

# Potencijali razvoja tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj

---

Žitković, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:220765>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-09**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Turizam**

**POTENCIJALI RAZVOJA TRŽIŠTA KRSTARENJA U  
PRIMORSKOJ HRVATSKOJ**

**Diplomski rad**

**Katarina Žitković**

**Zagreb, rujna, 2024.**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**

**Poslovna ekonomija – smjer Turizam**

**POTENCIJALI RAZVOJA TRŽIŠTA KRSTARENJA U  
PRIMORSKOJ HRVATSKOJ**

**POTENTIAL OF CRUISE MARKET DEVELOPMENT  
IN COASTAL CROATIA**

**Diplomski rad**

**Katarina Žitković, 0135250232**

**Mentor: Izv. prof. dr. sc. Danijela Ferjanić Hodak**

**Zagreb, rujan, 2024.**

## Sažetak

Porast potražnje za krstarenjima privlači sve veću zainteresiranost za ovom vrstom nautičkog turizma. Popularnost krstarenja posljedica je porasta potražnje za aktivnim odmorom i nudi najbolju vrijednost za novac u usporedbi ostalih oblika odmora. Razvoj krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj posljedica je razvedenosti obale, razvijenosti gradova uz obalu, očuvanosti Jadranskog mora i duge pomorske tradicije. U ovom radu naglasak je na pomorskim krstarenjima Primorske Hrvatske.

Cilj rada je na temelju dostupnih podataka i dosadašnjeg razvoja, prepoznati u kojem smjeru i kojom brzinom se tržište krstarenja kreće i koje su mogućnosti daljnjeg razvoja. U teorijskom dijelu rada definiran je pojam nautičkog turizma, pojam i vrste krstarenja, opisuje ponuda i potražnja za krstarenjima. Analiziraju se učinci tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj, radi se SWOT analiza i opisuju mogućnosti daljnjeg razvoja. Posljednji dio analizira četiri odabrane destinacije u kojima je prisutno krstarenje kako bi se usporedili prirodni resursi, primarna i sekundarna ponuda i načini promocije ove vrste putovanja. Utvrđeno je kako Hrvatska ima puno potencijala u razvoju tržišta krstarenja. Najveći potencijal predstavlja razvoj primarnih kapaciteta kao što su luke i brodovi, a promocija destinacija bi se trebala podignuti na višu razinu. Razvoj je potaknut izradama strategija razvoja krstarenja za svaku destinaciju, ali njihova provedba je manjkava.

Ključne riječi: pomorsko krstarenje, Primorska Hrvatska, razvoj, tržište krstarenja, kružna putovanja

## **Summary**

Increasing demand for cruises attracts growing interest in this type of nautical tourism. The popularity of cruises is due to an increase in demand for active holidays, and they offer the best value for money compared to other forms of holiday. The development of cruises in coastal Croatia is due to the indented coastline, the development of towns along the coast, the preservation of the Adriatic Sea, and the long maritime tradition. In this paper, the emphasis is placed on sea cruises in coastal Croatia.

The aim of the work is to identify, on the basis of available data and development so far, the direction and speed of the cruise market, and the possibilities for further development. The theoretical part of the work defines the concept of nautical tourism, the concept and types of cruises, and describes the supply and demand for cruises. The effects of the cruise market in coastal Croatia are analyzed, SWOT analysis is performed and possibilities for further development are described. The last part analyzes four selected destinations where a cruise is present in order to compare natural resources, primary and secondary offers, and ways of promoting this type of travel. It was found that Croatia has much more potential for developing the cruise market. The greatest potential is the development of primary capacities such as ports and ships, and the promotion of destinations should be raised to a higher level. Development is encouraged by the development of cruise development strategies for each destination, but their implementation is deficient.

**Keywords:** maritime cruise, coastal Croatia, development, cruise market, cruise tours

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Metode istraživanja i izvori podataka .....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	2
2. POJMOVNO ODREĐENJE I ODREDNICE TRŽIŠTA KRSTARENJA .....	3
2.1. Pojavni oblici u nautičkom turizmu.....	3
2.2. Pojmovno određanje krstarenja.....	5
2.3. Obilježja ponude i potražnje tržišta krstarenja.....	7
2.4. Vrste krstarenje .....	11
3. ANALIZA TRŽIŠTA KRSTARENJA PRIMORSKE HRVATSKE .....	15
3.1. Učinci tržišta krstarenja Primorske Hrvatske .....	17
3.2. SWOT analiza tržišta krstarenja Primorske Hrvatske.....	22
3.3. Mogućnosti daljnjeg razvoja ponude na tržištu krstarenja .....	26
4. KOMPARATIVNA ANALIZA PONUDE ODABRANIH DESTINACIJA NA TRŽIŠTU KRSTARENJA PRIMORSKE HRVATSKE.....	30
4.1. Analiza prirodnih elemenata ponude odabranih destinacija .....	31
4.2. Analiza primarnih kapaciteta ponude odabranih destinacija .....	33
4.3. Analiza sekundarnih kapaciteta ponude odabranih destinacija .....	39
4.4. Analiza promotivnih aktivnosti odabranih destinacija .....	42
5. ZAKLJUČAK .....	46
LITERATURA .....	
POPIS SLIKA.....	
POPIS TABLICA.....	
POPIS GRAFIKONA .....	
ŽIVOTOPIS .....	

## 1. UVOD

Krstarenja su putovanja koja uključuju putovanje i razonodu u isto vrijeme. Krstarenja su započela kao uobičajeno putovanje brodom, a do danas su prerasla u putovanja opremljenim brodovima sa raznovrsnim sadržajima. S godinama potražnja za krstarenjima osim rasta, mijenjala je i segment putnika pa tako nisu više popularna samo među starijom populacijom s visokim dohotkom. Ponuda brodova, sadržaja i destinacija prilagođava se svim segmentima potrošača. Razlike u krstarenjima mogu biti prema veličini broda, izboru destinacija, sadržajima na brodu ili itineraru. Krstarenje je postalo važan oblik putovanja za hrvatsko gospodarstvo, razvoj destinacije i promociju države. Primorska Hrvatska ima mnogo prednosti koji joj omogućavaju razvoj krstarenja kao što su razvedena obala, pogodna klima, razvijenost gradova uz luke te blizina i povezanost najvažnijih emitivnih tržišta. Učinci krstarenja pozitivno ili negativno utječu na društvo (turiste u destinaciji, lokalno stanovništvo), na okoliš i gospodarstvo zemlje u kojoj se razvija. U radu su analizirana osnovna obilježja krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj od primarnih i sekundarnih kapaciteta do prirodnih resursa koja omogućuju razvoj. Važno je razvijati krstarenje na održiv način kako bi se negativne posljedice umanjile i kako bi se u Primorskoj Hrvatskoj razvijali i drugi oblici turizma.

### 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet diplomskog rada je turizam krstarenja, a glavni cilj je kroz prikaz postojećeg stanja na tržištu krstarenja i usporedbom četiri odabranih destinacija analizirati mogućnosti razvoja tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj. U radu se analiziraju prirodni elementi, primarna i sekundarna ponude te promotivne aktivnosti u odabranim destinacijama. Time se prikazuje trenutno stanje i izazovi s kojima se destinacije susreću te to dovodi do najvažnijih zaključaka i prilika kako se može poboljšati turizam krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj.

### 1.2. Metode istraživanja i izvori podataka

Prilikom pisanja rada korišteni su sekundarni izvori podataka, stručne knjige, znanstveni i stručni časopisi domaćih i inozemnih autora povezane s temom krstarenja u svijetu i Hrvatskoj. TOMAS Nautika istraživanje iz 2022. godine je najčešće korišteni sekundarni izvor podataka za podatke o nautičkoj turističkoj potražnji u Hrvatskoj. Primjenjivale su se



metode analize, deskripcije, sinteze, induktivna i deduktivna metoda i uz njih metoda komparacije i kompilacije osobito u četvrtom poglavlju.

### 1.3. Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad podijeljen je u pet cjelina. U uvodnom dijelu definiran je predmet i cilj rada, navedene su metode istraživanja i objašnjeni izvori podataka koji su se koristili prilikom pisanja rada. Drugi dio rada započinje definiranjem pojma nautičkog turizma kao i neka njegova najvažnija obilježja. Iz nautičkog turizma definira se krstarenje kao njegova podvrsta. Osim pojmovnog definiranja krstarenja, prikazana su najvažnija obilježja ponude i potražnje za krstarenjima u svijetu i napravljena je podjela najvažnijih vrsta krstarenja prema ponudi. Slijedeća cjelina analizira tržište krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj. Prikazani su najvažniji pokazatelji, a zatim se opisuju učinci koji su posljedica krstarenje i utječu na društvo, okoliš i gospodarstvo. Prema učincima napravljena je SWOT analiza i prikazane mogućnosti daljnjeg razvoja. U četvrtoj cjelini komparativno se analiziraju odabrane destinacija u Primorskoj Hrvatskoj u kojoj se provode krstarenja. Izabrane destinacije su Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik, a uspoređuju se prema prirodnim elementima ponude, prema primarnim i sekundarnim kapacitetima i uspoređuju promotivne aktivnosti destinacija. U posljednjem poglavlju prikazani su najvažniji zaključci dok kojih se došlo u radu.

## 2. POJMOVNO ODREĐENJE I ODREDNICE TRŽIŠTA KRSTARENJA

Nautički turizam specifičan je oblik turizma koji pruža priliku istraživanja i plovidbu morima, oceanima, otocima i uvalama. Plovidba morem vrlo je atraktivna aktivnost koja omogućuje turistima visoku pokretljivost i česte promjene mjesta boravka.

Krstarenje, kao dio nautičkog turizma, također omogućuje turistima visoku pokretljivost, ali i cijelu ponudu usluga najslabijim onima u hotelu. Brodovi za krstarenje često su sami po sebi primarna atrakcija, dok su sve ostale destinacije uključene u putovanje sekundarne atrakcije. Posljednjih godina krstarenja su poprimila popularnost jer se prilagođavaju ponudom svim segmentima potrošača i nisu više namijenjeni samo turistima s visokom kupovnom moći.

U ovom poglavlju analizirat će se nautički turizam, pojavni oblici i vrste. Zatim će se definirati krstarenje, obilježja ponude i potražnje za krstarenjima te njegova podjela, a naglasak ovog rada biti će na krstarenjima morem iako se ona mogu odvijati i na rijekama, jezerima i u kanalima.

### 2.1. Pojavni oblici u nautičkom turizmu

Nautički turizam je specifični oblik turizma čiji se razvoj temelji pretežno na prirodnim resursima. Počeo se razvijati početkom 1960-ih godina u UK-u, SAD-u i skandinavskim zemljama. U Hrvatskoj razvoj započinje 1980-ih, a najveća prednost razvoja nautičkog turizma je razvedena obala, mnogobrojni otoci, čistoća mora, klima i atraktivan arhipelag (Kesar, 2022).

Nautički turizam nastao je iz dvije riječi: nautika i turizam. Riječ nautika nastala je od grčke riječi *naus* što znači brodarsko umijeće, brod i vještina plovidbe, a turizam se definira kao skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja na nekom mjestu bez da se tamo zasniva stalno prebivalište ili poduzima neka gospodarska aktivnost (Mikačić et al., 2006). Zakon o turističkoj djelatnosti (NN, br. 8/96) definira nautički turizam kao: „Plovidba i boravak turista (nautičara) na plovnicima (jahta, brodica i sl.) i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije“.

Nautički turizam je multifunkcionalna djelatnost jer osim plovidbe na plovnicima, ovaj oblik turizma može se odvijati i ako plovilo ne isplovi nego nautičari-turisti samo borave na njemu. Osim boravka u lukama, boravak se može odvijati u uvalama tzv. „divljem vezu“, a noćenja

mogu biti i u objektima povezanim sa nautičko-turističkom djelatnosti, a ne samo na plovilima (Luković, 2007).

Pojavni oblici nautičkog turizma su:

1. luke nautičkog turizma: pružanje usluga smještaja i pružanja usluga plovilima i nautičarima, a najrazvijeniji oblik je poslovanje marinama
2. charter: poslovanje iznajmljivanja plovila ili brodova nautičarima
3. cruising: organizirano kružno putovanje posebno pripremljenim plovilom za tu svrhu (Luković, 2007)

Luke nautičkog turizma su glavna infrastruktura za odvijanje nautičkog turizma. Važni su i drugi objekti za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata i oni se dijele u četiri vrste. Prva vrsta su dio vodenog prostora namijenjene za sigurno sidrenje, a nazivaju se sidrišta. Druga vrsta su dijelovi kopna koji se nazivaju odlagalište plovnih objekata, a koriste se za odlaganje plovila na suhom, uslugu transporta, spuštanja i dizanja plovila iz vode. Sljedeća vrsta su suhe marine koje su slične odlagalištima plovnih objekata, ali uz sve to pripremaju plovila za plovidbu te nude boravak turistima i pružaju ugostiteljske usluge. Posljednja vrsta je privezište koje je posebno izgrađen dio vodenog ili morskog prostora i obale za pružanje usluge veza (NN, br. 120/19).

Mnogobrojne su podjele nautičkog turizma. Kriteriji podjele su prema motivu dolaska, veličini i vrsti plovila, opsegu plovidbe, organizaciji plovidbe, prema vrstama itinerara, svrsi plovidbe i prema područjima plovidbe. Svaki od navedenih kriterija dijeli se na nekoliko vrsta. Na primjer, nautički turizam prema organizaciji plovidbe dijeli se na individualni, grupni i nautički turizam u konvojima, a prema opsegu plovidbe na veliki i mali nautički turizam (Luković, 2007).

Prema dominantnom motivu, nautički turizam može biti: mobilni, plovidbeni, kupališni, boravišni, sportski, izletnički, ribolovni, kulturni, zdravstveni i ambijentalni. Prema opsegu i području plovidbe postoji veliki i mali nautički turizam. Veliki nautički turizam odvija se kao oceanska i krstarenja u zatvorenim morima, a mali nautički turizam naziva se i zabavna navigacija, a u to pripadaju jedrilice, sportski čamci i gliseri. Kada se govori o organizaciji plovidbe, nautički turizam dijeli se na individualnu, grupnu ili organizaciju u konvojima, a svrha plovidbe mogu biti izleti, krstarenja, jedrenja, sport i rasonoda ili podvodna plovidba (Luković, 2007).

Nautičari-turisti imaju obilježja više i visoke kupovne moći jer pripadaju ekonomsko najstabilnijoj društvenoj skupini te su im prosječni dnevni izdaci 338,46 eura po osobi na domaćim krstarenjima. Omogućena im je velika pokretljivost u prostoru, prosječna dob im je oko 44 godine, često su visokog i višeg obrazovanja i pripadaju u radno najaktivniju skupinu. Često se vraćaju pa su samim time i lojalni, ostvaraju dvostruko duži boravak od odmorišnog turista (u Hrvatskoj 7 dana), redovito putuju u društvu, sa obitelji ili prijateljima, a najčešće do luke nautičkog turizma dolaze osobnim automobilom (TOMAS Nautika, 2022).

Karibi i Mediteran dvije su najposjećenije nautičke zone (Krce Miočić, 2014). Prednost ovih zona je topla klima koja omogućuje nautičke aktivnosti tijekom cijele godine i blizina emitivnih tržišta (Sjeverna Amerika, Europa, Afrika i Azija). Obje zone također se sastoje od velikog broja otoka što pridodaje većoj ponudi i atraktivnosti plovidbe. Na Karibima su započela prva kružna putovanja, a glavna prednost je mogućnost cjelogodišnje plovidbe. Prednost Mediterana je raznolika ponuda povijesti i kulture na relativno malom prostoru, a izazovi se pojavljuju zbog vremenskih uvjeta koji dovode do sezonalnosti ponude. Na Mediteranu u usporedbi sa Karibima nije toliko razvijena infrastruktura za prihvat mega brodova koji mogu produžiti sezonu zbog ponude sadržaja na brodovima (Peručić, 2013).

## 2.2. Pojmovno određenje krstarenja

Krstarenja su se iz zamornog načina putovanja brodom za potrošače visoke platežne moći promijenila u specifični oblik turističke ponude namijenjen svim segmentima potrošača. U SAD-u početak krstarenja započinje 1980-ih, dok u Europi 1990-tih (Peručić, 2013). Na razvoj europskog tržišta krstarenja najviše je utjecao ulazak sjevernoameričkih kruzerskih kompanija, vertikalno povezivanje turoperatora sa kruzerskim kompanijama i razvoj europskih kruzerskih kompanija koje su prilagodile proizvod zahtjevima europskih putnika (Peručić, 2013). Norwegian Caribbean Line je prva kompanija kojoj je primarna djelatnost bilo krstarenje. Uz nju su osnovane Royal Caribbean Cruise Line i Carnival Cruise Line (Peručić, 2013). Sve tri kompanije su nastale u SAD-u, a sve do danas nalaze se u top pet najboljih kruzerskih kompanija na svijetu.

Krstarenje je kružno putovanje i boravak na posebno opremljenim plovilima (kruzerima) s profesionalnom posadom i unaprijed poznatom rutom plovidbe na kojoj se posjeti određen broj destinacija na kopnu ili otocima (Horak et al., 2015).

Rječnik turizma (Vukonić & Čavlek, 2001) krstarenje definira kao: „Jedrenje za zabavu, razonodu, tj. jedriti od-do ili od mjesta do mjesta, na jedrilici, brodu ili motornoj jahti za zadovoljstvo, obično morem, ali i jezerima i rijekama. Jedna od najboljih vrsta aktivnog odmora u turizmu, jer je čovjek stalno u pokretu, ovisan o moru i vjetru.“

Brod za krstarenje je brod namijenjen kružnom turističkom putovanju jer pripada potkategoriji putničkih brodova, a tijekom putovanja putnicima se nude razne mogućnosti zabave i atrakcije na brodu (Perić & Oršulić, 2011). Specifičnost brodova za krstarenja su da su ona često primarno odredište turistima, a sve ostale destinacije u kojima brodovi pristaju tijekom putovanja su sekundarna odredišta (Kovačić & Silveira, 2020).

