

KONKURENTNOST LUKE NA KRUZ TRŽIŠTU: PRIMJER LUKE DUBROVNIK

Deša Rathman¹ & Katarina Varez²

UDK / UDC: 339.137:656.615(497.5 Dubrovnik)

JEL klasifikacija / JEL classification: R41, L9

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 26. studenoga 2012. / November 26, 2012

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 10. lipnja 2014. / June 10, 2014

Sažetak

U slučaju pomorskih krstarenja, ono što pojedini aranžman čini privlačnim je izbor itinerara (plovidbenog puta) s usputnim lukama pristajanja. Međutim, ovaj se oblik turističkog proizvoda sastoji također i od niza elemenata ponude koji se generiraju na brodu. Na važnosti ovih elemenata se sve više inzistira pa se tako razvijaju brodovi – destinacije čija je osnovna karakteristika raznovrsnost i količina dodatnih sadržaja, pored onih osnovnih smještajnih i ugostiteljskih. Ipak, bez obzira na ovu karakteristiku razvojnog trenda krstarenja, destinacije uključene u itinerar uvijek će ostati primarni činitelj privlačnosti pojedinog aranžmana. Odabir destinacije, te uključivanje u pojedine itinerare ovisi o zadovoljavanju niza kriterija. Promatrano sa pozicije upravljačke strukture destinacije, zadovoljavanje potrebe za pozicioniranjem na tržištu pomorskih krstarenja iziskuje poznavanje konkurentskog okruženja, kao i činitelja konkurentnosti, te važnost njihove uloge prilikom odabira.

U uvjetima izrazite dinamike tržišta pomorskih krstarenja te intenzivne borbe za tržišnu poziciju, biti će sve važnije zadržati konkurentnost. Konkurentnost turističke destinacije predstavlja sposobnost destinacije da udovolji zahtjevima potrošača/posjetitelja uspješnije od konkurencije, te da pruži zadovoljavajuću vrijednost za novac. Osnovni činitelj konkurentnosti destinacije za pomorska krstarenja je turistički resurs. Dubrovnik raspolaže s turističkim resursom, tj. kulturno – povijesnom baštinom čija je vrijednost odavno priznata i prepoznata u svijetu. Turizam pomorskih krstarenja postavlja specifične zahtjeve pred destinaciju pa je valorizira u skladu s mogućnostima iskorištavanja destinacije za što kvalitetnije poludnevne ili cjelodnevne posjete. Dubrovnik u velikoj mjeri odgovara ovim zahtjevima.

¹ Mr. sc. Deša Rathman, Lučka uprava Ploče, E-mail: desa.rathman@ppa.hr

² Mr. sc. Katarina Varez, Lučka uprava Dubrovnik, E-mail: dpa.katarina@portdubrovnik.hr

Potreba za definiranjem politike razvoja turizma pomorskih krstarenja u Dubrovniku temelji se na nužnosti spoznaje o trenutnim pozicijama, prirodi i zakonitosti, te međusobnim odnosima pojedinih pojava u sklopu tržišta. Spoznaja konkurentne pozicije, te mogućnosti i načina utjecaja na daljnji razvoj od velike je važnosti u kontekstu oblikovanja smjernica za budućnost. Komparativna analiza lučkih pristojbi i naknada u destinacijama Sredozemlja koje su označene kao Dubrovniku konkurentne destinacije pokazala je da je Dubrovnik veoma konkurentan s gledišta ovog činitelja. Konkurentnost luke na tržištu pomorskih krstarenja ne može promatrati izolirano od turističkog proizvođača destinacije koji predstavlja primarni uvjet za uključivanje u ovo tržište pa je u analizu su uključeni i činitelji koji se odnose na prikladnost destinacije za pomorska krstarenja.

Ključne riječi: konkurentnost luke, lučki sustav, tarifna politika, turistički proizvod destinacije.

1. UVOD

Krstarenja morem su pomorskoprijevozna i turistička usluga rasprostranjena po čitavom svijetu.³ Bez obzira plovi li se prema unaprijed utvrđenom plovidbenom pravcu (itineraru) i programu, kraće (najmanje jedna noć na brodu) ili dulje vremena (od samo nekoliko dana do više mjeseci ako su krstarenja oko svijeta) govori se o pomorskim, ili još preciznije, turističkim krstarenjima.

Pomorska su se krstarenja kao vid turističkih aranžmana počela razvijati 60–ih godina prošlog stoljeća. U stručnoj se literaturi začetkom pomorskih krstarenja smatra porinuća broda Oceanic 1965. godine, prvoga koji je izgrađen isključivo za pomorska krstarenja. Alternativno se datumom početka ovog vida turizma smatra datum 19. prosinca 1966., kada je kompanija Norwegian Caribbean Line ponudila prvi cjelogodišnji raspored krstarenja brodom Sunward⁴.

Za razliku od klasične turističke i / ili prijevozne usluge, krstarenje je istodobno turistička i prijevozna usluga: pruža se u isto vrijeme i dio je jedinstvenog aranžmana.⁵

2. LUČKI SUSTAV

Lučki sustavi su podsustavi gospodarstva neke zemlje. Oni se ne mogu promatrati izolirano i sa stajališta svojstava luke već ih je potrebno sagledati interdisciplinarno, sa stajališta svih korisnika, sudionika u prometu i poslovanju luke. Kao podsustavi gospodarstva luke ujedinjuju niz gospodarskih čimbenika u specifičnu cjelinu.⁶

³ Ban, I., Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (I.) (1995.), Ekonomska misao i praksa., Vol. 4, br.2., Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, str. 180.

⁴ Institut za turizam (2007.), Studija održivog razvoja u Hrvatskoj, Zagreb, str. 12.

⁵ Ban, I., Turistička krstarenja u svijetu (2001.), Suvremeni promet, Zagreb, 2001., br.1-2, str. 20.

⁶ Mitrović, F., Kesić, B., Jugović, A., Menadžment u brodarstvu i lukama, Split, Euroakma, 2003.

Posebnosti luka orijentiranih na prihvat brodova na pomorskim krstarenjima proizlaze prvenstveno iz interakcije lučkog sustava i turizma kao gospodarskog segmenta. Na lokalnoj razini, ovo se odnosi na djelovanje luke u sklopu turističke destinacije.

Gospodarski učinci pomorskih krstarenja značajni su u lokalnom i regionalnom kontekstu. Ovaj vid turizma pokretač je razvoja brojnih uslužnih djelatnosti, te izvor prihoda privatnog i javnog sektora. Veliki se dio ovih prihoda ostvaruje u sklopu lučkog sustava, a zatim se, posredstvom lučkog menadžmenta, izravno plasira u funkcioniranje procesa prijehata brodova i putnika, te na razvoj lučkih prihvatnih kapaciteta. Luke tako izravno utječu na razvoj destinacije, upravljajući prometnom infrastrukturom kao neizostavnim uvjetom za razvoj kružnih putovanja, te postaju centri ekonomskog razvoja gradova i regija. Lučka infrastruktura dizajnira se u skladu sa trendovima kružinga, prilagođavajući svoje karakteristike prihvatitu sve većih brodova, kapaciteta preko 100.000 bruto tona, odnosno 3 i više tisuća putnika. Ulaganja u lučke receptivne sadržaje moraju pratiti ulaganja u razvoj lokalne i gradske infrastrukture jer će u protivnom destinacija postati neatraktivna ne samo putnicima na kružnim putovanjima, nego i stacionarnim turistima.⁷ U skladu sa konceptom održivog razvoja, planovi razvoja luke koja je orijentirana na promet brodova na kružnim putovanjima, moraju biti uklopljeni u planove razvoja višeg reda (lokalne i nacionalne), posebno turističke planove razvoja. Turistički elementi paketa usluga realiziraju se kroz rad agencija, maloprodajne mreže, te ostalih subjekata, a njihova se koordinacija nastoji postići djelovanjem javnog sektora. Poslovno okruženje luka orijentiranih na prihvat brodova na pomorskim krstarenjima velikim je dijelom uvjetovano njihovom tržišnom orijentacijom. Ono se sastoji od niza subjekata uključenih u kruz industriju, kao što su brodske kompanije, turoperator, pomorski i turistički agenti, potencijalni investitori, druge luke, subjekti koji djeluju u sklopu destinacije. Lučke su uprave članice mnogih interesnih i tematskih udruženja.

Osnovna funkcija i uloga luke u smislu kreiranja ponude na tržištu pomorskih krstarenja realizira se kroz činjenicu se radi o osnovnom infrastrukturnom objektu i receptivnom kapacitetu destinacije. Luke ulažu velik novac u glavne i prateće objekte koji su u funkciji putnika – terminale, infrastrukturu, parkirališta, opremu, kako bi putnicima, brodovima, posadama i drugim sudionicima pružile usluge na visokoj razini i na taj način postale privlačne za sve one koji odlučuju o poslovima i programima krstarenja ili omogućuju njihovo ostvarenje. Objekti, infrastruktura, oprema i organizacija u funkciji sudionika krstarenja važni su marketinški instrumenti.⁸

Upravljanje lučkim sustavom odnosi se na:

- upravljanje poslovanjem privatnog sektora, tj. radom koncesionara,
- upravljanje ponašanjem koncesionara,
- upravljanje ponašanjem korisnika lučkog područja,

⁷ Peručić, D., Važnost uzajamnog marketinga u razvoju održivog cruise turizma na Mediteranu, Electronic Proceedings of XXI. CROMAR Congress "Marketing – a factor of sustainable development", Faculty of Economics, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Osijek, October 8 – 10, 2009, str. 8.

