

**Mr. sc. Ivica Benić**

Dubrovnik

e-mail: ivobenic@gmail.com

## **PUTNICI NA KRSTARENJIMA KOJI POSJEĆUJU DUBROVNIK: KOMPARATIVNA ANALIZA**

UDK / UDC: 796.5(656.66)

JEL klasifikacija / JEL classification: L83

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 1. listopada 2008. / October 1, 2008

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 23. prosinca 2008 / December 23, 2008

### ***Sažetak***

*Razvoj krizinga ne zaobilazi Hrvatsku, a poglavito Dubrovnik, kao njezinu najvažniju luku. U radu se, poradi utvrđivanja prednosti i nedostataka Dubrovnika kao destinacije, njegove ponude u odnosu prema ponudama vodećih svjetskih destinacija i shodno tome mogućeg unapređenja krizing turizma, izvršilo primarno istraživanje i komparativna analiza putnika na krstarenjima koji posjećuju Dubrovnik.*

***Ključne riječi: krizing turizam, pomorsko krstarenje, putnik, turist, destinacija.***

### **UVOD**

Ekspanzija brodova za pomorska krstarenja u Europi posljedica je današnjeg trenda potražnje za ovim oblikom turizma, ali i jačanja Europe kao destinacije za američke i europske goste. Razvoj krizinga ne zaobilazi ni Hrvatsku, a poglavito Dubrovnik, kao njezinu najvažniju luku. Radi utvrđivanja prednosti i nedostataka Dubrovnika kao destinacije provedeno je, s jedne strane, istraživanje i analiza obilježja putnika na krstarenjima koji posjećuju Dubrovnik iz dostupnih izvora literature, a posebice statističkih izvješća, a, s druge strane, anketirani su putnici broda Brilliance of the Seas kompanije RCI (Royal Caribbean International), koji posjećuje Dubrovnik.

Destinacije na područjima Aljaske i Kariba po mnogo čemu su različite od Dubrovnika (geografski i klimatski uvjeti, povijesne znamenitosti, ali i blizina najvećeg tržišta s turistima najvećih platežnih sposobnosti i dr.). Tako je, primjerice, na području Aljaske sezona krizinga zbog vremenskih prilika ograničena na razdoblje od mjeseca svibnja do konca rujna, dok Karibi privlače više turista nego bilo koja druga destinacija na svijetu, i njima pripada 46,6 posto ukupnoga svjetskog kapaciteta brodova u 2007. godini. Kao takve, te destinacije nisu Dubrovniku izravno konkurentne (kao neke od destinacija s područja Sredozemlja). Međutim, od posebnoga je interesa provesti komparativnu analizu tih destinacija poradi uviđanja ponude Dubrovnika u odnosu

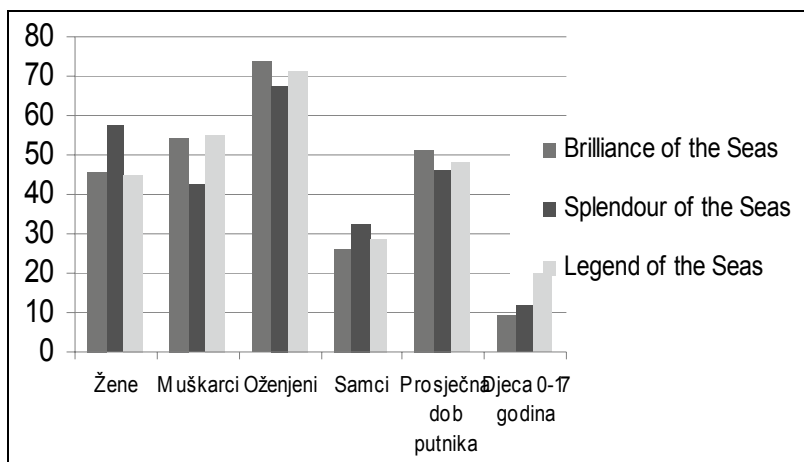
prema ponudama vodećih svjetskih destinacija i, u vezi s tim, mogućeg unapređenja (u danim okvirima) krucizing turizma u Dubrovniku. Iz tih razloga jednaka istraživanja s anketnim ispitivanjima provedena su na brodu *Serenade of the Seas* iste kompanije, na područjima Aljaske i Kariba, kako bi se komparirale i analizirale sličnosti i različitosti, te bi se na kraju izvršila usporeba nekih obilježja putnika koji posjećuju sredozemnu luku i Dubrovnik.

## 1. ANALIZA PUTNIKA KOJI POSJEĆUJU DUBROVNIK

U razdoblju od 4. kolovoza 2007. do 1. rujna 2007. provedena je anketa (uz pomoć članova posade) među putnicima kruzera *Brilliance of the Seas*, koji posjećuje Dubrovnik na svom redovitom krstarenju iz Venecije. Ukupno je anketirano 105 putnika s tog broda, nakon posjeta Dubrovniku.

Važno je naglasiti da su demografski i nacionalni sastav putnika potpuno različiti, što ne znači da usporedbe nisu valjane. Naprotiv, mogle su se izvući dodatne osobitosti pojedinih putnika glede nacionalnosti i platežnih sposobnosti. Anketa je provedena na engleskom, španjolskom, talijanskom i njemačkom jeziku kako bi bila dostupna širokom krugu putnika.<sup>1</sup>

Dobiveni rezultati mogu se promatrati unutar osnovnih demografskih karakteristika putnika na brodovima koji su posjećivali jadransku obalu, kao *Brilliance of the Seas*, *Legend of the Seas* i *Splendour of the Seas* (slika 1.). Promatrano razdoblje je drugi kvartal 2007., dakle razdoblje kad su ti brodovi na krstarenju po Sredozemlju.



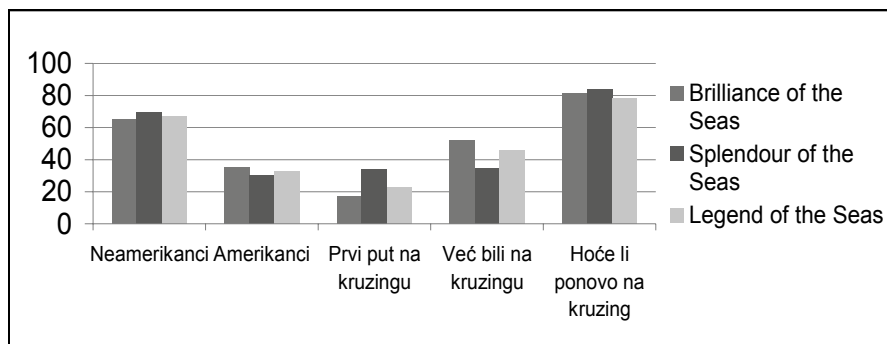
Izvor: Statistika Royal Caribbean International i vlastiti obračun

Slika 1. Demografska struktura putnika koji posjećuju hrvatsku obalu u 2007.

