvoj ne mogu biti neograničeni već se, uzimajući u obzir sva postojeća ograničenja, mora težiti sinergiji ekonomije, ekologije i kvalitete življenja društvene zajednice. Ukratko, teži se održivom razvitku.<sup>52</sup>

Unutar svake *cruising* destinacije mora se voditi računa o tome da se promet *cruisera* i posjetitelja tako planira da ni u jednome danu (osim možda iznimno) njihov broj ne prelazi maksimalni održivi nosivi kapacitet grada/mjesta, odnosno *cruising* destinacije. Da bi to bilo moguće potrebno je dobro planiranje dolazaka *cruisera* i putnika te suradnja među *cruising* destinacijama u preusmjeravanju potražnje s jedne na drugu *cruising* destinaciju u slučaju da zahtjevi brodara u pojedinim danima prelaze održivi nosivi kapacitet određene *cruising* destinacije.<sup>53</sup>

Možemo uzeti američke korporacije kao primjer razvoja.<sup>54</sup> Razvijajući megarazvojne strategije, američke korporacije sve intenzivnije surađuju s lukama za prihvata velikih *cruisera* s regionalnim i lokalnim vlastima. Na taj način modelira se intenzivan komunikacijski model: turist – cruise korporacija – prirodni resurs. Vrlo se striktno istražuje najrazvijenije cruise američko i svjetsko tržište Karibi/Bahami. Druga skupina aktivnosti odnosi se na dogradnju prometnog sustava i povezanosti Kariba s polazišnim destinacijama, u čemu zrakoplovne kompanije razvijaju posebne aranžmane zajedno s cruise-korporacijama, a nerijetko cruise-korporacija postaju i vlasnici. Treća skupina aktivnosti usmjerena je na konsolidaciju kompanija na tom tržištu. Uz konsolidaciju cruiser-korporacija i kompanija, na tom tržištu razvijaju se partnerski odnosi s lukama za prihvat *cruisera*.

---

<sup>51</sup> Luka Dubrovnik, <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=2&lan=hr> (preuzeto 18.07.2017.)

<sup>52</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 18

<sup>53</sup> Ibidem, str. 22

<sup>54</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, Vol.55 br.5-6 Prosinac 2008., str. 243



Za nas najvažnije, europsko *cruise* tržište – svoj razvoj temelji na nekoliko osnovnih karakteristika.<sup>55</sup> Najvažnija karakteristika jedinstvenoga europskog tržišta je izražena sezonalnost, što pokazuje da europsko tržište potražnje još uvijek nije našlo svoj adekvatan odgovor u sofisticiranoj i kvalitetnoj ponudi. Visoka sezonalnost *cruisinga*, koja s obzirom na dobre klimatske uvjete Mediterana, nije logična, ostaje kao potencijal koje *cruise*-korporacije nisu još dostatno iskoristile. Mediteran, kao veliko svjetsko tržište *cruisinga*, iz razloga nejednako razvedene obale, ostao je, još uvijek, nedostatno zastupljen. Njegovih oko 40 tisuća kilometara obale pripada različito razvijenim zemljama - od visoko razvijenih Francuske, Španjolske i Italije, do srednje razvijenih Grčke i Hrvatske, uz više malih srednje razvijenih država koje zauzimaju manji dio obale. Nejednolika razvedenost obale Mediterana odražava se na mogućnost razvoja *cruisinga*. Obale Grčke i Hrvatske visoko su razvedene i neprikladne za velike *cruisere*, a čine polovinu obale Mediterana. Upravo ta karakteristika potiče razvoj gradnje manjih dobro opremljenih *cruisera*. Nautički turizam i u njemu *cruising*, postupno postaju priznata okosnica razvoja srednje razvijenih zemalja na Mediteranu, što će se odraziti i na sam razvoj *cruisinga*.

Preporuke za usmjeravanje razvoja - Hrvatska nacionalna udruga za međunarodni *cruising* turizam (Croatian Adriatic Cruise) trebala bi predstavljati oblik dobrovoljnog udruživanja subjekata (pravnih osoba) zainteresiranih za razvoj *cruising* turizma u Hrvatskoj čiji bi se glavni ciljevi i zadaci mogli svesti na sljedeće:<sup>56</sup>

- promocija Hrvatske kao poželjne *cruising* destinacije,
- predstavljanje hrvatskih luka,
- usklađivanje ponude hrvatskih *cruising* destinacija,
- očuvanje prirodnog okoliša,
- koordinacija raznih subjekata koji sudjeluju u razvoju *cruising* turizma,
- usklađivanje tarifne politike luka,
- stalna razmjena relevantnih informacija,
- ustanovljavanje jedinstvene metodologije praćenja *cruising* prometa,
- predlaganje poboljšanja u zakonskoj regulativi,
- poticanje stručnog rada i izrade studijske dokumentacije te
- kontaktiranje s drugim asocijacijama povezanim s *cruisingom*.