⁸ Ibidem, str. 59.

- upravljanje održavanjem i razvojem lučke podgradnje i nadgradnje,
- upravljanje procedurom prihvata plovila u luci,
- upravljanje sigurnosnim standardima i
- upravljanje strateškim planovima razvoja te marketinškim planovima luke.

3. RAZLIČITE PERCEPCIJE KONKURENTNOSTI TURISTIČKOG ODREDIŠTA I LUKE NA KRIZU TRŽIŠTU

Pomorska krstarenja su brodski akcijski aranžmani ili „ture“, akcijski oblik turističkih aranžmana u kojemu se sinkroniziraju različiti oblici turističke ponude.⁹

U slučaju pomorskih krstarenja, ono što pojedini aranžman čini privlačnim je izbor itinerara (plovidbenog puta) s usputnim lukama pristajanja. Međutim, ovaj se oblik turističkog proizvoda sastoji također i od niza elemenata ponude koji se generiraju na brodu. Na važnosti ovih elemenata se sve više inzistira pa se tako razvijaju brodovi – destinacije čija je osnovna karakteristika raznovrsnost i količina dodatnih sadržaja, pored onih osnovnih smještajnih i ugostiteljskih. Ipak, bez obzira na ovu karakteristiku razvojnog trenda krstarenja, destinacije uključene u itinerar uvijek će ostati primarni činitelj privlačnosti pojedinog aranžmana. Odabir destinacije, te uključivanje u pojedine itinerare ovisi o zadovoljavanju niza kriterija. Promatrano sa pozicije upravljačke strukture destinacije, zadovoljavanje potrebe za pozicioniranjem na tržištu pomorskih krstarenja iziskuje poznavanje konkurentskog okruženja, kao i činitelja konkurentnosti, te važnost njihove uloge prilikom odabira.

Kako se radi o paket aranžmanima, proces odabira pojedinih elemenata usluge i njihova potrošnja ne odvijaju se na istoj razini. Dok je izravni nositelj odabira destinacije brodska kompanija, tj. turoperator koji je kao element ponude uključuje u paket aranžman, krajnji potrošač u ovom odabiru sudjeluje neposredno, tj. temeljem iskazivanja vlastitih preferencija.

Percepcija konkurentnosti, tj. kriteriji ocjene pojedine destinacije razlikuju se, međutim, ovisno radi li se o poziciji kompanije ili potrošača. Ocjena s ove dvije pozicije proizvodi različite učinke, pa tako ocjena destinacije od strane kompanije utječe na uključivanje destinacije u itinerar, dok ocjena od strane potrošača utječe na kupnju aranžmana te zadovoljstvo njime, što je, ujedno i krajnji cilj poslovanja kompanije.

3.1. Percepcija konkurentnosti turističkog odredišta s pozicije kompanije

Definicija konkurentnosti evoluirala je tijekom vremena od klasičnih ekonomista (Ricardo, Smith) koji su kao osnovne odrednice komparativnih prednosti identifi-

⁹ Vukonić, B., Turističke agencije, Zagreb, Mikrorad, 1998., str. 133.

cirali raspoloživost činitelja proizvodnje kao što su zemlja, rad i kapital, pa sve do Trabolda koji devedesetih godina dvadesetog stoljeća, sublimirajući dotadašnje teorijske spoznaje o konkurentnosti analizira četiri značajna aspekta konkurentnosti:

- mogućnost prodaje na globalnom tržištu,
- mogućnost privlačenja investicija,
- mogućnost prilagodbe gospodarstva,
- mogućnost stvaranja i povećavanja raspoloživog dohotka.¹⁰

„Konkurentna prednost nastaje prvenstveno iz vrijednosti koju je tvrtka sposobna stvoriti za svoje kupce, a koja premašuje njezine troškove proizvodnje. Vrijednost je ono što su kupci spremni platiti, dok dodana vrijednost proizlazi iz ponude nižih cijena od konkurentskih uz jednaku korist koju kupac ostvaruje ili iz pružanja jedinstvenih koristi koje i više nego nadoknađuju cijenu.“¹¹

Paket usluga koji predstavlja turistički proizvod destinacije u osnovi se sastoji od servisnog dijela, tj. prihvata broda i putnika u luci, te konzumiranja turističkih resursa. Obzirom da je poslovanje turoperatora uvijek orijentirano na zadovoljenje krajnjeg potrošača, kod odabira destinacija kompanija će prvenstveno uzeti u obzir privlačnost destinacija za potencijalnog turista, tj. privlačnost itinerara. Ako je, međutim, iz skupa destinacija koje pripadaju istoj kategoriji prema značaju, imidžu i ostalim karakteristikama, tj. turističkom proizvodu, pripadaju istom konkurentskom okruženju potrebno napraviti izbor, konkurentne prednosti luke, doći će do izražaja kao značajan kriterij. Ovo je potvrđeno nizom istraživanja o faktorima koji utječu na konkurentnost luke.¹²

Lučki sustav značajan je činitelj ponude u smislu organizacije prihvata broda i putnika, te održavanja i izgradnje lučkih prihvatnih kapaciteta. Turistički elementi paketa usluga realiziraju se kroz rad agencija, maloprodajne mreže, te ostalih subjekata čija se koordinacija nastoji postići djelovanjem javnog sektora.

Osim samog turističkog proizvoda, kompanija u obzir uzima elemente koji se tiču funkcionalnosti poslovanja (ponajprije lučkog sustava), kao i visine cijena onih činitelja koji su trošak kompanije. Pregovori koje kompanije vode radi smanjenja troška pristajanja u luku sve se češće dio njihovog redovitog poslovanja.¹³

Za određivanje konkurentskih destinacija na tržištu pomorskih krstarenja važno je zadovoljiti i zahtjeve u smislu geografskog položaja, tj. mogućnosti uključivanja destinacije u određeni itinerar. Ovo je naime, uvjet konkurentnosti, jer iako su mnoge destinacije, prema vrijednosti turističkog proizvoda, potencijalni konkurenti, na tržištu pomorskih krstarenja izravna konkurencija zapravo ne postoji radi geografske udaljenosti.

¹⁰ Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Rajh, E., Usporedba metodologija mjerenja konkurentnosti nacionalnog gospodarstva i položaj Hrvatske, *Ekonomski pregled*, br. 59 (11), Zagreb, 2008., str. 604-605.

¹¹ Porter, M.E., *Konkurentna prednost, postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja* (1985.), Masmedia, Zagreb, str. 22.

¹² *Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj*, 2007., op. cit., str. 105.

¹³ Dowling, R., K., *Cruise Ship Tourism*, Cabi, Oxford, UK, 2006., str. 71.

Nakon što je definiran skup konkurentnih destinacija, može se govoriti o konkurentnosti luke koja je u ovom kontekstu zapravo jedan od činitelja konkurentnosti destinacije, posebno kada se uzima u obzir percepcija konkurentnosti sa stajališta kompanije.

Vezano za funkcionalnost poslovanja, sa stajališta kompanije suradnja sa lokalnim receptivnim agencijama u vezi organizacije izleta i drugih oblika ponude javlja se kao značajan činitelj. Za kompaniju, značajniji kriteriji za odabir destinacije su:

- turistički proizvod, značaj, imidž destinacije,
- geografski položaj destinacije,
- funkcionalnost lučkog sustava,
- opremljenost luke – stanje lučke infrastrukture i lučki putnički sadržaji,
- cijena prihvata broda u luci, tj. lučkih pristojbi i naknada,
- suradnja sa lokalnim turističkim agencijama i cijena izleta.

Dubrovnik je kao destinacija uglavnom usmjeren na tranzitne putnike pa i gornja analiza činitelja konkurentnosti uzima u obzir pretpostavku da se radi o posjetima brodova na pomorskim krstarenjima u funkciji tranzita. Zahtjevi koje postavlja brodar, a tiču se servisnog dijela ponude destinacije mogu se grupirati u nekoliko skupina:

- prometna dostupnost destinacije,
- turistička infrastruktura,
- opremljenost luke,
- lučke usluge,
- javne službe.¹⁴

Servisni elementi turističkog sustava su oni elementi koji prihvaćaju turističku potražnju. Istodobno, oni ponudu usluga prilagođavaju toj potražnji. Ti elementi oblikuju se pod utjecajem turističke potražnje, te prirodnih, socijalnih, političkih i drugih elemenata koji su odraz ukupne razvijenosti turističke destinacije, ali i šireg okruženja.¹⁵ Nužno je stoga, održavati kvalitetu servisnih elemenata u skladu sa zahtjevima korisnika, ali i sa odabranom konkurentskom strategijom razvoja cijele destinacije.

3.2. Percepcija konkurentnosti turističkog odredišta s pozicije turista

Kupujući aranžman, turist zapravo kupuje paket usluga. U slučaju kriznog aranžmana u usluge su uključeni elementi odmora, zabave, razonode te istraživanja i doživljaja osnovnih, uglavnom kulturno - povijesnih turističkih resursa pojedinih destinacija.

¹⁴ Studija održivog razvoja u Hrvatskoj 2007., op. cit., str. 104.

¹⁵ Dulčić, A., Upravljanje razvojem turizma, Zagreb, 2001.