Luke se dijele na bazne (ukrcaj i iskrcaj) i luke ticanja. Bazna luka je mjesto ukrcaja i iskrcaja putnika tj. početna i završna točka putovanja. Mora imati dobru prometnu povezanost s emitivnim tržištima i posebno opremljene terminale kako bi se brodovi mogli što brže opskrbiti zalihama. Luka ticanja je luka u kojoj se brod tijekom putovanja zaustavi najčešće zbog neke atrakcije i u njoj putnici ne noće (Peručić, 2013).

Glavni konkurent stacionarnom turizmu je krstarenje jer obuhvaća sva četiri obilježja turizma – prijevoz, smještaj, atrakcije i posredništvo (Benić, 2011). U stacionarnom turizmu turistima nije potrebno prijevozno sredstvo jer turisti borave na jednom mjestu, ponuda atrakcija je samo dostupna u mjestu boravka što je potpuno suprotno krstarenjima gdje turisti putuju prema atrakcijama. Jedna od glavnih svrha krstarenja je mobilnost koju pruža, dostupnost atrakcija na brodu i u svim popratnim destinacijama.

Obilježja proizvoda krstarenja su heterogenost, neelastičnost i komplementarnost (Gibson, 2006). Heterogenost kreira jedinstveni proizvod za svakog turista, neelastičnost znači da se neprodani proizvod ili usluga ne može naknadno prodati jer ga nije moguće uskladištiti, a niz usluga čini komplementarnost koja čini zasebno iskustvo krstarenja svakog turista.

Razvoj ponude krstarenja na američkom tržištu, razlikuje se od europskog tržišta. Američko tržište nudi krstarenje kao oblik tradicionalnog ljetovališta gdje je glavni motiv odmor i zabava na brodu. Motiv krstarenja u Europi je posjeta što većem broju destinacija tijekom jednog kružnog putovanja (Peručić, 2013).

### 2.3. Obilježja ponude i potražnje tržišta krstarenja

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje dobara i usluga tijekom putovanja i boravka posjetitelja u nekom mjestu, a služe za zadovoljenje turističkih potreba. Na emitivnom turističkom tržištu koncentrirana je turistička potražnja i s nje turisti dolaze. S druge strane je receptivno turističko tržište na kojem se nalazi turistička ponuda i ona prihvaća turiste koji dolaze s emitivnog tržišta (Čavlek et al., 2011).

Globalizacijski procesi utjecali su na promjene u ponudi i potražnji. Brod kao sastavni dio ponude postao je destinacija koja se u bilo kojem trenutku ili vremenu može premjestiti na drugo mjesto. Visoka mobilnost omogućuje kruzerskim poduzećima izbjegavanje zakona u zemljama kako bi ostvarile što veći profit izbjegavanjem plaćanja poreza ili plaćanja što nižih lučkih pristojbi. Kako bi se poduzeća što uspješnije razvila, nove turiste privlače odlaskom u nove destinacije. Neka poduzeća stvaraju vlastite destinacije kupnjom vlastitih otoka i maksimalno prilagođavaju itinerare zahtjevima putnika (Peručić, 2013).

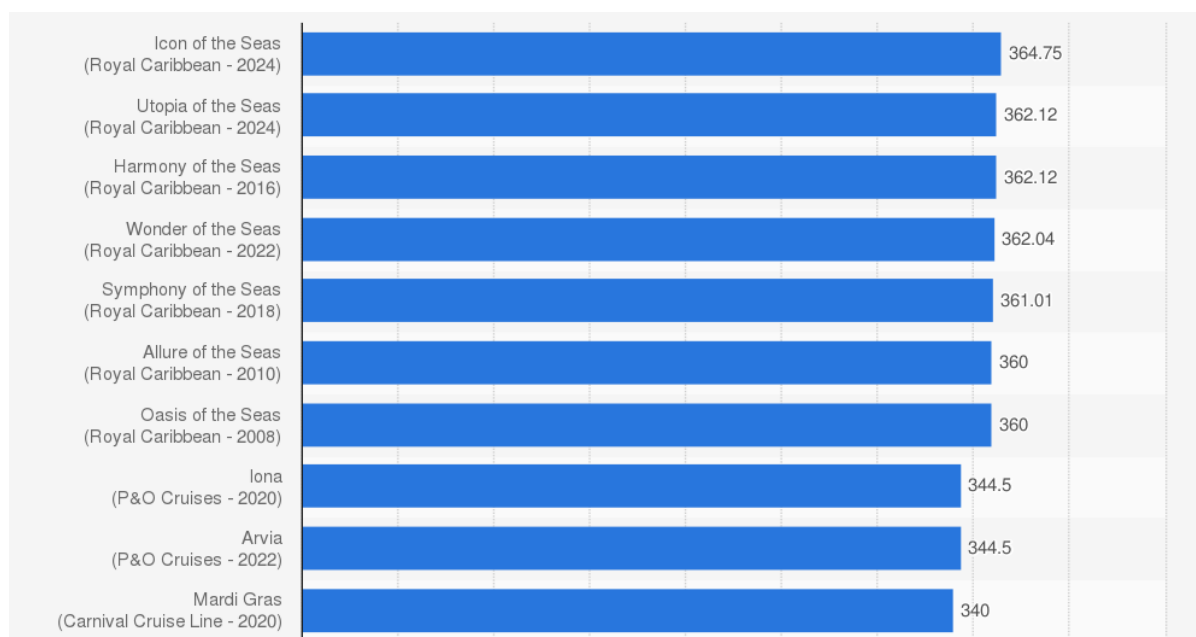
Ponudu tržišta krstarenja čine luke za prihvat brodova, brodovi za krstarenja, turistička mjesta i gradovi uz luke te turističke atrakcije uključene u itinerar krstarenje (Horak et al., 2007).

Tri najposjećenije luke u 2023. godini za krstarenja su bile u luka Miami sa 2.526.900 ukrcaja i iskrcaja, zatim luka Canaveral sa 2.013.340 ukrcaja i iskrcaja i luka Everglades sa 1.757.340 ukrcaja i iskrcaja, a sve tri luke nalaze se u SAD-u (CLIA, 2023). Neke od najpoznatijih kompanija za krstarenje su Carnival Cruise Line, Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Line, MSC Cruises i Disney Cruise Line.

Brodovi se dijele po veličini dijele na:

- mega brodove sa više od 2000 putnika,
- velike brodove do 2000 putnika,
- srednje brodove do 1200 putnika,
- male brodove od 200 do 500 putnika,
- veoma male brodove sa manje od 200 putnika (Peručić, 2013).

Grafikon 1. Popis najdužih brodova za krstarenje (u metrima)



Izvor: Statista.com [preuzeto: 15.09.2024.]

Veličina broda osim po broju putnika, može se odrediti i dužini u metrima. Na grafikonu 1. prikazan je popis 10 najdužih brodova za krstarenje. Kompanija *Royal Caribbean* posjeduje sedam redom najdužih brodova i svi su dugi 360 metara ili više. Najduži brod je *Icon of the Seas* i dug je 364,75 metara (Statista, 2024). Za usporedbu, u Hrvatsku dolazi tek nekoliko brodova za krstarenje godišnje koji su dugi nešto manje od 340 metara.

Brodovi se kategoriziraju u četiri kategorije: *standard*, *premium*, *luxury* i *exclusive* (Peručić, 2013). *Standard* krstarenja su sa najnižom cijenom, traju do sedam dana, uglavnom se odvijaju na manjim brodovima i nude se samo osnovni sadržaji (uključeni su obroci, bazeni, sportski tereni). *Premium* krstarenja imaju udobnije i veće kabine od onih u standard kategoriji, kabine sadrže balkon, minibar, a ponuda obroka je raznovrsnija sa više vrsta restorana. Sadržaji su kvalitetniji, a od aktivnosti nude se kazališta, koncerti i ostala tematska događanja. *Luxury* krstarenja nude visoku razinu usluge, kabine su elegantno uređene, sadržaji na brodu su prošireni na wellness i spa centre i privatne plaže na obali. *Exclusive* krstarenja su najluksuznija te im je cijena i najviša. Kabine sadrže privatne bazene, prostranu terasu i najvišu razinu elegancije i luksuza.

Na brodovima se mogu pronaći razne zabavno-rekreativne aktivnosti kao igrališta za mini golf, klizališta, boksački ringovi, vodeni parkovi, teniski tereni itd. Primjer atrakcija koje se nude na brodu je na brodu *Voyager of the Seas* kompanije *Royal Caribbean International* koji

prima do 4000 gostiju, a nudi više od 40 aktivnosti. Neke od ponude aktivnosti i usluga su: spa centar, koncerti, predstave, surfanje u bazenu, sportski tereni za odbojku i košarku, bazeni, mini golf, galerija, dvorana za sportsko penjanje, klizanje, škola plesanja, radionica izrade kolača i dr. (Royal Caribbean 2024).

Slika 1. Brod Voyager of the Seas



Izvor: <https://www.royalcaribbeanincentives.com/ships/voyager-of-the-seas/> [preuzeto: 30.06.2024.]

Ponudu krstarenja čine i vlastiti otoci velikih krzerskih kompanija koje one koriste u itinerarima ili kako bi ih iznajmljivale drugim kompanijama. Time kontroliraju ponudu i cijenu na tržištu i bez dodatnih troškova imaju uvijek dostupnu destinaciju. Ponudu na otoku mogu potpuno prilagoditi svojem načinu poslovanja.

Osnovni i prošireni proizvod dio su ponude krstarenja. Osnovni proizvod je plovdba prema planu puta, smještaj sa uključenim obrocima i zabavni program. Prošireni proizvod je kvaliteta pruženih usluga, raznovrsnost obroka, atraktivnost itinerara, ponuda izleta, dodatni sadržaji na brodu itd. (Peručić, 2013).

Rast potražnje za krstarenjima počinje 80-ih godina kada se osnivaju kompanije za krstarenja, grade se novi brodovi, privlači se novi segment potrošača i prilagođava se ponuda (Peručić, 2013). Krstarenja su jedan od najbrže rastućih oblika turizma jer se svakim danom sve više prilagođavaju svim segmentima putnika. Ona više nisu namijenjena imućnom, visokoobrazovnom i starijom populacijom, nego se ponudom prilagođavaju svim segmentima. Rast potražnje potaknut je dobrim odnosom vrijednosti koju turisti dobivaju za novac, povećanju broj luka ukreaja i iskreaja u blizini emitivnih tržišta i visoka prilagođenost ponude.

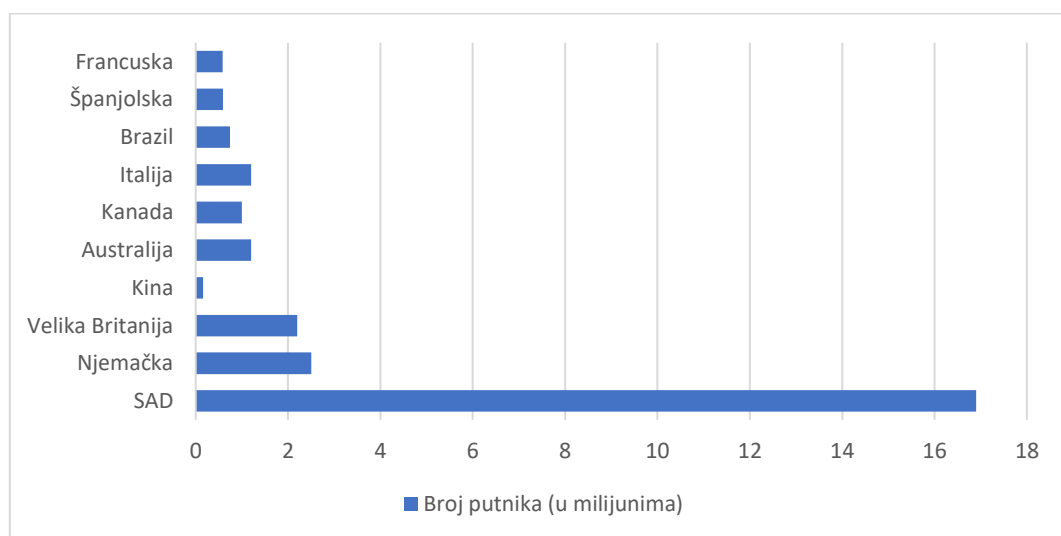


U 2023. godini na krstarenjima je ukupno sudjelovalo 31,7 milijuna putnika. Od toga najviše putnika je iz Sjeverne Amerike (18,1 milijun), Europe (8,2 milijuna) i Azije (2,3 milijuna). Prosječna dob putnika smanjila se s godinama, a prošle godine je iznosila 46 godina. Sve veću zainteresiranost pokazuju milenijalci i gen-x generacija. Krstarenja su popularna među parovima, obiteljima, a posljednjih godina sve veću popularnost primaju tzv. solo putovanja za samce. Prosječno trajanje putovanja u 2023. godini bilo je 7,3 dana no 50% putnika koji su u prošloj godini putovali, izjavilo je da će im iduće krstarenje trajati dulje. Zadovoljstvo krstarenjem može se vidjeti kroz podatak od prošle godine koji nam govori da čak 82% putnika koji su prvi puta krstarili, krstariti će ponovo, a njih 12% izjavilo je da bi voljeli krstariti barem dva puta godišnje, a njih 10% nekoliko puta godišnje (CLIA, 2024).

Aktivnosti putnika s kruzera u destinaciji su najviše u ugostiteljskim objektima, trgovinama i obilasku grada, a izvan broda borave prosječno 5 sati. Prosječna potrošnja po osobi na brodu obrnuto je proporcionalna veličini broda pa tako što je veći brod, to je manja potrošnja po osobi, ali je proporcionalna s boravkom u destinaciji (Horak et al., 2007).

Grafikon 1. prikazuje brojnost putnika prema državi iz koje dolaze. U 2023. godini najviše su krstarili stanovnici SAD-a, njih 16,7 miliona. Druga po redu je država Njemačka od kojih je 2,5 milijuna stanovnika krstarilo, a na trećem mjestu su stanovnici Ujedinjenog Kraljevstva sa 2,2 milijuna krstarenja (CLIA, 2024). Blizina Kariba te želja za ovakvom vrstom odmora stavlja Amerikance na prvo mjesto po broju putnika koji krstare.

Grafikon 2. Broj putnika na krstarenjima u 2023. godini (u milijunima)



Izvor: CLIA (2024). State of the Cruise Industry Report. April 2024.

## 2.4. Vrste krstarenje

Krstarenja mogu biti domaća ili međunarodna, a razlika je odvijaju li se samo u unutarnjim vodama jedne ili više država. Druga podjela krstarenja je odvijaju li se na oceanima, morima, rijekama, jezerima ili kanalima (Kesar, 2022). Krstarenja se mogu podijeliti i prema vrsti i veličini broda na kojem se odvija ili prema ponudi koja se nudi putnicima na putovanju.

Ponuda se može temeljiti na sadržajima koji se nude na brodu ili ponudi u destinacijama u kojima brod pristaje tijekom putovanja.

Prema ponudi krstarenja se dijele na:

- kružna krstarenja,
- zabavna krstarenja,
- jednodnevna krstarenja,
- tematska krstarenja,
- pustolovna krstarenja,
- krstarenja oko svijeta,
- *incentive* ili konferencijska krstarenja (Vojvodić, 2005).

Kružna krstarenja započinju i završavaju u istoj luci, traju najčešće sedam ili četrnaest dana, a posjećuje se više luka, gradova i otoka tijekom putovanja. U Rječniku turizma, kružno putovanje opisano je kao višednevno turističko putovanje prema određenom itineraru (Vukonić & Čavlek, 2001). Glavne karakteristike su: smještaj na brodu, puni ili polupansion, posjećivanje više destinacija tijekom putovanja, organizirani izleti i aktivnosti u destinacijama i na brodu (WTO, 2008). Primjer je krstarenje poduzeća MSC Cruises koje traje 7 noći na brodu MSC Sinfonia. Polazak je iz luke Split, a u 8 dana uključene su i luke Venecija, luka Brindisi, luka Mikonos, luka Pirej i iskrcaj je u luci Split. U putovanje je uključeni puni pansion, teretana i bazen na brodu, kazališna predstava na brodu i aktivnosti za djecu (MSC Cruises, 2024).

Zabavna krstarenja imaju glavni cilj zabave, odmora, razonode, razgledavanja i posjete destinacijama uključenim u rutu putovanja. U ovoj vrsti krstarenja najviše se prepoznaje kako brod za krstarenje nije samo sredstvo prijevoza nego postaje destinacija sama po sebi. Ponuda

na ovakvim brodovima prilagođena je svim segmentima potrošača. Okuženje na brodu je opušteno i neformalno (Vojvodić, 2005).

Jednodnevna krstarenja traju nekoliko sati, a može se posjetiti jedna destinacija ili više njih. Organizira se na manjim brodovima ili katamaranima za od 12 do 400 putnika (WTO, 2008). U sklopu ovakvog krstarenja obrok je uključen u ponudu kao i razgledavanje gradova, znamenitosti, otoka, plivanje i ronjenje u nepristupačnim zaljevima. Primjer jednodnevnog krstarenja u Hrvatskoj je u organizaciji agencije *Marinero excursions*. Krstarenje traje osam sati na brodu *Rita*, a uključuje krstarenje Elafitskim otocima (otok Lopud, Šipan i Koločep), ručak i pića na brodu, uslugu prijevoza i iskrcaja iz hotela do luke po cijeni od 60 eura po osobi (Get your guide, 2024).

