

Analiza flote putničkih brodova za kružna putovanja na Mediteranu

Kerum, Krešimir

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:422401>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**

Repository / Repozitorij:

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split - Repository - Faculty of Maritime Studies Split for permanent storage and preservation of digital resources of the institution](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

KREŠIMIR KERUM

**ANALIZA FLOTE PUTNIČKIH BRODOVA ZA KRUŽNA
PUTOVANJA NA MEDITERANU**

ZAVRŠNI RAD

SPLIT, 2019. godine

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET U SPLITU**

STUDIJ: POMORSKA NAUTIKA

**ANALIZA FLOTE PUTNIČKIH BRODOVA ZA KRUŽNA
PUTOVANJA NA MEDITERANU**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:
Doc.dr. sc. Ante Mrvica

STUDENT:
Krešimir Kerum
(MB:0083213401)

SPLIT, 2019. godine

SAŽETAK

Pomorska su krstarenja danas sve popularniji oblik pomorskoprijevozne i turističke usluge pa postaju sve važniji dio svjetskog turizma, svjetskih turističkih kretanja. Turizam kružnih putovanja počeo se razvijati u cijeloj Europi pa tako i na Mediteranu 1990. godine. Mediteran i njegova susjedna mora u posljednje su vrijeme jedna od najdinamičnijih regija kada je krstarenje u pitanju, postajući tako drugo najposjećenije turističko odredište na svijetu. Rad obrađuje tematiku kruzing tržišta na Mediteranu. Glavni predmeti analize su flota putničkih brodova, tržište krstarenja, doprinosi globalnoj ekonomiji te kretanje putnika u glavnim lukama za kružna putovanja.

Ključne riječi: *kružna putovanja, Mediteran, ekonomija kruzinga, flota.*

ABSTRACT

Today, sea cruises are established as ever-greater type of maritime and tourist service and the part of world tourism, i.e. tourism flows. Cruise tourism has begun to evolve throughout Europe as well as on the Mediterranean in 1990. Lately, Mediterranean and its adjoining seas have been one of the most dynamic world cruising regions, becoming the second most visited tourist destination in the world. This paper processes the subject of cruise market in the Mediterranean. The main topics of the analysis are the fleet of passenger ships, the cruise market, the contribution to the global economy and the movement of passengers in major Mediterranean ports.

Key words: *cruise trips, Mediterranean, economy of cruise trips, the fleet.*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. DEFINICIJA PUTNIČKOG BRODA	2
2.1. Obilježja putničkih brodova	2
2.2. Pojam i značenje kruzing turizma	4
2.3. Osnovne značajke kruzing turizma	4
2.4. Brodovi za kružna putovanja.....	7
2.5. Vodeće međunarodne kompanije za krstarenja	8
2.6. Učinci krstarenja na destinaciju.....	10
3. MEDITERAN KAO ODREDIŠTE	11
3.1. Kretanja kruzing tržišta, putnika i flote kruzing brodova u svijetu	14
3.2. Analiza kruzing tržišta.....	15
3.3. Kretanje broja putnika na kružnim putovanjima	17
3.4. Stanje flote za kružna putovanja.....	18
3.5. Analiza flote	20
4. REGIJE MEDITERANA ZA KRSTARENJE	22
4.1. Razvoj krstarenja po regijama	24
4.2. Indeksi rasta MedCruisa (MEDGRI).....	25
4.3. Glavne luke po regiji MedCruise-a	26
4.4. Promet krstarenja.....	27
4.5. Doprinos globalnoj ekonomiji.....	29
5. ZAKLJUČAK	31
LITERATURA	32
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	34

1. UVOD

Kao jedno od tri osnovne skupine nautičkog turizma, krstarenje se razvilo u svjetski korporativni biznis. Velike cruise korporacije razvile su se na svim kontinentima, prvenstveno u Sjevernoj Americi i Europi. Trend potražnje za ovim oblikom turizma i jačanje Europe kao destinacije za američke i europske goste prouzrokovalo je ekspanziju brodova za pomorska krstarenja u Europi.

Kruzing obuhvaća obalnu plovidbu u okviru teritorijalnih voda vlastite države i međunarodni kruzing, odnosno plovidbu koja dotiče luke u nekoliko, odnosno u barem dvije države. Proizvod u slučaju kružnih putovanja obuhvaća turističku ponudu u lukama, turističku ponudu u neposrednoj blizini luka te turističku ponudu na brodu. Brod za krstarenje putnički je brod, čija namjena nije prijevoz osoba od jedne do druge luke odredišta, nego je namijenjen za uživanje u putovanju i sadržajima na brodu (krstarenje). Brod za krstarenje pristaje na svojem putu u lukama nekoliko zanimljivih turističkih odredišta u određenom razdoblju (1).

Klima na Mediteranu pogoduje kruzingu i pridonosi toplom ljetu koje zbog globalnog zatopljenja traje sve duže, a vremenske prilike dobre su i tijekom zimskih mjeseci pa se sezona kružnih putovanja na Sredozemlju produžuje. Neke od prednosti Mediterana kao destinacije su: strateški položaj između Europe, Afrike i Azije; raznolikost koju nude grčka, rimska, egipatska kultura i povijest; arheološka nalazišta, crkve i muzeji; predivni prirodni krajolici; kontrast između moderne i stare umjetnosti te raznovrsnost proizvoda (2).

Na samom početku rada definirali smo osnovne pojmove. Predmet rada jest analiza flote putničkih brodova, tržišta krstarenja, doprinosi globalnoj ekonomiji te kretanje putnika u glavnim lukama za kružna putovanja. Obrađena su i neka osnovna obilježja kruzina turizma u svijetu, osobitosti putničkih brodova te Mediterana kao destinacije.

2. DEFINICIJA PUTNIČKOG BRODA

Konvencija IMO SOLAS (Sigurnost na moru) definira putnički brod kao plovilo koje prevozi više od 12 putnika. Putnici su sve osobe na brodu osim članova posade, bez obzira na to plaćaju li oni putovanje morem ili ne. Međunarodni, nacionalni i društveni zahtjevi za klasifikaciju dizajna i konstrukcija putničkih brodova ovise o veličini broda, broju putnika, radnom području i duljini puta.

Putničke brodove može se podijeliti u tri glavne skupine:

- Brodovi za kružna putovanja odnose se na aktivnosti u slobodno vrijeme. Putovanje traje nekoliko dana i obično se brod vraća u luku polaska.
- Trajekti plove na kratkim rutama koje prevoze i putnike i vozila. Putovanje traje nekoliko sati ili najviše jednu noć. Trajekti koji putuju noću mogu imati veliki putnički prostor, s kabinama, restoranima i barovima. Tada se nazivaju brodovi za krstarenje.
- Brzi trajekti rade na kratkim rutama i koriste svoju visoku brzinu za smanjenje vremena transporta. Putovanja traju normalno manje od 4 sata. Kako bi dostigli veliku brzinu ti trajekti moraju biti lagani i imati vrlo moćne strojeve (3).

2.1. Obilježja putničkih brodova

Putnički brod jest brod na mehanički pogon koji prevozi više od 12 putnika, dok je putnik svaka osoba na pomorskom objektu, osim djece ispod jedne godine života, te osoba zaposlenih na brodu u bilo kojem svojstvu. Navedene definicije prikazuju putnički brod i putnika kako je definirano nacionalnim, hrvatskim propisom. Taj opis odgovara opisima putničkog broda i putnika iz SOLAS konvencije 1974., (*Safety of life at sea*). Općenito, definicija putničkog broda ukazuje na mogućnost da putnički brod svojom veličinom bude manji od veličina kojima je definiran brod. To znači da određeni postotak u floti putničkih brodova svojom veličinom predstavljaju brodice duljine manje od 12 metara, ali zbog prijevoza putnika registrirani su kao putnički brodovi. Pomorski prijevoz putnika oduvijek je bio izložen povećanoj pažnji i na njega su se primjenjivali strogi zahtjevi međunarodnih i nacionalnih propisa. Putnički brodovi, kao posebna kategorija brodova, moraju zadovoljiti stroge i opširne tehničke zahtjeve glede sigurnosti plovidbe što u pravilu podrazumijeva višu razinu sigurnosti u odnosu na druge skupine brodova. S obzirom na stalan porast broja putnika, kao i broja putničkih brodova, javlja se i sve veća opasnost po ljude u slučaju eventualne pomorske nezgode. Podjela putničkih brodova uvelike ovisi o međunarodnim,

nacionalnim te zahtjevima klasifikacijskih zavoda koji se odnose na prijevoz putnika morem (4).

Svaka od pojedinih skupina putničkih brodova ima svoje posebnosti glede konstrukcije, pogonskih strojeva, manevarskih sustava, brzine, a time i uvjete koji moraju biti zadovoljeni. Uobičajeno, glede pojedinih odredbi propisa koji se odnose na putničke brodove, putnički brodovi se dijele prema veličini broda, broju putnika koje prevoze, području plovidbe, duljini rute na kojoj brod plovi te materijalu gradnje. Cilj podjela putničkih brodova je uređenje mjera sigurnosti plovidbe kao skupa međunarodnih i nacionalnih propisa kojima se normira sigurnost brodova u plovidbi morem ili unutarnjim plovidbenim putovima. Prema morskim područjima u kojima plove putnički brodovi podijeljeni su u sljedeće klase:

- Klasa A – Putnički brod u nacionalnoj plovidbi koji obavlja putovanja izvan morskih područja definiranim klasama B, C i D.
- Klasa B – Putnički brod u nacionalnoj plovidbi koja obavlja putovanja u morskim područjima tijekom kojih se ne udaljava više od 20 Nm od obale na koju, u slučaju nesreće, osobe s broda mogu pristupiti.
- Klasa C – Putnički brod u nacionalnoj plovidbi koji obavlja putovanja u morskim područjima u kojima je vjerojatnost premašivanja značajne valne visine od 2,5 m manja od 10% na godišnjoj razini ako brod obavlja putovanja tijekom cijele godine, ili za određeni dio godine ako putovanja obavlja samo u tom razdoblju (npr. ljetni period) i brod se ne udaljava više od 15 Nm od mjesta zakloništa ni više od 5 Nm od obale na koju, u slučaju nesreće, mogu pristupiti osobe s broda.
- Klasa D – Putnički brod u nacionalnoj plovidbi koji obavlja putovanja u morskim područjima u kojima je vjerojatnost premašivanja značajne valne visine od 1,5 m manja od 10% na godišnjoj razini, ako brod obavlja putovanja tijekom cijele godine, ili za određeni dio godine ako putovanja obavlja samo u tom razdoblju (npr. ljetni period), i brod se ne udaljava više od 6 Nm od mjesta zakloništa ni više od 3 Nm od obale na koju, u slučaju nesreće, mogu pristupiti osobe s broda. Novi brod – brod čija je kobilica položena ili je bio u sličnoj fazi gradnje na ili iza 1. srpnja 1998. godine. Slična faza gradnje znači da je započela gradnja koja se može identificirati za pojedini brod ili je započela montaža trupa broda u količini 50 t ili 1% očekivane mase trupa broda, što je manje (5).