<sup>1</sup> U prilogu se daje anketni upitnik na hrvatskom jeziku.

Većinom prevladavaju bračni parovi, dok je prosječna dob putnika 45 – 51. godine. Znatno je i postotak djece, u prosjeku od 10 posto, i po tome prednjači pred nekim drugim itinerarima (Aljaska). To također pokazuje da ovaj itinerar privlači sve više obitelji s djecom, a ne samo starije osobe, kao što je to bilo prije.

Uz podatke prikazane na slici 1. važni su i oni povezani s nacionalnom strukturom turista, zatim jesu li putnici ponovno na krstarenju ili im je to prvi put, te postotak onih putnika koji se žele vratiti na krstarenje (slika 2.). Najviše prevladavaju europski gosti, a znakovito je i to da među putnicima ima i onih koji se vraćaju, tj. idu na krstarenje više puta.



Izvor: Statistika Royal Caribbean International i vlastiti obračun

Slika 2. Nacionalna struktura putnika kruczera koji posjećuju hrvatsku obalu i njihova obilježja

S obzirom na to da je anketa provedena u kolovozu, i podaci su vezani samo za treći kvartal. Oni sigurno odstupaju kad se promatra cijela godina, osobito u nacionalnoj strukturi zbog promjene itinerara (odlazak na Karibe).

Postotak američkih putnika koji posjećuju Sredozemlje raste i kreće se u prosjeku oko 50 posto za ljetno razdoblje. Povećanje broja neameričkih putnika mijenja ukupnu sliku na razini flote RCI, pa tako postotak američkih putnika za kolovoz iznosi samo 69 posto.

Znatno je broj putnika koji se ponovno vraćaju na krstarenje, i kreće se 40 – 50 posto, dok je na razini flote nešto manji, tj. oko 37 posto. U svakom slučaju, trend povratka gostiju se nastavlja, i to dijelom kao posljedica načina življenja i nemogućnosti dobivanja dužih godišnjih odmora. Odnos dobne skupine koje posjećuju hrvatsku obalu često je ujednačen na brodovima RCI (Royal Caribbean International) - tablica 1. Najprije će se vidjeti varijacija broja putnika, nacionalni sastav i dobne skupine, a zatim najvažnije primjedbe vezane za područje ispitivanja.

Tablica 1.

Dobne skupine putnika u mjesecu kolovozu na brodovima koji su ticali hrvatsku obalu te odnos američkih i neameričkih putnika

	0-17 god. (%)	18-29 god. (%)	30-39 god. (%)	40-49 god. (%)	50-59 god. (%)	60-69 god. (%)	70+ god. (%)	Američki putnici (%)	Ne - američki putnici (%)
Brilliance of the Seas	25	19	12	14	10	8	12	36	64
Legend of the Seas	26	19	15	12	8	9	11	26	74
Splendour of the Seas	26	20	13	12	9	8	12	42	58
Prosjek (%)	25,6	19,3	13,3	12,6	9	8,33	8,33	34,7	65,3

Izvor: Statistika Royal Caribbean International i vlastiti obračun

Važan je podatak popunjenost kapaciteta, koja nema velika odstupanja i veća je od 83 posto (tablica 2.)

Tablica 2.

Ukupni broj putnika u odabranim danima na pojedinim brodovima

	4. 8. 07.	11. 8. 07.	25. 8. 07.	1. 9. 07.	σ
Brilliance of the Seas	2.321	2.343	1.821	...	2.161
Legend of the Seas	...	2.019	1.914	...	1.966
Splendour of the Seas	1.941	1.974	1.976	1.868	1.933

Izvor: Statistika Royal Caribbean International i vlastiti obračun

Uz različitost pritužba koje se pojavljuju na brodovima, treba istaknuti one koje se neizravno tiču ponude i organizacije luka, a to su:

- primjedbe na izlete na obali i njihovu organizaciju,
- primjedbe na cijenu izleta,
- sporost u odlasku na obalu i čekanje na tenderima,
- loša organizacija prijevoza,
- jezik i komunikacija.

Ipak prevladavaju pozitivni komentari, koji se odnose na ukupan dojam o krstarenjima. Anketom provedenom na brodu *Brilliance of the Seas* tijekom kolovoza pokušali su se prikupiti podaci o strukturi gostiju koji dolaze, o njihovu zadovoljstvu glede najvažnijih turističkih atrakcija i na kraju, vidjeti jesu li oni ukupno zadovoljni posjetom Hrvatskoj. Uz pomoć različitih statističkih analiza i međusobnom usporedbom varijabla pokušala se utvrditi njihova povezanost, a što bi moglo pomoći u pronalaženju novih rješenja.

Anketirano je 105 osoba. Od toga 90 putnika i 15 članova posade. Podaci su obrađeni višestrukom varijabilnom analizom između varijabla koje su evaluirane ocjenama 0 – 10. Ukupna srednja vrijednost svih varijabla bila je 7,04, a ukupna standardna devijacija 2,24.<sup>2</sup> Provedena je višestruka varijabilna analiza uz 14 različitih varijabla: biste li proveli odmor u gradu, iskustvo kupnje, izlet s vodičem, zadovoljstvo uslugom, ocjena sigurnosti u gradu, posjet je ispunio očekivanja, povijesne znamenitosti, preporuka prijatelju za grad, raznovrsnost trgovina, sati provedeni vani, sveukupne cijene u gradu, taksi i gradski prijevoz, zadovoljstvo dobrodošlicom, zadovoljstvo plažama.

Najvažnije je bilo utvrditi dolaze li primjeri iz normalne distribucije, a za to se koristilo metodama standardnog kurtosisa i standardne asimetrije. Vrijednosti ove statistike izvan raspona od -2 do +2 pokazuju signifikantno udaljevanje od normalnoga, a koje ima tendenciju pogreške mnogih statističkih postupaka normalno primijenjenih na ove podatke.

Standardna asimetrija<sup>3</sup> i kurtosis<sup>4</sup> su izvan područja -2 ili 2 u 11 stupaca, i to upućuje na znatne abnormalnosti podataka, što narušava pretpostavku da podaci dolaze iz normalne distribucije (tablica 3.).

---

<sup>2</sup> Prema M.Kozak, (2004.), *Destination Benchmarking Concepts, Practices and Operations*, CABI Publishing, Wallingford UK, str. 69; višestruka se varijabilna analiza rabi kada postoji više varijabla i kad je potrebno ispitati njihov odnos radi određivanja performansi destinacije i putnika.