Tematska krstarenja putnicima nude novi proizvod koji nije uobičajen na ostalim vrstama krstarenja. Privlače se putnici sa zajedničkim interesima. Teme krstarenja mogu biti u pravcu glazbe, sporta, kulinarstva (degustacije vina, zdrava hrana), povijesti, navikama i stilu života potrošača (nudisti, nepušači), bračnom statusu (mladenci, samci). Uključene su aktivnosti radionica, predavanja, tečajeva, izložba i koncerata (WTO, 2008). Ruta krstarenja usklađena je sa temom pa se npr. na eno-gastronomskim krstarenjima obilaze mjesta poznata po vinima ili lokalnim specijalitetima. Najpoznatije tematsko krstarenje je *Disney Cruise* namijenjeno obitelji s djecom (Vojvodić, 2005). Primjer tematskog krstarenja u Hrvatskoj je agencije *Katarina Line* koja nudi vinsko krstarenje. Vinsko krstarenje odvija se na brodu *MV Ave Maria*, traje osam dana i uključeno je u cijenu doručak i ručak, maslinova ulja i vino na brodu, vođene pješačke ture u gradovima. Krstarenje započinje u Dubrovniku i nastavlja se prema Korčuli, Hvaru, Visu, Pelješcu, Stonu, Slanu i završava u Dubrovniku. U svakome od navedenih mjesta krstarenje uključuje i kušanje vina u lokalnim vinarijama (*Katarina Line*, 2024).

Pustolovna krstarenja dijele se na tri vrste – istraživačka, krstarenja jedrenjacima i krstarenja specijaliziranim brodovima. Istraživačka krstarenja odlaze u područja koja nisu uobičajena ili često izazovna za doći do njih kao npr. Sjeverni i Južni Pol. Specifičnost krstarenja jedrenjacima je što su putnici aktivno uključeni u upravljanje brodom s posadom. Krstarenja specijaliziranim brodovima su pustolovna krstarenja s izraženom obrazovnom ponudom na manjim brodovima do stotinjak putnika (Vojvodić, 2005). Agencija *Antartica Cruises* organizira višednevna krstarenja Antartikom. Osmodneвно putovanje započinje u Čileu gdje se putnike upoznaje sa najvažnijim informacijama i uključeno je noćenje u hotelu. Na

Antartik se stiže drugi dan avionom gdje se putnici ukrcavaju na ekspedicijski brod Magellan Explorer koji ima 50 kabina sa do najviše 96 gostiju. Brod ima restoran, bar, kliniku, teretanu, manju kongresnu dvoranu i saunu. Od trećeg do šestog dana plovi se Antartikom gdje se mogu vidjeti fjordovi, sante leda, pingvini, tuljani i kitovi, a svaki dan je i pješačka tura sa stručnim polarnim vodičima. Sedmi dan je povratak avionom do Čilea i noćenje u hotelu te osmog dana završava putovanje (Antartica Cruises, 2024).

*Slika 2. Brod Magellan Explorer*

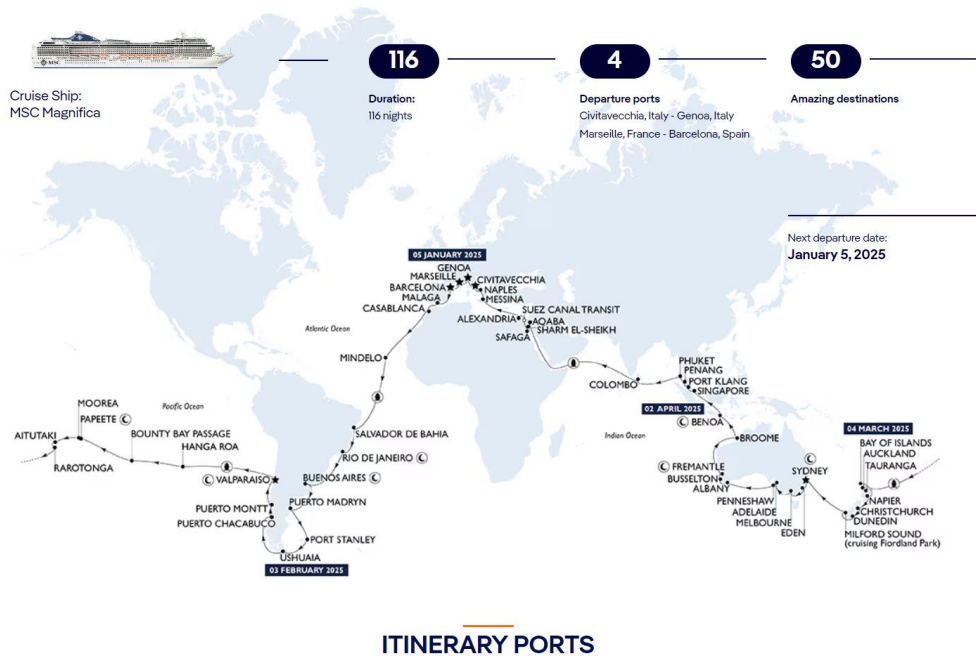


Izvor: <https://vipjourneys.com/magellan-explorer-classic-antarctica-air-cruise-8-days/> [preuzeto: 30.06.2024.]

Krstarenja oko svijeta traju najduže u odnosu na ostale vrste krstarenja (< 18 dana). Ruta je najčešće iz europske luke prema Karibima i Panamskim kanalom pa prema Australiji, Aziji i Indijskom oceanu te zatim preko Crvenog mora, Sueskog kanala ponovo do Sredozemlja. Broj putnika koja odlaze na ova putovanja svake godine se smanjuje zbog nedovoljno slobodnog vremena i novaca. Putnici koji odlaze na ova krstarenja su stariji, imućniji i sa iskustvom plovidbe (Vojvodić, 2005). U 2025. godini MSC Cruises organiziraju jedno takvo putovanje. Krstarenje počinje 5. siječnja, a traje 116 noći na brodu MSC Magnifica. Brod sadrži više od 1200 kabina za preko 3200 putnika, a od dodatnih sadržaja tu je kino, unutarnji i vanjski bazeni, teniski teren, kuglana, mini golf, pet restorana i 11 barova. Tijekom krstarenja obići će se 50 destinacija kroz 21 zemlju i 5 kontinenata, a polazne luke su u Italiji, Francuskoj i Španjolskoj. Nakon obilaska Mediterana, put se nastavlja prema Južnoj Americi i Pacifiku. Prije Novog Zelanda i Australije, put se proteže kroz Bali, Singapur i Maleziju, a

prije povratka u Europu brod prolazi i arapskim dijelom: Crveno more, Sueski kanal i Egipat. U putovanje uključeno je 15 obalnih izleta i paket za ručak i piće (MSC Cruises, 2024).

Slika 3. Plan plovidbe puta oko svijeta MSC Magnifica u 2025.



Izvor: <https://www.msccruises.com/int/our-cruises/destinations/msc-world-cruise-2025> [preuzeto:]

*Incentive* ili konferencijska krstarenja služe za kongrese, seminare ili poslovne sastanke ili najam cijelog broda bez unaprijed ugovorenog itinerara. Ova krstarenja znaju trajati kraće, a cilj im je obuka ili usavršavanje te međusobno povezivanje, upoznavanje i druženje. Brodovi su opremljeni tehnologijom i opremom za odvijanja konferencija (Vojvodić, 2005).

### 3. ANALIZA TRŽIŠTA KRSTARENJA PRIMORSKE HRVATSKE

Kako bi se što bolje analiziralo tržište krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj, prvo su navedeni općeniti podaci o broju luka, obilježju turista, dnevnoj prosječnoj potrošnji turista itd. Prikazivanjem pozitivnih i negativnih učinaka krstarenja dobivena je SWOT analiza. Za kraj ovoj poglavlja prikazane su mogućnosti daljnjeg razvoja tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj.

Važnost tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj može se vidjeti kroz dostupne podatke iz TOMAS Nautika 2022. istraživanja, Državnog zavoda za statistiku i e-Visitor sustava. TOMAS Nautika 2022. je primarno istraživanje Instituta za turizam u kojem se podaci prikupljaju izravno od nautičara-turista, a moraju ostvariti barem jedno noćenje u jednoj od hrvatskih marina ili luka od lipnja do listopada (TOMAS Nautika, 2022).

U 2023. godini u Hrvatskoj su poslovale 224 nautičke luke, u njih spadaju sidrišta, privezišta, suha marina, marine svih kategorija i odlagalište plovnih objekata, od toga njih najviše je u Zadarskoj županiji (58). Uplovilo je 85 stranih brodova, a ostvarili su 646 kružnih putovanja sa sveukupno 868.542 putnika. Najviše kružnih putovanja stranih brodova ostvareno je od svibnja do listopada, a najviše brodova je bilo pod zastavom Malte, Bahama i Paname. Najviše posjeta je imala luka Dubrovnik sa 475 posjeta (DZS, 2024).

Tablica 1. Broj posjeta brodova u hrvatske luke u 2023. godini

Luka	Broj posjeta
luka Dubrovnik	475
luka Split	300
luka Zadar	160
luka Hvar	110
luka Korčula	101
luka Šibenik	89
luka Rovinj	63

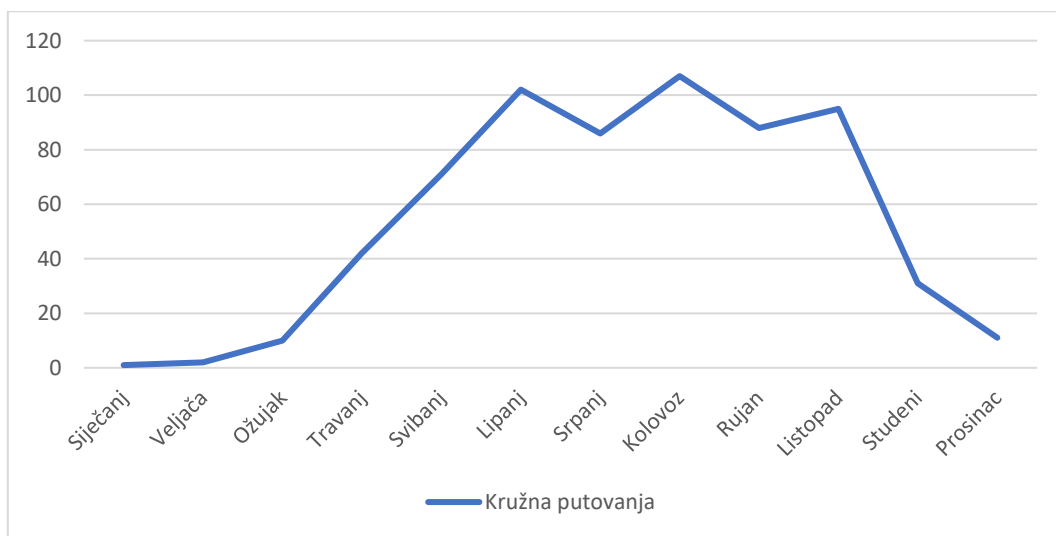
Izvor: DZS (2024). Kružna putovanja stranih brodova u RH u razdoblju od siječnja do prosinca 2023

Na domaćim krstarenjima u 2022. godini najviše putnika je bilo srednje životne dobi. Više od 30% putnika imali su između 36 i 45 godina. Više od polovice ispitanika ima više ili visoko završeno obrazovanje. Najučestalija prijevozna sredstva koje se koristi za dolazak do luke polaska su zrakoplov (59%) i automobil (36,9%) (TOMAS Nautika, 2022).

U 2022. godini 48,6% ispitanika je na krstarenje u Hrvatsku došlo sa partnerom, 28,7% sa prijateljima, 19,1% sa ostalim članovima obitelji, a ostalih 3,8% su bili samci, u organizaciji grupe ili sa poslovnim kolegama (TOMAS Nautika, 2022).

Kružna putovanja stranih brodova u Hrvatskoj sveukupno su činila 646 putovanja sa ukupno 868.542 putnika na brodu. Od ukupnog broja kružnih putovanja, 47,1% putovanja ostvareno je u lipnju, kolovozu i listopadu, a ostalih 52,9% u ostalim mjesecima (DZS, 2024).

Grafikon 3. Broj kružnih putovanja stranih brodova u RH po mjesecima u 2023. godini



Izvor: DZS (2024). Kružna putovanja stranih brodova u RH u razdoblju od siječnja do prosinca 2023.

Najčešće krstarenje traju 4 do 7 dana (96,4%), a mali postotak (3,6%) između 8 i 14 dana. Deset najpopularnijih aktivnosti putnika s broda za krstarenje u destinaciji su odlazak u restorane, barove i slastičarne, odlazak na plažu ili kupnju, šetnja prirodom i razgledavanje znamenitosti i muzeja, odlazak na koncerte, organizirane izlete ili na plesne zabave (TOMAS Nautika, 2022).

Gotovo svim putnicima cjelokupno iskustvo krstarenja u Hrvatskoj u 2022. godini je bilo u skladu ili iznad očekivanja što dokazuje kvalitetu pruženih usluga i kvalitetu ponude. Najviši stupanj zadovoljstva na brodu činila je gostoljubivost posade, komfor smještaja na brodu, hrana i piće na brodu, dobivena vrijednost za novac i itinerar plovidbe. Svi navedeni elementi ocjenjeni su vrlo visokim stupnjem zadovoljstva. Najveće nezadovoljstvo stvarale su gužve u posjećenim mjestima, gužve na moru, buka u lukama, neprimjereno odlaganje otpada i onečišćeno more (TOMAS Nautika, 2022).

Prosječna dnevna potrošnja putnika na krstarenjima u Hrvatskoj je bila 338,46 eura. U to je uključena cijena krstarenja i ostali izdaci tijekom plovidbe kao što su ugostiteljske usluge, organizirani izleti i kultura i zabava (TOMAS Nautika, 2022).

Tablica 2. Prosječni dnevni izdaci putnika na krstarenjima u 2022. godini (u eurima)

<b>Prosječni dnevni izdaci</b>	<b>Iznos u eurima</b>
Cijena krstarenja	203,64
Izdaci za ugostiteljske usluge	61,25
Izdaci za kupnju	32,18
Izdaci za lokalni prijevoz	9,14
Izdaci za kulturu i zabavu	8,88
Izdaci za sport i rekreaciju	7,22
Izdaci za organizirane izlete	6,90
<b>Ukupno</b>	<b>338,46</b>

Izvor: TOMAS Nautika (2022). Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj. Institut za turizam

### 3.1. Učinci tržišta krstarenja Primorske Hrvatske

Rast tržišta krstarenja za sobom nosi pozitivne i negativne učinke na društvo, gospodarstvo i okoliš (Kovačić & Silveira, 2020). Uglavnom se govori o negativnom utjecaju na okoliš i pozitivnom na destinaciju.

Društveni učinci krstarenja mogu biti:

- zapošljavanje lokalnog stanovništva,
- sigurnost destinacije,
- način života populacije,
- nezadovoljstvo lokalnog stanovništva,
- širenje virusa u destinaciji,
- iseljavanje lokalnog stanovništva (Peručić, 2013; Kovačić & Silveira, 2020; Horak, 2007; Brida & Zapata-Aquirre, 2009).

Razvoj tržišta krstarenja u nekoj destinaciji povećava zaposlenost lokalnog stanovništva na samom brodu, ali i u svim popratnim djelatnostima povezanih sa turizmom. Povećana je potražnja za turističkim vodičima, prodavačima, vozačima i ugostiteljima (Benić, 2011). Sigurnost destinacije je veća kroz osiguranje većeg broja interventnih službi jer veće količine



ljudi dovode do kriminala i svih drugih zabranjenih aktivnosti. Razvoj turizma dovodi do poboljšanja života lokalnog stanovništva u destinaciji gdje se razvija turizam. Ulaže se u infrastrukturu, povećana je briga i zaštita prirodnih područja i kulturnih sadržaja i proširuje se ponuda proizvoda i usluga.

Nezadovoljstvo lokalnog stanovništva i stacionarnih turista u destinaciji događa se zbog dolaska prevelikog broja turista s broda za krstarenje u destinaciji u određenom trenutku. Lokalno stanovništvo često nije u mogućnosti nesmetano obavljati svakodnevne aktivnosti. Primjerice omjer putnika s kruzera prema lokalnom stanovništvu je od 10:1 do 35:1 u starom gradu Dubrovniku, na Korčuli, Hvaru i ostalim najposjećenijim destinacijama krstarenja u Hrvatskoj (Benić, 2011). Negativni društveni utjecaj krstarenja može biti širenje virusa u destinaciji kao npr. gastro oboljenja koje se sa broda preko turista šire na lokalno stanovništvo. Važno je pregledati brodove prilikom dolaska broda u luku i poduzeti određene mjere kako bi se suzbilo širenje virusa u destinaciji. U Dubrovniku je došlo do iseljavanja lokalnog stanovništva zbog previsokih cijena uslijed povećanja broja turista u destinaciji (Benić, 2011). Do iseljavanja lokalnog stanovništva dolazi i zbog njihovog nezadovoljstva ponašanjem turista, ali i zato što se sve više stanova i kuća iznajmljuje turistima za smještaj te lokalno stanovništvo koje želi unajmiti prostor ne može jer su im cijene previsoke (stanovi se mogu unajmiti samo izvan sezone i nije moguće ugovoriti dugoročni najam jer je iznajmljivačima brža i veća zarada ako iznajmljuju turistima, a ne dugoročno lokalnom stanovništvu).

Gospodarski učinci krstarenja su:

- ulaganje u luke i infrastrukturu,
- prihodi od krstarenja,
- razvoj ekonomije zemlje,
- valorizacija prirodnih i kulturnih atrakcija,
- prepoznatljivost destinacije
- ekonomska ovisnost o tržištu krstarenja,
- uvoz roba iz inozemstva (Peručić, 2013; Kovačić & Silveira, 2020; Horak, 2007; Brida & Zapata-Aquirre, 2009).

Razvoj pomorskih krstarenja privlači domaća i strana ulaganja u luke i infrastrukturu. Ulaže se u smještajne i ugostiteljske objekte i popratne objekte u lukama i destinaciji. U ACI Marina Rovinj dostupna je trgovina sa namirnicama, usluga parkinga vozila, iznajmljivanje brodova, wellness centar i dr. (ACI marina Rovinj, 2024). Prihodi od krstarenja za gospodarstvo su prihodi od plovnih objekata na stalnom godišnjem vezu, tranzitnom i sezonskom vezu, prihodi od održavanja i popravka brodica i motora u lukama, prihodi od iznajmljivanja plovnih objekata, prihodi brodova za krstarenja itd. (MMPI & MT, 2008). Zemlje u razvoju počinju razvijati krstarenja u svojoj zemlji kako bi pomogli razvoju i regeneraciji ekonomije. Razvojem krstarenja moguće je valorizirati područja koje se bez krstarenja ne bi u toj mjeri posjećivala kao na primjer nacionalni parkovi na otocima.