2.2. Pojam i značenje kruzing turizma

Kruzing je vrsta nautičkog turizma koja označava kružna putovanja plovilom kruzing-kompanije sa svim pratećim uslugama osiguranim na brodu. Kruzing se može podijeliti u dvije skupine: na luke za prihvat kruzera i kruzere. U praksi se susreće i razvrstavanje prema veličini brodova: veliki, srednji i mali kruzeri, pri čemu se kruzeri s manje od 10 kabina isključuju iz razvrstavanja, namjeni, mjestu obavljanja kruzinga (riječni i morski), kvaliteti, veličini i drugim kriterijima.

Turizam brodskih kružnih putovanja skup je odnosa i pojava koje proizlaze iz krstarenja turista putničkim brodovima radi razonode, dokoličarske edukacije, zabave, odmora i slično. Takva krstarenja povezana su s pristajanjima broda u jednoj ili više luka, odnosno turističkih odredišta u kojima putnici i posada silaze na kopno radi turističkih obilazaka. Brod na brodskim kružnim putovanjima predstavlja plutajući hotel koji prevozi putnike s jednog mjesta na drugo, odnosno od luke do luke, a u širem smislu, kod velikih brodova zbog raznolike ponude na brodu, ima i obilježja pokretne destinacije (mobile or floating resort). Zbog toga se takvi brodovi smatraju primarnom destinacijom boravka turista, a sve usputne destinacije u kojima pristaju, sekundarnim. Sa stajališta luka, odnosno odredišta koje posjećuju, putnici na takvim putovanjima noćenja ostvaruju na brodu. Za tu relativno noviju vrstu turističkih putovanja rabi se engleska riječ cruising koja se u hrvatskoj verziji kruzing sve češće koristi i kod nas. Kruzing može biti domaći, što znači da se odvija u unutarnjim vodama samo jedne države, ili međunarodni, kada se odvija u unutarnjim vodama dviju ili više država. Može se odvijati na moru, rijekama i jezerima. Odredište kao širi pojam tijesno je povezano sa zaposlenošću flote pojedine brodske kompanije. Predstavlja područje s različitim prirodnim bogatstvima, oblicima ili privlačnostima što se nude turistima. Važnost geografskog položaja promatra se tako da putnici često odabiru krstarenje prema itineraru, a ne prema brodu ili kruzing kompaniji (6).

2.3 Osnovne značajke kruzing turizma

Posebno organiziran prijevoz putnika morem javlja se u novije vrijeme, iako je strukturna podjela morskog brodarstva u vezi s prijevozom ljudi i stvari postojala i u prošlosti. Putničko brodarstvo posebna je skupina morskog brodarstva koja, koristeći se specifičnim brodovima, obavlja pomorski prijevoz putnika. Prema načinu formiranja vozarina, djelovanju tržišta i organizaciji poslovanja, razlikuje se linijsko i turističko putničko brodarstvo. Predmet

prijevoza su putnici i osobni automobili, a trajektima se prevoze i teretna vozila. Prema geografskom položaju, putničko brodarstvo može biti kabotažno i prekomorsko. Turističko brodarstvo obilježavaju luksuzno opremljeni brodovi za kružna putovanja koji zbog svojih obilježja razvijaju velike brzine. Brodovi za kružna putovanja vrlo su skupi zbog čega poduzeća u turističkom brodarstvu moraju raspolagati znatnom financijskom snagom. U organizacijskoj strukturi turističkih brodara vrlo je važna kadrovska funkcija koja pribavlja cijelo osoblje (7).

Brodovi za kružna putovanja postižu prag rentabilnosti tek kod visokog stupnja popunjenosti kapaciteta pa se tijekom godine brodovi sezonski usmjeravaju na privlačnije lokacije. Prodaja brodskeg prostora odvija se pomoću turističkih agencija koje pomorsko-prijevoznički proces ugrađuje u ponudu turističkog kružnog putovanja. Upravo je iz tog razloga prodajna funkcija u organizacijskoj strukturi turističkog brodarstva neznatna, a zadatak joj je tek pronalaženje turističke agencije koja će osigurati dobru popunjenost kapaciteta broda. Pritom vodi računa da posljedice loše popunjenosti broda ne snosi brodar.

Brod za krstarenje ili cruiser je brod namijenjen kružnim turističkim putovanjima, najčešće u tropskim ili zatvorenim morima, gdje se putnicima tijekom putovanja nude mogućnosti najrazličitijih razonoda i atrakcija na brodu. Iako se prvi brodovi namijenjeni samo za krstarenja grade već 1970-tih, razvoj počinje polovinom 1990-tih kada je izgrađen prvi brod veći od transatlantika Queen Elizabeth - cruiser Carnival Destiny. Od tada se grade sve veći brodovi tog tipa jer su zahtjevi za takvim turističkim putovanjima u znatnom porastu. Kružna putovanja oblik su prijevozne i turističke usluge. Turistička usluga odnosi se na turističke destinacije s djelatnostima koje pridonose kvaliteti usluge u toj destinaciji (sportsko-rekreacijski sadržaji, trgovine, banke, kockarnice, muzeji, kulturne znamenitosti i dr.). Za organizaciju kružnih putovanja specijalizirane su turističke agencije. Organizacija kružnih putovanja predstavlja se kao kompleksan proizvod brodarstva, lučkih djelatnosti, kopnenog i zračnog prometa, opskrbljivača brodova, kulturoloških ustanova, ugostiteljskih objekata, trgovine, turističkih i pomorskih agencija. Kružna putovanja predstavljaju međuovisnost i interakciju pomorskog prometa (brodovi i luke) i turizma (turističko odredište i zabava). Premda je kruzning turizam vrsta odmora koja pruža zadovoljstvo, on je također ozbiljan i vrlo složen biznis u kojem turističke destinacije imaju važnu ulogu i interes (8).

Kruzning turizam ima dva elementa koji zajedno pružaju kruzning doživljaj koji potrošači traže, a to su turizam i zabava. Međunarodni kruzning biznis može postati pokretačka snaga

gospodarskog i društvenog razvoja konkretne turističke destinacije, ukoliko gospodarski subjekti i lokalna zajednica pravodobno prilagode ukupnu ponudu visokovrijednoj potražnji kruzing turizma. U odnosu na stacionarni turizam, kruzing turizam obilježava manje izražena sezonalnost, a sezona počinje ranije i završava kasnije.

Većina prometa odvija se u razdoblju od svibnja do listopada. Za vrijeme boravka u destinaciji najčešće aktivnosti putnika su konzumacija pića u ugostiteljskim objektima (81%), odlazak u kupovinu (82%) i samostalno razgledavanje grada (69%). Nešto manje od polovice putnika (48%) konzumira hranu u ugostiteljskim objektima, a 45% putnika odlazi na organizirani izlet u okolicu i/ili organizirano razgledavanje grada. U organizaciji agencije značajno se češće odlazi u razgledavanje grada (42%), a manje u okolicu (na poludnevnom izletu u okolicu bilo je oko 9% gostiju, a na cjelodnevnom manje od 1%). Broj zainteresiranih putnika iz godine u godinu raste, ide u prilog tome činjenica da putovanja postaju sve više cjenovno prihvatljiva. Dolazi i do jake konkurencije na kruzing tržištu, što prisiljava ponuđače kružnih putovanja da snize cijene i približe kružna putovanja kupcima slabije platežne moći. Druga značajna promjena u posljednjih nekoliko godina odnosi se na dob putnika zainteresiranih za taj oblik turizma. Tako su nekad na kružna putovanja uglavnom išli putnici treće životne dobi, dok se danas na takva putovanja pretežito odlučuju obitelji s djecom, mlađi ljudi koji odlaze na bračna putovanja te čak skupine mladih ljudi koji odlaze na apsolventska putovanja i slično. Na tržištu kružnih putovanja vlada velika konkurencija i javlja se sve više individualnih ponuđača, ali i multinacionalnih kompanija (9).

Kruzing turizam je od pokretanja jedina grana turizma koji je do 2011. bio u konstantnom porastu. Tek je 2012. godine kruzing turizam osjetio lagani pad, a to se dogodilo vjerojatno radi havarije kruzera „Concordia“ pored otoka Gigli te ekonomske krize. Rezultat takvog kontinuiranog razvoja je razvitak velikih kruzing korporacija s velikim flotama, ali i manjih kompanija s manjim flotama specijaliziranih kruzera. Pritom se posebno ističe povezanost i međusobna uvjetovanost kruzera i luka za njihov prihvati.

Na temelju analize financijskih izvješća Carnival Corporation i Royal Caribbean Cruises izneseno je pet činjenica o kruzing ekonomiji:

1. Neto prihodi brodarima konstantno su u porastu,

2. Cijene karata su jedva dostatne za pokrivanje troškova broda, zbog čega veliku ulogu odigravaju dodatne usluge na brodu,
3. Realne cijene ulaznica imaju tendenciju opadanja,
4. Potražnja na tržištu krstarenja je cjenovno vrlo elastična,
5. Potražnja za stankama na brodu je cjenovno slabo elastična (10).

2.4. Brodovi za kružna putovanja

Kruzing obuhvaća obalnu plovidbu u okviru teritorijalnih voda vlastite države i međunarodni kruzing, odnosno plovidbu koja dotiče luke u nekoliko, odnosno u barem dvije države. Turistički proizvod u slučaju kružnih putovanja obuhvaća turističku ponudu u lukama, turističku ponudu u neposrednoj blizini luka te turističku ponudu na brodu. Brod za krstarenje putnički je brod, čija namjena nije prijevoz osoba od jedne do druge luke odredišta, nego je namijenjen za uživanje u putovanju i sadržajima na brodu (krstarenje). Brod za krstarenje pristaje na svojem putu u lukama nekoliko zanimljivih turističkih odredišta u određenom razdoblju. Danas je krstarenje postalo značajnim dijelom turističke industrije. Brodovi za krstarenje mogu se klasificirati na temelju područja njihove namjene na morska i riječna plovila. Postoje različiti načini za kategoriziranje plovila. Dijele se prema veličini, poslovnom modelu i uobičajenim načinu života gostiju. Ovisno o interesima, starosnoj dobi i financijskim mogućnostima gostiju, brodovi mogu biti namijenjeni za luksuzni ugođaj, avanture, obrazovanje, kulturu, zabavu, sportske aktivnosti, wellness ili rekreaciju. Veličina broda, oprema i posada na brodu je prilagođena ciljnoj skupini turista. Kružna putovanja međunarodnog karaktera obavljaju se s tri skupine brodova:

- velikim brodovima kapaciteta do 3000 putnika, vrijednosti do 500 miliona USD te do 1000 članova posade i osoblja koje putnicima pružaju turističke usluge
- srednjim brodovima te
- manjim brodovima kapaciteta 50-100 putnika s cijenom boravka putnika i deset puta većom od one kod velikih brodova s ekskluzivnom ponudom te nestandardnim interijerima (11).