---

<sup>55</sup> Ibidem, str. 243-244

<sup>56</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 24

Da bi udruga mogla sveobuhvatno ispuniti svoje ciljeve potrebno je da sastav njenih članova – pravnih osoba bude raznolik, odnosno da budu zastupljeni svi segmenti *cruising* turizma u Hrvatskoj ili barem većina njih (lučke uprave, gradovi, turističke zajednice, *cruising* agenti, veće putničke agencije, znanstvene i stručne institucije itd.).

Na lokalnoj razini izdvajaju se četiri glavna subjekta koja trebaju biti nositelji organizacije *crusing* turizma. To su:<sup>57</sup>

- grad (sa svojim upravnim tijelima i komunalnim poduzećima),
- lučka uprava,
- turistička zajednica grada i
- policija (regulacija prometa).

Koordinacija navedenih subjekata trebala bi biti pod okriljem grada (gradske uprave).

Uz velike specijalizirane i nespacijalizirane luke za prihvata velikih *cruisera* sve su atraktivnije u *cruisingu* male luke, luke malih gradova na obali i otocima. Osim toga trend u *cruisingu* su novi *cruiseri* srednjeg kapaciteta veoma luksuzno opremljeni, koje grade velike korporacije, a i nove kompanije tražeći svoj dio kolača na mediteranskom *cruise*-tržištu. Hrvatske male obiteljske tvrtke ubrzano se razvijaju gradeći nove *cruisere*. Ipak, domaća brodogradnja još uvijek u tome nedostavno participira, iako istraživanja pokazuju da bi brodogradnja u tome trebala naći svoj interes.<sup>58</sup>

*Cruising* na hrvatskoj obali Jadrana, koja je po veličini treća na Mediteranu, temelji se dijelom na razvoju luka za prihvat *cruisera* i na razvoju hrvatske *cruise*-flote. Luke za prihvat velikih *cruisera* nesporno veoma dobro posluju ostvarujući visoke financijske rezultate. Ipak, potrebe *cruisera* i turista na njima usmjerene su na staru gradsku jezgru hrvatskih obalnih gradova. Prihvatni su kapacitet tih gradova ograničeni, što pred lokalnu upravu postavlja zahtjev intenzivnog istraživanja poradi upravljanja održivim razvojem grada i regije. U tom procesu potrebno je razviti hrvatski model odlučivanja i participiranja u održivom razvoju, koji pritom trebaju provoditi kompetentni i educirani subjekti odlučivanja. Razvoj *cruisinga* na hrvatskoj obali tek treba očekivati s obzirom na jasno izražene interese potencijalnih investitora i stupanj razvijenosti, koji na hrvatskoj obali, s iznimkom Dubrovnika, nije

---

<sup>57</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 24

<sup>58</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog *cruisinga*, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, godište 55, broj5-6 Prosinac 2008., str. 248

dotaknuo točku prvog nivoa saturacije. Doprinos znanstvenog istraživanja upravljanju prostorom u razvoju *cruisinga* nesporno je potreban.<sup>59</sup>

Općepoznato je da je Hrvatska jedna od najpoželjnijih nautičkih destinacija na Sredozemlju zbog svoje pozicije i razvedenosti obale, kulture življenja na obali i otocima, kvalitete nautičke infrastrukture, sigurnosti boravka te tematskih itinerera. Međunarodni *cruising* koji se odvija na moru u suradnji s *cruising* kompanijama da bi štitio interese hrvatskih destinacija mora uključivati definiranje polaznih luka za prihvat velikih i srednje velikih *cruisera* te luka za *cruisere* do najviše 1.000 putnika jer Hrvatska je centar za manje, luksuznije *cruisere*.