<sup>3</sup> Standardna asimetrija je mjera simetričnosti ili, točnije, mjera nedostatka simetrije. Distribucija ili skup podataka su simetrični ako izgledaju isto, lijevo i desno od središnje točke.

<sup>4</sup> Kurtosis je mjera odnosa podataka prema normalnoj distribuciji. Podaci s visokim kurtosisom imaju tendenciju skoka blizu srednje vrijednosti, opadaju strmo, te imaju debele krajeve. Podaci s niskim kurtosisom prije imaju ravan vrh blizu srednje vrijednosti nego oštri skok.

Tablica 3.

Statistički sažetak ankete provedene 2007. među putnicima kruczera u Dubrovniku

	Broj ispitanika	Srednja vrijednost	Varijanca	Standardna devijacija	Koeficijent varijacije	Min.	Maks.	Standardna asimetrija	Standardni kurtosis	Medijan	Mod
Sati provedeni vani	105	5,18	4,24	2,06	39,77%	0,0	8,0	-4,44	1,19	6,0	6,0
Sveukupne cijene u gradu	105	5,65	4,36	2,08	36,91 %	0,0	9,0	-3,41	1,44	6,0	5,0
Taksi i gradski prijevoz	105	6,07	2,87	1,69	27,92%	1,0	10,0	-2,47	3,06	6,0	6,0
Iskustvo kupnje	105	6,13	1,59	1,26	20,60%	3,0	9,0	-0,94	-0,88	6,0	6,0
Zadovoljstvo plažama	105	6,14	2,90	1,71	27,96%	0,0	9,0	-5,11	6,36	6,0	6,0
Zadovoljstvo uslugom	105	6,21	3,63	1,90	30,65%	0,0	10,0	-1,87	1,53	6,0	6,0
Raznovrsnost trgovina	105	4,76	14,6	3,82	32,88%	1,0	8,0	-3,43	0,80	8,0	9,0
Izlet s vodičem	105	6,84	2,39	1,54	22,62%	0,0	10,0	-2,68	5,11	7,0	7,0
Zadovoljstvo dobrodošlicom	105	7,54	2,86	1,69	22,44%	1,0	10,0	-4,87	3,66	8,0	8,0
Preporuka prijatelju za grad	105	8,00	1,47	1,21	15,14%	5,0	10,0	-1,18	-0,44	8,0	8,0
Biste li proveli odmor u gradu	105	8,15	1,39	1,18	14,51%	5,0	10,0	-2,00	1,07	8,0	8,0
Posjet je ispunio očekivanja	105	8,46	1,46	1,20	14,28%	5,0	10,0	-4,60	2,92	9,0	9,0
Ocjena sigurnosti u gradu	105	8,6	3,05	1,74	20,30%	0,0	10,0	-11,68	5,68	9,0	10,0
Povijesne znamenitosti	105	9,11	3,83	1,95	21,48%	0,0	10,0	-16,45	33,67	10,0	10,0
<b>Ukupno</b>	<b>1.470</b>	<b>6,92</b>	<b>5,03</b>	<b>2,24</b>	<b>30,67%</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>	<b>11,68</b>	<b>5,68</b>	<b>7,0</b>	<b>8,0</b>

Izvor: Podaci dobijeni anketom i obrađeni u programu Statgraphics Centurion

Uz ove podatke anketom su obrađeni i oni povezani s potrošnjom na obali, platežnom strukturom te demografskom strukturom putnika. Na osnovi dobivenih podataka daje se prosječna potrošnja po osobi u Dubrovniku (tablica 4.).

Tablica 4.

## Prosječna potrošnja po osobi u destinaciji Dubrovnik

Vrsta troškova	Prosječna potrošnja po osobi	
	USD	%
Ukupno	80,9	100
Prijevoz	6,5	8,0
Hrana i piće u ugostiteljskim objektima	17,1	21,1
Kupnja elektronike	0,0	0,0
Kupnja suvenira	4,5	5,6
Kupnja satova	0,0	0,0
Kupnja odjeće	10,6	13,1
Kupnja alkohola	6,1	7,5
Ulaznice	5,2	6,4
Izlet/razgled	30,4	37,6
Ostalo	0,5	0,6

*Izvor: Izračun na temelju provedene ankete na brodu Brilliance of the Seas*

U cijenu je uključena i provizija brodaru za izlete. Prosječna potrošnja po osobi bila je 80,9 USD, što je manje od prosjeka potrošnje po osobi koji je 2006. iznosio 82 EUR (tablica 5.).<sup>5</sup> Također na potrošnju utječe i dužina boravka u luci te veličina broda i vrsta krstarenja. Prosječan boravak putnika bio je 5,18 sati, a struktura putnika po nacionalnosti i spolu dana je u tablici 6.

<sup>5</sup> Institut za turizam (2006.), TOMAS brodska kružna putovanja 2006., Zagreb

Tablica 5.

Prosječna potrošnja po osobi u eurima u 2006. ovisno o veličini broda i dužini boravka u destinaciji

Veličina broda mjerena brojem putnika	Ukupno	≤ 200	200 – 499	500 – 999	1.000 – 1.999	2.000 ili više
EUR	39,5	63,5	53,3	46,5	40,9	33,7
Dužina boravka u destinaciji	Ukupno	Do 3 sata	3 do 6 sati	6 do 9 sati	9 do 12 sati 12 i više	12 i više sati
EUR	39,5	28,1	38,2	55,3	65,1	82

Izvor: Institut za Turizam (2007.), *Studija održivog razvoja krucizing turizma u Hrvatskoj*, Zagreb, str. 43.

Tablica 6.

Struktura putnika koji posjećuju Dubrovnik po nacionalnosti i spolu

Nacionalnost	Broj putnika	Muškarac	Žena
SAD	78	42	36
Velika Britanija	18	8	10
Italija	4	2	2
Njemačka	2	1	1
Francuska	2	1	1
Španjolska	1	-	1

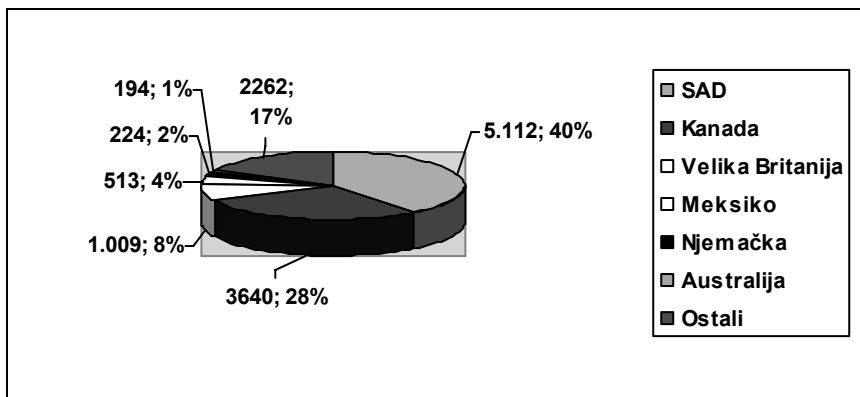
Izvor: Anкета putnika na brodu *Brilliance of the Seas*

Posljednje anketno pitanje bilo je vezano uz godišnji prihod u obitelji. Odgovori putnika bili su različiti i kretali su se od manjeg broja putnika s prihodima manjim od 50 000 USD pa do najvećeg broja putnika s prihodima od 50 000 do 75 000 USD.