Na brodovima međunarodnog karaktera broj članova posade broda s članovima cijelog osoblja iznosi 1/3 ukupnog kapaciteta broda. Ovi brodovi visoki su i do 15 paluba s raznovrsnim prostorima za boravak putnika, kao što su: ugostiteljski, zabavni, sportsko-rekreativni, prostori za djecu. Brodovima međunarodnog karaktera kružnih putovanja brodar

osigurava prijevoznu funkciju, dok turistička agencija organizira komercijalnu funkciju. Obje funkcije su usklađene prema ugovoru koji potpisuju brodar i turistička agencija. Brodar nastoji sve rizike prodaje kapaciteta brodova prenijeti na agencije. Veliki brodovi opslužuju mlađe putnike s djecom, putovanja su jeftinija, a traju manji broj dana. Manji brodovi su namijenjeni bogatoj klijenteli.

Emitivno tržište za brodove za kružna putovanja su razvijene države. Ovi brodovi dostižu prag rentabilnosti kad imaju visoko popunjen kapacitet. Brodove za kružna putovanja brodari često premještaju sa sjeverne na južnu polutku planete i to u skladu s periodima ljeta. Postoje izletnički brodovi koji turistima omogućavaju pristup obalnim odredištima koje su teško pristupne drugim prometnim putem. Ovi brodovi imaju kapacitet do 100 putnika, brzinu do 15 čvorova. Na njima se nalazi nekoliko članova posade koji imaju nautičku, strojarsku, prodajnu i ugostiteljsku funkciju. Slobodna plovidba obavlja se izletničkim brodovima (12).

Dizajn broda se mora temeljiti na razumijevanju potreba i očekivanja putnika. Obično je trajanje krstarenja jedan tjedan, ali su i kratka krstarenja od 2 do 5 dana povećala svoje tržište. Interes za krstarenja dulja od 18 dana je malen. Nekolicina ljudi ima vremena i novac za putovanje koje traje nekoliko tjedana. Prosječno duljina krstarenja je sada oko 6,5 dana. Dominantno područje krstarenja je more oko Karipskih otoka i Bahami. Ovi su otoci posjećeni tijekom cijele godine, dok se Aljaska, Zapadna obala Meksika i područje Mediterana može koristiti za krstarenje samo za dio godine (13).

2.5. Vodeće međunarodne kompanije za krstarenja

Na tržištu dominiraju sjevernoameričke kompanije za krstarenja koje utječu na ostatak tržišta i kompanija za krstarenje. Jedan od načina utjecaja je postavljanje cijena na tržištu koje druge kompanije slijede ili postavljaju cijene slične cijenama vodećih kompanija na tržištu, a drugi utjecaj jeste ponuda novih usluga koje druge kompanije prate odnosno kopiraju. Tri vodeće svjetske kompanije za krstarenja (*Carnival Corporation*, *Royal Caribbean Cruises* i *Star Cruises Group*) zauzimaju nešto manje od 80% ukupnog broja postelja u svjetskom kapacitetu i zahvaćaju najvažnija svjetska mora. Prema broju ležajeva lider na tržištu je Carnival Corporation sa 47%, prati ga Royal Caribbean Cruises sa 22% te Star Cruises sa 8% u ukupnom svjetskom kapacitetu brodskih postelja. Carnival Corporation & Plc

raspolaze flotom od stotinu kruzera. Korporacija je razvila deset razlicitih brendova koje je pozicionirala na sest razlicitih svjetskih trzista (Sjeverna Amerika, Velika Britanija, Njemačka, Španjolska, cijela Europa te Australija).

Na tržištu Sjeverne Amerike pozicionirali su se brendovi Carnival Cruise Line, Princess Cruises, Holland America Line i Seabourn Cruise Line. Carnival Cruise Line je vodeći brand usmjeren prema masovnom tržištu. Nudi krstarenja na mega brodovima koji zbog sadržaja nalikuju tradicionalnim ljetovalistima. Prije spajanja s kompanijom Carnival, poziciju lidera na britanskom tržištu imala je tada treća krizing kompanija svijeta, P&O. P&O Cruises, najstarija kompanija za krstarenja u svijetu, je u 19. stoljeću prva raspolagala s brodom za prijevoz putnika. Holland America Line je od osnutka do 1989. godine bila nizozemska kompanija koja je prvenstveno prevozila teret i putnike između Nizozemske i Amerike. Prijelazom u vlasništvo Carnival Corp postala je jedan od vodećih brendova za krstarenja u svijetu. Na tržištu Njemačke, Španjolske, Europe i Australije su Aida Cruises, Ibero Cruceros, Costa i P&O Cruises Australia (14).

Royal Caribbean Cruises Ltd. se uspješno pozicionirala na različitim segmentima tržišta sa šest brendova (*Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara Club Cruises, Pullmantur, Croisieres de France te TUI*). Brend Royal Caribbean International poznat je po mega brodovima za putnike srednje i visoke platežne moći te posluje na tržištu Sjeverne Amerike. Ponuda im je prilagođena različitim tipovima ljudi, kako samcima tako i obiteljima koje žele neki drugačiji oblik odmora. Na tržištu Sjeverne Amerike također su locirani Celebrity Cruises i Azamara Cruises. Azamara Cruises sastoji se od dva manja broda koja primaju po 694 putnika. Velika prednost manjih brodova je okretnost i mogućnost uplovljavanja u manje luke. Pullmantur Cruceros je španjolski touroperator koji je devedesetih godina prešao na tržište pomorskih krstarenja i smatra se jednom od vodećih španjolskih kompanija. TUI krstarenja su isključivo za njemačke goste jer je službeni jezik njemački. Star Cruises je treća vodeća kompanija za krstarenja na svijetu osnovana 1993. godine sa sjedištem u Hong Kongu. Brandovi su Star Cruises i Norwegian Cruise Line. Poslovanje Star Cruises se baziralo na kockarnicama, a vodeći položaj je u Aziji, dok je Norwegian Cruise Line jedan od najpoznatijih brandova na prostoru Sjeverne Amerike. Osim vodećih kompanija, postoje i druge koje na tržištu pomorskih krstarenja posluju uspješno, a to su Crystal Cruises, Disney Cruise Line, Regent, Silversea, Oceania Cruises, Windstar, MSC Cruises, Louis, Compagnie du Ponant, Fred.Olsen Cruise Lines i Hapag-

Lloyd Cruises. Disney Cruise Line je u vlasništvu Walt Disney kompanije, sa četiri broda i privatnim otokom zauzimaju 3% udjela na svjetskom tržištu krstarenja morem. Windstar Cruises karakteriziraju mali luksuzni brodovi sa karakterističnim uređenjem koje podsjeća na jahte, a poznati su po plovidbi u najmanje svjetske luke i skrivene uvale. Ukupno šest brodova prevozi do 310 putnika kroz 50 zemalja (15).

2.6. Učinci krstarenja na destinaciju

Krstarenja imaju višestruki utjecaj na gradove u koje brodovi pristaju te na cjelokupne regije. Utjecaj se ogleda kroz utjecaj na društvo, okoliš i gospodarstvo. Utjecaj na društvo se očituje kroz različite segmente kao što je migracija ljudi, mijenjanje sustava vrijednosti, moralnih vrijednosti, utjecaja na individualno ponašanje i slično. Zbog većeg broja turista u određenim turističkim odredištima potrebno je povećanje broja zaposlenih te dolazi do migracije ljudi iz ruralnih područja u urbana. Manje gradske sredine zahtijevaju veliki broj vodiča, prodavača i drugih zanimanja iz turističkog sektora koji će olakšati prihvat velikog broja putnika s brodova. Također, postoji i utjecaj na jezik lokalnog stanovništva koji može dovesti i do pozitivnih posljedica na stanovništvo jer se komunikacijom na stranom jeziku stanovništvu pruža prilika za učenje (16).

Gospodarstvo itekako ima koristi od pomorskih krstarenja. Pozitivni učinci pomorskih krstarenja uključuju povećanje prometa u lukama i povećanju potrošnje turista u gradovima i regijama, što dovodi do povećanja zaposlenosti i razvoja gospodarstva budući da raste potražnja za radnom snagom, rastu uslužne djelatnosti, dolazi do porasta prodavaonica suvenira i slično. Također, zbog promocije luka i gradova u koje se pristaje postoji mogućnost da se putnici s krstarenja ponovno vrate u turističku destinaciju. Usprkos pozitivnim učincima, javljaju se i negativni kao što je inflacija cijena i rast cijena nekretnina, uvoz robe iz inozemstva za potrebe brodova, dodatni troškovi gradskim vlastima te razvijanje potencijalne ovisnosti o pomorskim krstarenjima i zapostavljanje drugih gospodarskih aktivnosti. Pomorska krstarenja mogu dovesti do negativnog utjecaja na život lokalnog stanovništva zbog pristajanja nekoliko mega brodova u vrlo kratkom vremenskom razdoblju. Gužve mogu narušiti atraktivnost destinacije drugim turistima koji ne dolaze s mega brodova. Kako bi se to izbjeglo, neke luke su uvele posebna pravila za turiste.

Velika koncentracija mega brodova može dovesti do narušavanja imidža destinacije, do preopterećenosti kapaciteta luke te do velikog onečišćenja zraka, mora i ekosustava. Do onečišćenja zraka dolazi zbog povećanja smoga, emisije opasnih tvari iz spalionice smeća, stvaranja kiselih kiša i slično. Otpadne vode s brodova mogu prouzročiti promjene cijelih ekosustava. Nije rijetka pojava zdravstvenih problema kod lokalnog stanovništva u lukama ticanja kada dođu u kontakt s putnicima s brodova. Stvara se veliki pritisak i na sanitarnim lokacijama koje odlažu otpad u turističkim odredištima ukoliko je količina otpada veća nego je oni ne mogu primiti (17).