Kod ocjene destinacije od strane posjetitelja, prema tome, presudnu ulogu imaju turistički resursi. Konkurentnost destinacije na turističkom tržištu može se definirati kao sposobnost kreiranja jedinstvenog doživljaja.¹⁶ Konkurentne destinacije su one koje na turističkom tržištu nude sličan turistički proizvod.¹⁷

4. PRIHVAT BRODOVA I PUTNIKA U LUKAMA

Pomorski promet jedna je od prometnih grana (podsustava) u sklopu prometnog sustava koji se dalje raščlanjuje na podsustave organizirane prema djelatnostima; djelatnost plovidbe, lučka djelatnost i djelatnost upravljanja i održavanja unutarnjih plovnih putova. Prihvat broda u luci je skup aktivnosti, procedura i dokumenata koji se događaju / nastaju u vezi dolaska, boravka, te odlaska broda iz luke, te spada u lučku djelatnost.¹⁸ U tranzitnoj destinaciji servisna i receptivna funkcija luke realizira se kroz:

- proceduru prihvata broda,
- prihvat putnika,
- servisiranje putnika (organizacija izleta, transfera),
- dodatne putničke sadržaje (ugostiteljske, kupovina, informiranje).

Upravljanje prihvatom plovila i putnika je poslovna procedura koja se sastoji od niza radnji kojima lučka uprava realizira svoju ulogu osiguranja nesmetanog prometa plovila, propisanih uvjeta sigurnosti, te uvjeta za smještaj plovila i prihvat putnika na području luke. Lučka uprava dužna je okupiti, te upravljati i koordinirati potrebnim subjektima i resursima na području luke kako bi osigurala gore navedene uvjete. Koordinacija nositelja lučkih operacija, te spajanje pojedinačnih aktivnosti u proces prihvata broda u luci jedna je od osnovnih djelatnosti lučke uprave. Lučka uprava ovim procesom upravlja na dvije razine.

Na planskoj razini lučka uprava razrađuje zakonski određen upravljačko – kontrolni mehanizam izdavanja koncesija i praćenja rada koncesionara. Nositelji svih operacija na lučkom području su privatna poduzeća, koja djelatnost obavljaju temeljem koncesije izdane od strane lučke uprave. Lučka uprava koncesije izdaje prema planu koncesija, kao i različitim kriterijima koji osiguravaju kvalitetu usluge, te na taj način regulira skup usluga dostupnih na lučkom području, osiguravajući pri tome da osnovne lučke djelatnosti budu obavezno zastupljene. Na operativnoj razini djelovanje lučke uprave realizira se kroz aktivnost koordinacije nositelja svih aktivnosti u sklopu procedure prihvata broda, a koja se događa za svako najavljeno ticanje (slika 1.).

¹⁶ Institut za turizam, www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Pedeseta-obljetnica-IT/02-Konkurentnost-turisticke-destinacije-Ivandic.pdf

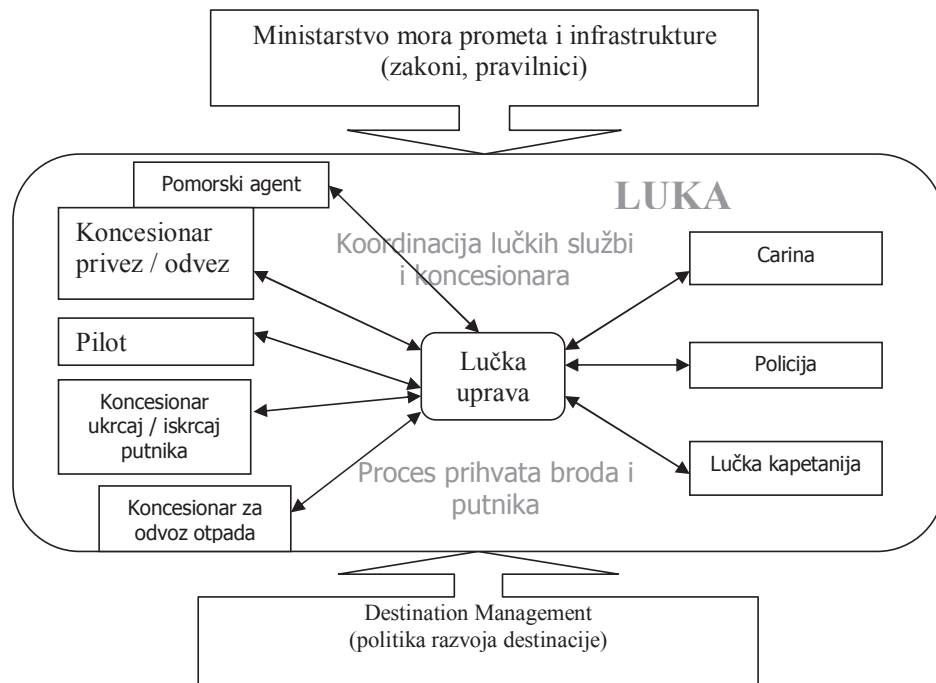
¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Perić, T., Radačić, Ž., Šimulčik, D., *Ekonomika prometnog sustava*, Fakultet prometnih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2000., str. 31.

U izvođenju složenog procesa rada u lukama i proizvodnji lučkih usluga sudjeluju mnogobrojni sudionici sa specijaliziranim i definiranim zadacima, koji se dijele na¹⁹:

- gospodarske subjekte koji obavljaju djelatnosti na lučkom području i
- tijela uprave čija je nadležnost vezana za lučki promet.

Slika 1: Proces prihvata broda i putnika u luci



Izvor: Obradeno prema opisu poslovnih procedura Lučke uprave Dubrovnik

Pravilnik o redu u luci donosi se za svaku luku posebno, od strane nadležne lučke uprave. Obavezne aktivnosti i funkcije unutar prihvata broda u luci su:

- brodska agentura,
- provjera od strane sanitarnog inspektora,
- carinska i policijska kontrola, te kontrola brodskih isprava od strane lučke kapetanije,

¹⁹ Kesić, B., Jugović, A., Menadžment pomorskoputničkih luka, op. cit., str. 141.

- pilotaža,
- privez i odvez,
- koordinacija.

5. LUČKE PRISTOJBE I NAKNADE KAO ČINITELJ KONKURENTNOSTI

U skladu sa organizacijom prihvata broda u luci, formira se struktura obaveznog izdatka ticanja. Struktura navedenog troška nije jednaka za sve luke u Hrvatskoj. Osim o zakonskim državnim aktima, ona ovisi i o aktima koji se donose za svaku pojedinu luku.

U luci Dubrovnik – Gruž iznos obaveznih lučkih pristojbi i naknada sastoji se od:

- lučke pristojbe,
- naknade za privez i odvez,
- naknade za svjetlarinu,
- naknade za pomorsku agenturu,
- naknade za carinu,
- naknade za odvoz krutog otpada,
- naknade za pilotažu.

U Gradskoj luci Dubrovnik iznos obaveznih lučkih pristojbi i naknada sastoji se od:

- lučke pristojbe,
- naknade za svjetlarinu,
- naknade za pomorsku agenturu,
- naknade za carinu.

5.1. Analiza lučkih pristojbi i naknada: primjer Dubrovnika

Kako Dubrovnik raspolaže sa dvije, fizički i organizacijski zasebne luke za prihvatanje brodova na pomorskim krstarenjima, lukom Dubrovnik (Gruž) i Gradskom lukom Dubrovnik, koje su pod nadležnošću dvaju lučkih uprava, potrebno je organizirati raspored brodova između ove dvije lokacije.

U luci Dubrovnik, osim državnim aktima, struktura obaveznog izdatka određena je Pravilnikom o redu u luci²⁰, te Tarifom lučkih pristojbi i naknada²¹, koje donosi

²⁰ Pravilnik o redu u luci Lučke uprave Dubrovnik, op. cit.

²¹ Tarifa lučkih pristojbi i naknada Lučke uprave Dubrovnik, 19.12.2008.

Tablica 1: Analiza odnosa lučkih pristojbi i naknada i kapaciteta broda (BT)

Ime broda	Lučke pristojbe - uk	Svjeta-rlarina	Carina	Pilotaža - EUR / uk	UPAH	Agencijske usluge	Privez/ odvez	Kruti otpad	Svjeta-rlarina po ticanju	Trošak jednog ticanja	Broj ticanja	Broj putnika	BT	Ukupni iznos po putniku
ARTEMIS	481	772	300	208	10	600	130	52	77	1.858	10	52	1206	35,73
ARION	910	3.768	300	365	10	800	319	68	198	2.969	19	300	5.888	9,90
ROYAL IRIS	1.210	1.740	300	365	10	800	396	68	1.740	4.888	1	700	9.159	6,98
PRINCESS DAPHNE	1.821	3.008	300	608	10	1.200	473	95	3.008	7.516	1	800	15.833	9,39
ATHENA	1.850	3.067	300	608	10	1.200	533	95	3.067	7.663	1	600	16.144	12,77
ASTOR	2.259	2.885	300	729	10	1.400	683	116	1.442	6.940	2	600	20.606	11,57
SEVEN SEAS NAVIGATOR	2.987	3.997	300	729	10	1.400	851	116	1.999	8.392	2	600	28.550	13,99
INSIGNIA	3.145	19.377	300	851	10	1.400	1.024	116	3.230	10.076	6	800	30.277	12,60
NAUTICA	3.145	19.377	300	851	10	1.400	1.024	116	2.768	9.615	7	800	30.277	12,02
SS OCEANIC	3.924	5.428	300	851	10	1.400	1.078	116	5.428	13.107	1	1800	38.772	7,28
ISLAND ESCAPE	4.052	5.624	300	851	10	1.400	1.113	157	5.624	13.507	1	1800	40.171	7,50
EMPRESS	4.822	31.080	300	851	10	1.400	1.256	157	2.391	11.186	13	2020	48.563	5,54
MSC ARMONIA	5.744	28.140	300	972	10	1.400	1.434	157	1.082	11.099	26	2199	58.625	5,05
CRYSTAL SERENITY	6.683	27.548	300	972	10	1.400	1.612	157	5.510	16.644	5	1080	68.870	15,41
OCEAN VILLAGE II	6.815	28.124	300	1.118	10	1.400	1.647	157	5.625	17.072	5	1748	70.310	9,77
AURORA	7.351	30.461	300	1.118	10	1.400	1.754	157	7.615	19.705	4	2050	76.152	9,61
NOORDAM	7.916	27.988	300	1.118	10	1.400	1.861	157	3.998	16.760	7	2000	82.318	8,38
QUEEN VICTORIA	8.625	17.109	300	1.118	10	1.400	2.003	157	17.109	30.722	1	2000	90.049	15,36
GRAND PRINCESS	10.362	20.710	300	1.118	10	1.400	2.342	157	10.360	26.044	2	2600	109.000	10,02
COSTA SERENA	10.866	21.755	300	1.118	10	1.400	2.431	157	21.755	38.037	1	3780	114.500	10,06
CARNIVAL DREAM	12.287	24.700	300	1.118	10	1.400	2.715	157	8.233	26.221	3	3646	130.000	7,19