Razvojem krstarenja u destinaciji dolazi do zanemarivanja ostalih oblika turizma te dolazi do ekonomske ovisnosti. Turizam pa tako i krstarenja nisu stabilan izvor prihoda i ovise o vremenskim uvjetima, utjecajima okoline i o elastičnosti cijena (Benić, 2011). Od same izgradnje broda, uređenja interijera i eksterijera pa sve do proizvoda koji se prodaju na brodu dio toga je iz uvoza. U Hrvatskoj se proizvode brodovi, ali pojedini dijelovi se moraju uvoziti, a ponekad se uveze i cjelokupni brod. Cilj svake turističke zemlje je ponuditi vlastite proizvode no kako bi se što više približilo zahtjevima turista često treba uvoziti inozemnu robu.

Učinci krstarenja na okoliš su:

- očuvanje prirodnih i kulturnih dobra,
- razvoj tehnologije za očuvanje okoliša,
- zagađenje vode, zraka, buka,
- degradacija prostora (Peručić, 2013; Kovačić & Silveira, 2020; Horak, 2007; Brida & Zapata-Aquirre, 2009).

Povećanje potražnje za krstarenjima u nekoj destinaciji dovodi do veće brige za očuvanjem prirodnih i kulturnih dobra koje putnici s broda posjećuju. Organizacija UNESCO upozorava Hrvatsku na pojačanu zaštitu nacionalnih parkova, parkova prirode i ostalih zaštićenih područja. Destinacije i same provode mjere očuvanja atrakcija kako bi ih što kvalitetnije i duže nudili na tržištu. U Dubrovniku je ograničen broj brodova za krstarenja na dva dnevno i 4000 putnika s broda može ući u Stari grad Dubrovnik u sezoni odjednom (Vrtiprah, 2017).

Razvoj tehnologije za pročišćavanje otpadnih voda, ispušnih plinova i korištenje obnovljivih izvora energije dovele su do sve manjeg utjecaja krstarenja na okoliš i destinaciju.

U nekim radovima brodove za krstarenja uspoređuje se sa „ekološkom bombom“. Brodovi za krstarenja stvaraju buku tijekom plovidbe i time uznemiravaju podvodni životinjski svijet. Povećanje broja plovila na nekom prostoru u kratkom vremenu dovodi do degradacije prostora. Kako bi se ovaj problem riješio, važno je upravljati brojem turista tako da se smanji njihov broj ili da se ravnomjernije raspoređuju vremenski i prostorno (Krce Miočić, 2014). Zagađenje vode događa se zbog balastnih voda koje brodovi koriste za stabilizaciju (MMPI & MT, 2008). Takva voda sadrži životinje, bakterije i mikroorganizme koji kada se ispuste u područje različite vode dovode do štetnih posljedica za ekosistem i endemske vrste. Voda se zagađuje i različitim premazima koje brodovi koriste za zaštitu od korozije ili alga. Brodovi ispuštaju i otpadne vode. Otpadne vode dijele se na crne (voda iz toaletnih prostorija, sive (voda iz tuševa, perilica, bazena, palube) i brodska kaljuža (otpadna ulja, sredstva za čišćenje) (Horak et al., 2007).

*Slika 4. Negativan učinak kruzera na zrak*



Izvor: <https://raport.ba/americki-kruzeri-koriste-nas-kao-wc-solju-masu-nam-sa-smijeskom-sa-palube-a-prazne-spremnike-pune-fekalija/> [preuzeto: 30.06.2024.]

U Hrvatskoj je propisana određena količina ispuštanja otpadnih voda i onečišćenja zraka prema Marpol konvenciji (Međunarodna konvencija o sprečavanju onečišćenja s brodova) od 2005. godine, a otpad se može predati u svim lukama, no kaljužne vode samo u određenim lukama na zahtjev (Benić, 2011). Zagađenje zraka dolazi zbog ispušnih plinova motora broda. Brod za krstarenje za 3000 putnika, koji posjećuje i Hrvatsku, na dan onečišćuje zrak kao i 12.000 automobila i stvara od 10 do 12 tona otpada (Perić & Oršulić, 2011). U tablici 3.

uspoređena je proizvodnja otpada i otpadnih voda na dan po stanovniku u Hrvatskoj, Europskoj uniji i po putniku na brodu za krstarenje. Putnik na brodu za krstarenje stvori dvostruko više otpada i otpadnih voda u jednom danu nego izvan broda.

*Tablica 3. Usporedba proizvodnje otpada i otpadnih voda po stanovniku na dan za RH, EU i putnika na brodu za krstarenje*

<b>Vrsta onečišćenja</b>	<b>RH</b>	<b>EU</b>	<b>Brod za krstarenje</b>
Otpad (kg)	0,8-1	1,5-2	3,5-4
Otpadne vode (l)	110-150	150	< 340

*Izvor: Perić, T. i Oršulić M. (2011). Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja. Naše more, 58 (5-6), 219-228*

Tablica 3. prikazuje dnevnu količinu otpada koju proizvodi stanovnik Hrvatske, stanovnik EU i putnik na brodu za krstarenje. Hrvatski građanin proizvodi manje otpada i otpadnih voda od prosječnog stanovnika Europske unije. Zabrinjavajuća činjenica je da putnik na brodu proizvodi dvostruko više otpada i otpadnih voda od stanovnika EU. Brodovi bi osim pravilnog saniranja otpada i otpadnih voda trebali poslovanje usmjeriti prema smanjenu stvaranja otpada.

### 3.2. SWOT analiza tržišta krstarenja Primorske Hrvatske

Tablica 4. SWOT analiza tržišta krstarenja Primorske Hrvatske

<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- očuvanost obale, otoka i mora</li> <li>- luke nautičkog turizma</li> <li>- blizina emitivnih tržišta</li> <li>- prometna povezanost</li> <li>- razvedena obala</li> <li>- prirodne i društvene atrakcije</li> <li>- osobna sigurnost i sigurna plovidba</li> <li>- povoljna klima</li> <li>- pomorska tradicija</li> <li>- prepoznatljivost destinacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nedovoljan broj vezova</li> <li>- neodgovarajuća lučka infrastruktura</li> <li>- sadržaj i kvaliteta ponude u marinama</li> <li>- utvrđivanje točnih podataka</li> <li>- zbrinjavanje otpada s brodova</li> <li>- utjecaj brodova za krstarenje na okoliš</li> <li>- nedostatak radne snage</li> <li>- sezonalnost</li> <li>- nezadovoljstvo lokalnog stanovništva</li> <li>- cijena lučke pristojbe</li> </ul>
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- prvi Zakon o turizmu</li> <li>- rast potražnje za turizmom krstarenja</li> <li>- stabilnost u regiji</li> <li>- razvoj brodogradnje u Hrvatskoj</li> <li>- povoljni klimatski uvjeti</li> <li>- blizina emitivnih tržišta</li> <li>- unapređenje prometne dostupnosti</li> <li>- razvoj tehnologije</li> <li>- prepoznatljivost Hrvatske</li> <li>- strategija kruzing turizma Hrvatske</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poremećaji na emitivnim tržištima</li> <li>- krizne situacije</li> <li>- razvoj konkurentskih destinacija</li> <li>- klimatske promjene</li> <li>- percepcija Hrvatske kao 3S</li> <li>- trendovi na tržištu</li> <li>- razvoj drugih oblika turizma</li> <li>- zagađenje mora</li> <li>- politička nestabilnost regije</li> <li>- zakonodavni okvir</li> </ul>

Izrada autora prema: Mikačić et al., 2006; Horak et al., 2007; Horak et al., 2015; Peručić, 2013.

Primorska Hrvatska ima svoje snage i slabosti, ali i prilike i prijetnje na koje ona ne može izravno utjecati. Snage su sve ono s čime raspolaže i što joj stvara konkurentsku prednost na tržištu, a slabosti su svi njeni nedostaci koje je sputavaju u daljnjem razvoju. Prilike i prijetnje su sve ono iz okoline i tržišta što tržištu krstarenja daje dodatnu snagu ili stvara mogućnost neuspjeha.

Osnovu razvoja krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj daje Jadransko more s razvedenom obalom koja povećava raznovrsnost ponude krstarenja i atraktivnost plovidbe na ukupno 1244 otoka, otočića i hruda. Najprivlačnija područja su područja pod različitim kategorijama zaštite kao što su strogi rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode, spomenici kulture itd. U Primorskoj Hrvatskoj su nautičarima najprivlačniji Brijuni, Kornati, Mljet, Lastovsko otočje. Kada govorimo o županijama tada su najprivlačnija Šibensko-kninska i Zadarska županija (MMPI & MT, 2008). Hrvatska je 2022. godine bila na 4. mjestu u čistoći mora u odnosu na ostale zemlje EU, Švicarsku i Albaniju (EEA, 2023).

Hrvatska ima šest pomorskih luka za javni (međunarodni) promet u gradovima: Rijeka, Zadar, Šibenik, Split, Ploče i Dubrovnik te su one izrazito važne za krstarenja i često su luke polaska i dolaska, a ne samo luke ticanja. Ponudu marina proširuje hrvatska nautička tvrtka ACI koja u svome lancu ima 22 marina duž obale Primorske Hrvatske, što ju čini najvećim sustavom marina na Mediteranu (ACI, 2024).

Dobru prometnu povezanost sa emitivnim tržištem održava autocesta i sedam međunarodnih zračnih luka na obali (MMPI, 2024). Razvoj niskotarifnih zračnih kompanija dovodi sve veći broj turista u zemlju. Snagu tržištu krstarenja daje i ponuda svih ostalih atrakcija, smještajnih, ugostiteljskih i ostalih popratnih objekata.

Povoljna klima osim produženja sezone donosi i sigurnost plovidbe bez iznenadnih vremenskih neprilika. Sigurnost boravka omogućena je u lukama i destinacijama, a to dokazuje podatak da je Hrvatska u 2023. godini bila 2. najsigurnija zemlja u južnoj Europi gdje su i ostale zemlje popularne po krstarenju kao npr. Italija, Španjolska, Grčka i Crna Gora (Numbeo, 2024).

Slabosti krstarenja u Hrvatskoj su nedovoljan broj vezova i nedovoljno razvijena lučka infrastruktura koja je u nekim dijelovima neodgovarajuća za veličinu brodova koji dolaze u Hrvatsku ili je zastarjela i potrebna joj je obnova.

Sadržaji u marinama su uglavnom ograničeni na smještaj i prehranu te nedostaje dodatnih sadržaja kao što su sportska igrališta, wellness usluge, sadržaji za djecu i obitelji.

Problem prilikom utvrđivanja broja dolazaka i ostvarenih noćenja nautičara nastaje jer se dolazak nautičara registrira u svakoj luci koju posjeti tijekom plovidbe. Službeni registrirani broj ukupnih dolazaka nautičara je puno veći nego stvarno stanje, ali i broj noćenja jer dio

nautičara ne ostvaruje sva noćenja u lukama nautičkog turizma nego noće i na sidru izvan takvih luka (MMPI & MT, 2008).

Prisutna je sezonalnost potražnje, ali je manje izražena nego kod stacionarnog turizma jer se promet krstarenja odvija od svibnja do listopada (Horak et al., 2007). Sezonalnost je prisutna i u lukama za prihvata brodova za krstarenje. Luke u Hrvatskoj su izrazito sezonalnog karaktera jer zimski uvjeti nisu pogodni za odvijanje krstarenja iako su zime puno blaže nego u kontinentalnom dijelu Europe. U zimskom razdoblju pripremaju se brodovi za sljedeću sezonu i ugovaraju putovanja s turističkim agencijama (Luković, 2008). Smanjenje sezonalnosti moguće je uključivanjem drugih specifičnih oblika turizma s nautičkim turizmom. Kulturni, gastro, sportsko-rekreacijski i ekološki turizam su komplementarni nautičkom turizmu te su pogodni za razvijanje cjelogodišnjeg turizma (Krcic Miočić, 2014).

Krstarenje u Primorskoj Hrvatskoj negativno utječe na lokalno stanovništvo koje je nezadovoljno zbog količine turista koji im pristižu u destinaciju i tako im ometaju obavljanje svakodnevnih poslova i dolazi do rasta cijena, manjkavo zbrinjavanje otpadnih voda sa brodova zagađuje Jadransko more, a dolazi i do zagađenja zraka i stvaranja buke.

Posada na brodovima je nedovoljno educirana te samim time ne pruža dovoljno visoku razinu kvalitete usluge. Problem nastaje zbog sezonalnosti poslovanja koja ne zadržava radnike kroz više sezona te je neisplativo educirati radnike kada sezona počinje. Sve je više prisutan trend uvoza radne snage.

Cijene lučkih pristojbi nisu jednake u svim lukama. Osnovica lučke pristojbe tj. vez broda uz obalu u Rijeci iznosi 300,00 eura, dok je u Dubrovniku 550,00 eura (Lučka uprava Rijeka, 2024; Lučka uprava Dubrovnik, 2024). U pojedinim lukama došlo je do povećanja cijena lučkih pristojbi za više od 20% u odnosu na prethodnu godinu. Primjer je lučka pristojba u luci Zadar koja je u 2023. godini iznosila 452,00 eura, a za 2024. godinu iznosi 550,00 eura što je povećanje za 22% (Lučka uprava Zadar, 2024).

U siječnju 2024. godine na snagu je stupio novi Zakon o turizmu koji u Poglavlju II. Sustav poticanja, donosi poticajne mjere djelatnostima u turizmu. Jedna od aktivnosti koja će se poticati je i ulaganje u nautički i čarterski turizam. Cilj je očuvati okoliš, poboljšati kvalitetu marina i infrastrukture i smanjiti negativne posljedice za okoliš koje plovila i oprema ostavljaju (NN, br. 156/23).

Prilika za Hrvatsku je unaprijediti industriju brodogradnje jer Hrvatska raspolaže sa pet velikih brodogradilišta čime bi se smanjio uvoz brodova za krstarenja koja plove i Jadranskim morem (Hrvatska brodogradnja, 2024.). Prilika za hrvatska brodogradilišta je i gradnja trajekta koji su neizostavna poveznica otoka sa obalom. Samim time smanjio bi se uvoz brodova, a brodogradnja u Hrvatskoj bi se napokon pokrenula nakon godina i godina stagniranja i problema s kojima se susreću. Država bi također trebala poticati, uz razvoj turizma, industriju brodogradnje jer krstarenja bez brodova nema.

Povoljni klimatski uvjeti produžuju sezonu krstarenja s krajnjim ciljem razvoja cjelogodišnjeg turizma. Globalno zatopljenje pogoduje vremenskim prilikama za razvoj krstarenja jer toplije vrijeme produljuje potražnju od proljeća do jeseni.

Hrvatska je postala destinacija za krstarenja što odgovara emitivnom tržištu koje više ne putuje dugo do luke polaska. Prilika je unaprijediti prometnu dostupnost uvođenjem novih zračnih linija do zračnih luka na obali, promijeniti način naplaćivanja cestarina, poboljšati željeznički prijevoz i dovršiti sve radove na auto-cestama kao i redovito obnavljati infrastrukturu.

Usvajanje novih tehnologiju stvara priliku prilagodbe zahtjevima turista, smanjuje se negativan utjecaj na okoliš, povećava se razina kvalitete pruženih usluga i pojednostavljuje rezervacija krstarenja. U brodove se ugrađuju sustavi pročišćavanja vode, a potiče se korištenje obnovljivih izvora energije.

Prepoznatljivost Hrvatske kao turističke zemlje daje priliku rastu svih oblika turizma pa tako i turizma krstarenja. Povezanost nautičkog turizma sa npr. kulturnim i eno-gastronomskim proširuje ponudu itinerara i potiče razvoj u destinaciji.

Prilika za razvoj tržišta krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj je donošenje Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine za cijelu Hrvatsku i donošenje strategije za razvoj kruzing turizma za svaku destinaciju u kojoj se krstarenje odvija. Dubrovnik je 2017. godine donio Strategiju razvoja turizma i odredbe kruzing-turizmu na području grada Dubrovnika (Vrtiprah et al., 2017). U strategiji su donijete najvažnije odredbe za održivi razvoj uz uključenost lokalne zajednice i sa minimalnim negativnim utjecajem na destinaciju i grad općenito.

Turizam je jedna od najosjetljivijih pojava na političko-ekonomske krize, terorizam, epidemije i klimatske promjene. Sigurnost je jedan od glavnih pokretača turističkih kretanja. Sve dok je sigurnost upitna, turistička putovanja se odgađaju. Klimatske promjene često



donose iznenadne vremenske neprilike koje remete kretanje brodova za krstarenja. Epidemije se puno brže šire na manjim prostorima kao što su brodovi gdje osobe dijele zajedničke prostorije, a političko-ekonomske krize zaustavljaju krstarenja u zahvaćenim kriznim područjima.

Hrvatskoj su glavni konkurenti u ponudi nautičkog turizma Italija, Francuska i Španjolska, a prema atraktivnosti obale Grčka i Turska. Obala Grčke je kao i hrvatska obala razvedena i teško dostupna za velike kruzere. Na cijelom Mediteranu je na tržištu krstarenja izražena sezonalnost (Luković, 2008).

Hrvatsku se i dalje percipira kao 3S destinaciju, „*Sun, Sand and Sea*“, što ograničava njen potencijal razvoja ostalih oblika turizma pa tako i krstarenja. Usmjerenost na razvoj nekoliko oblika turizma u Primorskoj Hrvatskoj kao što su odmorišni, poslovni, eno-gastronomski i zdravstveni, nautički stavlja u drugi plan. Važno je podjednako razvijati sve oblike i kao što je već spomenuto zajedničko razvijati više oblika u jedan turistički proizvod.

Brze promjene trendova na tržištu negativno utječu na krstarenje kao npr. trend pada lojalnosti gostiju što može biti nelojalnost prema turističkoj agenciji ili destinaciji krstarenja (NN, br. 2/23). Ponuda krstarenja u Primorskoj Hrvatskoj prilagođena je starijoj populaciji, a trendovi govore kako je zainteresiranost sve veća kod mlađe populacije.