3. MEDITERAN KAO ODREDIŠTE

Turizam kružnih putovanja počeo se razvijati u cijeloj Europi pa tako i na Mediteranu 1990. godine. Od tada pa do danas Mediteran je postao vodeća europska regija za kružna putovanja i drugo najposjećenije turističko odredište na svijetu. Tijekom zadnjih nekoliko godina,

potražnja za krstarenjima Mediteranom raste sa svih svjetskih tržišta no najviše s europskog. Porast udjela europskih putnika u svjetskim kružnim putovanjima sukladan je razvoju Mediterana kao regije za krstarenja jer putnici u većini slučajeva krstare područjem koje je relativno blizu mjestu stalnog boravka.

Važnost geografskog položaja promatra se tako da putnici često odabiru krstarenje prema itineraru, a ne prema brodu ili kruzing kompaniji. Prednosti Mediterana kao destinacije su položaj između Europe, Afrike i Azije; grčka, rimska, egipatska kultura (raznolikost) i povijest, arheološka nalazišta, crkve i muzeji, prirodni krajolici, kontrast između moderne i stare umjetnosti te raznovrsnost proizvoda (18).

Uz geografsku podjelu odredišta, važan je i klimatski čimbenik koji ima odlučujuću ulogu u određivanju rasporeda itinerara. Jedan od glavnih nedostataka Mediterana kao regije za krstarenja je sezonalnost zbog promjene klime tijekom zime. Sezona krstarenja je od ožujka/travanja do listopada/studenog. Klimatskim se uvjetima pridaje velika važnost jer su brodovi za krstarenja najvećim dijelom građeni za mirnije uvjete, te kao plutajući hoteli trebaju pružiti potpunu udobnost u svim uvjetima. Neke od europskih kompanija za krstarenje ostavljaju brodove na Mediteranu tijekom cijele godine i nastoje promovirati koncept krstarenja u regiji kroz cijelu godinu. Jedan od najvećih pokazatelja razvoja industrije za krstarenje na Mediteranu je kontinuirani rast u broju i kapacitetu brodova. Godine 2014. ukupno 152 broda je krstarilo Mediteranom, a od toga je bilo 49 brodova od strane sjevernoameričkih korporacija. Sveukupno ti brodovi su prevozili 3,6 milijuna putnika na 2,478 itinerera krstarenja, koji su u prosjeku proveli sedam noćenja na krstarenju (19).

Tablica 1. SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
-------	----------

<ul style="list-style-type: none"> - Povoljan geografski položaj - Bogatsvo grčke, rimske i egipatske povijesti i kulture - Atraktivnost arheoloških nalazišta, muzeja, crkava i gradova - Ljepota prirode - Pogodna klima - Kontrast stare i suvremene umjetnosti - Postojeća turistička infrastruktura - Blizina emitivnih tržišta - Dobra dostupnost destinacije. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gužve u obalnim i otočkim lukama/gradovima - Neadekvatna lučka infrastruktura za prihvat mega brodova u nekim lukama - Negativan utjecaj na stacionarni turizam i atraktivnost boravka u destinaciji - Negativan utjecaj na okoliš - Stupanj organiziranosti svih sudionika uključenih u razvoj turizma pomorskih krstarenja - Sezonalnost.
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - Kontinuirani rast potražnje za krstarenjima Mediteranom - Povoljan geografski položaj na svjetskom turističkom tržištu - Svjetski poznati gradovi - Bolja dostupnost uvođenjem novih linija jeftinih zračnih prijevoznika - Razvoj cjelogodišnjih krstarenja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Konkurencija između različitih oblika provođenja odmora - Sve oštriji propisi europskih zemalja o zaštiti okoliša - Politička nestabilnost u regiji - Terorizam - Poremećaji na emitivnim tržištima - Brz razvoj drugih regija za krstarenja.

Izvor: Peručić D. Cruising turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji. Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju. Sveučilište u Dubrovniku. Str. 210.

Ima više različitih podjela sredozemnog tržišta kruzinga. Najpoznatija je ona tradicionalna podjela na istočno i zapadno tržište koja prostorno dijeli Apeninski poluotok. Širom geografskom podjelom uz ovo se područje vežu Crno more, Crveno more i Atlantski otoci. Uz to se još može spomenuti jadranski itinerar, koji je, kao i sve ostale, nekad teško odijeliti jer se međusobno isprepleću.

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

uglavnom itinerare unutar samog područja, one na relaciji istočno – zapadno Sredozemlje i obratno, ali i one iz sjeverne Europe prema istočnom Sredozemlju. Također uključuju kružna putovanja unutar rubnih područja istočnog Mediterana, kao Egejskog mora i Levanta (Crno more i Crveno more). Jadransko se odredište bazira najvećim dijelom na jadranske luke, odakle i počinju svi itinerari, ali, kao i sve ostale europske destinacije, međusobno korenspondiraju u obliku različitih itinerara koji ih povezuju (npr. sjeverna Europa i Jadran).

Zapadni Mediteran čine: Španjolska (Barcelona, Almeria, Malaga, Alikante, Cadiz, Balearsko otočje), Francuska (Marseille, Nica, St Tropez, Cannes), Italija (Genova, Savona, Rim – Civitavecchia, Napulj, Livorno, Bari, Palermo, Mesina), Tunis (La Goulette), Alžir (Alger), Gibraltar, Korzika. Uz kružna putovanja unutar zapadnog Sredozemlja, mogu se spomenuti i ona prema Kanarima, Azorima i Madeiri, te iz atlantskih i sjevernoeuropskih luka (Southampton) prema zapadnom Sredozemlju.

Atlantski otoci spominju se u zapadno-mediteranskom itineraru kao jedno od odredišta, dok su kao luka ticanja ucrtani u repozicijskom smjeru iz Europe u Karibe, i obratno. Najčešće se atlantski otoci spominju kao odredište za sebe, pa se putovanja organiziraju oko Kanarskih otoka (bazna luka Santa Cruz de Tenerife). Tržište Mediterana je zbog svojega specifičnog geopolitičkog položaja podložno različitim utjecajima na popularnost pojedinih tržišnih područja. Oscilacije su najčešće između dva glavna odredišta, i to istočnoga i zapadnog Mediterana. Prema broju putnika tri vodeće luke na Mediteranu su Barcelona, Civitavecchia te Venecija. Glavna odredišta ili tranzitne luke su Marseille, Napulj, Dubrovnik, Santorini, Corfu i Livorno (20).

3.1. Kretanja kruzing tržišta, putnika i flote kruzing brodova u svijetu

Jedan od glavnih pokazatelja razvoja kruzing turizma su stope rasta ponude te narudžbe novih brodova čiji se kapacitet konstantno povećava. Rast ponude prati rast potražnje, ali još nije dosegnuo svoj vrhunac. Najveći broj brodova krstari na području Sjeverne Amerike, za kojom slijedi Europa. Najveće svjetsko tržište je sjevernoameričko koje je 2011. godine generiralo 11,2 milijuna putnika, a potom slijedi europsko. Iako tržište Sjeverne Amerike raste, njegov relativni udio pao je sa 69% u 1998. godini na 56% u 2011. godini, zbog rasta potražnje na europskom tržištu. Ponuda u kruzing turizmu koncentrirana je u tri velike grupacije, Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises i Star Cruises Group, koje obuhvaćaju 75% ukupne svjetske ponude mjerene brojem ležajeva (21).

3.2. Analiza kruzing tržišta

Cruise tržište možemo promatrati kontinentalno i to kao:

- američko cruise-tržište,
- tržište ostatka svijeta te
- europsko cruise-tržište.

Američko cruise-tržište prati kvaliteta ponude i izgradnja novih kruzera s ne previsokim stopama razvoja, već kontinuiranim, relativno mirnim razvojem. Razvoj svjetskog kruzinga prati i razvoj standardizacije i kvalitete, a tom činjenicom dobro se koristi američko tržište. Američko cruise-tržište 2010.godine generiralo je oko 11,7 milijuna putnika ili 65 % ukupne potražnje u kruzingu. U razdoblju od 1980. godine do 2010. godine raslo je s prosječnom godišnjom stopom od 8,4 %, a u 2004. i 2005.godini porast potražnje u odnosu na prethodnu godinu iznosio je 8,5 %, odnosno 5,6 %. Porast kružnih putovanja sjeverno američko tržište bilježi i 2011. godine, kada je generiralo 11,2 milijuna putnika uz napomenu da je njegov relativni udio 1998. godine bio 69 %, dok je 2011.godine pao na 56 % zbog porasta potražnje na europskom tržištu (22).

Tržište ostatka svijeta pozicionira se kao tržište jugoistočne Azije i Dalekog istoka, južnog Pacifika i Havaja uz neka manja tržišta. Ovo tržište usko je vezano uz sigurnosnu komponentu pa se i zainteresiranost za destinacije ovog podneblja razvijaju u skladu s istim. Europsko cruise-tržište pokriva tržište Mediterana, uključujući i Crno more, te tržište sjeverozapadne Europe, uključujući i područje Baltika. Ovo tržište usko je vezano uz sezonski turizam, odnosno s izraženom sezonalnosti. Mediteran, kao veliko svjetsko tržište kruzinga tek zadnjih godina postaje više zastupljeno. Četrdeset tisuća kilometara Mediteranske obale pripada različito razvijenim zemljama. Od visoko razvijenih kao što su Francuska, Španjolska i Italija do srednje razvijenih kao što su Grčka i Hrvatska. Obale Hrvatske i Grčke visoko su razvedene i neprikladne za velike kruzere, a čine gotovo polovinu Mediterana. Sjeverozapadno tržište Europe (Transatlantik) ima izrazito sezonski karakter i može se podijeliti na atlantski dio koji se povezuje s američkim tržištem, kruzing u fjordovima sjevernih europskih zemalja i Baltik (*Baltic Sea Cruising*).

Europsko tržište, na kojem je dominantno tržište Velike Britanije, drugo je prema zastupljenosti u svijetu s oko 3,9 milijuna putnika i udjelom od oko 22 % ukupne svjetske kruzing potražnje u 2010. godini. Analizom iz 2011. godine 6,1 milijun putnika s područja Europe sudjelovalo je u kružnim putovanjima brodom, što predstavlja porast od 9 % u

odnosu na 2010. godinu, a čak 27,5 milijuna putnika posjetilo je europske luke u sklopu kruzinga. Najznačajnije europsko tržište predstavlja Velika Britanija s 1,7 milijuna putnika na kruzerima u 2011. godini te rastom od 11 % u odnosu na 2009. godinu. Na drugom je mjestu Njemačka s 1,4 milijuna turista na kruzerima i porastom od 35%, a potom slijede mediteranske zemlje (Italija, Španjolska i Francuska) kao važne receptivne destinacije za kruzere na Mediteranu. Upravo ove zemlje generirale su u 2011. godini preko 2 milijuna kruzing turista što čini 33 % od ukupnog kruzing tržišta u Europi.