Izvor: Analize i izvještaji Lučke uprave Dubrovnik (10.6.2011.), obrađeno za potrebe ovog istraživanja

Lučka uprava Dubrovnik. Odredbe Pravilnika o redu u luci koje utječu na ovu kategoriju su one koje propisuju obavezu korištenja usluge peljarenja, priveza i odveza, brodske agenture prema kategoriji plovila određenoj veličinom i drugim karakteristikama.²² Tarifni pravilnik lučkih naknada utječe na strukturu obaveznog izdatka kroz odredbu koja se odnosi na obavezan paušal za odvoz krutog otpada.²³ Ova odredba nije standardizirana, a uvedena je za luku Dubrovnik kako bi se stimuliralo odlaganje otpada na kopnu umjesto nedozvoljenog bacanja u more.

U Gradskoj luci Dubrovnik obavezan izdatak određen je Tarifom lučkih pristojbi koju donosi Županijska lučka uprava Dubrovnik.²⁴ Naime, na ovoj lokaciji ne postoji mogućnost priveza broda na operativnoj obali, pa nisu organizirane lučke operacije prihvata broda i putnika. U obaveznom izdatku, osim naknada za svjetlarinu, nisu sadržane naknade za lučke usluge, već samo lučka pristojba za upotrebu sidrišta.

Ukupan iznos lučkih pristojbi i naknada u luci Dubrovnik kreće se u rasponu od 15.000 – 30.000 eura za velike brodove, a uočljivo je da iznos značajno varira u ovisnosti o visini naknade za svjetlarinu, tj. o broju i posjeta tijekom godine (Tablica 1.).

Cijena pristajanja u luku raspoređena po putniku kreće se do iznosa od 16 eura.

U tarifnoj politici svake luke treba voditi računa o visini izdataka broda i njegovoj strukturi (Tablica 2.). U ukupnom izdatku za ticanje broda u luci Dubrovnik najveći udio imaju lučka pristojba (u prosjeku oko 34,5 posto) i naknada za svjetlarinu (u prosjeku oko 31,37 posto). Visina pristojbe po jednom ticanju ovisi o kapacitetu broda, dok naknada za svjetlarinu ovisi o kapacitetu broda i broju ticanja u toku godine, pa udio ove naknade u ukupnoj cijeni najviše varira; od 4 do 57 posto. Udio naknade za agencijske usluge kreće se oko 12,84 posto, te se smanjuje porastom kapaciteta broda. Prosječan udio naknade za privez i odvez u ukupnom izdatku je 9,15 posto, a naknade za prljenje je 7,26 posto. Najmanji je udio naknade za carinu (u prosjeku oko 3,58 posto), te naknada UPAH – u (u prosjeku oko 0,12 posto), a ovi se udjeli također smanjuju porastom kapaciteta broda, obzirom da je iznos naknade fiksni.

²² Pravilnik o redu u luci Lučke uprave Dubrovnik, op. cit.

²³ Tarifa lučkih pristojbi i naknada Lučke uprave Dubrovnik, op. cit.

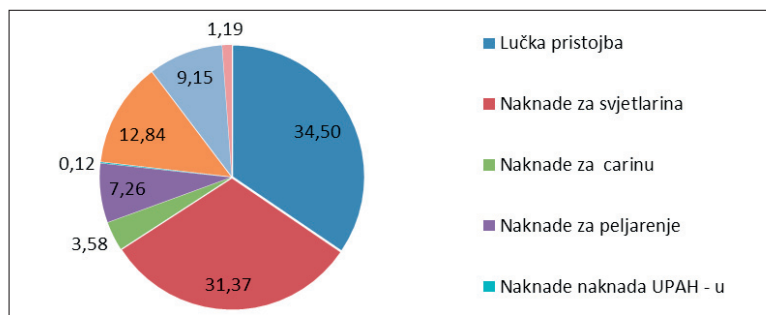
²⁴ Tarifa lučkih pristojbi i naknada Županijske lučke uprave Dubrovnik

Tablica 2: Struktura (%) lučkih izdataka za odabrane brodove u luci Dubrovnik-Gruž

Ime broda	Lučka pristojba	Naknade							Ukupno
		za svjetlarinu	za carinu	za peljarjenje	naknada UPAH - u	za agencijske usluge	za privez i odvez	za kruti otpad	
ARTEMIS	25,87	4,15	16,15	11,22	0,54	32,29	6,98	2,80	100
ARION	30,64	6,68	10,10	12,28	0,34	26,94	10,73	2,29	100
ROYAL IRIS	24,74	35,60	6,14	7,46	0,20	16,37	8,10	1,39	100
PRINCESS DAPHNE	24,23	40,03	3,99	8,08	0,13	15,97	6,30	1,26	100
ATHENA	24,14	40,03	3,92	7,93	0,13	15,66	6,95	1,24	100
ASTOR	32,55	20,79	4,32	10,51	0,14	20,17	9,84	1,67	100
SEVEN SEAS NAVIGATOR	35,60	23,81	3,57	8,69	0,12	16,68	10,14	1,38	100
INSIGNIA	31,22	32,05	2,98	8,44	0,10	13,89	10,17	1,15	100
NAUTICA	32,72	28,79	3,12	8,85	0,10	14,56	10,65	1,21	100
SS OCEANIC	29,94	41,41	2,29	6,49	0,08	10,68	8,22	0,89	100
ISLAND ESCAPE	30,00	41,64	2,22	6,30	0,07	10,36	8,24	1,16	100
EMPRESS	43,11	21,37	2,68	7,60	0,09	12,52	11,23	1,40	100
MSC ARMONIA	51,75	9,75	2,70	8,76	0,09	12,61	12,92	1,41	100
CRYSTAL SERENITY	40,15	33,10	1,80	5,84	0,06	8,41	9,68	0,94	100
OCEAN VILLAGE II	39,92	32,95	1,76	6,55	0,06	8,20	9,65	0,92	100
AURORA	37,30	38,65	1,52	5,67	0,05	7,10	8,90	0,80	100
NOORDAM	47,23	23,86	1,79	6,67	0,06	8,35	11,10	0,94	100
QUEEN VICTORIA	28,07	55,69	0,98	3,64	0,03	4,56	6,52	0,51	100
GRAND PRINCESS	39,79	39,76	1,15	4,29	0,04	5,38	8,99	0,60	100
COSTA SERENA	28,57	57,19	0,79	2,94	0,03	3,68	6,39	0,41	100
CARNIVAL DREAM	46,86	31,40	1,14	4,26	0,04	5,34	10,36	0,60	100
Prosječni udio	34,50	31,37	3,58	7,26	0,12	12,84	9,15	1,19	100

Izvor: Izrađeno za potrebe ovog istraživanja

Udjeli su neravnomjerno raspoređeni prema brutotonaži, što ukazuje na različite modele obračuna pojedinih elemenata unutar ukupnog izdatka (Grafikon 1.).

Grafikon 1: Prosječni postotni udjeli pojedinih elemenata u ukupnom iznosu izdatka za ticanje u luci Dubrovnik – Gruž (%)

Izvor: Obradeno prema podacima iz tablice 2.

Ukupan iznos lučkih pristojbi i naknada u luci Dubrovnik kreće se u rasponu od 15.000 – 17.000 eura za velike brodove, a uočljivo je da iznos značajno varira u ovisnosti o visini naknade za svjetlarinu, tj. o broju i posjeta tijekom godine (Tablica 3.).