Neusklađeni i neodgovarajući zakoni Hrvatske utječu na razvoj tržišta krstarenja Primorske Hrvatske. U 2024. godini donesen je prvi Zakon o turizmu koji obuhvaća i nautički turizam pa će se njime pokušati ispraviti svi propusti.

### 3.3. Mogućnosti daljnjeg razvoja ponude na tržištu krstarenja

Prema provedenoj SWOT analizi zaključuje se kako je tržište krstarenja bitan oblik turizma u Primorskoj Hrvatskoj i ima veliki potencijal još kvalitetnijem razvoju. Hrvatska bi se trebala okrenuti razvoju krstarenja na manjim brodovima do 100 putnika. Radi se o jedrilicama koje su specijalizirane za tjedna krstarenja duž obale i najčešće primaju do 40 putnika. Prednost takvih krstarenja za Hrvatsku je što takve jedrilice mogu pristati u većini hrvatskih luka pa se izbjegava prenapučenost u nekoliko većih luka. Njihov negativan utjecaj na okoliš je manji od velikih brodova za krstarenja, a putnici se više povezuju s lokalnom kulturom i dobivaju personalizirano iskustvo.

Slika 5. Motorna jahta za krstarenje "Bellezza"



Izvor: <https://www.goolets.net/yacht-rentals/bellezza> [preuzeto: 15.09.2024.]

U Strategiji razvoja nautičkog turizma RH za razdoblje 2009.-2020. izvedena su dva pravca razvoja. Prvi pravac je bio zaštita vrijednih područja koja najviše privlače turističku potražnju kao što su nenaseljeni otoci, otočići, zaljevi i uvale. Drugi pravac je pomno isplanirana izgradnja novih luka nautičkog turizma s najvišim standardom zaštite okoliša. Važna je i kontinuirana obnova postojećih luka, ulaganje u infrastrukturu i uspostava najnovijih tehnologija koje će ubrzati poslovne procese i pružiti zaštitu okoliša kao npr. sustav prihvata otpadnih voda. U lukama je potrebno proširiti ponudu primarnih i sekundarnih kapaciteta. Tehnologije mogu ubrzati rezervacije, standardizirati neke procese i pružiti putnicima bolje iskustvo. Dodatni sadržaji kao sportska igrališta, trgovine i wellness centri u lukama i ponuda izleta u destinacijama dodaju vrijednost krstarenja. Povećanje prihoda od krstarenja može se postići kroz povećanje prosječne dnevne potrošnje putnika.

Upravljanjem razvojem nautičkog turizma, ali i krstarenja mora se temeljiti po načelu održivog razvoja. Važno je uskladiti očuvanje prirodnog prostora i gospodarskog razvoja, a najčešće se provodi utvrđivanjem kapaciteta nosivosti i određivanjem granice rasta novih prihvatnih kapaciteta za neko određeno razdoblje. Grad Dubrovnik je među prvima odredio određeni broj kruzera i putnika s kruzera koji mogu ući u grad bez negativnih posljedica. Najveća prijetnja dugoročnom održivom razvoju je nekontrolirani razvoj pod pritiskom potražnje (MMPI & MT, 2008).

Ulaganje u obrazovanje radne snage u svim područjima pomorstva poboljšava kvalitetu pružanja usluga i smanjenje uvoza inozemne radne snage. Kontinuirana edukacija zaposlenika omogućuje brzu prilagodbu novim tehnologijama i praćenju trendova. Domaća radna snaga važna je za razvoj turizma jer najbolje poznaje vlastitu zemlju i najbolje je mogu prezentirati stranim gostima.

Budući razvoj tržišta krstarenja mora se temeljiti na:

1. Očuvanju prirodnih resursa – najbitnije je očuvanje mora i obale kako bi se krstarenje moglo odvijati nesmetano i u budućnosti.
2. Očuvanju destinacije – u destinaciji osim turista tu je i lokalno stanovništvo koje mora biti uključeno u najvažnije odluke o promjenama kako bi oni mogli dalje nesmetano obavljati svakodnevne aktivnosti.
3. Kvaliteti prije kvantitete – podizanje kvalitete usluga, a ne povećanje broja dolazaka zbog trenutnog profita ključno je za razvoj na održiv način.
4. Izgradnji i obnovi prihvatnih kapaciteta – izgradnja novih kapaciteta u postojećim lukama i marinama ili u područjima koja su već devastirana ljudskim aktivnostima kako bi što više obale ostalo netaknuto i očuvano.
5. Usklađenju ponude – ponuda krstarenja mora biti usklađena sa drugim oblicima turizma kako bi zajedno tvorile konkurentan turistički proizvod (Mikačić et al., 2006).

Smjerove budućeg razvoja najbolje prikazuju aktualni trendovi na tržištu krstarenja. CLIA je prepoznala 15 trendova. Trendovi govore o sve većoj zainteresiranosti mlađih populacija za ovom vrstom putovanja koji ga ugovaraju dvostruko više puta od starijih generacija preko savjetnika za putovanje. Brodovi se prilagođavaju aktivnostima koje koriste mladi kao što su kina, sportski tereni i vodeni parkovi. Sve je veća potražnja za solo i međugeneracijskim putovanjima pa se kompanije prilagođavaju ponudom tematskih krstarenja. Produžuje se duljina putovanja pa je današnji prosjek sedam dana. Velika je posvećenost zaštiti okoliša pa se koriste najbolje tehnologije na kruzerima, provode se edukacije putnika kako bi njihov utjecaja na okoliš bio minimalan prilikom putovanja. Putnicima prilikom odabira kruzerske kompanije sve je bitnije izabrati putovanja koja imaju najmanji utjecaj na okoliš. Brodovi koriste obnovljive izvore energije, pretvaraju otpad u energiju, otpadne vode koje ulaze u more su pročišćene. Povećava se broj kabina koje su prilagođene osobama s invaliditetom kao i ostatak itinerara. Povećanje potražnje dovela je do rasta broja brodova i raznolikosti

itinerara pa je najviše porasla potražnja za pustolovnim tj. ekspedicijskim krstarenjima. Najveći utjecaj za ugovaranjem krstarenja imaju obitelj i prijatelji pa je važno putniku osigurati najbolje iskustvo koje može doživjeti kako bi se on vratio ponovo, ali i poveo obitelj ili prijatelje sa sobom kako bi i oni to doživjeli. Digitalni marketing je jedan od najvažnijih komunikacijskih kanala koji treba privući budućeg posjetitelja i omogućiti mu da vidi najvažnije informacije i jednostavno ugovori putovanje (CLIA, 2023).

#### 4. KOMPARATIVNA ANALIZA PONUDE ODABRANIH DESTINACIJA NA TRŽIŠTU KRSTARENJA PRIMORSKE HRVATSKE

U ovome poglavlju usporedit će se prirodni elementi te primarna i sekundarna ponuda odabranih destinacija za krstarenje u Primorskoj Hrvatskoj: Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik. Destinacije su odabrane prema kriteriju najposjećenijih luka za krstarenje u Hrvatskoj (Zadar, Split i Dubrovnik) te je u usporedbu dodana i najveća teretna luka koja se u posljednje vrijeme razvija u smjeru turizma, Rijeka.

Kapaciteti nautičkog turizma dijele se na primarne i sekundarne. Primarni receptivni kapaciteti su: luke nautičkog turizma, zimovnici, remontna brodogradilišta i servisi, parkirališta, trgovački objekti, ugostiteljski objekti i proizvodno-uslužni kapaciteti. U sekundarne pripadaju sportski i rekreacijski tereni i objekti, objekti za zabavu, prometni objekti, infrastrukturni objekti i dr. (Kesar, 2022). Nakon toga analiziraju se promotivne aktivnosti destinacija, a analiza započinje prikazom broja dolaska i noćenja turista te prosječnim brojem dana boravka.

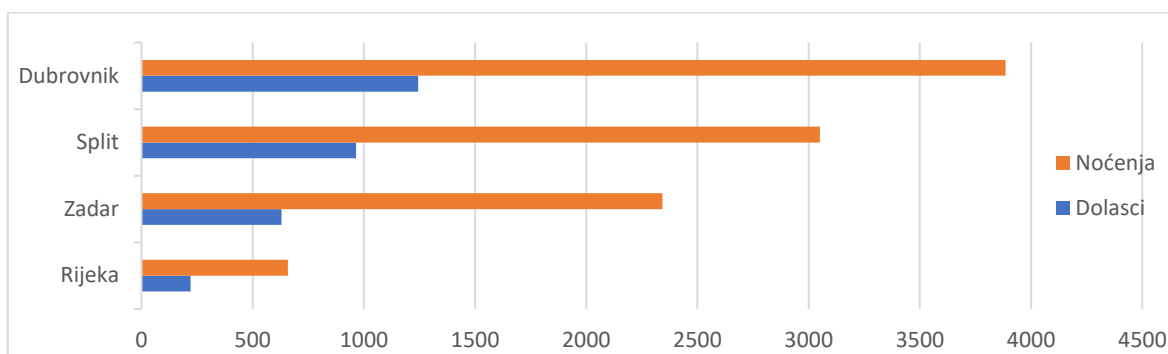
U **Rijeci** ostvareno je 221.107 dolazaka i 657.864 noćenja od kojih 81% čine strani turisti. Najviše noćenja ostvaruju državljani Njemačke (14%), Italije (8%) i Bosne i Hercegovine (5%). Prosječan broj dana boravka bio je 2,98 u Rijeci (Izveštaj o tur. prometu Rijeka, 2023).

**Zadar** u 2023. godini broji 628.513 dolazaka turista i 2.342.471 noćenja. Domaći turisti činili su 12%, a 88% strani. Najviše noćenja ostvaruju Nijemci (16%), Slovenci (13%) i Poljaci (7%). Prosječan broj dana boravka je 3,73 dana (TZ Zadarske županije, 2024).

U 2023. godini u **Splitu** je ostvareno 965.402 dolazaka i 3.050.386 noćenja turista. Strani turisti činili su 90% dolazaka. Najviše noćenja ostvaruju Britanci (11%), Amerikanci (10%) te Nijemci (9%). Prosječan broj dana boravka bio je 3,16 dana (TZ grada Splita, 2024).

U **Dubrovniku** u 2023. godini ukupno je bilo 1.244.159 dolazaka turista i 3.885.431 noćenja. Najviše gostiju je iz Ujedinjenog Kraljevstva, SAD-a i Francuske. Prosječan dan boravka turista u Dubrovniku je 3,12 dana (TZ Dubrovnik, 2024).

Grafikon 4. Dolasci i noćenja turista u odabranim destinacijama u 2023. godini u tisućama



Izrada autora prema: Izvještaj o tur. prometu Rijeka, 2023; TZ Zadarske županije, 2024; TZ grada Splita, 2024; TZ Dubrovnik, 2024

Grafikon 4. uspoređuje dolaske i noćenja turista u Rijeci, Zadru, Splitu i Dubrovniku u 2023. godini. Najviše noćenja i dolazaka bilo je u Dubrovniku, a najmanje u Rijeci. Mnogo je veći odnos između noćenja u Dubrovniku i Splitu (koji je na drugome mjestu) nego kada se gleda odnos u dolascima. Samim time prosječan dan boravka turista u Dubrovniku kraći je nego u Splitu i Zadru.

#### 4.1. Analiza prirodnih elemenata ponude odabranih destinacija

**Grad Rijeka** nalazi se u Primorsko-goranskoj županiji. Površina kopnenog dijela grada iznosi 43,55 km<sup>2</sup>, a morskog 92,45 km<sup>2</sup>. Rijeka se sastoji od 34 naselja, a ime je dobila po rijeci Rječini koja prolazi kroz centar grada. Umjereno topla kišna klima prevladava u gradu sa prosječnom temperaturom zraka od 13,8°C. Temperatura zraka u ljetnim mjesecima prelazi 35 stupnjeva što pogoduje razvoju odmorišnog turizma, a zimske temperature zraka spuštaju se do -10 stupnjeva što pogoduje razvoju zimskog turizma na skijalištu Platak (Plan razvoja grada Rijeke, 2021). U 2021. godini u Rijeci je bilo 107.964 stanovnika (DZS, 2021). Na području grada prisutno je 21 plaža od kojih su neke prilagođene osobama s invaliditetom, djeci, psima, a neke su betonirane, šljunčane ili stjenovite. Grad je izgrađen na krškom terenu te je tijekom gradnje pronađena čovječja ribica i Zametska pećina koja je danas geomorfološki spomenik prirode (Randić, 2006). U gradu se nalazi više od 60 kulturnih dobara. Najznačajnije su zgrada Hrvatskog narodnog kazališta „Ivana pl. Zajca“, kaštel Trsat i katedrala sv. Vida (Registar kulturnih dobara RH, 2024). Ostale znamenitosti koje su od izuzetne važnosti za Rijeku su glavna ulica Korzo, Prirodoslovni muzej Rijeka, Gradska tržnica i svetište Majke Božje Trsatske (TZ Rijeka, 2024). Zbog svoje kulturne posebnosti u

2020. godini grad Rijeka je bila proglašena Europskom prijestolnicom kulture te je tako postala prva hrvatska EPK (Vlada RH, 2016).

**Grad Zadar** nalazi se u središnjem dijelu hrvatske obale Jadranskog mora u Zadarskoj županiji. Površina mu je 194,02 km<sup>2</sup> i sastoji se od 15 naselja. Dužina morske obale je 312,54 km od čega preko 90% je otočni dio. Naselja su razvrstana u tri prostorne cjeline: obalni pojas, zaobalje te otoci Olib, Silba, Premuda, Škarda, Ist, Molat, Iž i Rava. Prevladava mediteranska klima sa suhim i vrućim ljetima i blagim i vlažnim zimama. Najniža temperatura kroz godinu ne prelazi -3°C. Zaštićeno područje u gradu je Park Vladimira Nazora koji je spomenik parkovne arhitekture (Erlić et al., 2013). Prema popisu stanovništva iz 2021. Zadar je imao 70.779 stanovnika (DZS, 2021). Grad Zadar ima najviše plaža u centru grada u usporedbi sa drugim gradovima na Jadranu. Plaže na području grada su plaža hotela Borik, KPA Zadar, UO Porthos, Punto Bajlo, Puntamika, Diklo, Kožina i Petrčane (TZ grada Zadra, 2024). Raspoložbe sa ukupno 70 kulturnih dobara (Registar kulturnih dobara RH, 2024). Najpoznatije kulturne atrakcije su glavna ulica Kalelarga, crkva sv. Donata, Morske orgulje, Trg Petra Zoranića koji je mjesto okupljanja i manifestacija, gradske zidine koje su pod zaštitom UNESCO-a, Trg pet bunara, Pozdrav suncu na rivi, ali i sama riva (TZ grada Zadra, 2024).

**Grad Split** drugi je najveći grad po broju stanovnika u Hrvatskoj, a prvi u Primorskoj Hrvatskoj. U 2021. godini broj stanovnika je iznosio 160.577 (DZS, 2022). Nalazi se u srednjoj Dalmaciji, u Splitsko-dalmatinskoj županiji, sa tri strane je okružen morem. Površina mu iznosi 79,92 km<sup>2</sup> i sastoji se od 8 naselja. Temperatura zraka je prosječno 4°C u veljači mjesecu do prosječno 22°C u najtoplijem pa tako pripada mediteranskoj klimi koju karakteriziraju suha i vruća ljeta i umjerene i vlažne zime. Car Dioklecijan je prije 17 stoljeća izgradio palaču koja je i dan danas jedna od najpoznatijih atrakcija u Splitu. Sedam je plaža u području grada Splita a najposjećenije su Žnjan, Firule i Bačvice koja može primiti preko deset tisuća kupaca (TZ grada Splita, 2024). Grad Split bogat je kulturnim dobrima što dokazuje i podatak da ih ima preko 150 (Registar kulturnih dobara RH, 2024). UNESCO je 1979. uvrstio Dioklecijanovu palaču u popis svjetske baštine, a uz nju važne znamenitosti su i katedrala sv. Duje, Splitska riva i trg Prokurative (TZ grada Splita, 2024).

**Grad Dubrovnik** se nalazi na jugu Hrvatske i pripada Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Površina grada iznosi 21,35 km<sup>2</sup>. Sastoji se od 31 naselja, ali se raščlanjuje na manje cjeline: uže gradsko područje Dubrovnika, prigradsko područje Rijeke Dubrovačke, Elafitski otoci:

Koločep, Lopud i Šipan (Vrtiprah et al., 2017). Prema popisu stanovništva iz 2021. godine u Dubrovniku je stanovalo 41.562 stanovnika (DZS, 2021). Mediteranska klima prisutna je na cijelom području, a jedan je od najsunčanijih grada Mediterana. Najtopliji mjesec je srpanj sa prosječnom temperaturom od 28,2°C, a najhladnija veljača sa 7,5°C. Na otoku Lokrumu nalazi se botanički vrt sa više od 800 vrsta biljaka i 150 vrsta ptica. Botanički vrt zaštićen je od strane UNESCO-a pod kategorijom posebni rezervat šumske vegetacije. Ponuda plaža je raznolika pa se nude plaže za pse, adrenalinske, nudističke, za obitelji s djecom, eko plaže itd. (Vrtiprah et al., 2017). Dubrovnik je kulturna destinacija koja svojom dugom poviješću privlači mnogobrojne turiste. Preko 200 kulturnih dobara prisutno je u Dubrovniku kao što su crkve, tvrđave, ljetnikovci, vile i najzanimljivija nematerijalna dobra: Dubrovački govor, Festa sv. Vlaha i Kolo linđo Dubrovačkog primorja (Registar kulturnih dobara RH, 2024). Najpoznatije atrakcije su Dubrovačke zidine iz 16. stoljeća, tvrđava Lovrjenac koja se koristi kao pozornica Dubrovačkih ljetnih igara, glavna ulica Stradun, otok Lokrum i Elafitski otoci, i brdo Srđ s kojeg se pruža pogled na Dubrovnik i okolicu. Dubrovačkom arhipelagu pripada Nacionalni park Mljet (TZ Dubrovnik, 2024).