Europljani najčešće odabiru kruzing destinacije Mediterana i Atlantskih otoka tako da se 61% svih njihovih putovanja realizira upravo u tim odredištima. U 2011. godini 4,08 milijuna putnika u kruzingu plovilo je Mediteranom i ostvarilo 33,79 milijuna noćenja s prosječnom duljinom putovanja od oko osam dana i to najvećim brojem u Italiji s gotovo 6,5 milijuna putnika, u Španjolskoj s 5,3 milijuna putnika te Grčkoj s 4,8 milijuna putnika. Od ostalih mediteranskih zemalja u europskom vrhu nalaze se Francuska, Hrvatska, Portugal, Cipar i Malta, a sve veći udio uz ove europske zemlje ima i Turska. Na Mediteranu kompanije nude ukupno 358 itinerera, pri čemu je njih 342 različitih, a kao polazne luka javljaju se 152 luke. Razlog velikog povećanja broja putnika u kruzingu objašnjava se prihvatljivim i dostupnim cijenama putovanja, a s obzirom na sve povoljnije cijene, trajanje kružnih putovanja je sve kraće što rezultira potražnjom za novim brodovima i odredištima koje se s obzirom na porast broja putnika moraju što bolje nositi s velikim konkurencijama od strane drugih luka, a kako bi ostale konkurentne moraju konstantno raditi na razvoju luka te povećanju standarda i usluga (23).

Tablica 2. Glavne kruzing destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera

POZICIJA	ODREDIŠTE	UDIO (%)
1.	Karibi	40,5
2.	Sredozemlje	21,5

3.	Meksiko	6,4
4.	Sjeverna Europa	6,4
5.	Azija/Pacifik	6,0
6.	Aljaska	5,7
7.	Južna Amerika	2,7
8.	Ostali	10,8
UKUPNO	100	

3.3. Kretanje broja putnika na kružnim putovanjima

U tablici 3. prikazan je porast broja putnika na kružnim putovanjima od 2001. do 2018. Ukupan broj putnika je tri puta veći 2018. nego što je to bio 2001. Razlika u broju putnika je približno 17 milijuna. Stalni porast broja putnika koji predstavljaju potražnju diktira i potrebu za izgradnjom novih brodova kako bi ponuda broskog kapaciteta odgovarala sve većoj potražnji (24).

Tablica 3. Broj putnika u svjetskom kruzing turizmu od 2001. do 2018. godine

Godina	Broj putnika u milijunima
2001.	9,92

2002.	11,01
2003.	12,02
2004.	13,07
2005.	14,33
2006.	15,12
2007.	15,87
2008.	16,24
2009.	17,58
2010.	18,8
2011.	20,6
2012.	20,9
2013.	21,3
2014.	22,34
2015.	23,06
2016.	24,7
2017.	25,8
2018.	27,2

Izvor: Adriatic sea tourism report, Francesco di Cesare, Risposte Turismo srl, Venice (Italy), 2013.

3.4. Stanje flote za kružna putovanja

Svjetska trgovačka flota imala je 291 plovilo s ukupno 15,2 mil. BT na početku 2010. godine, pri čemu je prosječna veličina broda 54.047 BT. Zbog svoje veličine, od ukupno 1.571 putnička broda kruzeri čine 93% bruto tonaže putničkih brodova. Čak 87% ove flote veće je od 50.000 BT, dok su prije dvadeset godina samo dva broda pripadala toj kategoriji. Narudžbe novogradnji od 1. siječnja 2010. obuhvaćaju 30 novih kruzera većih od 80.000 BT s ukupno 3,7 mil. BT. U prvoj polovici 2010. godine porinuto je četrnaest novogradnji, a još ih je četiri ugovoreno do kraja 2010. Struktura flote pokazuje trend gradnje mega brodova (>2.000 ležaja). Tako 87 mega brodova zauzima 56% ukupnog broja ležajeva globalne flote kruzera, 78 brodova srednje veličine (1.000 – 2.000 ležaja) zauzima dodatnih 30% kapaciteta, dok na ostatak od 126 brodova dolazi tek 13% kapaciteta ležajeva. Prema podacima Shipping Statistics and Market Review, World Passenger and Cruise Shipping broj brodova za kružna putovanja većih od 1000 BT bio je 295 (Tablica 4.). Ono što je vidljivo iz tablice je konstantni porast u veličini brodova. 2016. godine u pogon je ušao najveći kruzer na svijetu “Harmony of the Seas“ (25).

Tablica 4. Broj brodova za kružna putovanja od 2010.-2017.

Godina	Broj brodova	Prosječna veličina broda
2010.	291	54 047
2011.	298	55 725
2012.	298	55 725
2012.	298	57 758
2013.	295	59 670
2014.	296	60 475
2015.	300	61 755
2016.	307	63 355
2017.	314	65 625

Izvor: izrada autora na temelju Statistics Tables, World merchant fleet, SSMR, 2013, str. 38.

Po pitanju broja naručenih brodova za kružna putovanja u 2013. naručeno je: 2 broda veličine između 2-10 tisuća, 1 od 10-20 tisuća, 5 brodova od 20-50 tisuća, 1 brod od 50-80 tisuća i 15 brodova veličine veće od 100 000 tona. Prema knjizi narudžbi, vidljiv je također i trend iznimno velikih brodova. Najviše registriranih brodova za kružna putovanja u 2013. plovi pod zastavama Bahama, Paname, Bermuda, Malte, Italije itd.

Tablica 5. Stanje flote brodova za kružna putovanja prema državi

Zastava	Broj brodova	Veličina u tis.	Udio
Bahami	98	5750	32.7
Panama	38	3192	18.1
Bermudi	29	2592	14.7
Malta	38	2018	11.5
Italija	25	1849	10.5
Izozemska	16	1016	5.8

Izvor: izrada autora na temelju Statistics Tables, World Passenger and Cruise Shipping, SSMR, 2013, str.35.

Tijekom 2017. godine 40 kruzing linija sa sjedištem u Europi upravljalo je sa 137 brodova za krstarenje s kapacitetom od 163,959 kabina s dva ležaja. Vrijedi dodati da su 23 operatera

kruzinga sa sjedištem izvan Europe sudjelovala u europskom kruzing tržištu. Te linije, uglavnom sjevernoameričke, u regiji su razmjestile 75 plovila kapaciteta 94,814 dvokrevetnih kabina, što je manje za 5,5% u odnosu na 2015. Tijekom 2017. bilo je barem 159 aktivnih kruzera na Mediteranu te 121 u sjevernoj Europi. Ovi brodovi bili su različitog kapaciteta, od 4,500 putnika do manje od 100 putnika (26).

3.5. Analiza flote

Pod flotom putničkih brodova u nacionalnoj plovidbi podrazumijevaju se svi putnički, Ro-Ro putnički i vrlo brzi putnički brodovi upisani u Registar brodova. Sljedećom tablicom analizirana je flota putničkih brodova uključujući broj putničkih brodova po skupinama, prosječni kapacitet putnika, bruto tonaža i prosjek starosti.

Tablica 6. Analiza flote putničkih brodova upisanih u Registar brodova Republike Hrvatske

	Putnički brodovi				Ro-Ro putnički brodovi	Brzi putnički brodovi		Ukupno
	Drveni	Čelični	Aluminijski Staklo- plastični	Ukupno		Aluminijski	Staklo- plastični	
Broj	370	88	67	525	49	20	5	599
Kapacitet putnika (prosjek)	60	101	57	67	471	234	234	107
BT	18.646	21.989	1.914	42.549	104.650	5827	1.188	154.214
Prosjek starosti (god)	54	21,9	16,9	-	25,4	21,8	16,4	42,5

Izvor: Registar pomorskih brodova, Hrvatski registar brodova 2008.

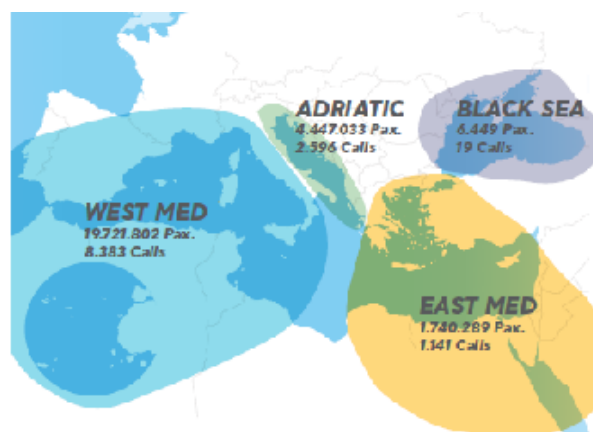
Potrebno je naglasiti da dio drvenih brodova predstavljaju brodovi za turistička, najčešće sedmodnevna krstarenja s noćnim boravkom koji posjeduju kabine, a uobičajeno su kapaciteta do 50 putnika. Ukupna prosječna starost drvenih brodova iznosi 54 godine. Iako, izrazito visoka starost tih brodova sugerira na smanjenu sigurnost, drveni putnički brodovi

su gotovo svi bili i po nekoliko puta preinačeni, dograđivani te im se mijenjao kapacitet putnika čime su uvelike pratili suvremene mjere sigurnosti. Dodatno, drveni putnički brodovi predstavljaju pretežito brodove koji se nalaze u C i D klasi prema području plovidbe, što jamči relativno brzi zaklon i intervenciju spasilačkih jedinica u slučaju bilo kakve izvanredne okolnosti (27).

Putnički čelični brodovi predstavljaju 22,7% ukupne flote brodova, ali pri tome posjeduju polovicu ukupnog kapaciteta putnika. Razlog takvom nesrazmjeru odnosa broja brodova i kapaciteta putnika ogleda se u činjenici da su svi Ro-Ro putnički brodovi čelične gradnje, a oni predstavljaju brodove s najvećim putničkim kapacitetom. Ro-Ro putnički brodovi su brodovi koji su specifični po svojim konstrukcijskim značajkama s velikim garažama i neodijeljenim garažnim prostorom, što predstavlja najveću opasnost uslijed prodora vode. Od ukupno 49 brodova čak 39 pripada najvećem putničkom brodaru Jadrolinija. Kapacitet za putnike na Ro-Ro putničkim brodovima iznosi više od 100 dok se u kategoriji brodova kapaciteta putnika od 500 do 1000 isključivo nalaze Ro-Ro putnički brodovi. Njihova prosječna starost iznosi 25,4 godine, ali valja napomenuti da se u posljednjem desetljeću flota obnovila s 10-tak brodova danas prosječne starosti 7 godina, a istovremeno je određeni broj Ro-Ro putničkih brodova izgrađenih 50-tih, 60-tih i 70-tih godina prošlog stoljeća otišao u rezalište čime je bitno smanjena prosječna starost, a povećana kvaliteta i sigurnost plovidbe. S obzirom na sve strože propise i zahtjeve, vjeruje se da će se flota Ro-Ro putničkih brodova i dalje pomlađivati. Općenito flota Ro-Ro putničkih brodova ima trend smanjenja broja brodova, ali povećanja kapaciteta s dodatnom kvalitetom usluge (28).