Tablica 3: Odnos lučkih pristojbi i naknada i kapaciteta broda (BT) u Gradskoj luci Dubrovnik

Ime broda	Broj putnika	BT	Broj ticanja	Lučka pristojba	Lučke naknade					Pristojba i naknade ukupno	Pristojba i naknade po putniku
					za peljarenje	za carinu	za UPAH	za svjetlarinu	za agencijske usluge		
SEABOURN QUEST	310	40	6	386	81,71	300	10	33	600	1.411	35,27
LE PONANT	1.489	64	4	408	105,05	300	10	238	600	1.661	25,96
SEA CLOUD	2.532	68	6	411	122,56	300	10	270	600	1.714	25,20
LE LEVANT	3.504	95	5	436	145,90	300	10	449	600	1.940	20,43
SEABOURN SPIRIT	9.975	350	6	1.183	183,84	300	10	1.064	800	3.541	10,12
WIND SURF	14.745	407	3	1.605	306,84	300	10	3.146	1000	6.367	15,64
SILVER WIND	17.235	298	6	1.664	306,84	300	10	1.838	1200	5.319	17,85
COSTA ALLEGRA	28.597	934	2	2.985	367,75	300	10	9.151	1400	14.214	15,22
THOMSON SPIRIT	33.930	1.400	5	3.703	428,96	300	10	4.343	1400	10.185	7,28
SILVER SPIRIT	36.009	540	5	2.971	428,96	300	10	4.609	1400	9.719	18,00
ZENITH	47.413	1.900	4	4.839	428,96	300	10	7.586	1400	14.564	7,67
COSTA VICTORIA	75.166	2.394	8	6.665	563,77	300	10	6.013	1400	14.952	6,25
COSTA ATLANTICA	85.700	2.680	9	7.554	563,77	300	10	6.094	1400	15.922	5,94
NORWEGIAN JADE	92.500	2.500	7	7.800	563,77	300	10	8.457	1400	18.531	7,41
COSTA FORTUNA	102.587	3.470	12	9.278	563,77	300	10	5.471	1400	17.023	4,91
COSTA FAVOLOSA	114.147	3.780	15	10.251	563,77	300	10	4.870	1400	17.395	4,60

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima Lučke uprave Dubrovnik i Županijske lučke uprave Dubrovnik

Cijena pristajanja u luku raspoređena po putniku kreće se do iznosa od 8 eura za velike i mega kruzere ali je za manje brodove veća nego u luci Dubrovnik. Naime, na ovoj lokaciji sidre se manji brodovi koji ulaze u kategoriju najluksuznijih kruzera koju karakterizira relativno mali broj putnika u odnosu na kapacitet broda izražen u bruto tonama.

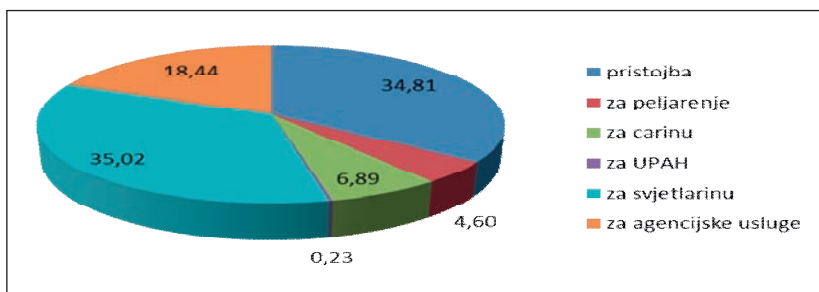
U ukupnom izdatku za sidrenje ispred Gradske luke najveći udio ima također naknada za svjetlarinu (u prosjeku oko 34,81 posto), te lučka pristojba (prosječno 35,02 posto). Udio naknade za agencijske usluge nešto je veći nego u luci Dubrovnik, odnosno oko 18,44 posto, te se smanjuje porastom kapaciteta broda. Najmanji je udio naknade za carinu (u prosjeku oko 7,89 posto), te naknada UPAH – u (u prosjeku oko 0,23 posto), a ovi se udjeli također smanjuju porastom kapaciteta broda, obzirom da je iznos naknade fiksna (Tablica 4. i Grafikon 2.).

Tablica 4: Struktura (%) lučkih izdataka za odabrane brodove u Gradskoj luci Dubrovnik

Naziv broda	BT	Broj putnika	ŽLUD sadašnja tarifa	Naknade					ukupno
				za peljarjenje	za carinu	za UPAH	za svjetlarinu	za agencijske usluge	
SEABOURN QUEST	310	40	27,36	5,79	21,26	0,71	2,34	42,53	100
LE PONANT	1.489	64	24,56	6,32	18,06	0,60	14,34	36,12	100
SEA CLOUD	2.532	68	23,98	7,15	17,51	0,58	15,76	35,01	100
LE LEVANT	3.504	95	22,47	7,52	15,46	0,52	23,11	30,92	100
SEABOURN SPIRIT	9.975	350	33,41	5,19	8,47	0,28	30,05	22,59	100
WIND SURF	14.745	407	25,21	4,82	4,71	0,16	49,40	15,70	100
SILVER WIND	17.235	298	31,28	5,77	5,64	0,19	34,56	22,56	100
COSTA ALLEGRA	28.597	934	21,00	2,59	2,11	0,07	64,38	9,85	100
THOMSON SPIRIT	33.930	1.400	36,36	4,21	2,95	0,10	42,64	13,75	100
SILVER SPIRIT	36.009	540	30,57	4,41	3,09	0,10	47,42	14,40	100
ZENITH	47.413	1.900	33,23	2,95	2,06	0,07	52,09	9,61	100
COSTA VICTORIA	75.166	2.394	44,58	3,77	2,01	0,07	40,22	9,36	100
COSTA ATLANTICA	85.700	2.680	47,44	3,54	1,88	0,06	38,28	8,79	100
NORWEGIAN JADE	92.500	2.500	42,09	3,04	1,62	0,05	45,64	7,55	100
COSTA FORTUNA	102.587	3.470	54,50	3,31	1,76	0,06	32,14	8,22	100
COSTA FAVOLOSA	114.147	3.780	58,93	3,24	1,72	0,06	28,00	8,05	100
Prosječan udio	-	-	34,81	4,60	6,89	0,23	35,02	18,44	100

Izvor: Isto kao tablica 3.

Grafikon 2: Prosječni postotni udjeli pojedinih elemenata u ukupnom iznosu izdatka za ticanje u Gradskoj luci Dubrovnik (%)



Izvor: Obradeno prema podacima iz tablice 3.

5.2. Usporedba cijene pristajanja u Dubrovniku s lukama u okruženju

Osnova za procjenu konkurentnosti Dubrovniku s gledišta lučkih pristojbi i naknada je usporedba cijena pristajanja u Dubrovniku sa cijenama pristajanja u konkurentskim destinacijama. Za ovu analizu potrebno je prethodno odabrati destinacije koje Dubrovniku predstavljaju konkurente na tržištu pomorskih krstarenja. Kao kriterij za odabir konkurentne luke može se odrediti mogućnost zamjene Dubrovniku nekom drugom destinacijom, u sklopu određenog itinerera.

Hrvatskoj je konkurentsko okruženje prije svega Jadranska regija, s državama koje dotiče Jadransko more, a potom i bliže Sredozemlje, posebice Grčka i Turska, jer se nalaze na njegovoj istočnoj strani, ali se usporedba može vršiti i s nekim drugim destinacijama u tom okruženju.²⁵

Kod određivanja konkurentskih luka za luku Dubrovnik uzimaju se u obzir pretpostavke:

- standardni aranžman u trajanju od 7 dana obuhvaća ticanje 6 – 7 luka, tj. prosječno jedne luke dnevno,
- veoma često se događa da se u itinerar uklopi 1 dan plovidbe, tj. dan bez ticanja luke, što ostavlja mogućnost izravnog povezivanja luka veće udaljenosti,
- kruzing itinerari u Istočnom Sredozemlju uključuju ticanja luka u Italiji, Grčkoj, Turskoj, Malti i Hrvatskoj, a luke utvrđene itinerarom su međusobno zamjenjive, pod uvjetom da ulaze u sličnu kategoriju u smislu privlačnosti destinacije.

Rim, Barcelona i Atena tri su najzastupljenije luke u itinerarima kruzera u Sredozemlju. Slijedi ih Venecija, dok je Dubrovnik s 420 pojavljivanja u itinerarima na sedmom mjestu. Od ukupno 484 putovanja u koje je uključena Venecija Dubrovnik se

²⁵ Studija održivog razvoja u Hrvatskoj (2007.), op. cit., str. 86.

pojavljuje u njih 411. Pored Venecije, Santorini, Mykonos, Katakolon, Istambul, Krf i Bari najčešće su uključeni u putovanja koja tiču Dubrovnik.

5.3. Ocjena konkurentnosti Dubrovnik na tržištu pomorskih krstarenja s gledišta lučkih pristojbi i naknada

Ocjena konkurentnosti luke Gruž i Gradske luke prema cijeni pristajanja u luci izvršena je usporedbom ukupnih izdataka u pojedinim lukama (Tablica 5. i Grafikon 3.). Formirani su bazni indeksi gdje je kao bazna vrijednost korištena cijena pristajanja u luci Dubrovnik – Gruž, te cijena u Gradskoj luci Dubrovnik.