Domaći *cruising* i danas je jedan od najpoželjnijih turističkih proizvoda u Europi te tendencija razvoja na ovom planu usmjerena je na kvaliteti proizvoda i ponudi novih *cruisera* predviđenih za cjelogodišnje poslovanje. Izgradnjom nautičke infrastrukture Republika Hrvatska daleko bi podigla kvalitetu i prihvat *cruisera* na *cruising* putovanjima te se još više istakla kao vodeća destinacija ove grane turizma. Planirana izgradnja obuhvatila bi izgradnju 5.000 vezova u moru i marinama te 5.000 u lukama otvorenim za javni promet, a izgradnja novih vezova primarno bi se usmjeravala u postojeće luke, ali i u devastirane prostore te prostore gdje je već djelomično izgrađena infrastruktura.<sup>60</sup>

Ovakva nova izgradnja podrazumijevala bi primjenu novih tehnologija i ekoloških standarda zaštite okoliša, kao i prihvat megaplovila u atraktivnim destinacijama s cjelogodišnjom ponudom. Tendencija izgradnje jedne dodatne matične luke za *cruisere* u domaćem *cruisingu* i nadalje je jedna od planiranih mjera povećanja prometa *cruisinga*.

Kao prioritetne aktivnosti razvoja *cruising* turizma Vlada Republike Hrvatske ističe:<sup>61</sup>

- izradu studije prihvatnog kapaciteta luka za *cruising* kao preduvjet provedbe aktivnosti na održivi i okolišno prihvatljiv način,
- podizanje kvalitete cjelokupne ponude namijenjene putnicima, posadi i plovilima u postojećim i novim lukama,
- uređenje sustava sidrišta koji obuhvaća naplatu, usluge i cijene, donošenje i usklađivanje zakonskih regulativa,

---

<sup>59</sup> Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog *cruisinga*, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, godište 55, broj 5-6 Prosinac 2008., str. 248

<sup>60</sup> Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, (Narodne novine, 53/13)

<sup>61</sup> Ibidem

- uspostavu mjerila „Prijatelja okoliša“ i prihvatljivih ekoloških standarda (crne i sive vode, separirani otpad, neinvazivan premaz),
- promociju i unaprjeđenje sustava prikupljanja krutog otpada s *cruisera*, temeljem znanstvenih i stručnih saznanja definirati područja ograničene plovidbe poradi smanjenja utjecaja na morski okoliš,
- unaprijediti ponude prihvata i otpreme u lukama u kojima se odvija promet domaćih i stranih *cruisera*.

Pod ostale aktivnosti koje bi se trebale pokrenuti sukladno prihvaćenoj strategiji Republike Hrvatske u razvoju *cruisinga* svakako je i stimuliranje dolaska manjih *cruisera* i unaprjeđenje sustava sigurnosti na moru, što se osobito odnosi na Obalnu stražu i službu spašavanja kao i uvođenje područja ograničenja plovidbe i sidrenja u posebno osjetljivim dijelovima akvatorija kako prema procjeni utjecaja na okoliš tako i prema procjeni prihvatnih kapaciteta.

### **3.5. Promocija Hrvatske kao *cruising* destinacije**

Moguće govoriti o tri smjera promocije *cruisinga* u Hrvatskoj<sup>62</sup>: promocija Hrvatske kao *cruising* destinacije, promocija određenih hrvatskih luka kao polaznih luka i interna promocija usmjerena na određene interesne skupine u hrvatskim destinacijama.

Promocija Hrvatske kao *cruising* destinacije ima za cilj značajnije etabliranje hrvatskih odredišta na rastućem međunarodnom tržištu *cruising* putovanja. Pri tome se Hrvatska želi prikazati kao destinacija čija raznolika odredišta mogu biti izuzetno atraktivna za različite tipove *cruising* putovanja.

Hrvatska, odnosno njezine pojedine luke, mogu se, nadalje, promovirati kao polazne luke za *cruising* Jadranom i dalje prema Jonskom i Egejskom moru. Za određene brodare bi to mogla biti zanimljiva propozicija, kako iz perspektive nižih troškova u hrvatskim lukama tako i mogućnosti ticanja i organizacije izletničkih itinerera u nekim novim, još uvijek „egzotičnim“ destinacijama Hrvatske, Crne Gore i Albanije te, nadalje, Grčke i Turske.

---

<sup>62</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 25

Internom promocijom usmjerenom na hrvatsku javnost općenito te specifično na interesne skupine u pojedinim destinacijama moguće je utjecati na stvaranje pozitivnog imidža *cruisinga* kao i na osvješćivanje uloge umrežene destinacije u stvaranju ukupnog kvalitetnog *cruising* proizvoda.