Uspoređujući prirodne elemente ponude u odabranim destinacijama, vidljivo je kako je najveći grad prema površini Zadar, a najviše stanovnika ima grad Split. Temperatura zraka u svim gradovima pogoduje razvitku krstarenja od svibnja do listopada. Svaki od gradova bogat je kulturnim dobrima, no Dubrovnik ih ima najviše, preko 200. Također, nekoliko je kulturnih dobara koji su pod zaštitom UNESCO-a u Zadru, Splitu i Dubrovniku, a Rijeka je postala prvi hrvatski grad sa statusom Europske prijestolnice kulture.

#### 4.2. Analiza primarnih kapaciteta ponude odabranih destinacija

**Luka Rijeka** najveća je luka u Hrvatskoj, a specijalizirana je za otpremu i prekrcaj suhog tereta. Najveća prednost je dobra povezanost sa cestovnim i željezničkim prometom. Osim za industriju, luka se koristi i u turističke svrhe. Luka raspolaže sa 17 vezova za putničke brodove. U 2022. godini u luci je bilo ukupno 41.357 putnika koji su bili na jedrenjacima i kruzerima. U 2024. godini očekuje se dolazak 31 kruzera sa više od 45.000 putnika. U sklopu luke nalazi se pomorsko-putnički terminal koji nudi *caffè* bar, restoran i fitness centar, a najbliže parkiralište je parkiralište Putnička obala koja nudi 370 parkirnih mjesta, a nalazi se uz samu luku (Lučka uprava Rijeka, 2024).



Razvoj nautičkog turizma u Rijeci dokazuje i izgradnja nove ACI marine Rijeka. Planirani kapacitet marine je 230 vezova na prosječnoj duljini plovila od 16 metara. Završetak cijele marine očekuje se 2026. godine. Sadržaji u marini biti će prilagođeni osobama s invaliditetom, a izgradit će se i prostor za sportski jedriličarski klub, trgovački centar, ugostiteljski objekti, *lounge* bar s bazenom na vrhu glavne zgrade i garaža sa oko 500 parkirnih mjesta (ACI marina Rijeka, 2024).

Slika 6. Prikaz izgleda nove ACI marine Rijeka



Izvor: <https://www.aci-gitone.hr/hr> [preuzeto: 30.06.2024.]

**Grad Zadar** raspolaže sa dvije luke. Prva luka je putnička luka Zadar u samom centru sa 10 vezova za putničke brodove, a druga je putnička luka Gaženica udaljena 3,5 km od centra grada sa 12 vezova za putničke brodove. Luka Gaženica otvorena je 2015. godine za sve vrste domaćeg trajektnog prijevoza i brodove na kružnom putovanju čime se rasteretio promet luke Zadar. Luka Zadar nalazi se u samom centru grada pa su tako putnicima na raspolaganju svi ugostiteljski objekti, parkirališta i trgovački objekti koji se nude i ostalim turistima. Od usluga za brodove, luka Zadar nudi opskrbu brodova gorivom, pitkom vodom i električnom energijom, prihvati i odvoz otpada i otpadnih voda. Luka Gaženica sadrži benzinsku postaju, dva *caffè* bara, automat klub, prodaju karata za trajektne linije i parkiralište (Lučka uprava Zadar, 2024).

U Zadru su zastupljene i četiri marine: D-Marin Dalmacija kapaciteta 1036 veza čime je ona najveća marina u Dalmaciji, D-Marin Borik kapaciteta 177 veza, Marina Zadar i Marina Veli Iž. U marini D-Marin Dalmacija mogu se pronaći ugostiteljski objekti kao što su *beach* bar,

*caffe* bar i restoran, frizerski salon i trgovine. Usluge koje se nude su *concierge* usluge, priključci za vodu i struju, benzinska postaja, parkiralište, a najzanimljivije je što je u sklopu marine dostupna plaža (D-Marin, 2024).

Rasterećenje pomorske luke Zadar od putnika s kruzera može se vidjeti iz podataka iz 2022. godine kada je broj putnika u luci Zadar bio 20.924, a čak 6 puta više u luci Gaženica (123.948 putnika). U 2024. godini Lučka uprava Zadar najavila je 230 kruzera. Najmanje ih je bilo u siječnju, veljači i ožujku kada je bilo tri broda po mjesecu. Najviše ih je najavljeno u rujnu, njih 41. Najviše kruzera će biti preko 200 metara veličine, čak 57% (Lučka uprava Zadar, 2024).

Slika 7. Brod za krstarenje u luci Zadar



Izvor: <https://www.nacional.hr/stize-jos-vise-turista-norveski-kruzeri-ce-umjesto-u-veneciju-pristajati-u-rijeku-i-zadar/> [preuzeto: 30.06.2024.]

**Luka Split** jedina je luka u gradu. Raspolaže sa 27 vezova za putničke brodove. U 2022. godini ukupan broj putnika na kruzerima bio je 278.103. Luka Split jedna je od najvažnijih luka ticanja brodova na krstarenjima jer se nalazi između Venecije i luka Egejskog mora. Udaljenost luke od željezničke postaje i autobusnog kolodvora je 100 metara, a od aerodroma 20 km. Usluge koje se nude u luci su prihvat i otprema otpada, parkiralište, pranje i prijevoz rublja s brodova, vodoopskrba brodova, servis (remontno brodogradilište), *caffe* barovi, restorani, prodaja karata za trajektne linije i turističke agencije. Za 2024. godinu najavljeno je 329 dolazaka brodova za krstarenje. Najviše dolazaka najavljeno je za rujnu, njih 50. Više od 60% brodova veće je od 200 metara i njih 30% je pod zastavom Malte (Lučka uprava Split, 2024).

Osim luke u Splitu postoji i ACI Marina Split sa 318 vezova. Sadržaji koje nudi marina su trgovina, bankomat, parkiralište, praonica rublja, punionica za električna vozila, restoran, tehnički servis plovila i iznajmljivanje brodova. U blizini marine nalazi se benzinska postaja i carina (ACI marina Split, 2024).

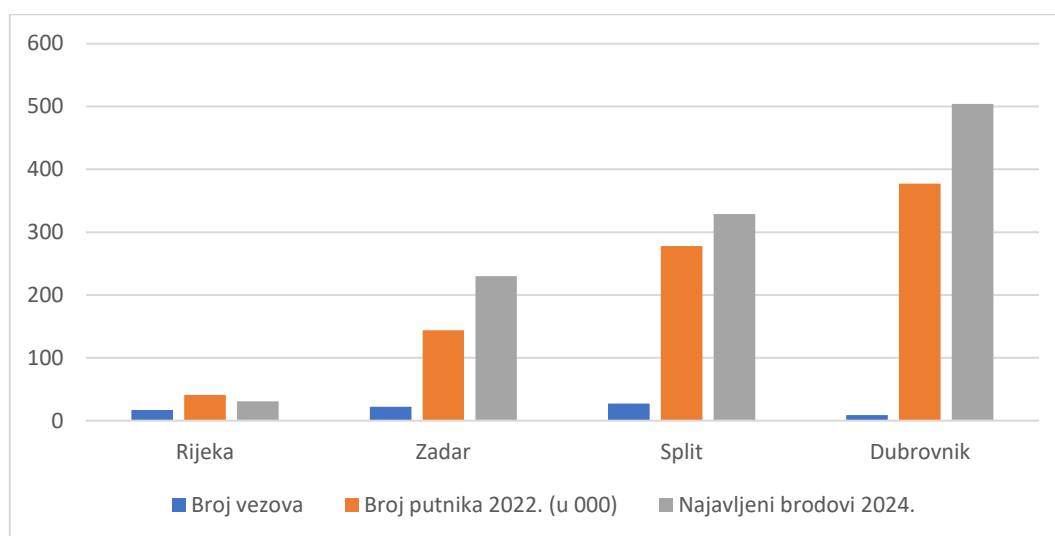
**Luka u Dubrovniku** naziva se luka Gruž koja raspolaže sa 9 vezova. Ona je 10. svjetska i 3. mediteranska luka po broju putnika na jednodnevnom posjetu destinaciji na krstarenjima. Udaljena je 2 km od povijesne jezgre grada. U 2022. godini ukupno je bilo 377.003 putnika s kruzera. Za 2024. godinu najavljeno je 504 brodova za krstarenje što bi dovelo preko 580.000 putnika s kruzera (povećanje za 1,5 puta u odnosu na 2022. godinu). Svaki četvrti brod pod zastavom je države Bahami, a najviše brodova najavljeno je za mjesec rujan. Od 2019. godine u Dubrovnik smije uploviti najviše dva kruzera dnevno sa najviše 5000 posjetitelja kako se ne bi stvarale gužve u staroj gradskoj jezgri i u prometu (LU Dubrovnik, 2024).

Luka Gruž brodovima nudi opskrbu vodom, gorivom, odvod otpada i dozvoljeni su manji popravci brodova. Za putnike s brodova na krstarenjima osiguran je parking, organizirani su prijevozi autobusom od luke do starog grada, bankomati, restorani i barovi (Lučka uprava Dubrovnik, 2024).

U Dubrovniku dostupne su i dvije marine: ACI Marina Dubrovnik i Marina Frapa Dubrovnik. ACI Marina Dubrovnik raspolaže sa 380 vezova i 120 suha veza. Dostupni sadržaji su benzinska crpka, restoran, (samohodna) dizalica, usluga iznajmljivanja brodova, bazen, golf vježbalište, sanitarije, bankomat, parkiralište, praonica rublja i tehnički servis plovila (ACI Dubrovnik, 2024). Marina Frapa Dubrovnik raspolaže sa 221 vezom te je ovo prva marina u Hrvatskoj koja pruža uslugu pražnjenja tankova na svakom vezu. Također, svaki vez je opremljen strujom i vodom. Od ostalih usluga tu je servis plovila, benzinska postaja, čišćenje plovila, praonica, mjenjačnica i bankomat, parking sa punjačima za električna vozila, *rent a car* usluga, *charter* agencija, bazen sa *pool* barom te restoran i caffè bar (Marina Frapa Dubrovnik, 2024).

Grafikon 5. uspoređuje broj vezova, broj putnika i najavljenih kruzera u lukama Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik. Najmanje vezova ima luka u Dubrovniku, ali ona ima i najviše godišnjih putnika i najavljenih kruzera. Mogućnost za Dubrovnik je povećanje broja vezova proširenjem luke ili gradnja nove luke izvan centra (kao u slučaju Zadra).

Grafikon 5. Usporedba broja vezova, putnika i najavljenih kruzera za odabrane gradove



Izrada autora prema: Lučka uprava Rijeka, 2024; Lučka uprava Zadar, 2024; Lučka uprava Split, 2024; Lučka uprava Dubrovnik, 2024

U Hrvatskoj je prisutno šest velikih brodogradilišta u gradovima Rijeci, Puli, Kraljevici, Trogiru i Splitu. U Rijeci su prisutna dva brodogradilišta: Viktor Lenac i 3. maj, a u Splitu brodogradilište Brodosplit. Jedan od mnogih brodova napravljenih u brodogradilištu 3. maj je i prvi luksuzni kruzer za istraživačka putovanja Scenic Eclipse II koji je dovršen u travnju 2023. godine, dok se Brodosplit može pohvaliti brodom za ekspedicijska krstarenja Ultramarine dovršen 2021. godine.

Uz luke, brodogradilišta i zimovališta u primarne kapacitete ponude destinacije pripadaju i trgovine i ugostiteljski objekti koje u destinaciji posjećuju posjetitelji s kruzera prije, tijekom ili nakon svog putovanja. Ponuda trgovina i ugostiteljskih objekata u odabranim destinacijama je slična, a najviše se razlikuje po broju.

**Rijeka** u svojoj ponudi smještajnih objekata ima 6 hotela, jedno turističko naselje, preko 3000 apartmana i 152 objekta u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi). Najzastupljenija hotelska grupacija su Jadran hoteli d.o.o., a od 2021. godine u Rijeku je pristigla i Hilton grupacija koja nudi hotel s 5\*. Što se tiče ugostiteljskih objekata u gradu je dostupno 25 barova od kojih je dio namijenjen mlađoj populaciji, dio su vinski barovi, klubovi i pubovi. Ponudu od 70tak restorana čine restorani sa španjolskom, indonezijskom, japanskom i kineskom kuhinjom kao i pizzerije, bistroi i konobe. Specijalizirane slastičarne u gradu su za sladoled, palačinke i knedle, a u ostale tri nude se raznovrsni kolači. Dva velika trgovačka centra u gradu su ZTC i Tower centar Rijeka, uz mnoštvo prehrambenih trgovina, tu su i Plodine d.d. koje potječu iz Rijeke. Uz poznatu

izvornu riječku suvenirnicu „Šta da?!“ nazvanoj po riječkoj poštapalici, u gradu se nalazi još sedam drugih koje nude hrvatske suvenire kao što su nakit, dekorativni predmeti, prehrambeni proizvodi i dr. (TZ Rijeka, 2024).

**Grad Zadar** u 2018. godini imao je 9.022 soba sa ukupno 30.475 postelja. Od toga 14% su hoteli, 83% apartmani i 3% kampovi (DZS, 2019). Zadar danas u ponudi ima 18 hotela, 22 hostela, dva kampa i oko 500 apartmana. Najviše hotela je kategorije sa 4\*, zatim sa 3\* i po jedan hotel sa 5\* i 2\*. Falkensteiner grupacija najzastupljenija je u gradu Zadru sa 3 hotela i jednim kamping resortom. U samom centru grada prisutno je 85 restorana sa ponudom azijske, latinoameričke i talijanske kuhinje. Uz restorane u gradu je dostupno 10 vinarija i vinoteka i preko 50 *caffè* barova, *beach* barova i noćnih klubova. Ponuda trgovačkih centara svake godine je sve veća, a trenutno ih je pet većih i mnoštvo manjih trgovina sa namirnicama (TZ grada Zadra, 2024). Kroz uži centar grada u sezoni otvorene su suvenirnice i štandovi koji nude Zadarske suvenire kao što su Maraschino liker, replike antičkog stakla i arheoloških predmeta, suvenir Zadarske barke ili crkve sv. Donata.

Ponuda ugostiteljskih objekata u **Splitu** prelazi brojku od 200, a u to su uključeni restorani, konobe, *caffè* barovi i noćni klubovi. Ponuda smještajnih objekata u gradu Splitu je raznolika. Prisutno je preko 60 hotela, 40tak hostela, dva kampa i preko 3500 objekata privatnog smještaja. U tablici 5. prikazan je broj hotela u gradu prema broju zvjezdica. Najviše hotela kategorizirano je sa 4\* (60%). Od većih hotelskih grupacija, u Splitu posluju Radisson Blu i Marriott. Glavna *shopping* ulica je Marmontova u kojoj se nalaze prodavaonice odjeće, suvenirnice i slastičarne. Tri trgovačka centra prisutna su u Splitu. U gradu se nalazi i mnoštvo prodavaonica prehrambenim proizvodima od kojih su najpoznatije trgovine Tommy d.o.o. koje potječu iz Splita, a danas posluju duž Hrvatske (TZ grada Splita, 2024).

Tablica 5. Broj hotela u gradu Splitu prema broju zvjezdica u 2024. godini

Kategorizacija hotela	Broj hotela
2*	1
3*	11
4*	42
5*	7
<b>Ukupno</b>	<b>61</b>

Izvor: Turistička zajednica grada Splita (2024). Smještaj u Splitu

U **Dubrovniku** je dostupno preko 100 restorana i konoba koji većinom poslužuju mediteranska jela, ali se može pronaći i restorani inozemnih kuhinja. Broj hotela u gradu je

44, od toga je 10 sa 5\*. Najviše hotela je od hotelske grupacije Valamar (10%). Dostupno je sedam hostela i šest kampova. U povijesnoj jezgri grada nalazi se 1.575 smještajnih jedinica, 73 restorana, 34 *caffe* bara i tri noćna kluba. Glavna ulica Stradun glavno je mjesto okupljanja turista i lokalnog stanovništva. Osim restorana, slastičarnica i *caffe* barova, nudi i manje trgovine i suvenirnice u kojima se mogu pronaći suvenirni: Dubrovački nakit, vina, likeri i poslastice. U gradu su dostupna još četiri trgovačka centra u kojima se nalazi više manjih trgovina odjeće, kozmetike, prehrane itd. (TZ Dubrovnik, 2024).

Iz analize primarnih kapaciteta ponude odabranih destinacija može se vidjeti kako je ponuda raznolika i svaka se destinacija usmjerila u različite pravce. Rijeka je najveća teretna luka, ali se počela okretati razvoju turizma te je započela izgradnju marine. Zadar u gradu ima čak dvije luke kako bi što više očuvao stari dio grada i raspodijelio turistička kretanja na više mjesta da se ne stvaraju gužve. Split je važna bazna luka za krstarenja, a često je i luka ticanja. Osim krstarenja, ovaj grad ima najviše hotela u odnosu na ostale analizirane destinacije. Dubrovnik je u Hrvatskoj najvažnija luka za krstarenje što pokazuje i činjenica da je u 2024. godini najavljeno preko 500 brodova za krstarenje.

#### 4.3. Analiza sekundarnih kapaciteta ponude odabranih destinacija

Sportsko-rekreacijski objekti i tereni proširuju ponudu u destinaciji. Turisti postaju sve aktivniji na putovanjima pa osim destinacija sa turističkim atrakcijama i ugostiteljskim objektima biraju destinacije koje nude objekte za sport i rekreaciju i objekte za zabavu. Objekti za zabavu su kina, kazališta, igraonice, vodeni parkovi, adrenalinski parkovi itd.