## 2. ANALIZA PUTNIKA KOJI PLOVE PO ALJASCI

Sukladno anketi putnika na brodu *Brilliance of the Seas*, provedena je anketa s putnicima broda *Serenade of the Seas* na području Aljaske. Polazna luka na Aljasci je Vancouver, odakle kreću svi itinerari prema Hubbart ledenjaku i usputnim lukama Icy Straitu, Juneau, Sitki. Sezona krizinga traje od sredine mjeseca svibnja do kraja rujna, a anketa je provedena u razdoblju od 18. kolovoza 2007. do 22. rujna 2007. Prosječni broj putnika za šest itinerara je 2.159, što čini 86,3 posto popunjenosti brodskih kapaciteta.



Izvor: *Odjel odnosa s putnicima na brodu Serenade of the Seas*

Slika 3. Udjeli nacionalnosti putnika na brodu *Serenade of the Seas* za vrijeme itinerara na Aljasci (od 18. kolovoza 2007. do 22. rujna 2007.)

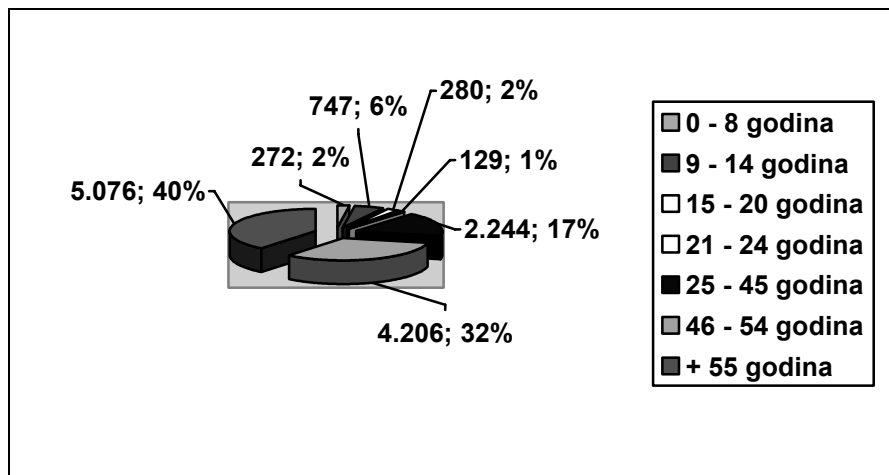
Kao što se moglo i očekivati, najzastupljeniji su američki i kanadski putnici, sa 68 posto ukupnog broja putnika. Od europskih zemalja to su britanski putnici, s udjelom od 8 posto. Zajedno s njemačkim, francuskim, španjolskim i talijanskim putnicima čine 12 posto ukupnog broja putnika.

Najzastupljenija je dobna skupina preko 45 godina, i to u 70-postotnom iznosu od ukupnog broja putnika (slika 4.). Slična je strukturi putnika na kruzerima koji posjećuju Dubrovnik.

Prosječna potrošnja na promatranom uzorku od 105 putnika iznosila je 138 USD. Cijene osnovnih izleta koji uključuju razgledavanje i vožnju kajacom kreću se od 35 do 150 USD, i ne odskakuju previše u usporedbi s cijenama izleta u Dubrovniku. Dobra je ponuda izleta razgledavanja iz zraka, a cijene se kreću od 200 do 400 USD. Primamljivi su izleti povezani s razgledavanjem kitova i sportskim ribolovom, što podrazumijeva iznajmljivanje čamaca, a cijene su i do 1.000 USD.<sup>6</sup> Usporedbom luka ticanja destinacije Aljaske (promatrala se luka

<sup>6</sup> <http://www.alaska-shore-excursions.com>

ticanja Juneau) u odnosu prema Dubrovniku primjećuje se širi izbor izleta, pa slijedi i veća prosječna potrošnja po putniku.



Izvor: *Odjel odnosa s putnicima na brodu Serenade of the Seas*

Slika 4. Udjel dobnih skupina na brodu Serenade of the Seas na putovanju po Aljasci (od 18. kolovoza 2007. do 22. rujna 2007.)

Prema strukturi putnika najzastupljeniji su Amerikanci i Kanadani (tablica 7.). Podaci iz ankete, predočeni s pomoću 14 varijabla (koje su iste za ostale dvije ankete) dani su u tablici 8.

Varijable „zadovoljstvo plažama“ i „povijesne znamenitosti“ očekivano imaju niske srednje vrijednosti, tj. modove i medijane, dok je koeficijent varijacije također opravdano velik. Uz pomoć metoda standardnog kurtosisa i standardne asimetrije pokušalo se doći do saznanja o tome dolaze li ovi primjeri iz normalne distribucije ili ne. Vrijednosti ove statistike izvan raspona od -2 do +2 pokazuju signifikantno udaljevanje od normalnoga, a koje ima tendenciju pogreške mnogih statističkih postupaka normalno primijenjenih na ove podatke. Standardna asimetrija pokazuje da je čak 11 podataka asimetrično, dok kurtosis pokazuje pet podataka izvan područja -2 ili 2, što narušava pretpostavku da podaci dolaze iz normalne distribucije.

Tablica 7.

Struktura putnika koji plove po Aljasci po nacionalnosti i spolu

Nacionalnost	Broj putnika	Muškarac	Žena
SAD	62	37	25
Kanada	29	12	17
Velika Britanija	8	2	2
Meksiko	4	2	2
Njemačka	2	1	1

Izvor: Anketa na brodu *Serenade of the Seas*

Tablica 8.