Promociju Hrvatske na tržištu *cruising* putovanja valja usmjeriti na nekoliko različitih ciljnih publika. To su ponajprije brodari, zatim *cruising* agenti te, u određenoj mjeri, potencijalni putnici.

Potrebno je obratiti pažnju i na interni marketing odnosno promociju prema interesnim skupinama u domicilnim destinacijama.

Unapređenje turističkog proizvoda *cruising* destinacija:<sup>63</sup>

- Poboljšati dostupnost turističkih brošura gostima s *cruisera*.
- Unaprijediti promet vozila i pješaka u destinacijama na način da je utjecaj tih tokova na svakodnevicu stanovnika i gostiju grada/mjesta najmanji.
- Poboljšati uređenost destinacije i njezine okolice te turističku signalizaciju.
- Poboljšati ponudu destinacija u cilju ostvarenja veće prosječne potrošnje posjetitelja s *cruisera* na kopnu. Razlike u visini i strukturi potrošnje posjetitelja s *cruisera* u hrvatskim destinacijama ukazuju na moguće pravce razvoja te ponude. Posebne mogućnosti se javljaju u segmentu kupnje trgovačke robe - destinacije koje imaju dobru ponudu u pravilu ostvaruju veću prosječnu potrošnju, jer se znatan dio novca troši upravo na takve potrebe. Izgradnja lučkih putničkih terminala s popratnim sadržajima u nekim lukama bi također mogla rezultirati povećanom potrošnjom.
- Poboljšati ponudu izleta i mogućnosti za potrošnju tijekom izleta i razgleda grada; uobičajena je praksa u mnogim turističkim zemljama da se izletnike vodi na mjesta gdje mogu ostvariti potrošnju (zlatarnice, suvenirnice, obrtničke radionice, vinarije, delikatesne trgovine i sl.). Privlačnim i dobro osmišljenim izletima, može se povećati prosječna potrošnja posjetitelja i njihovo zadovoljstvo unatoč činjenici da se tijekom vožnje do i od izdvojene destinacije izleta najčešće ne troši ništa.
- Omogućiti odgovarajuće prethodno informiranje putnika na *cruiseru* o destinaciji, putem različitih medija. Na taj način putnici bi se mogli više zainteresirati za destinaciju posjeta, a time i potaći na dodatnu potrošnju u destinaciji.

---

<sup>63</sup> Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzring turizma u Hrvatskoj, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.), str. 26

Pomorska orijentacija hrvatskih luka, u cilju jačanja hrvatskog turizma, treba najprije segmentirati hrvatske regije prema aktivnostima i opsegu *cruisinga*. Tako bi segmentirane regije diferencirale proizvod i uslugu inovativnim i kvalitetnijim sadržajima prema ciljanom potrošaču tj. potencijalnom posjetitelju. Većina hrvatskih luka pogodna je za jahte, te prihvata *cruisera* manje i srednje veličine.

## 4. Zaključak

U posljednjih 20-tak godina, nakon Domovinskog rata, *cruising* turizam se počinje značajnije razvijati u Hrvatskoj. Obilježio ga je dolazak prvog *cruisera* grčkog „La Perla“ u Dubrovniku 1995. godine. Nakon Dubrovnika, koji je godinama jedna od najpoznatijih *cruising* destinacija u Hrvatskoj, te uočavajući pozitivne efekte koje *cruising* turizam ima na gospodarstvo i ostali gradovi na obali se polako uključuju u svjetske karte svijeta *cruising* turizma. Hrvatska ima geografski položaj koji savršeno odgovara *cruising* kompanijama, ima blagu mediteransku klimu koja je povoljna za putovanja, mirno i prekrasno more, i nadasve prekrasne destinacije zanimljive turistima.

Iz rada je razumljivo da treba još puno ulagati kako bi Hrvatska što bolje iskoristila dane joj prednosti za razvoj *cruising* turizma – to se ponajviše odnosi na prometnu infrastrukturu. Osim toga treba raditi i na održivom razvoju u koji se trebaju aktivno uključiti razne razine vlasti – od lokalnih, regionalnih pa do nacionalnih. Jasna strategija i dobra organizacija mogu donijeti mnoge dobrobiti razvoju kako *cruising* turizma tako i svih ostalih slojeva društva.

Međunarodni *cruising* u Hrvatskoj odvija se gotovo cijele godine, a naročito je zastupljen izvan glavne turističke sezone čime doprinosi produljenju sezone i povećanju ukupnih gospodarskih učinaka od turizma te ga zato treba dalje razvijati.