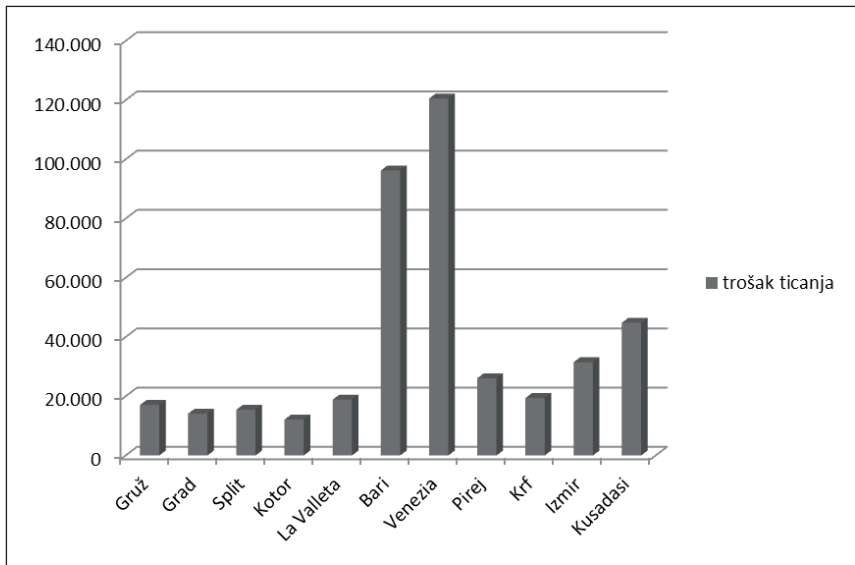
Iz navedene analize vidljivo je da je cijena pristajanja u luci Gruž niža u odnosu na sve analizirane luke osim Splita i Kotora. Cijena u Gradskoj luci niža nje u odnosu na sve luke osim Kotora. Dok su apsolutne negativne razlike u iznosima u odnosu na luke Split i Kotor relativno niske, u mnogim je lukama ovaj iznos i nekoliko puta veći nego u luci Dubrovnik – Gruž i Gradskoj luci Dubrovnik.

Tablica 5: Usporedba ukupnih pristojbi i naknada u luci Gruž i Gradskoj luci s konkurentskim lukama

Br.	Luka	Lučke pristojbe i naknade	% od najniže vrijednosti	ocjena obilježja (1-5)	Indeksi / Gruž=100	Indeksi / Grad=100	Ukupni iznos po putniku
1.	Gruž	17.072	71,16	3,56	100	120,70	8,62
2.	Grad	14.144	85,89	4,29	82,85	100,00	7,14
3.	Split	15.464	78,56	3,93	90,58	109,33	7,81
4.	Kotor	12.148	100,00	5,00	71,16	85,89	6,14
5.	La Valleta	18.874	64,36	3,22	110,56	133,44	9,53
6.	Bari	96.257	12,62	0,63	563,83	680,55	48,61
7.	Venezia	120.570	10,08	0,50	706,24	852,45	60,89
8.	Pirej	26.090	46,56	2,33	152,82	184,46	13,18
9.	Krf	19.428	62,53	3,13	113,8	137,36	9,81
10.	Izmir	31.508	38,56	1,93	162,18	222,77	15,91
11.	Kusadasi	44.809	27,11	1,36	262,47	316,81	22,63

Izvor: Obradeno za potrebe ovog istraživanja

Grafikon 3: Usporedba ukupnih pristojbi i naknada u luci Gruž i Gradskoj luci s konkurentskim lukama



Izvor: Izračunano prema podacima iz tablice 5.

Iz analize lučkih pristojbi i naknada u konkurentskim lukama, te njihove usporedbe s lukama u Dubrovniku može se zaključiti da je na tržištu pomorskih krstarenja Dubrovnik konkurentan s gledišta ovog činitelja konkurentnosti U analizi nisu uzeti u obzir ostali činitelji konkurentnosti destinacije.

5.4. Ocjena konkurentnosti Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja na temelju karakteristika luke Dubrovnik – Gruž i Gradske luke Dubrovnik

Da bi bila uspješna na međunarodnom turističkom tržištu, destinacija mora postići da stupanj njezine atraktivnosti bude najmanje jednak ili veći od stupnja atraktivnosti konkurencije. Ispravno definiranje faktora atraktivnosti, proučavanje njihovih složenih međuodnosa, kao i kvantifikacija njihovog intenziteta, od ključne su važnosti za očuvanje postojeće i/ili postizanje bolje konkurentne pozicije. Također je potrebno razviti istraživačku aktivnost tako da se obuhvate svi aspekti atraktivnosti destinacije i njihovog utjecaja na tržišno pozicioniranje i stupanj konkurentnosti.²⁶

Posjet destinaciji predstavlja jedan od elemenata ukupnog all – inclusive turističkog aranžmana koji turoperatori nude krajnjem potrošaču. Bitno je, stoga, da se proi-

²⁶ Krešić, D.(2007), Faktori atraktivnosti turističke destinacije u funkciji konkurentnosti, Acta turistica, Vol. 19, br. 1, str. 46.

zvod destinacije svojom kvalitetom, modalitetom i standardom može uklopiti u cjelokupni turistički aranžman.

Činitelji koji se mogu naći u većini modela destinacijske konkurentnosti su sljedeći: učinkovita destinacijska politika i management, postojanje prikladnih kadrovskih i financijskih resursa, postojanje poduzetničke inicijative, podrška od strane lokalne, regionalne i nacionalne samouprave, postojanje vizije razvoja turizma na temelju koje se definiraju strateški ciljevi, postojanje instrumenata i projekata za operacionalizaciju postavljenih ciljeva, postojanje instrumenata i procedura za reviziju i procjenu uspješnosti ostvarivanja zadanih ciljeva.²⁷

Konkurentnost je relativan pojam. Ovisi o vrijednosti za kupce, te financijskoj snazi koja određuje sposobnost prilagođavanja unutar konkurentnog okruženja, implementirajući neophodne strateške promjene.²⁸

Često se naglašava povezanost između postojanja marketinške strategije i postizanja visoke razine konkurentnosti poslovanja.²⁹

Istraživanja su pokazala da koordinacija i koncentracija funkcija i aktivnosti istraživanja i razvoja, proizvodnje i marketinga predstavljaju temeljne preduvjete za stvaranje konkurentne prednosti na tržištu.³⁰

Kao podloga za usporedbu Dubrovnik sa konkurentskim destinacijama s gledišta opremljenosti luke i tehničkih karakteristika analizirano je 11 destinacija. Ocjena tehničke opremljenosti luke određena je temeljem analize luke prema kriterijima koji se odnose na obilježja luke važna za prihvata kruzera:

- prilaz luci i geografski položaj,
- organiziranost lučkog prostora,
- brodski prihvatni kapaciteti,
- sadržaji za prihvat putnika,
- usluge servisa brodova u luci,
- udaljenost od turističkih atrakcija,
- ulaganja i razvojni planovi luke,
- broj putnika na pomorskim krstarenjima u godini.

Na temelju analize luke po ovim kriterijima, za svaku luku dana je ocjena tehničke opremljenosti. Kako je najvažniji kriterij za ocjenu konkurentnosti destinacije na tržištu pomorskih krstarenja – vrijednost turističkog resursa, uz svaku luku dana je

²⁷ Ibidem, str. 55.

²⁸ Feurer, R., Chaharbaghi, K., Management Decision, Vol 32, Issue 2, str. 4.

²⁹ Doyle, P., Wong, V.(2009), Marketing and competitive performance: an empirical study, MCB European Journal of Marketing, Vol 32, Issue 5, str.1.

³⁰ Zou, S., Myers, M.B.(1999) Manufacturing and Marketing Competencies and the Firm's Global Competitive Position, An Empirical Study, Journal of Global Marketing, Vol.12(3), str. 5.-21.

ocjena atraktivnosti i prikladnosti destinacije za pomorska krstarenja. Kriteriji za ovu ocjenu su:

- značaj i imidž destinacije / vrijednost turističkog proizvoda,
- mogućnost organizacije jednodnevnih / poludnevnih izleta.

Za ocjenu tehničke opremljenosti luke, te ocjenu destinacije korištena je skala u rasponu od 1 do 5, gdje je 1 najniža ocjena, a 5 najviša. Luke su ocijenjene prema „opremljenosti i funkcioniranju lučkog sustava“ na temelju prikupljenih podataka o lukama. Prema lučkim pristojbama i naknadama ocijenjene su osnovom usporedbe sa konkurentskim lukama. Luka Kotor, sa najnižim iznosom izdatka, tj. najvišom vrijednošću obilježja ocijenjena je s 5. Za izračunavanje ocjene ostalih luka izračunan je odnos luke s lukom Kotor, koji je zatim korišten za određivanje visine ocjene te luke (tablica 6).

Od četiri obilježja iz skupine „opremljenost luke“ dva su ocijenjena kao presudna, jedan je ocijenjen kao srednje važan, a jedan kao nevažan. Slijedom toga „tehničkim obilježjima luke“ dodijeljen je ponder 0,6. Ponderirana ocjena tehničkih karakteristika luke Gruž je 2,10, dok je Gradske luke nešto niža i iznosi 1,80. Pristojbe i naknade ocijenjene su kao važne, a kako se radi o samo jednom obilježju, dodijeljen mu je manji ponder, 0,4, što je za Gradsku luku rezultiralo ocjenom 1,80, a za luku Gruž ocjenom 2,10. Zbrajanjem ocjena luka Dubrovnik i luka Gruž ocijenjene su istom ukupnom ocjenom od 3,52, te dijele drugo mjesto među 11 analiziranih luka. Slijedom toga, od 10 analiziranih destinacija, Dubrovnik zauzima drugo mjesto na ljestvici konkurentnosti, s gledišta karakteristika luke. Na prvom mjestu nalazi se La Valletta, koja istovremeno ima nisku cijenu pristajanja i veoma dobru opremljenost lučkih prihvatnih kapaciteta.