Statistički sažetak ankete na Aljasci (Juneau)

	Broj ispitnika	Srednja vrijednost	Varijanca	Standardna devijacija	Koeficijent varijacije	Min.	Maks.	Medijan	Mod	Standardna asimetrija	Standardni kurtosis
Zadovoljstvo plažama	105	0,08	0,09	0,31	365,87%	0,0	2,0	0,0	0,0	16,35	33,90
Povijesne znamenitosti	105	0,55	1,34	1,16	210,01%	0,0	10,0	0,0	0,0	14,35	34,55
Raznovrsnost trgovina	105	4,79	2,60	1,61	33,72%	1,0	9,0	5,0	6,0	-2,68	1,00
Sati provedeni vani	105	4,83	2,92	1,71	35,35%	0,0	8,0	5,0	6,0	-3,39	0,59
Sveukupne cijene u gradu	105	5,09	5,17	1,91	37,66%	0,0	9,0	5,0	5,0	-2,94	1,08
Biste li proveli odmor u gradu	105	5,75	5,41	2,32	40,46%	0,0	9,0	6,0	8,0	-2,63	-1,02
Preporuka prijatelju za grad	105	6,07	5,14	2,26	37,34%	0,0	10,0	7,0	7,0	-3,79	1,58
Taksi i gradski prijevoz	105	6,23	2,79	1,67	26,81%	1,0	10,0	6,0	6,0	-1,77	0,83
Zadovoljstvo uslugom	105	6,32	3,56	1,88	29,86%	0,0	10,0	7,0	7,0	-2,00	1,37
Iskustvo kupnje	105	6,38	2,12	1,45	22,83%	1,0	9,0	7,0	7,0	-2,81	1,10
Izlet s vodičem	105	7,04	2,68	1,63	23,23%	0,0	10,0	7,0	7,0	-2,96	4,39
Posjet je ispunio očekivanja	105	7,59	2,20	1,48	19,56%	5,0	10,0	8,0	9,0	-1,65	-2,25
Zadovoljstvo dobrošlicom	105	7,80	2,27	1,50	19,29%	1,0	10,0	8,0	8,0	-6,30	8,17
Ocjena sigurnosti u gradu	105	8,85	1,46	1,21	13,68%	5,0	10,0	10,0	7,0	-4,35	1,86
<b>Ukupno</b>	<b>1.470</b>	<b>5,53</b>	<b>8,47</b>	<b>2,91</b>	<b>52,64%</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>	<b>6,0</b>	<b>7,0</b>	<b>-9,82</b>	<b>-4,44</b>

Izvor: Rezultati ankete obrađeni programom *Statgraphics Centurion*

### 3. ANALIZA PUTNIKA KOJI PLOVE PO KARIBIMA

Anketa na Karibima provedena je u razdoblju od 1. travnja 2007. do 18. travnja 2007. na brodu *Serenade of the Seas*, koji plovi iz San Juana prema St. Thomasu, St. Martenu, Barbadosu, Sv. Luciji, Antigvi. Anketiran je jednak broj putnika i članova posade kao i za destinacije Aljaske i Dubrovnika. Prosječan broj putnika za mjesec travanj bio je 2.315, uz popunjenost brodskih kapaciteta od 92,5 posto. Najznatniji su udjel imali američki turisti, a znatan udjel činili su Britanci, dok su po dobi prevladavali oni s više od 50 godina (tablice 9. i 10.). Prosječna potrošnja putnika iznosila je 98 USD.

Tablica 9.

Struktura putnika po dobi na brodu *Serenade of the Seas* za vrijeme itinerara na Karibima u travnju 2007.

	Udjel (%)
Američki putnici	85
Ponavljajući krizinga	46
Od 0 do 17 godina	11
Od 18 do 20 godina	2
Od 21 do 49 godina	29
Više od 50 godina	54

Izvor: *Odjel odnosa s putnicima na brodu Serenade of the Seas*

Tablica 10.

Struktura putnika po nacionalnosti i spolu

Nacionalnost	Broj putnika	Muškarac	Žena
SAD	82	47	35
Velika Britanija	12	8	4
Norveška	5	3	2
Njemačka	4	2	2
Italija	2	1	1

Izvor: *Anketa na brodu Serenade of the Seas*

Provedena anketa obrađena s pomoću programa Statgraphics Centurion (tablica 11.), uz jednake varijable, jednake onima u prethodne dvije ankete. Broj ispitanika bio je jednak, kao i način ocjenjivanja varijabla. Opravdano je niska vrijednost varijable “povijesne znamenitosti”. Standardna asimetrija pokazuje da je čak 12 podataka asimetrično, dok kurtosis pokazuje sedam podataka izvan izvan područja -2 ili 2, što narušava pretpostavku da podaci dolaze iz normalne distribucije.

**Tablica 11. Statistički sažetak ankete provedene na Karibima (St Thomas)**

	Broj ispitanika	Srednja vrijednost	Varijanca	Standardna devijacija	Koeficijent varijacije	Min.	Maks.	Medijan	Mod	Standardna asimetrija	Standardni kurtosis
Povijesne znamenitosti	105	0,36	0,61	0,78	217,17%	0,0	4,0	0,0	0,0	10,07	12,13
Sati provedeni vani	105	6,06	3,87	1,96	32,42%	0,0	9,0	7,0	7,0	-3,69	0,36
Taksi i gradski prijevoz	105	6,41	3,24	1,80	28,06%	1,0	10,0	6,0	6,0	-1,87	0,94
Izlet sa vodičem	105	6,71	2,53	1,59	23,70%	0,0	10,0	7,0	7,0	-4,57	-5,77
Zadovoljstvo uslugom	105	6,85	3,14	1,77	25,85%	1,0	10,0	7,0	8,0	-2,52	1,40
Sveukupne cijene u gradu	105	7,07	2,82	1,67	23,73%	1,0	10,0	7,0	7,0	-2,74	2,81
Iskustvo kupnje	105	7,41	3,07	1,75	23,62%	1,0	10,0	8,0	8,0	-5,56	6,02
Zadovoljstvo dobrodošlicom	105	7,44	1,65	1,28	17,26%	0,0	10,0	8,0	8,0	-2,22	0,33
Preporuka prijatelju za grad	105	7,54	2,00	1,41	18,75%	4,0	10,0	8,0	8,0	-1,02	-0,88
Biste li proveli odmor u gradu	105	7,57	2,24	1,49	19,79%	3,0	10,0	8,0	8,0	-2,41	0,12
Raznovrsnost trgovina	105	7,84	4,78	2,18	27,87%	0,0	10,0	8,0	8,0	-8,73	10,02
Zadovoljstvo plažama	105	8,20	2,47	1,57	19,16%	0,0	10,0	8,0	8,0	-10,83	22,34
Posjet je ispunio očekivanja	105	8,20	1,32	1,14	14,00%	5,0	10,0	8,0	9,0	-3,38	1,38
Ocjena sigurnosti u gradu	105	8,76	2,91	1,70	19,48%	0,0	10,0	9,0	10,0	-12,2	25,29
Ukupno	1.470	6,89	6,38	2,52	36,65%	0,0	10,0	8,0	8,0	-21,36	11,45

*Izvor: Rezultati ankete obrađeni programom Statgraphics Centurion*

Ovaj sažetak opravdava visoke srednje vrijednosti, manje vrijednosti standardnih devijacija, manje koeficijente varijacije, visoke modove i medijane, za sljedeće varijable: “zadovoljstvo plažama, “ocjena sigurnosti u gradu” i “posjet je ispunio očekivanja”. Statistički podaci govore da treba više poraditi na prijevozu i kvaliteti izleta, kako bi preporuka prijatelju za (St Thomas) bila bolje rangirana. Istaknuta je bogata raznovrsnost trgovina, a poglavito onih *duty free*, što je obilježje većine karipskih otoka.