U **gradu Rijeci** postoji 28 sportsko-rekreacijskih objekata i terena. Objekti i tereni namijenjeni su za veslanje, nogomet, atletiku, plivanje, boćanje, borilačke sportove, stolni tenis, streljaštvo, tenis, odbojku, rukomet i kuglanje, dok je za rekreaciju namijenjeno plivanje, tenis, ronjenje, jahanje i *fitness* centri (Sportski objekti Rijeka, 2024). **Zadar** raspolaže sa 16 sportsko-rekreativnih objekata i terena. Objekti i tereni namijenjeni za rekreaciju građana i turista su za tenis, taekwondo, vanjski tereni za nogomet, košarku, odbojku, tenis i badminton, streličarstvo, kuglanje, zatvoreni bazeni, otvoreno plivalište sa skakaonicom, padel, stolni tenis, rolalište i klizalište (ŠZGZ, 2024). U **Splitu** se nalazi 10 sportsko-rekreacijskih centara od čega su tri bazeni. Uz uobičajene sportove kao što su nogomet, košarka, odbojka, borilački sportovi, streličarstvo itd. u Splitu rekreacija može biti picigin, wind surfing, slobodno penjanje, *cageball*, i *basket* (JUŠOS, 2024). **Dubrovnik** u

usporedbi sa Rijekom, Zadrom i Splitom ima najmanje sportsko-rekreacijskih objekata, njih šest. Rekreativne aktivnosti su plivanje u zatvorenim bazenima, nogomet, atletika na vanjskim terenima, ples, jahanje, tenis i ronjenje (ŠOD, 2024).

Kulturno-društveni objekti u **Rijeci** su HNK Ivana pl. Zajca, CineStar Rijeka, Kulturni centar Kalvarija – Ri Teatar koji organizira predstave, radionice i izložbe, Hrvatski kulturni dom na Sušaku koji održava kulturne, edukativne i zabavne programe, Gradsko kazalište lutaka Rijeka i Art kino Croatia. Zabava za djecu i mlade u Rijeci može se pronaći u Zabavnom parku Zvrk, Happy Land-u i Roomescape-u Rijeka. Za djecu do 10 godina namijenjen je ZP Zvrk u kojoj se nalazi najveća igraonica u Rijeci. Happy Land je obiteljski zabavni centar sa igraonicom, terenom za mini golf, kuglanom, LaserTag arenom i konzolama za djecu. Roomescape Rijeka je soba za *escape* igru za do 5 osoba namijenjena mladima. U gradu je dostupan i zatvoreni adrenalinski park Adrenalinco sa penjanjem, *paintball* arenom i *zip line*-om (TZ Rijeka, 2024). **Zadar** se vodi kao obiteljska destinacija jer nudi zabavu za sve uzraste. Dostupna su dva kazališta: Hrvatsko narodno kazalište i Kazalište lutaka Zadar. Zabavu za djecu čini KiDS i ClueGo Escape Room, Aqua Park u Kolovarima, Konjički klub Wild Spirit, igraonice Twister i Čudesna šuma, Muzej iluzija, kuglana, kino Cinestar Zadar, adrenalinski park Adventure (TZ Zadar, 2024). Između Zadra i Splita nalaze se dva velika vodena parka: Aquapark Dalmaland u Biogradu na Moru i Aquapark Dalmatia u Šibeniku (HTZ, 2024). Kulturnu zabavu u **Splitu** može se pronaći u Gradskom kazalištu lutaka, Gradskom kazalištu mladih i Hrvatskom narodnom kazalištu Split. Igraonice za djecu su Twister, KiDS escape room Split i Laser tag Split te Adrenalinski park Split Divlji zapad, a na Marjanu se nalazi mali Zoološki vrt (TZ Split, 2024). U **Dubrovniku** je najmanje objekata za zabavu u odnosu na ostale spomenute destinacije. U gradu se nalazi jedno kazalište, Gradsko kazalište Marina Držišta te četiri kina, a u staroj gradskoj luci Akvarij Dubrovnik. Adrenalinski park Cadmos Village te *Escape room* Puzzle Punks proširuju ponudu zabavnih objekata u ovome gradu (TZ Dubrovnik, 2024).

Kada se govori o zabavi, tada su važne i manifestacije koje privlače turiste u destinaciju te im pružaju zabavu zajedno sa lokalnim stanovništvom.

**Rijeka** kroz cijelu godinu organizira razne manifestacije pa tako početkom godine održava se „Riječki karneval“ koja svake godine privlači preko 15.000 sudionika, u proljeće „Rijeka Run“ festival sporta i rekreacije koji traje tri tjedna, sredinom lipnja međunarodna jedriličarska manifestacija „Fiumanka“ i krajem godine „Rijeka Advent“ na više lokacija u

gradu (TZ Rijeka, 2024). Od najvažnijih manifestacija u **Zadru** tu su glazbene večeri u crkvi sv. Donatu, Zadarsko kazališno ljeto, festival Noć punog miseca, Croatia Yacht Show u listopadu, a od nekoliko godina unazad održava se Advent u Zadru, Tuna, Sushi & Wine festival te Wings for life rekreativna trkačka utrka (TZ grada Zadra, 2024). Najpoznatije manifestacije u **Splitu** su Ultra Europe koju svake godine posjeti više od 100.000 posjetitelja, Splitsko ljeto, Dalmacija Wine Expo, Croatia Boat Show te Mrdujska regata koja je jedna od najstarijih jedriličarskih regata u Europi. Najvažnija manifestacija za lokalno stanovništvo je svetkovina sv. Duje i Dan grada Splita koji se obilježavaju 07. svibnja svake godine. Najbrojnije su manifestacije u lipnju, a najmanje zastupljene u siječnju i veljači (Strategija razvoja grada Splita, 2023). Manifestacije u **Dubrovniku** su Festa sv. Vlaha i Dubrovački karnevo (karneval) u veljači, trkača Utrka Pelješkim mostom u svibnju, Dubrovačke ljetne igre u kolovozu, Dubrovačka glazbena jesen tijekom rujna i listopada, Festival svjetlosti u studenom te Dubrovački zimski festival od studenog do siječnja sa vrhuncem dočeka Nove godine na Stradunu (TZ Dubrovnik, 2024).

*Slika 8. Mrdujska regata u Splitu*



Izvor: <https://more.slobodnadalmacija.hr/om/nautika/blizi-se-jubilarna-90-mrdujska-regata-natjecat-ce-se-kao-i-do-sada-ali-neke-skupine-imat-ce-znatno-jednostavnija-pravila-1125659> [preuzeto: 30.06.2024.]

Povezanost gradova Rijeke, Zadra, Splita i Dubrovnika sa ostatkom Europe odvija se zračnim, cestovnim i pomorskim putem.

Europski pravac E65 je međunarodna mreža e-cesta koja kreće iz Švedske i završava u Grčkoj, a prolazi kroz Hrvatsku kroz gradove Zagreb, Rijeku, Split i Dubrovnik te europski pravac E71 koji kreće iz Slovačke, prolazi kroz Mađarsku, a završava u Hrvatskoj prolazeći kroz Zagreb, Zadar i završava u Splitu. Autocesta A1 povezuje Zagreb-Split-Dubrovnik, dok cesta Jadranska magistrala spaja Trst sa Ulcinjem, a prolazi kroz Rijeku, Zadar, Split i



Dubrovnik. Ove mreže olakšavaju dolazak europskih turista cestovnim putem u navedene gradove (HAK, 2024).

Na autocesti A1 dostupno je 46 odmorišta. Na 32 odmorišta dostupne su trgovine, sanitarni čvorovi i *caffè* barovi, na 26 odmorišta benzinske crpke, električne punionice na 25 odmorišta, restoran na 20 odmorišta te 12 dječjih igrališta i 5 motela (HAK, 2024).

Od analiziranih destinacija Rijeka i Split su jedini povezani željeznicama sa europskim gradovima. Kroz cijelu godinu dostupna je linija Rijeka-Ljubljana, a u sezoni dostupna je linija Split-Beč-Bratislava i Rijeka-München-Stuttgart (HŽ, 2024).

Zračne luke dostupne su u sva četiri analizirana grada. Zračna luka Rijeka udaljena je cestovno 25 km od grada Rijeke. Povezana je sa hrvatskim gradovima Zadar, Split, Dubrovnik i Osijek i sa državama: Austrija, Njemačka, Švedska, UK, Nizozemska, Belgija, Srbija i Švicarska (Aerodrom Rijeka, 2024). Zračna luka Zadar udaljena je 7 km od centra grada. Povezana je sa hrvatskim gradovima Osijekom, Pustom, Zagrebom i Rijekom. Europske države povezane sa direktnom linijom iz Zadra su Španjolska, Francuska, Italija, UK, Irska, Njemačka, Nizozemska, Belgija, Danska, Norveška, Švedska, Finska, Švicarska, Češka, Austrija, Mađarska, Srbija, Bugarska, Rumunjska, Poljska, Litva i Slovačka (Zadar Airport, 2024). Zračna luka Sveti Jeronim nalazi se u Splitu, 25 km od centra grada. Domaći letovi su prema Zagrebu, Osijeku i Dubrovniku. Međunarodni letovi su prema svim državama kao i Zračna luka Zadar osim što ima i za Grčku, Tursku, Island, Latviju i Estoniju (ZL Sveti Jeronim, 2024). U Dubrovniku nalazi se Zračna luka Ruđer Bošković udaljena 22 km od centra Dubrovnika, a destinacije s kojima je povezana najbližija je kao i Zračna luka Split (Đurković, 2007).

#### 4.4. Analiza promotivnih aktivnosti odabranih destinacija

Promocija destinacije je najvažniji korak prema razvoju destinacije. Elementi promocijskog miksa su oglašavanje (putem novina, radija, TV-a, časopisa, plakata i interneta), osobna prodaja, unapređenje prodaje (sajmovi i izložbe) i odnosi s javnošću i publicitet (Renko & Brečić, 2016).

Službena stranica turističke zajednice **grada Rijeke** glavni je kanal promocije na internetu. Stranica se dijeli na četiri dijela: Doživi, Istraži, Planiraj i Događanja na kojima se može saznati sve o povijesti i osnovnim informacijama o gradu, plažama, trgovinama kao i o

ugostiteljskim objektima, kulturnim znamenitostima, zabavi i događanjima. Informacije o smještaju, kretanju po gradu, načinu dolaska do Rijeke dostupno je u odjeljku Istraži. Slogan koji se koristi na internetskim stranicama je #visitRijeka koja pretragom dovodi do Facebook i Instagram stranice grada Rijeke (TZ Rijeka, 2024). Društvene mreže objavljuju redovno i u skladu sa današnjim trendovima. Turistički informativni centar nalazi se na glavnoj ulici Korzo gdje se također mogu saznati sve informacije o gradu. Najveću promociju grad je dobio 2020. godine kada je proglašen Europskom prijestolnicom kulture (Vlada RH, 2016). Promocija grada Rijeke provodi se i kroz promociju turističke zajednice Kvarnera koja će u 2024. godini sudjelovati na 16 sajмова u Europi i Americi, a trenutno imaju nagrađeni promotivni film u kojem se prikazuje i grad Rijeka (TZ Kvarner, 2024). U svibnju 2024. godine Rijeku je posjetio poznati španjolski *chef* J. Pena koji je dio svog boravaka iskoristio na riječkoj tržnici i isprobavanju hrvatskih jela, a snimio je i video o svome putovanju dostupan na društvenoj mreži YouTube (RIJEKA plus, 2024). Novine Novi list te časopis Burza Nautike tiskaju se u Rijeci pa često sadrže članke o gradu i događanjima. Uz tiskano oglašavanje, oglašavanje je na TV-u na programu Kanal RI te kroz oglašavanje na Radiju Rijeka. U listopadu 2024. godine održava se Rijeka Boat Show koji privlači nautičare iz većeg dijela Europe (Rijeka Boat Show, 2024).

Promocija **grada Zadra** još je davne 1964. godine nesvjesno nastala kada je Alfred Hitchcock tijekom svog posjeta gradu rekao kako je zalazak Sunca u Zadru najljepši na svijetu (eZadar, 2024). Danas se oglašavanje Zadra provodi kroz službenu turističku zajednicu grada Zadra, Instagram, Facebook i TikTok profile na društvenim mrežama. Na spomenutim stranicama osim atraktivnih slika grada i događanja, mogu se pronaći i korisne informacije o aktivnostima, atrakcijama, smještaju i ugostiteljskim objektima u gradu. Prilikom otvaranja stranice TZ Zadra, prikazuje se promotivni video uz tekst: „Upoznaj. Osjeti. Istraži. Zadar.“. Društvene mreže koriste oznake #likezadar i #feelzadar kako bi privukle što više osoba na njihove društvene stranice (TZ Zadar, 2024). Radio Zadar i televizijski program Zadar TV prenose najnovije vijesti iz grada. Turistički ured u kojima se mogu dobiti sve relevantne informacije je u samom centru grada, a dostupne su i tiskane brošure. Zadarska županije također sudjeluje u promociji grada Zadra, a trenutni slogan koji koriste je „ZADA!R, Reci DA! svemu“. Publicitet Zadru daju i poznate osobe rođene u Zadru, kipar Juraj Dalmatinac, književnik Petar Zoranić, košarkaš Krešimir Ćosić i mnogi drugi. Destinacija se može promovirati sudjelovanjem i organiziranjem sajмова pa će tako grad Zadar u listopadu 2024. godini biti domaćin prvog Croatia Yacht Show sajma luksuznih

čartera te već održani HoReCa međunarodni sajam ugostiteljstva i hotelijerstva (TZ Zadar, 2024).

Turistička zajednica **Split** vodi internetsku stranicu TZ Split, Instagram profil imena *VisitSplit* te *Facebook* stranicu Grad Split. Stranica TZ Split vrlo je pregledna te ažurna, a mogu se pronaći općenite informacije o Splitu, znamenitostima, smještaju, turističkim agencijama, a nude i plan razgledavanja Splita u jednom, tri ili sedam dana. Redovna aktivnost na spomenutim društvenim stranicama daje budućim i sadašnjim turistima sve potrebne informacije za njihov dolazak i aktivnosti tijekom boravka (TZ Split, 2024). Poznati *influenceri* iz regije čestu dolaze poslovno u ovaj grad te ga promoviraju kroz svoje objave i kratke video zapise. U gradu su dostupna četiri turističko informativna centra koja rade svakog dana, a radnici daju turistima sve potrebne informacije i dijele promotivne letke i karte Splita. Karta Splita, karta Splita namijenjena djeci i časopis Visit Split - Welcome Magazine Summer 2024 dostupan je na Internet stranici TZ Splita. Promociju Splitu daju i poznate osobe rodom iz ovog grada od kojih su neki olimpijski osvajači medalja, poznati pjevači, glumci, ali i književnici kao npr. Marko Marulić. Televizijski program TV Jadran i radijska postaja Radio Dalmacija glavni su prijenosnici najvažnijih vijesti i promocije Splita.

Slika 9. Promotivna karta Splita namijenjena djeci



Izvor: <https://visitsplit.com/hr/421/materijali-za-download> [preuzeto: 30.06.2024.]

Jedan od neprepoznatljivih gradova Hrvatske je **Dubrovnik**. Strani turisti povezuju Dubrovnik sa Hrvatskom te je to jedan od većih uspjeha koju destinacija može postići. Serija Igra prijestolja stvorila je Dubrovniku nevjerojatnu promidžbu koju je on prihvatio i prilagodio se tržištu ponudom suvenira povezanih sa gradom i spomenutom serijom i organiziranjem tura po gradu koje se kreću prema scenama iz serije. Prepoznatljivost Dubrovnika kao destinacije krstarenja može se zahvaliti kompanijama za krstarenje koje su odlučile Dubrovnik uvrstiti u svoj itinerar. Poznate osobe rodom iz Dubrovnika su Ruđer Bošković, Marin Držić, Ivan Gundulić te mnogi drugi. Poznate osobe koje su u skoroj prošlosti posjetile grad i time ga promovirale su Tom Cruise, princ Edward, Richard Gere itd. (TZ Dubrovnik, 2024). Društvene mreže grada Dubrovnika su manje razvijene nego kod ostalih analiziranih gradova. Službena internetska stranica TZ Dubrovnik napravljena je površno te je teško doći do osnovnih informacija o najnovijim vijestima ili događanjima. *Instagram* stranica TZ grada Dubrovnika redovna je u objavljivanju slika uz oznaku *#experiencedubrovnik*. U turističkim informativnim centrima duž grada na raspolaganju su korisne informacije i savjeti za turiste te promidžbeni materijali u obliku karte grada sa osnovnim informacijama o gradu, načinu prijevoza, atrakcijama smještajnim i ugostiteljskim objektima te Dubrovnik Pass ulaznici. Promidžbeni materijali dostupni su i online na više svjetskih jezika. U lipnju 2024. godine TZ Dubrovnika pokrenula je novu promotivnu kampanju u kojoj će se u lipnju i srpnju prikazivati promotivni video o Dubrovniku na 2500 ekrana u 80 zračnih luka u SAD-u (TZ Dubrovnik, 2024).

Promotivne aktivnosti analiziranih destinacija se svode na *online* promociju. Službene stranice gradova napravljene su pregledno i lako je pronaći sve potrebne informacije o mogućnostima dolaska, znamenitosti ili događanja. Promocija gradova se treba usmjeriti u izvansezonska događanja kako bi se smanjio pritisak turista u sezoni. Najveću promociju su dobili Dubrovnik i Split snimanjem serije u gradu koja je naknadno privukla tisuće obožavatelja.