Tablica 6: Ocjena konkurentnosti Dubrovnik na tržištu pomorskih krstarenja

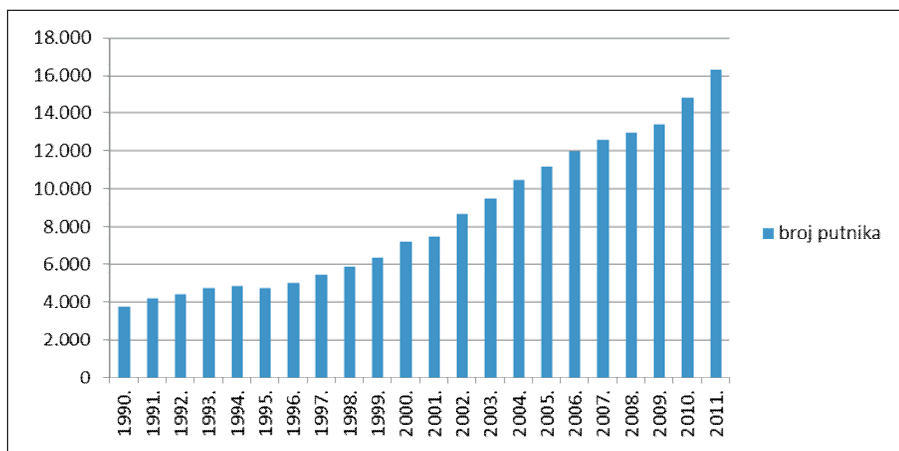
Luka	Ocjena tehničkih obilježja luke	Ponderirana ocjena, ponder=0,6	Ocjena visine izdatka za pristajanje u luku	Ponderirana ocjena, ponder=0,4	Ukupna ocjena luke	Rang
Dubrovnik - Gruž	3,50	2,10	3,56	1,42	3,52	2
Dubrovnik - Grad	3,00	1,80	4,29	1,72	3,52	2
Dubrovnik ukupno	3,25	1,95	3,93	1,57	3,52	2
Split	3,00	1,80	3,93	1,57	3,37	3
Bari	4,00	2,40	0,63	0,25	2,65	8
Venecija	5,00	3,00	0,50	0,20	3,20	5
Kusadasi	4,00	2,40	1,36	0,54	2,94	6
Izmir	3,00	1,80	1,93	0,77	2,57	9
Pirej	4,00	2,40	2,33	0,93	3,33	4
Krf	2,50	1,50	3,13	1,25	2,75	7
La Valletta	4,00	2,40	3,22	1,29	3,69	1
Kotor	2,00	1,20	5,00	2,00	3,20	5

Izvor: Obradeno prema podacima dobivenim istraživanjem

5.5. Ocjena Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja na temelju karakteristika luke i turističkog proizvoda destinacije

Svjetsko kruz tržište karakteriziraju dinamične promjene karakteristika ponude i potražnje, te stalan rast. Kao masovna pojava, krusing se afirmirao 1990-ih godina. Analiza ukupne potražnje za pomorskim krstarenjima u razdoblju 1990.–2011. (Grafikon 4.) pokazuje prosječnu godišnju stopu rasta od 7,2 posto.

Grafikon 4. Putnici na krucerima u svijetu u razdoblju od 1990. do 2011. u tisućama



Izvor: Cruise Lines International Association (CLIA), 2012.

Sredozemlje je danas vodeća europska regija za krstarenja te je nakon Kariba druga najposjećenija regija u svijetu.³¹ Pozicioniralo se kao regija koja nudi kulturnu i prirodnu raznolikost na relativno malom prostoru. Zbog velikog broja luka ticanja, krstarenja po Sredozemlju nude za svakog putnika po nešto te im omogućuje multikulturalno iskustvo.³²

Hrvatsko tržište pomorskih krstarenja počelo se razvijati tijekom 1980-ih godina. Nakon stagnacije uzrokovane Domovinskim ratom, a zatim i Kosovskom krizom 1999., od 2000. godine dolazi do naglog rasta, a ovakav trend, iako po smanjenim godišnjim stopama rasta, očekuje se i u budućnosti. 2009. Hrvatska se nalazila na trećem mjestu po broju posjeta brodova na kružnim putovanjima među sredozemnim zemljama i zemljama članicama MedCruise organizacije. Sa udjelom od 14 posto u ukupnom broju posjeta zauzela je poziciju nakon Italije (33 posto) i Španjolske (20,3 posto)³³.

³¹ Peručić, D., Važnost uzajamnog marketinga u razvoju održivog cruise turizma na Mediteranu, Electronic Proceedings of XXI. CROMAR Congress "Marketing – a factor of sustainable development", Faculty of Economics, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Osijek, October 8 – 10, 2009., str. 1.

³² Ibidem, str. 3.

³³ Ibidem., str. 11.

Dubrovnik je vodeća hrvatska krusing destinacija. Na nju otpada oko 80 posto putnika na hrvatskom dijelu Jadrana. Za Dubrovnik je karakterističan promet velikih i mega brodova, kratak boravak u luci, te činjenica da za većinu itinerara predstavlja jedino hrvatsko odredište. Radi se o tipu aranžmana čija su obilježja masovnost, kratak boravak u destinaciji, izrazito bogata ponuda sadržaja na brodu, te trajanje putovanja oko sedam dana.

Osim Dubrovnika, slična potražnje javlja se i u Splitu, a odredište većih brodova sve je češće i Zadar, što je posebno potaknuto ulaganjima u opremljenost i proširenje prihvatnih kapaciteta.

Ukupna ponuda na tržištu pomorskih krstarenja predstavlja paket aranžmane primarno turističkog karaktera. Stoga se konkurentnost destinacije ne može proučavati zasebno, s gledišta činitelja konkurentnosti koji su povezani sa lučkim sustavom, ne uzimajući u obzir karakteristike turističke ponude. Bit turističkog paket aranžmana posjeti su određenom broju destinacija uklopljeni u putovanje brodom koji ujedno predstavlja i smještajni kapacitet, ali i dodatne sadržaje. Osim ponude na brodu, za kvalitetu aranžmana, a time i njegov uspjeh na tržištu, važnu ulogu, prema tome, imaju destinacije koje su uklopljene u itinerar.

Prikladnost turističkog proizvoda destinacije ocjenu je turističkog proizvoda s aspekta mogućnosti formiranja kvalitetnog jednodnevnog ili poludnevnog aranžmana. Kako bi se dobila ukupna ocjena konkurentnosti Dubrovnika, u razmatranje je uveden turistički proizvod destinacije kao primarni činitelj konkurentnosti (Tablica 7.), uz ponder 0,6, dok je karakteristikama luke i lučkim pristojbama i naknadama dodijeljen ponder 0,4.

Tablica 7: Ocjena konkurentnosti Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja uz razmatranje turističkog proizvoda kao kriterija ocjene

Luka	Ukupna ocjena luke	Ponderirana ocjena, ponder=0,4	Ocjena atraktivnosti destinacije	Ponderirana ocjena, ponder=0,6	Ukupna ocjena	Rang
Dubrovnik (Gruž i Grad)	3,52	1,41	4,50	2,70	4,11	3
Split	3,37	1,35	3,50	2,10	3,45	5
Bari	2,05	1,06	3,00	1,80	2,86	10
Venecija	3,20	1,28	5,00	3,00	4,28	2
Kusadasi	2,94	1,18	3,50	2,10	3,28	6
Izmir	2,57	1,03	3,50	2,10	3,13	8
Pirej	3,33	1,33	5,00	3,00	4,33	1
Krf	2,75	1,10	3,50	2,10	3,20	7
Valletta	3,69	1,48	4,00	2,40	3,88	4
Kotor	3,20	1,28	3,00	1,80	3,08	9

Izvor: Obradeno za potrebe ovog istraživanja

Osnovom usporedbe, Dubrovnik se nalazi na trećem mjestu. Na prvom mjestu je luka Pirej, zahvaljujući pozitivnim vrijednostima svih obilježja luke, ali i visokoj vrijednosti turističkih resursa. U slučaju Venecije, veliki turistički potencijal ali i dobre karakteristike luke, opravdavaju izuzetno visoku cijenu pristajanja u luci, pa se ova luka nalazi na drugom mjestu. Dubrovnik ima povoljnu cijenu pristajanja u luci i visoku turističku vrijednost, pa je, i pored nešto lošije opremljenosti luka, konkurentan.

6. ZAKLJUČAK

Luke za prihvat krizera posluju u izrazito dinamičnom okruženju koje je određeno karakteristikama krizing tržišta, kao i zahtjevima održivog razvoja krizing destinacije. Ovakvo okruženje oblikuje sklop ekonomskih i neekonomskih ciljeva prema kojima su usmjerene aktivnosti menadžmenta luke. Posebnosti krizing luka proizlaze prvenstveno iz interakcije lučkog sustava i turizma kao gospodarskog segmenta. Europski integracijski i drugi globalizacijski procesi uvjetuju mogućnost pozicioniranja i djelovanja na međunarodnom tržištu standardizacijom i upravljanjem kvalitetom poslovanja.

Hrvatsko tržište pomorskih krstarenja u fazi je intenzivnog razvoja. Pomorska krstarenja, prvenstveno zbog svoje masovnosti, ima u pravilu veoma jak interaktivan učinak na sredinu u kojoj se javlja, mijenjajući njezine sociokulturne, ekonomske, organizacijske i prostorne elemente. Luka, kao infrastrukturni preduvjet za razvoj pomorskih krstarenja, ali i činitelj velikog dijela servisnih i organizacijskih elemenata ponude krizing destinacije, ima značajnu ulogu u integraciji ovog oblika turizma u društveno – ekonomske tokove.