Cijene izleta kretale su se između 49 i 72 USD, a u ponudi je bilo pet izleta.<sup>7</sup> Izbor izleta je karakterističan za karipske otoke, a uključuje jedrenje, razgledanje, ronjenje i slično.

#### 4. USPOREDNA ANALIZA PUTNIKA DUBROVNIKA, JUNEAU I ST THOMASA

Najbolja popunjenost brodova je na Karibima, dok ne zaostaje puno destinacija Dubrovnik. Usporede li se ukupne vrijednosti statističkih sažetaka, uočava se sličnost Dubrovnik s destinacijom Kariba (St Thomas) u pogledu standardnih devijacija, odnosno odstupanja od srednjih vrijednosti, dok su vrijednosti medijana i modova približno jednake. Prevladava nešto veća asimetričnost vrijednosti kod St Thomasa, te veće udaljšavanje od normalne distribucije (tablica 12.).

Tablica 12.

Usporedbe statističkih sažetaka provedenih anketa

	Broj ispitanika	Srednja vrijednost	Varijanca	Standardna devijacija	Koeficijent varijacije	Min.	Maks.	Medijan	Mod	Standardna asimetrija	Standardni kurtosis
Dubrovnik	1.470	6,92	5,03	2,24	30,67%	0,0	10,0	7,0	8,0	-11,68	5,68
Juneau	1.470	5,53	8,47	2,91	52,64%	0,0	10,0	6,0	7,0	-9,82	-4,44
St Thomas	1.470	6,89	6,38	2,52	36,65%	0,0	10,0	8,0	8,0	-21,36	11,45

Izvor: Rezultati ankete obrađeni programom Statgraphics Centurion

Najveća potrošnja putnika po danu je na Aljasci, što je posljedica većeg izbora izleta i viših cijena na Aljasci. Dubrovnik svakako primat drži u povijesnim znamenitostima, dok je po zadovoljstvu plažama iza St Thomasa, što se i očekivalo.

Zamjetno je da je u svim destinacijama varijabla “ocjena sigurnosti” na samom vrhu ocjene anketiranih putnika. Taksi i gradski prijevoz nemaju zadovoljavajuću poziciju i tu treba tražiti prostora za unapređenje. Posljedica je to prometnih gužva, koje utječu na ponašanje u gradskom prijevozu.

Dubrovnik unekoliko zaostaje u izboru trgovina u usporedbi ns Karibima i Aljaskom, ali kao destinacija ima povoljnije rezultate glede varijabli “preporuka prijatelju za grad” i “Biste li proveli odmor u gradu”. Rezultat je to kompletnijeg sadržaja turističke ponude, poglavito povijesnih spomenika, koje nije moguće vidjeti u jednom danu. St Thomas ima bolju poziciju glede sadržaja plaža i

<sup>7</sup> <http://www.cruisesonly.com/shoretours/sd.asp?dcode=EAS#St.%20Thomas>

trgovina, ali ne toliko primamljivo da se ne može uživati i u jednodnevnom posjetu broda za krstarenje.

Svakako je važno napomenuti da se anketa obavila na dva različita broda s istim kapacitetima (2.501 putnik). Demografska struktura pokazuje najveću zastupljenost dobi putnika od 45 godina i više. Udjeli su američkih putnika za područje Aljaske i Dubrovnika približno jednaki, dok Karibi odskaču s 80 posto udjela Amerikanaca, što je i logično.

Najviše je onih koji se ponovno vraćaju na krstarenje na Karibima jer je to "dvorište" SAD-a, pa je jako popularno za sedmodnevne odmore Amerikanaca. Platežne su mogućnosti anketiranih putnika približne s obzirom na to da se radi o istoj vrsti kruzinga i kreću se između 60.000 i 70.000 USD godišnjeg prihoda za američke putnike, dok npr. britanski putnici imaju godišnji prihod od 50.000 GBP i više.

## 5. USPOREDBA NEKIH OBILJEŽJA PUTNIKA KOJI POSJEĆUJU SREDOZEMNE LUKE I DUBROVNIK

Usporedi li se rast broja putnika za razdoblje 2000. – 2006., primjećuje se visoko mjesto Dubrovnika (376,9 posto), u odnosu prema lukama Sredozemlja, kao što su: Venecija (162,4 posto), Livorno (165,4 posto), Civitavecchia (223,5 posto), Barcelona (145,3 posto), Pirej (51,78 posto), La Valetta (128,5 posto), luke francuske rivijere (Nica, Cannes, Villefranche – 107,8 posto).<sup>8</sup> Analiza putnika koji posjećuju Dubrovnik sukladna je analizi putnika u drugim sredozemnim lukama, poglavito ako se govori o demografskoj strukturi putnika. Razlika se nalazi u sadržajima ponude destinacije, prema kojoj slijedi i potrošnja u lukama. Tako potrošnja putnika u talijanskim lukama iznosi 73 EUR<sup>9</sup> (109 USD), što je za oko 30 USD više nego u Dubrovnik. Dužina boravka u lukama nešto je veća (npr. Livorno), gdje brodovi stoje u prosjeku 12 sati, što pridonosi organizaciji izleta prema Pisi i Fiorentini.<sup>10</sup> Ulaganja u tu luku počela su 1995. (28,5 mln. EUR), znatno prije nego u Dubrovniku, koji je danas samo putnički terminal, za razliku od većine sredozemnih luka. Bolja afirmacija većeg broja talijanskih luka kao, Civitavecchie, Venecije, Napulja i Livorna osnova su za bolji razvoj kruzing turizma u Italiji, koja svakako ima bolje hotelske resurse nego Dubrovnik. Ako se uzmu u obzir i ratna zbivanja u Dubrovniku i Hrvatskoj, opravdano je bilo očekivati slabiji položaj Dubrovnika. U prilog talijanskim lukama ide i činjenica da je Italija članica Europske unije, što pridonosi boljem ekonomskom razvoju i mogućnosti korištenja povoljnim kreditima za poboljšanje lučke infrastrukture.