4. REGIJE MEDITERANA ZA KRSTARENJE

Krstarenje na Mediteranu se širi u četiri geografske regije, a svaka od njih ima vlastitu dinamiku. Ove regije su Zapadni, Jadranski, Istočni Mediteran i Crno more. Ukupno 40 članova MedCruisea se nalazi u regiji Zapadni Mediteran.



Slika 1. Regije Mediterana za krstarenje

Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

Broj putnika u kruzerima u tim lukama u 2017. godini je iznosio 19,7 milijuna, a broj poziva za krstarenje u ovoj regiji iznosio je 8.617. Ovo je najveća regija od četiri regije Mediterana u smislu broja aktivnosti na krstarenju koje se tu događaju.

Broj luka za krstarenje koje se nalaze u Jadranskom moru je 13. Ovo je treća najveća regija krstarenja po broju putnika, ali druga po veličini mediteranska regija u smislu aktivnosti na krstarenju, s 17,2% ukupnog prometa putnika i s 21,4% od ukupnog broja krstarenja u Mediteranu i susjednim morima (29).

Tablica 7. Broj putnika i luka za krstarenje na Mediteranu

Regija	Broj članova	Ukupni broj putnika	Ukupni broj poziva
Zapadni Mediteran	40	19.721.802	8.383
Jadransko more	13	4.447.033.	2.596
Istočni Mediteran	15	1.740.289	1.141
Crno more	5	6.449	19

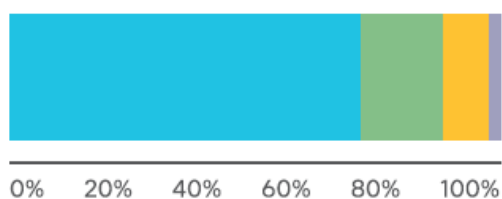
Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

U Istočnom Mediteranu se nalazi 15 luka članica tzv. MedCruise-a. Na temelju podataka za 2017. ove istočne mediteranske luke sudjeluju s 6,7% u putničkom prometu i 9,4% u broju krstarenja koji se održavaju na Mediteranu i njegovim susjednim morima. Ove luke su u 2017. godini registrirale ukupno 1,7 milijuna putnika na kružnim putovanjima. Crno more je najmanja geografska lučka regija što se tiče opsega i aktivnosti na krstarenju. Ova regija je u 2017. godini predstavljala samo 0,02% godišnjeg kretanja putnika i 0,2% broja krstarenja koji su se odvijali na tom području. Aktivnosti krstarenja u Crnom moru zabilježile su ozbiljan pad treću godinu zaredom, teška politička, ekonomska i socijalni uvjeti zabilježeni u regiji u proteklim godinama imali su utjecaj na ove rezultate 2017. godine. MedCruise je pojačao svoje napore kako bi podržao strategiju te luke kako bi povratile aktivnosti krstarenja, između ostalog i međunarodna okupljanja dioničara kruzera u Crnom moru (30).

Grafikon 1. Dionice putničkog prometa za kružna putovanja 2017 po regijama

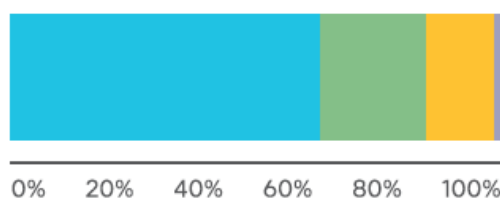
Kretanja putnika

West Med 76,10% East Med 6,72%
Adriatic 17,16% Black Sea 0,02%



Broj krstarenja

West Med 69,06% East Med 9,40%
Adriatic 21,39% Black Sea 0,16%



Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

4.1. Razvoj krstarenja po regijama

Tablica 8. detaljno opisuje evoluciju i varijacije kretanja putnika na krstarenju, te pruža sliku i kratkih i srednjoročnih trendova. Nakon rasta od 4,6% od 2013., Zapadni Mediteran postaje najdinamičnije područje. Promjene u lukama Jadranskog mora su bile manje s varijacijama kretanja putnika u krstarenju 2013. na -12,1%. Ipak, Jadransko more je druga velika regija za krstarenje na Mediteranu.

Tablica 8. Evolucija i varijacije kretanja putnika na krstarenju

Regija	2017.	2016.	Varijacija 2017./2016.	2013.	Varijacija 2017./2013.
Zapadni Mediteran	19.721.802	120.091.740	-1,84%	18.860.380	4,57%
Jadransko more	4.447.033	4.701.180	-5,41%	5.060.779	-12,13%
Istočni Mediteran	1.740.289	2.220.427	-21,62%	3.626.426	-52,01%
Crno more	6.449	15.548	-58,52%	164.256	-96,07%
Ukupno	25.915.573	27.028.895	-4,12%	27.711.850	-6,48%

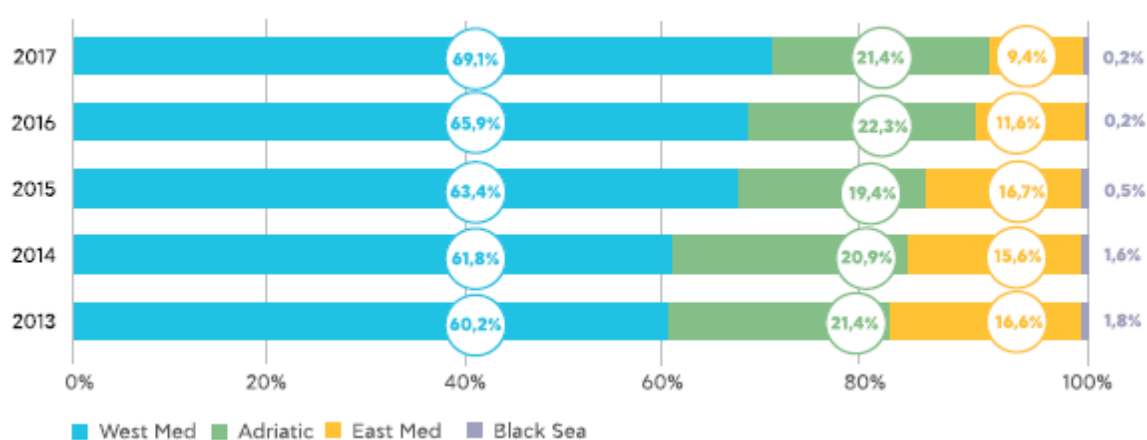
Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

Luke istočnog Mediterana koje su uspostavljene u 2017. godini su imale ukupan broj putnika na kružnim putovanjima 21,6% manji nego u 2013. Isto bi se moglo reći za Crnomorsku regiju. U 2014. godini je Crno more bilo najdinamičnija regija od svih, to je bila činjenica koja je stvorila pozadinu za rast i očekivanje za jedno trajno stabilno vanjsko okruženje koje može pomoći u razvoju aktivnosti za krstarenje. U 2017. godini su samo 6,449 krstarenja zabilježena u regiji. Nakon pada od 58,5% u 2017. godini, krstarenja u Crnom moru su prestala.

U Zapadnom Mediteranu je ukupan broj krstarenja u 2017. godini iznosio 2,9% manje nego u 2016. godini. Zabilježen je značajniji pad na Jadranu, gdje je broj krstarenja u 2017. godini bio za 11,1% manji u odnosu na prethodnu godinu. Broj krstarenja je također je znatno pao i u istočnom Mediteranu (-25,03%), i gotovo nestao u Crnom moru, gdje se u 2017. godini dogodilo samo 19 poziva za krstarenje. Rezultat je ukupno 12.139 poziva u 2017. među Mediteranskim lukama, što je za 7,3% manje nego u 2016. godini.

Gledajući petogodišnji trend, broj krstarenja u sve četiri regije se smanjio. Pad u slučaju zapadnog Mediterana je iznosio 6,3%, a 18,4% u slučaju jadranskih luka. Vrlo značajan pad je bio u slučaju istočnog Mediterana (-53,7%) i još značajniji u Crnom moru (-92,8%). Prateći te događaje, broj krstarenja u zapadnom Mediteranu je porastao u posljednjih pet godina od 60,2% do 69,1%, postotak na Jadranu je ostao gotovo stabilan (21,4%), dok je na istočnom Mediteranu zabilježen pad od 16,7% u 2013. do 9,4% u 2017. godini i u Crnom moru od 1,8% u 2013.godini do 0,2% u 2017.oj godini (Grafikon 2.) (31).

Grafikon 2. Razvoj broja krstarenja po regiji

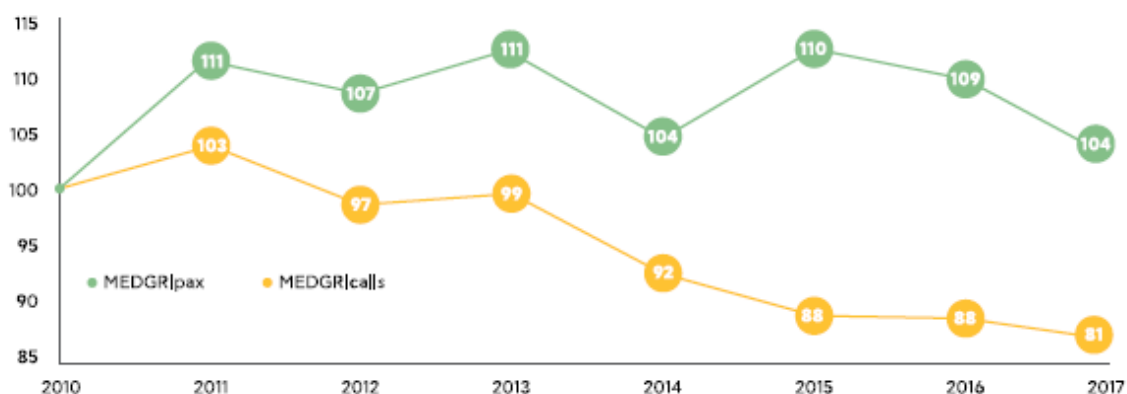


Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

4.2. Indeksi rasta MedCruisa (MEDGRI)

Kako bi se olakšalo praćenje aktivnosti krstarenja na Mediteranu i njegovim susjednim morima, MedCruise je uspostavio dva indeksa s ciljem da pruži jasnu sliku o evoluciji kretanja putnika u svakoj od četiri regije MedCruise kao i na Mediteranu kao cjelini, od 2010. godine. MEDGRIPax (Slika 6.) je indeks koji prati godišnji trend krstarenja na Mediteranu i u svakoj regiji pojedinačno. Indeksu je 2010.-a bazna godina (MEDGRIPax = 100). Nakon pada u 2014. godini (104) indeks se povisio u 2016. godini (109) i ponovno smanjio u 2017. (104). Gledajući regionalne trendove luka Crnog mora koje su iskusile najupečatljiviji rast od svih regija u 2013. i 2014. godini, indeks se u 2015. godini spustio na polovicu razine iz 2010. godine i na samo šest u 2017. godini. Indeks je također niži u slučaju Istočne mediteranske regije u odnosu na prethodnu godinu. Druge dvije regije su i dalje domaćini više kruzera nego što su bili u 2010.-oj godini, s odgovarajućim vrijednostima za 2017. godinu MEDGRIPax indeksa, koji stoji na 105 u Jadranu i 114 u zapadnom Mediteranu.