Iz karakteristika krizinga proizlazi da je luka važan dio ukupnog paketa usluga destinacije. Ukupan proizvod destinacije koji se nudi na tržištu pomorskih krstarenja sastoji se od niza elemenata koji se u osnovi dijele na elemente servisnog tipa, te na one turističkog karaktera. Dubrovnik raspolaže s dvije lokacije za prihvat brodova i putnika na pomorskim krstarenjima. Luka Dubrovnik osnovni je receptivni i servisni infrastrukturni objekt Dubrovnika, dok Gradska luka rapolaže sa sidrištem, te mogućnošću prihvata putnika s brodova u samoj spomeničkoj jezgri.

U uvjetima izrazite dinamike tržišta pomorskih krstarenja te intenzivne borbe za tržišnu poziciju, biti će sve važnije zadržati konkurentnost. Konkurentnost turističke destinacije predstavlja sposobnost destinacije da udovolji zahtjevima potrošača/posjetitelja uspješnije od konkurencije, te da pruži zadovoljavajuću vrijednost za novac. Osnovni činitelj konkurentnosti destinacije za pomorska krstarenja je turistički resurs. Dubrovnik raspolaže s turističkim resursom, tj. kulturno – povijesnom baštinom čija je vrijednost odavno priznata i prepoznata u svijetu. Turizam pomorskih krstarenja postavlja specifične zahtjeve pred destinaciju pa je valorizira u skladu s mogućnostima iskorištavanja destinacije za što kvalitetnije poludnevne ili cjelodnevne posjete. Dubrovnik u velikoj mjeri odgovara ovim zahtjevima.

Servisni dio destinacijskog proizvoda također je veoma važan jer utječe na njegovu ukupnu kvalitetu, sa stajališta prihvata broda i putnika. Karakteristike lučkog susta-

va važan su činitelj konkurentnosti destinacije, što je posebno istaknuto kroz činjenicu da je neposredan nositelj odluke o izboru destinacije, te uključivanju u itinerar putovanja, brodska kompanija. Dok je za percepciju konkurentnosti iz pozicije krajnjeg potrošača primarni kriterij turistička vrijednost destinacije, kompanija pri ocjeni uzima u obzir i činitelje koji se tiču poslovanja i funkcionalnosti. Pored ostalih karakteristika luke, troškovi prihvata u luci u centru su interesa brodske kompanije. Analiza udjela troška lučkih pristojbi i naknada u ukupnoj cijeni turističkog aranžmana pokazuje da je ovo bitna stavka pri formiranju cijene. Može se stoga zaključiti da je konkurentnost luke važan činitelj konkurentnosti destinacije. Provedeno istraživanje o mišljenjima i stavovima stručnjaka pokazalo je da većina osoba uključenih u ovu problematiku smatra da su lučke pristojbe i naknade važan činitelj odabira destinacije za pomorska krstarenja kada se radi o destinacijama sa približno jednakom vrijednošću turističkog proizvoda.

Potreba za definiranjem politike razvoja turizma pomorskih krstarenja u Dubrovniku temelji se na nužnosti spoznaje o trenutnim pozicijama, prirodi i zakonitosti, te međusobnim odnosima pojedinih pojava u sklopu tržišta. Spoznaja konkurentske pozicije, te mogućnosti i načina utjecaja na daljnji razvoj od velike je važnosti u kontekstu oblikovanja smjernica za budućnost. Komparativna analiza lučkih pristojbi i naknada u destinacijama Sredozemlja koje su označene kao Dubrovniku konkurentne destinacije pokazala je da je Dubrovnik veoma konkurentan s gledišta ovog činitelja. Konkurentnost luke na tržištu pomorskih krstarenja ne može promatrati izolirano od turističkog proizvoda destinacije koji predstavlja primarni uvjet za uključivanje u ovo tržište pa je u analizu su uključeni i činitelji koji se odnose na prikladnost destinacije za pomorska krstarenja.

Iz usporedbe sa konkurentskim lukama jasno je da Dubrovnik može zadržati konkurentnost i uz znatno povećanje izdatka za ticanje. Potrebno je, stoga, planski pristupiti izradi i implementiranju cjenovne politike, kako bi se ova mogućnost stjecanja prihoda iskoristila na najbolji način.

LITERATURA:

1. Ban, I., Promjene na tržištu pomorskih krstarenja i njihov odraz na morske luke, Zbornik radova I. dio, sedmo međunarodno stručno savjetovanje, Promet na prijelazu u 21. stoljeće, Opatija, 1999.
2. Ban, I., Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (I.), Ekonomska misao i praksa br.2, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1995.
3. Ban, I., Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (II.), Ekonomska misao i praksa br.1, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu Dubrovnik, 1998.
4. Ban, I., Turistička krstarenja u svijetu, Suvremeni promet, br.1-2, Zagreb, 2001.
5. Dowling, R., K., Cruise Ship Tourism, Cabi, Oxford, UK, 2006.
6. Doyle, P., Wong, V., Marketing and competitive performance: an empirical study (2009.), MCB European Journal of Marketing, Vol 32, Issue 5.

7. Dulčić, A., Upravljanje razvojem turizma, Zagreb, 2001.
8. Feurer, R., Chaharbaghi, K., Management Decision, Vol 32, Issue 2.
9. Kesić, B., Jugović, A., Menadžment pomorskoputničkih luka, Pomorski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2006.
10. Krešić, D., Faktori atraktivnosti turističke destinacije u funkciji konkurentnosti (2007.), Acta turistica, Vol. 19, br. 1
11. Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Rajh, E., Usporedba metodologija mjerenja konkurentnosti nacionalnog gospodarstva i položaj Hrvatske (2008.), Ekonomski pogled, br. 59 (11)
12. Mitrović, F., Kesić, B., Jugović, A., Menadžment u brodarstvu i lukama, Euroakma, Zagreb, 2010.
13. Perić, T., Radačić, Ž., Šimulčik, D., Ekonomika prometnog sustava, Fakultet prometnih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2000.
14. Peručić, D., Važnost uzajamnog marketinga u razvoju održivog cruise turizma na Mediteranu, Electronic Proceedings of XXI. CROMAR Congress "Marketing – a factor of sustainable development", Faculty of Economics, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Osijek, October 8 – 10, 2009.
15. Porter, M.E., Konkurentna prednost, Postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Masmedia, Zagreb, 1985.
16. Pravilnik o redu u luci Lučke uprave Dubrovnik, 18.12.2008.
17. Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj (2007.), Institut za turizam, Zagreb
18. Tarifa lučkih pristojbi i naknada Lučke uprave Dubrovnik, Upravno vijeće Lučke uprave Dubrovnik, 65. Sjednica
19. Tarifa lučkih pristojbi i naknada Županijske lučke uprave Dubrovnik
20. Vukonić, B., Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, 1998.
21. Zou, S., Myers, M.B. (1999.): The R&D, Manufacturing and Marketing Competencies and the Firm's Global Competitive Position: An Empirical Study, Journal of Global Marketing

COMPETITIVENESS OF PORTS ON THE CRUISE MARKET: CASE OF DUBROVNIK PORT

*Deša Rathman*³⁴ & *Katarina Varez*³⁵

Summary

In case of sea cruises, what makes a particular package more attractive is the choice of itinerary (sea route) with ports of call. However, this form of tourist product also consists of a number of elements of supply that is being generated on board. These elements are increasingly important, thus developing ships - destinations with main characteristics of diversity and volume of additional contents, in addition to basic accommodation and catering facilities. However, despite this characteristic of cruise development trend, destinations included within the itinerary will always remain the primary factor in the attractiveness of a certain package. The choice of destination, and the inclusion of individual itineraries depend on satisfying a number of criteria. From the point of view of destination management structure, meeting the requirements of the market position of sea cruises seeks knowledge of the competitive environment, as well as factors of competitiveness and the importance of their role in the selection process.

In conditions of extreme cruise market dynamics of and intense battle for market position, it will be increasingly important to maintain competitiveness. Competitiveness of a tourist destination represents the ability of destinations to meet the demands of customers / visitors more efficiently than the competition, and to provide satisfactory value for money. The main factor in the competitiveness of cruise destinations is tourist resource. Dubrovnik has tourism resources or cultural - historical heritage whose value has long been acknowledged and recognized in the world. Cruise tourism sets specific requirements on the destination and evaluates it according to the possibilities of exploiting destination for high quality half-day or all-day tours. Dubrovnik mostly meets these requirements.

The need to define cruise development policy in Dubrovnik is based on the necessity of understanding the current position, nature and laws, as well as mutual relations of certain phenomena in the market. Knowing the competitive position and whether and how they impact on the further development is of great importance in the context of designing guidelines for the future. Comparative analysis of port fees and charges in the Mediterranean destinations marked as Dubrovnik competitive destinations showed that Dubrovnik is very competitive from the standpoint of this factor. Port competitiveness on the cruise market can not be viewed in isolation from the tourist destination product which is the primary criterion for inclusion in this market and the analysis includes factors relating to the suitability of a cruise destination.

Key words: port competitiveness, port system, pricing policy, tourist destination product.

JEL classification: R41, L9

³⁴ Deša Rathman, M. Sc., Ploče Port Authority, E-mail: desa.rathman@ppa.hr

³⁵ Katarina Varez, M. Sc., Dubrovnik Port Authority, E-mail: dpa.katarina@portdubrovnik.hr