<sup>8</sup>S. Canavello, (2007.), *Cruise and Tourism in Mediterranean – Latest Developments*, Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Genova, str. 15. – 21.

<sup>9</sup><http://www.the-psa.co.uk/default.asp?PID=6&DID=23>

<sup>10</sup> Analysis of Factors favouring the Potencial for of development of International Cruise destination in Quebec

Obilježje većine sredozemnih luka je blizina središtu grada i mogućnost obilaska pješice. Uz to se vežu također i problemi prometa jer je većina luka smještena u samim gradskim središtima. U svakom slučaju, bolju ponudu trgovina narušava nedostatan razumijevanje domaćeg stanovništva prema nadolazećem velikom broju putnika s kruzera. Uz to postoji neodgovarajuće radno vrijeme trgovina, koje nije usklađeno s dolaskom brodova.

Prema istraživanjima u Gibraltaru prosječna potrošnja putnika je 46 GBP, što je otprilike 92 USD,<sup>11</sup> dok je za španjolske luke podatak dobiven u sličnom istraživanju 45 EUR, ili oko 75 USD,<sup>12</sup> a za grčke luke je 100 EUR.<sup>13</sup> Podaci vezani za potrošnju putnika po destinacijama zamjetno se razlikuju, pa ponekad mogu izgledati za neke destinacije preuveličani (grčke luke npr.), ali ih je ipak potrebno navesti. Tako za španjolsku luku Mahon potrošnja iznosi 34 EUR, što je ispod prosjeka za Španjolsku.<sup>14</sup> Važno je navesti da je u posljednjem istraživanju G. P. Wilda prosječna potrošnja putnika u lukama ticanja u Europi u 2007. iznosila 50 EUR.<sup>15</sup>

S obzirom na to da nije provedena anketa slična onoj za Dubrovnik, Karibe i Aljasku, koristilo se različiti podacima s weba. Dubrovnik se sa svojim znamenitostima može nadmetati s najpoznatijim lukama Sredozemlja. Prostora za napredak ima, nadasve u povećanju ponude trgovina i raznovrsnosti izleta. Najraznovrsniju ponudu izleta imaju talijanske luke, nakon toga grčke destinacije i, na kraju, turske luke. Prema provedenoj anketi među kruzingu agentima najbolji je izlet (pored izleta u Italiji) u Efez u Turskoj.<sup>16</sup>

Ograničenost vremena u dubrovačkoj luci posljedica je itinerara i samog položaja Dubrovnika u njima. Posljedica velike udaljenosti između grčkih i talijanskih luka je i kratkoća boravka brodova u Dubrovniku. Proširenjem sadržaja i jačim uključenjem ostalih hrvatskih luka u kruzingu turizam stvorili bi se uvjeti i za duže boravke brodova u Hrvatskoj, i ostanke na vezu tijekom noći u dubrovačkoj luci.

<sup>11</sup> <http://www.panorama.gi/archive/040621/updates.htm>

<sup>12</sup> <http://www.bestcruisespot.com/forum/costa-cruise-line/costa-inaugurates-barcelona-cruise-ter.html>

<sup>13</sup> <http://www.nec.gr/docs/1AME%20ADDRESS.htm>

<sup>14</sup> <http://www.medcruise.com/page.asp?n=newsdetails&i=10919>

<sup>15</sup> GP Wild. (International) Limited and BRE A – Business Research and Economic Advisor (2007.), Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, str. 4.

<sup>16</sup> <http://smartmoneycruises.com/blog/>



## ZAKLJUČAK

Različita obilježja destinacija Aljaske, Kariba i Dubrovnika (Sredozemlja) nisu bila zapreka pri provođenju istoga anketnog upitnika. Naprotiv, pridonijela su otkrivanju sličnosti i raznolikosti među destinacijama, kao i njihove komparacije, poglavito u pogledu zadovoljstva i potrošnje putnika, prijevoza i diversificiranosti potrošnje.

Svaku destinaciju treba promatrati kao zasebnu cjelinu i u okviru nje promatrati kako pojedina destinacija rješava svoje probleme. Sličnosti s destinacijama mogu biti poticajne za razvoj, a poglavito ako je riječ o uzornim primjerima. Iako bi Dubrovnik primarno trebalo promatrati u okviru sredozemnih destinacija, u radu provedena komparacija prilagođena je poslovnim aktivnostima, a kako bi mogla poslužiti u procjeni pozicioniranja Dubrovnika kao destinacije u globalnom pogledu i mogućega unapređenja kruzing turizma u Dubrovniku.

Dubrovnik kao destinacija ima dodirne točke sa Karibima u ponudi sadržaja povezanih s vremenskim uvjetima, kao što su plaže i kupanje. Naglašenost ekološkog elementa i raznovrsnost izleta u prirodu može se usporediti s Aljaskom. Daleko zaostaje u ponudi sadržaja kupnje različitih tehničkih dobara, nakita i slično, a osobito za destinacijama Kariba.

Na temelju statističkih podataka kompanije Royal Caribbean International i rezultata provedenih anketa može se zaključiti da su i dalje najbrojniji sjevernoamerički putnici na analiziranim destinacijama, ali i da se zapaža veći broj europskih putnika. Posljedica je to bolje marketinške aktivnosti vodećih putničkih kompanija na europskom tržištu. Potrošnja putnika je, normalno, vezana uz ponudu sadržaja u destinaciji; raznovrsnost trgovina je najveća na Karibima, dok su cijenama najzadovoljniji putnici na Karibima, zatim u Dubrovniku i, na kraju, na Aljasci. Sigurnosne mjere dignute su na višu razinu u svim destinacijama zbog nedavnih zbivanja u svijetu, ali ne i pretjerano da bi imale negativan utjecaj na zadovoljstvo putnika.

Anketiranje putnika koji posjećuju destinaciju Dubrovnika prijeko je potrebno za valorizaciju ponude sadržaja destinacije, kao i zadovoljstva putnika. Poželjno ih je ponavljati jer u kontinuitetu imaju veću vrijednost, posebice u dobivanju informacija o promišljanjima putnika glede destinacije. To će pridonijeti lakšem donošenju odluka u svezi s uklanjanjem nedostataka i poboljšanja organizacije i, općenito, ponude. Krajnji je cilj, svakako, veća potrošnja putnika, bolje pozicioniranje u okviru konkurentnih destinacija, ali i promidžba stacionarnog turizma.