MEDGRI prati godišnji trend krstarenja na Mediteranu i u svakoj od četiri regije, što ima za osnovnu 2010. godinu. Evolucija MEDGRI je povezana s veličinom brodova kao i sa boljim iskorištavanjem brodova. Broj putnika na Mediteranu i susjednim morima je veći nego u prošlosti, ali broj brodova je manji od broja brodova 2010. godine u svim regijama. Međutim u dvije regije na Zapadnom Mediteranu i Jadranu broj krstarenja ostaje stabilan. Luke Crnog mora prethodnih godina su doživjele povećanje broja brodova za krstarenje, ali u 2015., 2016. i 2017. godine se ovaj trend promijenio i broj brodova je bio minimalan (32). Grafikon 3. Godišnji trend krstarenja na Mediteranu



Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

4.3. Glavne luke po regiji MedCruise-a

Tablica 9. prikazuje tri glavne luke svake regije u pogledu ukupnog broja putnika te je napravljena usporedba s prethodnom godinom i petogodišnje razdoblje varijacija. Luke Crnog mora su isključene iz ove analize jer nijedna nije zabilježila više od 10.000 putnika u 2017. (33).

Tablica 9. Tri glavne luke svake regije Mediterana

Regija	Luka	2017.	2016.	Varijacija 2017./2016	2013.	Varijacija 2017./2013
Zapadni Meditera n	Barcelona	2.712.24 7	2.683.59 4	1,07%	2.599.23 2	4,35%
	Civitavecchi a	2.204.33 6	2.339.67 6	-5,78%	2.538.25 9	-13,6%
	Balearsko otočje	2.110.66 3	1.957.42 9	7,83%	1.541.37 6	36,9%
Jadransk o more	Venecija	1.427.81 2	1.605.66 0	-11,08%	1.815.82 3	-21,37%
	Dubrovnik	748.918	831.730	-9,96%	1.136.50 3	-34,10%
	Corfu	679.681	748.914	-9,24%	744.651	-8,72%
Istočni Meditera n	Pirej	1.005.55 9	1.094.13 5	-3,53%	1.302.58 1	-18,96%
	Heraklion	181.693	238.780	-23,91%	270.020	-32,71%
	Souda/Khani a	128.067	147.915	-13,42%	124.205	3,11%

Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

4.4. Promet krstarenja

Mediteran i njegova susjedna mora u posljednje su vrijeme jedna od najdinamičnijih regija svijeta kada je krstarenje u pitanju. Uzorci raspoređivanja flota za krstarenje diljem svijeta u posljednjih 15 godina ukazuju da se udio Mediterana povećao sa 11,5% od ukupnog razmještaja flote u 2003., do 12,9% u 2006. do 15,8% u 2017. Kao rezultat, Mediteran je danas poznat kao druga najveća kruzing regija u svijetu. U kombinaciji, dvije glavne kruzing regije, Karibi i Mediteran, ugošćuju 51,2% kapaciteta svjetske flote kruzera.

U 2017., ukupno 166 kruzera bilo je aktivno u vodama Mediterana s kapacitetom od 215,679 kabina s prosjekom od 1,296 ležajeva po brodu. Sve skupa, ovi brodovi nosili su otprilike 3.44 milijuna putnika na 2,577 kružnih putovanja, 26.67 milijuna noćenja, dajući konačnu duljinu kružnog putovanja od 7.75 noći. Dodatnih 466,000 potencijalnih putnika putovalo je

Otocima Atlantskog oceana. Sjevernoamerički operateri rasporedili su 57 brodova sa 75,196 dvokrevetnih kabina po Mediteranu, uključujući i neke brodove namijenjene za europsko tržište. Usporedbe radi, europske domicilne linije rukovodile su 101 plovilom koje je ponudilo 134,127 dvokrevetnih kabina (34).

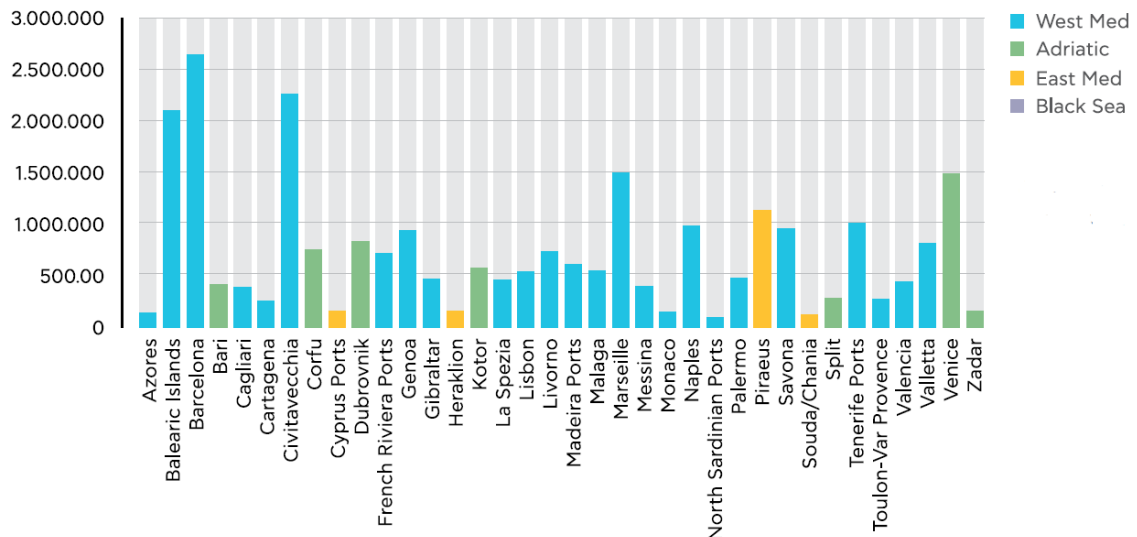
Na mediteranskom tržištu u 2018. očekuje se pad od 1% kao rezultat daljnje preraspodjele europskih operatera što će se izjednačiti povećanim kapacitetom sjevernoameričkih operatera.

Analiza udjela top 20 mediteranskih luka omogućava korisne uvide u to koliko je putnički promet koncentriran samo u nekoliko luka ili trend povećavanja bilo koje koncentracije.

U 2017. godini, šest luka ugostilo je više od milijun putnika. U 2014., isti broj putnika ugostilo je 8 luka. Dvije najveće, Barcelona i Civitavecchia, ugostile su više od dva milijuna putnika za drugu godinu. Treća luka, Balearski otoci, sada je, po prvi put, domaćin više od dva milijuna putnika. Također, 16 luka imalo je promet od 500.000 putnika tijekom 2017. Očito je da rast krstarenja dopire do broja različitih luka u različitim regijama i zemljama Mediterana i susjednim morima.

Pet najvećih luka, po prometu putnika, u 2017. su imale udio od 38,4% ukupnog broja putnika na Mediteranu i susjednim morima što je gotovo za 1% više nego prošlogodišnji udio. Gledajući 20 najvećih luka, postotak je gotovo 77,0%. Rast krizing turizma promatran na Mediteranu u 21. stoljeću širio se proporcionalno u svim lukama različite veličine. Međutim, ako se koncentriramo na razvoj u posljednjih pet godina, očito je da se kod najvećih luka povisio postotak ukupnog prometa (35).

Grafikon 4. Razvoj ukupnog prometa kod najvećih luka



Izvor: Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 STATISTICS

4.5. Doprinos globalnoj ekonomiji

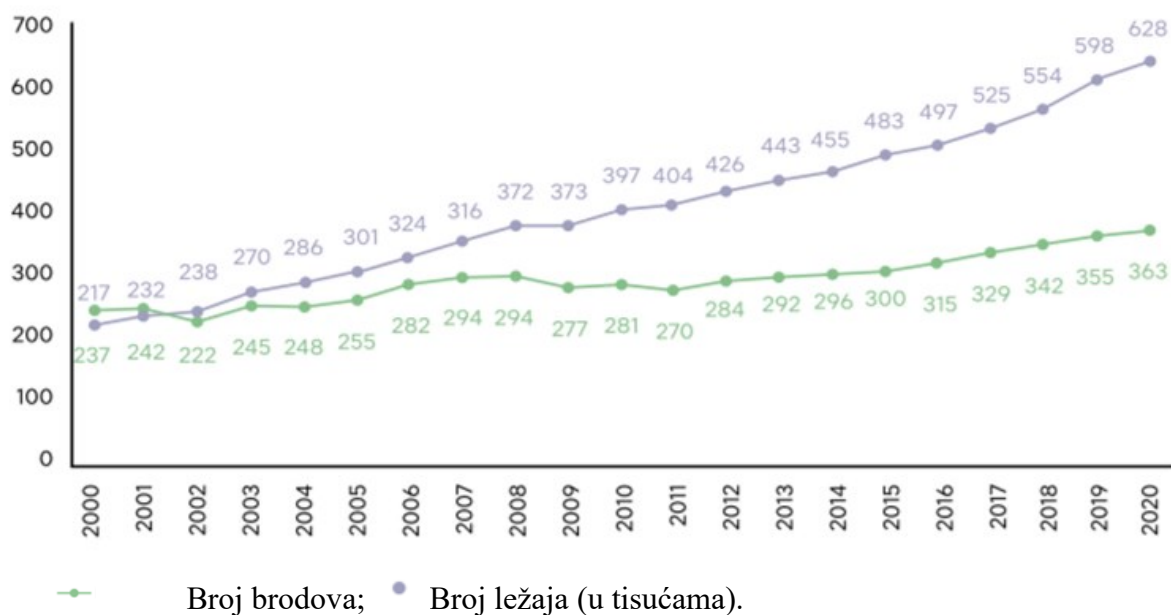
Procijenjena izravna globalna potrošnja za krusing industriju (putničke linije, putnici i članovi posade) u 2016. iznosila je 57,9 milijardi dolara, prema studiji globalnog ekonomskog utjecaja CLIA-e. Ti izravni troškovi potiču od tri izvora: krusing linije, putnici na krstarenju i članovi posade. Putnici su plaćali odmore prije i poslije krstarenja, obalne ekskurzije te maloprodajnu robu, posada je također kupovala maloprodajnu robu i usluge, dok su brodovi kupili robu i usluge povezane s krstarenjem i lukom operacije.