Potrebno je poraditi i na promociji destinacija, i ponudi autohtonih proizvoda kako bi Hrvatska postala prepoznatljiva i atraktivnija turistička destinacija u svijetu. Hrvatska je na dobrom putu što se tiče navedenog i možemo biti optimistični za daljnji razvoj *cruising* turizma.

## Literatura:

1. Benić, I.: Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju, Poslovna izvrsnost, godište 5, broj 2, Zagreb 2011.g., dostupno na [www.hrca.hr](http://www.hrca.hr)
2. Croatian Integrated Maritime Information System (CIMIS), [https://cimis.pomorstvo.hr/mppi\\_cimis\\_prod/f?p=1001:101](https://cimis.pomorstvo.hr/mppi_cimis_prod/f?p=1001:101), (preuzeto 30.07.2017.)
3. Cruise Tourism: Current Situation and Trends, UNWTO, 2010.
4. Državni zavod za statistiku, [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/05-01-04\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/05-01-04_08_2013.htm), (23.07.2017.)
5. Gračan, D., Alkier Radnić, R., Uran, M., Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Opatija, 2011.
6. Great ocean liners, [www.greatoceanliners.net/greatwestern.html](http://www.greatoceanliners.net/greatwestern.html), (preuzeto 15.05.2017.)
7. Institut za turizam, Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf>, Zagreb, 2007. (preuzeto 25.3.2017.)
8. Lučka uprava Dubrovnik, <http://www.portdubrovnik.hr/index.php?act=1&lnk=36&lan=hr#36>, (preuzeto 25.03.2017.)
9. Lučka uprava Split, <http://portsplit.com/cruising/>, (preuzeto 25.03.2017.)
10. Lučka uprava Zadar, <http://www.port-authority-zadar.hr/najava.php>, (preuzeto 25.03.2017.)
11. Luković, T., Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga, Sveučilište u Dubrovniku, naše more : znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, godište 55, br.5-6 Prosinac 2008.
12. Mencer, I., Karakteristike tržišta kružnih putovanja, Ekonomski pregled, Zagreb, 1993.
13. Page, S. J., Tourism Management (2nd Edition), Case study: Managing the tourist impact in Venice, Elsevier LTD, 2007.
14. Perić, T., Oršulić, M., Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivoga razvoja, Pomorski fakultet u Splitu, Split, Hrvatska, Institut za turizam: Studija održivog razvoja kruzing turizma, Zagreb, 2007., <http://www.mint.hr/UserDocsImages/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf> (preuzeto 2.4.2017.)



15. Peručić, D., Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji, Dubrovnik, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju Sveučilišta Dubrovnik, 2013.
16. Ross K. Dowling: Cruise Ship Tourism, CAB International Cambridge, Cambridge, 2006.
17. Slišković, M., Ukić, H., Božić, K., Assessment of Solid Waste from Cruise Ships in the Port of Split, University of Split, Faculty of Maritime Studies, Split, Transactions on maritime science, godište 05, br. 02 Listopad 2016.
18. Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.godine, Narodne novine, 53/13
19. Škrba A., Američko tržište krucinga putovanja na uporednim primerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Line, Beograd, 2012.
20. The Association of Mediterranean Cruise Ports, <http://www.medcruise.com/>, (23.07.2017.)

## Popis ilustracija

Slika 1. Pregled temeljne resursne osnove za razvoj međunarodnog cruisinga u Hrvatskoj.....	12
Slika 2. Luka Dubrovnik / Gruž .....	13
Slika 3. Luka Dubrovnik / Gruž .....	13
Slika 4. <i>Cruising</i> destinacije u Hrvatskoj prema mogućnosti prihvata cruisera.....	15
Slika 5. Luka Rijeka .....	16
Slika 6. Utjecaj cruising turizma na gospodarstvo destinacije .....	17
Slika 7. CIMIS (Croatian Integrated Maritime Information System), obavijest brodarima .....	20
Slika 8. Portal CIMIS .....	21
Slika 9. CIMIS, Prijava dolaska cruisera u luku .....	22
Slika 10. IMO (International Maritime Organisation) opća izjava (General Declaration).....	23
Slika 11. CIMIS, Najava odlaska cruisera.....	24
Slika 12. Tri megakruzera u luci Gaženica, Zadar .....	25
Slika 13. Luka Korčula.....	27
Slika 14. Kriterij izbora resursne osnove za razvoj međunarodnog <i>cruisinga</i> u Hrvatskoj .....	31