## LITERATURA

Analysis of Factors favouring the Potencial for of development of International Cruise destination in Quebec

Canavello, S. (2007.), Cruise and Tourism in Mediterranean – Latest Developments, Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Genova

GP Wild. (International) Limited and BREA – Business Research and Economic Advisor (2007.), Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe

Institut za Turizam (2006.), TOMAS brodska kružna putovanja 2006., Zagreb

Institut za Turizam (2007.), Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Zagreb

Kozak, M. (2004.), Destination Benchmarking Concepts, Practices and Operations, CABI Publishing, Wallingford UK

Statistika Royal Caribbean International

<http://www.alaska-shore-excursions.com>

<http://www.bestcruisespot.com/forum/costa-cruise-line/costa-inaugurates-barcelona-cruise-ter.html>

<http://www.cruisesonly.com/shoretours/sd.asp?dcode=EAS#St.%20Thomas>

<http://www.medcruise.com/page.asp?n=newsdetails&i=10919>

<http://www.nee.gr/docs/IAME%20ADDRESS.htm>

<http://www.panorama.gi/archive/040621/updates.htm>

<http://smartmoneycruises.com/blog/>

<http://www.the-psa.co.uk/default.asp?PID=6&DID=23>

**PRILOG****Anketni upitnik**

Svrha ove ankete je prikupljanje informacija kako bi se dobila iskustva posjetitelja i ocjena zadovoljstva putnika s kruzera pruženom uslugom a radi izrade analize o iskorištenim i neiskorištenim mogućnostima destinacije.

Anketa bi Vam trebala uzeti nekoliko minuta i Vaš odgovor će biti strogo povjerljiv.

Datum: Mjesec \_\_\_\_\_ Dan \_\_\_\_\_

P1. Koliko ste sati proveli vani za vrijeme današnjeg posjeta Dubrovniku u sklopu Vašeg kruzing putovanja?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**(Ako 0, Onda idi na P 12)**

P2. Na ljestvici od 1 do 10 označite koliko ste bili zadovoljni s početnom uslugom i dobrodošlicom?

Iznimno zadovoljni 10 9 8 7 6 5 4 3 2

1 Nezadovoljni potpuno 0 Nije primjenjivo

P3. Ako ste uzeli izlet u Dubrovniku, kako ste ga uplatili?

Preko kruzera Preko interneta Preko prodavača usluga na kraju Nisam kupio kartu za izlet / ići ću u svom aranžmanu

P4. Jeste li nešto kupili za vrijeme posjeta obali?

Da Ne **(Ako Ne, Idi na P7)**

P5. Molim zabilježite ukupnu vrijednost kupnje (u američkim dolarima) što su je osobe koje s Vama putuju obavile za vrijeme današnjeg posjeta obali.

\* Ne uključuje cijenu izleta niti robe te usluga koje su kupljene na brodu.

Hrana i piće u restoranima i barovima:	\$-----	Izlet kupljen na obali i na internetu samo:	\$-----
Taksi / prijevoz (ne uključuje cijenu prijevoza izleta i razgledavanja):	\$-----	Lokalne rukotvorine i suveniri:	\$-----
Kupnja satova i nakita:	\$-----	Kupnja alkohola:	\$-----
Kupnja odjeće (uključuje i majice):	\$-----	Kupnja elektronike:	\$-----
Zabava / noćni klubovi/kazino:	\$-----	Telefon i internet komunikacije:	\$-----
Neka druga kupnja:	\$-----		

P6. Koliko osoba pokrivaju troškovi u pitanju P5? \_\_\_\_\_

P7. Na ljestvici od 1 do 10 obilježite koliko ste bili zadovoljni sa svakim od sljedećeg u Dubrovniku?

Iznimno zadovoljan = 10...Nezadovoljni potpuno = 1

Izlet s vodičem:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Iskustvo kupnje:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Povijesne znamenitosti / Muzeji:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Plaže:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Susretljivost lokalnog stanovništva:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Ljubaznost posade:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Raznovrsnost trgovina	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Sveukupne cijene:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A
Taksi / Lokalni prijevoz:	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 0N/A

P8. Na ljestvici od 1 do 10 označite koliko ste se osjećali sigurni u Dubrovniku?

Iznimno sigurno 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 Nesigurno potpuno 0 Nije primjenjivo

P9. Nakon svega, na ljestvici od 1 do 10, koliko je posjet Dubrovniku ispunio vaša očekivanja?

Jako premašio 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 Nije ispunio

P10. Na temelju Vašeg iskustva u Dubrovniku, koliko biste rado preporučili prijatelju Dubrovnik kao destinaciju za odmor?

Iznimno rado 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 Ni u kojem slučaju

P11. Na temelju Vašeg iskustva u Dubrovniku, koliko rado biste se vratili provesti odmor u Dubrovniku u sljedeće tri godine?

Iznimno rado 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 Ni u kojem slučaju

P12. Možete li usporediti ovo krstarenje s onim u Karibima (ako ste bili)?

Da Ne Nije primjenjivo

Sljedeće će pomoći boljem razumijevanju demografskih karakteristika putnika kruzera za svaku destinaciju.

P13. Tko je vaš suputnik? Muškarac      Žena

P14. Kojoj dobnoj skupini pripadate? Ispod 20      21 do 30      31 do 50  
51 do 60      Više od 65

P15. Gdje je Vaše stalno mjesto boravka? SAD      Kanada      Velika  
Britanija      Francuska      Njemačka      Italija      Norveška      Drugo (molim  
specificirajte): \_\_\_\_\_

Ako SAD/Kanada, koja država /provincija \_\_\_\_\_

P16. Približno, koji je Vaš ukupni kućni (prije poreza) dohodak (u dolarima)?

Ispod 50.000\$	50.000\$ ali manje od 75.000\$	75.000\$ ali manje od 100,000\$
100.000\$ ali manje od 150.000\$	150.000\$ ali manje od 200.000\$	200.000\$ ili više

Velika hvala i uživajte u ostatku putovanja.

***Ivica Benić, MSc***

Dubrovnik

e-mail: ivobenic@gmail.com

## **CRUISE TRAVELERS VISITING DUBROVNIK: COMPARATIVE ANALYSIS**

### ***Summary***

*The development of cruise industry has not excluded Croatia, especially not Dubrovnik as its most important port. The paper investigates the primary research and a comparative analysis of the cruise travelers visiting Dubrovnik in order to establish both the advantages and the disadvantages of Dubrovnik as a cruise destination, its offer compared to other leading world destinations and to establish some guidelines for the improvement of cruise tourism.*

***Key words: cruise tourism, cruising, traveler, tourist, destination***

***JEL classification: L83***