Putnici su potrošili 16,4% milijardi dolara, 28% ukupnih izravnih izdataka iz sektora krusinga, posada je potrošila 1,4 milijarde dolara, 2,4% od ukupnog iznosa, a kruseri su potrošili 40,2 milijarde dolara, što predstavlja 69% ukupnog broja procijenjenih izravnih globalnih rashoda od industrije krstarenja.

Analiza ukupnog doprinosa industrije krstarenja sastoji se od izravnih i neizravnih induciranih ekonomskih doprinosa. Izravni doprinosi se odnose na prihode koje stvaraju putničke linije, putnici, članovi posade, neizravni doprinosi rezultiraju od potražnje dobara i usluga generiranih izravnim doprinosom, te inducirani doprinosi koji se odnose na izdatke koje generiraju zaposlenici krusera i njihovi dobavljači. Kao što je već rečeno, izravan doprinos industrije krstarenja iznosio je 57,9 milijardi USD, uz neizravni i potaknuti doprinos generirano je dodatnih 68 milijardi dolara, što znači da je kombiniranjem izravnih, neizravnih i potaknutih doprinosa krusing turizam ostvario 125,96 milijardi dolara učinka. Prema godišnjem izvješću Cruise Industry Newsa, tijekom 2017. razmještena je flota od 329

brodova za krstarenje s putničkim kapacitetom od 525 milijuna ležaja. Za 2018. godinu pretpostavlja se flota od 340 brodova te 550,000 ležajeva (36).

Grafikon 5. Globalna flota krstarenja 2000-2020.



Izvor: Cruise Industry News 2016-2017 Annual Report

5. ZAKLJUČAK

Kružna putovanja predstavljaju međuovisnost i interakciju pomorskog prometa i turizma. Premda je kruzing turizam vrsta odmora koja pruža zadovoljstvo, on je također ozbiljan i vrlo složen biznis u kojem turističke destinacije imaju važnu ulogu i interes.

Prednosti Mediterana kao destinacije su strateški položaj između Europe, Afrike i Azije, grčka, rimska, egipatska kultura i povijest, arheološka nalazišta, crkve i muzeji, predivni prirodni krajolici, kontrast između moderne i stare umjetnosti te raznovrsnost proizvoda. Jedan od najvećih pokazatelja razvoja industrije za krstarenje na Mediteranu je kontinuirani rast u broju i kapacitetu brodova. . U 2011. godini 4,08 milijuna putnika u kruzingu plovilo je Mediteranom i ostvarilo 33,79 milijuna noćenja. Godine 2014. ukupno 152 broda je krstarilo Mediteranom, a od toga je bilo 49 brodova od strane sjevernoameričkih korporacija. Sveukupno ti brodovi su prevozili 3,6 milijuna putnika na 2,478 itinerera krstarenja.

Razlog velikog povećanja broja putnika u kruzingu objašnjava se prihvatljivim i dostupnim cijenama putovanja, a s obzirom na sve povoljnije cijene, trajanje kružnih putovanja je sve kraće što rezultira potražnjom za novim brodovima i odredištima koja se s obzirom na porast broja putnika moraju što bolje nositi s velikim konkurencijama od strane drugih luka, a kako bi ostale konkurentne moraju konstantno raditi na razvoju luka te povećanju standarda i

usluga. Mediteran je zasigurno vodeća europska regija za kružna putovanja i druga najposjećenije turističko odredište na svijetu, te se to neće mijenjati u skoroj budućnosti (37).

LITERATURA

1. Babicz J. (2015) *Wärtsilä encyclopedia of ship technology*, second edition. Wärtsilä Corporation, Helsinki.
2. Benić I. *Analiza najpoznatijih krizing destinacija u svijetu. Ekonomska misao i praksa*, No.2 2010.
3. Benić I. *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju. Poslovna izvrsnost* Zagreb, god. V (2011) Br. 1. Str. 43-66.
4. Benić, I. *Putnici na krstarenjima koji posjećuju Dubrovnik: komparativna analiza. Ekonomska misao i praksa Dubrovnik*. Br. 2. str. 193-214. 2008.
5. CLIA Cruise Lines, *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe* 2017. 2018.
6. *Cruise Tourism: Current Situation and Trends*, UNWTO, 2010.
7. Domijan-Arneri, I., *Strateško upravljanje tržišnim rizicima u morskom brodarstvu*. Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, 2006.
8. Dujmović I. *Trendovi razvoja krizing tržišta*. Diplomski rad. Rijeka, 2014.
9. Frančić V, Njegovan M, Maglic L. *Analiza sigurnosti putničkih brodova*. Pomorstvo, god. 23, br.2 (2009), str. 539-555.
10. Gui L. *Geographical expansion and consolidation of global cruising*. POMORSTVO, Scientific Journal of Maritime Research. 24/2(2010). str. 261-278.
11. Gundić, A., Frančić, V. (2014). *Particularity of Safety Measures on Board Ships Operating in the "Motorways of the Sea" Service*. Pomorstvo, 28(1), 70-79
12. IMO (1997) IMO and ro-ro safety Focus on IMO London

13. IMO (2008) Formal Safety Assessment- RoPax ships Maritime Safety Committee, Submitted by Denmark
14. Jasprica D. *značaj grada Dubrovnika u regionalnom turističkom razvoju na početku 21. stoljeća*. Montenegrin Journal of Economics Vol. 7, No. 2. 2011. str. 129-138.
15. Jurić I. *Dužobalna kružna putovanja u funkciji razvoja pomorskog gospodarstva*. Diplomski rad. Rijeka, 2004.
16. Kos, S., Šabalja, Đ., Bonato J., *Analitička struktura disperzije kružnih putovanja*, Pomorstvo, 27/1(2013), str. 87-104
17. Lamb T. *Ship Design and Construction. The Society of Naval Architects and Marine Engineers*. 2003.
18. Luković, T. *Analiza razvoja svjetskog i hrvatskog cruisinga*. Naše more, Znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.55 No.5-6 Prosinac 2008.
19. MedCruise Association, *Cruise Activities in MedCruise Ports 2017 Statistics*. Piraeus, Greece, 2018.
20. Mikelić H. *Novi putnički brodovi i novi IMO propisi*. Završni rad. Split, 2018.
21. Miller, W. H., *Great Cruise Ships and Ocean Liners from 1954 to 1988*, Dover Publications, 1988.
22. Papathanassis A., *Cruise Sector Growth*, Gebler Research, Wiesbaden, 2009.
23. Passenger Shipping Association: *Discover Cruises – Annual cruise review, 2006.*, Royal Caribbean Cruises Ltd.: 2010 Annual Report
24. Pavlić, I. (2013): *Cruise tourism demand forecasting – the case of Dubrovnik*, Tourism and hospitality management, Vol.19. No.1., University of Dubrovnik, Dubrovnik
25. Perić T, Oršulić M. *Cruising- turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja*. Naše more, Znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.58 No.5-6 Prosinac 2011.
26. Peručić D. *Cruising turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji*. Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju. Sveučilište u Dubrovniku. Str. 210.
27. Peručić, D. *Motivi kruz kompanija za multinacionalni rad*.
28. Pomorska enciklopedija, Sv. 7, Zagreb, JLZ Miroslav Krleža, 1985.
29. Radić, A., *Održivost kruzinge destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.,
30. Robbins, D., *Cruise Ships in the UK and North European Market: Development Opportunity or Illusion for UK Ports*, 2006.

31. *Shipping statistics and Market review*, Institute of Shipping Economics and Logistics ISL, Bremen, 2011.
32. *Shipping Statistics and Market Review, World Passenger and Cruise Shipping*, 2013.
33. Stipanović C, Gračan, D. *Značaj brodskih tura u razvojnoj strategiji hrvatskog turizma*. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 42, 2005., str. 205-213.
34. Tokalić I. *Kružna putovanja – krstarenja*. Završni rad. Karlovac, 2016.
35. Vojvodić, K. *Pozicioniranje luka na tržištu pomorskih krstarenja - primjer Korčule*. Naše more 50(5-6)/2003.
36. Vojvodić, K. *Tržišne niše u krstarenjima morima*. Naše more 52(3-4)/2005. str. 156-162.
37. Vuletić K. *Turizam kružnih putovanja u Hrvatskoj*. Diplomski rad. Split, 2017.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1. Regije Mediterana za krstarenje.....	22
Tablica 1. SWOT analiza.....	13
Tablica 2. Glavne kruzing destinacije (2009.) u svijetu prema rasporedu svjetske flote kruzera.....	17
Tablica 3. Broj putnika u svjetskom kruzing turizmu od 2001. do 2018. godine.....	18
Tablica 4. Broj brodova za kružna putovanja od 2010.-2017.....	19
Tablica 5. Stanje flote brodova za kružna putovanja prema državi.....	19
Tablica 6. Analiza flote putničkih brodova upisanih u Registar brodova Republike Hrvatske.....	20
Tablica 7. Broj putnika i luka za krstarenje na Mediteranu.....	23
Tablica 8. Evolucija i varijacije kretanja putnika na krstarenju.....	24
Tablica 9. Tri glavne luke svake regije Mediterana.....	27
Grafikon 1. Dionice putničkog prometa za kružna putovanja 2017 po regijama.....	23
Grafikon 2. Razvoj broja krstarenja po regiji.....	25
Grafikon 3. Godišnji trend krstarenja na Mediteranu.....	26
Grafikon 4. Razvoj ukupnog prometa kod najvećih luka.....	28
Grafikon 5. Globalna flota krstarenja 2000-2020.....	30