## 5. ZAKLJUČAK

Tržište krstarenja svake se godine sve više i više razvija. Itinerari su sve više prilagođeni zahtjevima potražnje i nude pregršt usluga na brodu i destinacijama. Brodovi su često atrakcija sama po sebi. Potražnja se kroz godine mijenjala te danas putuju svi segmenti (mlađa i starija populacija, obitelji s djecom, parovi, samci). Tržište krstarenja u Europi kasnije se krenulo razvijati nego u Americi, ali zbog pogodne mediteranske klime, razvedenosti obale, očuvanosti prirodnih resursa i mnogo povijesnih i kulturnih dobara, itekako konkurrira najrazvijenijoj regiji Kariba. Najposjećenije destinacije u Hrvatskoj su Zadar, Split i Dubrovnik. Krstarenja se odvijaju u sezoni između svibnja i listopada, a traju duže od drugih oblika turizma. Utjecaji krstarenja očituju se na okoliš, društvo i gospodarstvo destinacije i zemlje. Podjednako su prisutni pozitivni i negativni utjecaji. Među važnijim pozitivnim učincima su zaposlenje lokalnog stanovništva, povećana zaštita prirodnih resursa i razvoj ekonomije zemlje. Negativni učinci mogu se vidjeti kroz zagađenje zraka, mora, degradacija prostora te nezadovoljstvo lokalnog stanovništva. Analizom četiri destinacije u Hrvatskoj koje razvijaju tržište krstarenja mogu se primijetiti razlike u razvoju i trenutnoj situaciji, ali i razvojnim mogućnostima. Promatrani gradovi obiluju prirodnim resursima od kojih je najvažnija pogodna klima za produljenje sezone. Kod primarnih kapaciteta vidljivo je kako Dubrovnik prima najviše brodova za krstarenje kroz godinu, a ima najmanje vezova. Najviše marina ima Zadar, a Rijeka je započela izgradnju svoje prve marine kako bi dio poslovanja iz industrije prebacila na turizam. Split je središte događanja u Dalmaciji pa tako ima najviše hotela i ugostiteljskih objekata, a važna je putnička luka. Analizom sekundarnih kapaciteta vidi se kako zabave za turiste ne nedostaje, a najveći potencijal je u razvoju dodatnih prekoceanskih zračnih linija jer se sve zračne luke nalaze u blizini pomorskih luka. Promocija gradova usmjerila se na internetsko oglašavanje, a najvažnije je da stranice i dodatni materijali za turiste budu relevantni i da se prilagođavaju brzim promjenama trendova. Također promocija gradova mora ići u smjeru produljenja sezone, promociji događanja i smještajnih objekata s naglaskom na hotele zbog prekomjernog rasta privatnog smještaja koji često ruši ugled destinacije.

## LITERATURA

1. Benić, I. (2011). *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*. Poslovna izvrsnost, 5 (2), str. 43-61. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/75461>
2. Brida, J.G. i Zapata-Aguirre, S. (2009). *Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts*. International Journal of Leisure and Tourism Marketing.
3. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr. (2011). *Turizam – Ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Školska knjiga. Zagreb, str. 52
4. Državni zavod za statistiku (2019). *Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2018*. Zagreb., str. 125
5. Državni zavod za statistiku (2022). *Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2021*. Zagreb.
6. Državni zavod za statistiku (2024). *Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj u razdoblju od siječnja do prosinca 2023*. Zagreb, str. 1-4
7. Đurković, V. (2007). *Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzing-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik*. Naše more, 54 (1-2), 32-41. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/13165>
8. Đurković, V. (2007). *Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzing-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik*. Naše More, 54 (1-2), 32-41. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/13165>
9. Erlić, Š. (2013). *Strategija razvoja grada Zadra 2013-2020*. Razvojna agencija Zadarske županije, Zadar, str. 16
10. European Environment Agency (2024). *European bathing water quality in 2022*. Raspoloživo na: <https://www.eea.europa.eu/publications/european-bathing-water-quality-in-2022/european-bathing-water-quality-in-2022> [01.05.2024.]
11. Gibson, P. (2006). *Cruise Operation Management*. The Management of Hospitality and Tourism. Elsevier, str. 20
12. Horak, S. et al. (2007). *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*. Institut za turizam. Zagreb, str. 7-14

13. Horak, S., Marušić, Z., Carić, H., i Sever, I. (2015). *Akcijski plan razvoja nautičkog turizma*. Institut za turizam. Zagreb, str. 4
14. Kesar, O. (2022). *Predavanja iz kolegija Specifični oblici turizma; Nautički turizam*. Ekonomski fakultet u Zagrebu. Zagreb.
15. Kovačić, M. i Silveira, L. (2020). *Cruise tourism: Implications and impacts on the destinations of Croatia and Portugal*. *Pomorstvo*, 34 (1), 40-47. <https://doi.org/10.31217/p.34.1.5> str. 40-41
16. Krce Miočić, B. (2014). *Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma*. *Acta turistica*, 26 (2), 155-184. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/135199> str. 159-181
17. Luković, T. (2007). Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje. *Ekonomski pregled*, 58(11), str. 689-708.
18. Luković, T. (2008). *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*. *Naše more*: 55 (5-6), 233-248. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/32218>
19. Mikačić, V., Horak, S., Marušić, Z., Krešić, D. (2006). *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*. Institut za turizam. Zagreb, str. 39-61
20. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture (2024). Popis aerodroma u Republici Hrvatskoj. Raspoloživo na: <https://mmpi.gov.hr/promet/zracni-promet-125/aerodromi/8274>
21. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture i Ministarstvo turizma (2008). *Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019*. Zagreb, str. 3-18
22. Narodne novine (1996). *Zakon o turističkoj djelatnosti*. Zagreb: Narodne novine d.d.
23. Narodne novine (2019). *Pravilnik o kategorizaciji luke nautičkog turizma i razvrstavanje drugih objekata za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata*. Zagreb: Narodne novine d.d.
24. Narodne novine (2023). *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. Zagreb. Narodne novine d.d.
25. Narodne novine (2023). *Zakon o turizmu*. Zagreb: Narodne novine d.d.

26. Perić, T. i Oršulić M. (2011). *Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja*. Naše more, 58 (5-6), str. 219-226. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/75539>
27. Peručić, D. (2013). *Cruising-turizam: razvoj, strategije i ključni nositelji*. Sveučilište u Dubrovniku. Dubrovnik.
28. Plan razvoja grada Rijeke 2021.-2027. (2021). Rijeka. Raspoloživo na: <https://www.rijeka.hr/gradska-uprava/plan-razvoja-grada-rijeke-2021-2027/> [08.05.2024.] str. 7
29. Randić, M. (2006). *Zaštićena prirodna baština Primorsko-goranske županije*. Primorsko-goranska županija. Glosa d.o.o., Rijeka, str. 89
30. Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske (2024). Ministarstvo kulture i medija. Raspoloživo na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> [08.05.2024.]
31. Renko, N. i Brečić, R. (2016). *Marketing malih i srednjih poduzeća*. Školska knjiga. Zagreb, str. 210-215
32. Royal Caribbean International (2024). Raspoloživo na: <https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/voyager-of-the-seas?country=HRV> [05.05.2024.] Internet stranica
33. TOMAS Nautika (2022). *Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj*. Institut za turizam. Zagreb, str. 45-52
34. Vojvodić, K. (2005). *Tržišne niše u krstarenjima morem*. Naše more, 52 (3-4), str 156-161. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/8280> str.
35. Vrtiprah, V. et al. (2017). *Strategija razvoja turizma i odredbe u kruzing-turizmu na području grada Dubrovnika*. Sveučilište u Dubrovniku. Dubrovnik. 5-145 str.
36. Vukonić, B., i Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma*. Masmedia, Geografski horizont, 48 (2006), 1-2; 76-76, Zagreb. Str. 183-184, 407
37. World Tourism Organization (2008). *Turismo de cruceros – Situacion actual y tendencias*. UNWTO. Madrid.



## Internetski izvori

1. ACI Marina Dubrovnik (2024). Raspoloživo na: <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-dubrovnik/> [22.06.2024.]
2. ACI marina Rijeka (2024). Raspoloživo na: <https://www.aci-gitone.hr/hr> [09.05.2024.]
3. ACI marina Rovinj (2024). Raspoloživo na: <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-rovinj/> [28.04.2024.]
4. ACI marina Split (2024). Raspoloživo na: <https://aci-marinas.com/hr/> [09.05.2024.]
5. Adriatic Croatia International Club (2024). Raspoloživo na: <https://aci-marinas.com/hr/aci-2/> [04.05.2024.]
6. Antartica Cruises (2024). Classic Antartica Air-Cruise. Raspoloživo na: <https://www.antarcticacruises.com/itineraries/classic-antarctica-air-cruise#highlights> [09.05.2024.]
7. CLIA (2023). *The State of the Cruise Industry 2023*.
8. CLIA (2024). *State of the Cruise Industry Report*. April 2024.
9. D-Marin marina (2024). Raspoloživo na: <https://www.d-marin.com/hr/> [22.06.2024.]
10. eZadar (2024). *Prije 60 godina Hitchcock je zadarski zalazak sunca proglasio najljepšim na svijetu*. Raspoloživo na: <https://ezadar.net.hr/dogadaji/4464319/prije-60-godina-hitchcock-je-zadarski-zalazak-sunca-proglasio-najljepsim-na-svijetu/> [15.09.2024.]
11. Get your guide (2024). Iz Dubrovnika: krstarenje Elafitskim otokom s ručkom i pićem. Raspoloživo na: <https://shorturl.at/BW8iZ> [09.05.2024.]
12. Grad Rijeka (2024). Sportski objekti. Raspoloživo na: <https://www.rijeka.hr teme-zagradane/sport-i-rekreacija/sportska-infrastruktura-grada-rijeke/sportski-objekti/> [22.06.2024.]
13. Hrvatska brodogradnja Jadran d.d. (2024). *Uvod u nacionalnu brodogradnju*. Raspoloživo na: <https://hb.hr/> [04.05.2024.]

14. Hrvatska turistička zajednica (2024). *Akvaparkovi*. Raspoloživo na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/akvaparkovi> [15.09.2024.]
15. Hrvatske autoceste (2024). Informacije o odmorištima. Raspoloživo na: <https://www.hac.hr/hr/servisne-informacije/informacije-o-odmoristima?rests=1> [22.06.2024.]
16. HŽ Putnički prijevoz (2024). Međunarodni prijevoz. Raspoloživo na: <https://www.hzpp.hr/me%C4%91unardne-relacije?m=455&mp=321> [22.06.2024.]
17. Javna ustanova športski objekti Split (2024). Raspoloživo na: <https://jusos.hr/> [22.06.2024.]
18. Katarina Line (2024). Deluxe Wine Cruise. Raspoloživo na: [https://www.katarina-line.com/cruises/wine\\_cruise#!/ships](https://www.katarina-line.com/cruises/wine_cruise#!/ships) [09.05.2024.]
19. Lučka uprava Dubrovnik (2024). Raspoloživo na: <https://www.portdubrovnik.hr/najave-dolazaka> [22.06.2024.]
20. Lučka uprava Rijeka (2024). Raspoloživo na: <https://www.portauthority.hr/> [09.05.2024.]
21. Lučka uprava Split (2024). Najava dolazaka. Raspoloživo na: [Najava dolazaka – Lučka uprava Split \(portsplit.hr\)](#) [08.05.2024.]
22. Lučka uprava Zadar (2024). Kružna putovanja - najave. Raspoloživo na: [Kružna putovanja – najave | Lučka uprava Zadar \(port-authority-zadar.hr\)](#) [07.05.2024.]
23. Lučka uprava Zadar (2024). Putnička luka Zadar (Poluotok) i Putnička luka Gaženica interaktivna mapa. Raspoloživo na: <https://www.port-authority-zadar.hr/poluotok/index.html> [22.06.2024.]
24. Marina Frapa Dubrovnik (2024). Raspoloživo na: <https://www.marinafrapa.hr/> [22.06.2024.]
25. MSC Cruises (2024). Cruises from Croatia. Raspoloživo na: <https://www.msccruises.com/int/croatia/cruise-deals/cruises-from-croatia> [09.05.2024.]

26. MSC Cruises (2024). MSC World Cruise 2025. Raspoloživo na: <https://www.msccruises.com/int/our-cruises/destinations/msc-world-cruise-2025> [09.05.2024.]
27. Numbeo (2024). *Southern Europe: Crime Indeks by Country 2023*. Raspoloživo na: [https://www.numbeo.com/crime/rankings\\_by\\_country.jsp?title=2023&region=039](https://www.numbeo.com/crime/rankings_by_country.jsp?title=2023&region=039) [04.05.2024.]
28. Rijeka Boat Show (2024). Raspoloživo na: <https://rijekaboatshow.hr/> [15.09.2024.]
29. RIJEKA plus (2024). *Poznati španjolski chef Javier Pena posjetio Rijeku i riječku tržnicu*. Raspoloživo na: <https://www.rijeka-plus.hr/poznati-spanjolski-chef-javier-pena-posjetio-rijeku-i-rijecku-trznicu/> [15.09.2024.]
30. Statista.com (2024). Largest cruise ships worldwide as of July 2024, by length (in meters). Raspoloživo na: <https://www.statista.com/statistics/1036848/ranking-of-the-cruise-ships-worldwide-by-length/> [15.09.2024.]
31. Športska zajednica grada Zadra (2024). Sportski objekti. Raspoloživo na: [https://szgz.hr/?page\\_id=2976](https://szgz.hr/?page_id=2976) [30.06.2024.]
32. Športski objekti Dubrovnik (2024). Raspoloživo na: <https://www.sportskiobjektidu.hr/sodu/> [30.06.2024.]
33. Turistička zajednica grada Dubrovnika (2024). Raspoloživo na: <https://tzdubrovnik.hr/> [08.05.2024.]
34. Turistička zajednica grada Rijeke (2024). Izvještaj o turističkom prometu grada Rijeke za 2023. godinu. Rijeka. [22.06.2024.]
35. Turistička zajednica grada Zadra (2024). Raspoloživo na: [Upoznaj. Osjeti. Istraži - Turistička zajednica grada Zadra \(zadar.travel\)](https://zadar.travel/) [07.05.2024.]
36. Turistička zajednica Kvarner (2024). Promo aktivnosti. Raspoloživo na: [http://www.kvarner.hr/business/promo\\_aktivnosti](http://www.kvarner.hr/business/promo_aktivnosti) [30.06.2024.]
37. Turistička zajednica Zadarske županije (2024). Statistička analiza turističkog prometa u 2023. godini. [22.06.2024.]
38. Turistička zajednice grada Rijeke (2024). Raspoloživo na: <https://visitrijeka.hr/> [08.05.2024.]

39. Turistička zajednice grada Splita (2024). Raspoloživo na: [Turistička zajednica grada Splita \(visitsplit.com\)](https://visitsplit.com) [07.05.2024.]
40. Vlada RH (2016). *Rijeka – prva hrvatska Europska prijestolnica kulture 2020*. Raspoloživo na: <https://vlada.gov.hr/rijeka-prva-hrvatska-europska-prijestolnica-kulture-2020/18783?lang=hr> [15.09.2024.]
41. Zadar Airport (2024). Karta destinacija. Raspoloživo na: <https://www.zadar-airport.hr/destinacije#fra> [22.06.2024.]
42. Zračna luka Sveti Jeronim (2024). Letovi. Raspoloživo na: <https://shorturl.at/p4L2y> [30.06.2024.]

## **POPIS SLIKA**

Slika 1. Brod Voyager of the Seas .....	9
Slika 2. Brod Magellan Explorer .....	13
Slika 3. Plan plovidbe puta oko svijeta MSC Magnifica u 2025. ....	14
Slika 4. Negativan učinak krucera na zrak .....	20
Slika 5. Motorna jahta za krstarenje "Bellezza" .....	27
Slika 6. Prikaz izgleda nove ACI marine Rijeka .....	34
Slika 7. Brod za krstarenje u luci Zadar .....	35
Slika 8. Mrdujska regata u Splitu .....	41
Slika 9. Promotivna karta Splita namijenjena djeci .....	44

## **POPIS TABLICA**

Tablica 1. Broj posjeta brodova u hrvatske luke u 2023. godini .....	15
Tablica 2. Prosječni dnevni izdaci putnika na krstarenjima u 2022. godini (u eurima) .....	17
Tablica 3. Usporedba proizvodnje otpada i otpadnih voda po stanovniku na dan za RH, EU i putnika na brodu za krstarenje .....	21
Tablica 4. SWOT analiza tržišta krstarenja Primorske Hrvatske .....	22
Tablica 5. Broj hotela u gradu Splitu prema broju zvjezdica u 2024. godini .....	38

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Popis najdužih brodova za krstarenje (u metrima) .....	8
Grafikon 2. Broj putnika na krstarenjima u 2023. godini (u milijunima) .....	10
Grafikon 3. Broj kružnih putovanja stranih brodova u RH po mjesecima u 2023. godini .....	16
Grafikon 4. Dolasci i noćenja turista u odabranim destinacijama u 2023. godini u tisućama .....	31
Grafikon 5. Usporedba broja vezova, putnika i najavljenih krucera za odabrane gradove .....	37




# ŽIVOTOPIS






## KATARINA ŽITKOVIĆ

Redovna studentica 5. godine  
Ekonomskog fakulteta u Zagrebu.

### KONTAKT

-  091/928-5620
-  katarinazitkovic@gmail.com
-  Samobor, Hrvatska

### VJEŠTINE

-  engleski jezik
-  B kategorija
-  MS Office (Word, Excel, PowerPoint)

- komunikacijske vještine unaprijeđene radom s neposrednim kontaktom s ljudima
- organiziranost, poštivanje rokova
- točnost obavljanja zadataka i upravljanja vremenom

### DODATNO OBRAZOVANJE

ERASMUS+ International Tourism & Hospitality Academy at Sea (ITHAS); međunarodni program specijalne edukacije studenata smjera Turizam

- svibanj 2023.
- svibanj 2024.

### ➤ OBRAZOVANJE

#### EKONOMSKI FAKULTET, SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

**Listopad 2018. - trenutno**

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij, Poslovna ekonomija  
Smjer: Turizam

#### EKONOMSKA, TRGOVAČKA I UGOSTITELJSKA ŠKOLA, SAMOBOR

**Rujan 2013. - Lipanj 2017.**

Smjer: Ekonomija

### ➤ RADNO ISKUSTVO

#### ZAGREBAČKA BANKA D.D.

**Ožujak 2024. - trenutno**

Administrativni poslovi u pravnom odjelu.

#### INTEREUROPA D.O.O.

**Travanj 2023. - veljača 2024.**

Deklariranje alkoholnih pića. Održavanje čistoće radne jedinice.

#### KONZUM PLUS D.D.

**Ožujak 2018. - veljača 2023.**

Slaganje zaliha roba na police. Održavanje čistoće trgovine i komunikacija s kupcima. Ispomoć u provođenju godišnje inventure.

#### KUEHNE + NAGEL D.O.O.

**Srpanj 2017. - listopad 2017.**

Deklariranje alkoholnih pića i kozmetike. Održavanje čistoće radne jedinice.