

ZADOVOLJSTVO TURISTA S KRUZERA IZLETIMA U ZAŠTIĆENA PODRUČJA PRIRODNE BAŠTINE

Sažetak

Kružna turistička putovanja (engl. *cruise tourism*) oblik su turizma koji se na području Mediterana iznimno brzo razvija. Mediteran, uz Karibe, predstavlja najveće tržište kružnih turističkih putovanja. Destinacije krstarenja najčešće su urbani prostori koji obiluju kulturnom baštinom i time privlače velik broj turista. Današnji brodovi za krstarenje (kruzери) istodobno mogu primiti i više od 6000 putnika. Često se u jednoj luci u istom gradu veže veći broj kruzera, što uz postojeće turiste smještene u tom prostoru stvara značajnu ekološku i sociokulturnu opterećenost. Stoga su se neki gradovi u kojima pristaju brodovi za krstarenje odlučili za politiku raspršenosti izleta na druga odredišta koja su im relativno blizu, čime se smanjuje pritisak na primarnu destinaciju. Ponuda izleta najčešće je usmjerena na obližnje destinacije koje obiluju kulturnim i/ili prirodnim bogatstvima i/ili koje nude neki poseban doživljaj.

U ovom se radu, na primjeru kružnih turističkih putovanja brodom, a taj se promet odvija u Luci Gaženici u Zadru, analizirala poželjnost posjeta zaštićenim područjima prirode u blizini, motivacija za odabir tih izleta te ostvarena potrošnja za vrijeme izleta. U radu su prikazani rezultati istraživanja zadovoljstva odabranim izletima. Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 582 turista koji su odabrali izlete u zaštićena područja prirode (NP *Krka*, NP *Plitvička jezera*, NP *Paklenica*, PP *Velebit* i kanjon rijeke Zrmanje) tijekom 2019. i 2023. godine.

Utvrđeno je da je najčešća dob turista od 46 do 55 godina i da ih je više od polovice odabralo posjetiti NP *Krka*. Većina ispitanika iskusni su turisti na kruzерима koji nemaju značajno prethodno iskustvo s Hrvatskom i Zadrom. Turisti su, pri odabiru izleta, najčešće motivirani ljepotom okoliša. Iskazali su iznimno zadovoljstvo izletima i posjećenim destinacijama te ih je 82,5 % spremno na preporuku destinacije, ali njihova želja za povratkom iznimno je niska.

Ključne riječi: turizam krstarenja, izleti, zadovoljstvo, motivacija, turistička potrošnja, zaštićena područja prirode

Uvod

Turizam krstarenja (kruzing-turizam, engl. *crusing tourism*) oblik je turizma u kojem plovilo na kojem turist boravi istovremeno predstavlja smještajni objekt, destinaciju, ali i prometno sredstvo kojim se dosežu luke koje su predviđene itinerarom, a njihovu se ukupnost također može promatrati kao destinaciju koju turist odabire. Destinacije u koje kruzer pristaje na svojem kružnom putovanju najčešće predstavljaju atrakciju samu za sebe, a izleti koji se nude po njihovu pristajanju obogaćuju ponudu i pojačavaju atraktivnost putovanja. Najčešće je ponuda izleta temeljena na posjetu atrakcijama koje okružuju destinaciju u koju kruzer pristaje, a temeljna privlačna snaga destinacije njezine su kulturne i prirodne atrakcije.

U ovom je radu fokus na prirodnoj atrakcijskoj osnovi promatranoj kroz zaštićena područja prirode na primjeru Luke Gaženice, Zadar. Luka Gaženica puštena je u promet 11. srpnja 2014. godine te predstavlja relativno novu prihvatnu luku za kruzere. No u nepunih deset godina ostvarila je značajne rezultate te je u 2019. godini, kada je zabilježen najbolji rezultat, u luku uplovilo 166 594 putnika (Lučka uprava Zadar, 2024a). Pod utjecajem koronavirusne krize kruzing-turizam bilježi jedan od najvećih padova u ukupnoj turističkoj industriji (Peručić i Greblički, 2022; Lin i dr., 2022). Luka Gaženica relativno se brzo oporavlja te je u 2023. godini u nju uplovilo 146 497 putnika (Interni podaci Lučke uprave Zadar, 2024). Potrebno je naglasiti da je broj ticanja kruzera u 2023. godini na razini Lučke uprave bio veći za 22,7 % u odnosu na 2019. godinu (Lučka uprava Zadar, 2024b). Manji broj putnika uz veći broj ticanja proizlazi iz ograničenja maksimalne razine popunjenosti plovi-la koje su pojedine kruzing-kompanije zadržale nakon pandemijske krize.

Esteve-Perez i Garcia-Sanchez (2015) definirali su da se područja u kojima se u destinaciji odvija kruzing-turizam mogu prostorno podijeliti na lučko područje, lučki grad i turističko zaleđe. Lučko je područje prostor namijenjen zaposlenicima luke i putnicima na kruzerima, dok je lučki grad administrativni prostor u kojem je smještena luka. U konačnici, turističko zaleđe sav je onaj prostor koji posjećuju turisti s kruzera za vrijeme boravka u destinacijama. Stoga se može reći da je Luka Gaženica lučko područje, grad Zadar lučki grad, a turističko zaleđe u ovom radu predstavlja područje zaštićenih dijelova prirode u Zadarskoj, Ličko-senjskoj i Šibensko-kninskoj županiji.

Kretanje turista u destinaciji određeno je nizom faktora kao što su tip luke, kvaliteta i raspored turističkih atrakcija, mreža kopnenog prometa i sl. (Casado-Díaz i dr., 2021). Luka Gaženica smještena je u središnjem dijelu hrvatskog Jadrana s iznimno kvalitetnom mrežom cestovnog prometa. Idealna je točka za organizaciju izleta prema najatraktivnijim zaštićenim područjima prirode u Republici Hrvatskoj, a to su: NP *Plitvička jezera*, koji je pod zaštitom UNESCO-a, NP *Krka*, NP *Paklenica*, NP *Kornati*, NP *Sjeverni Velebit*, PP *Velebit*, PP *Vransko jezero*, PP *Telaščica* te niz zaštićenih krajobrazza kao što je kanjon rijeke Zrmanje, spomenika prirode kao što je vrelo rijeke Une ili područja pod zaštitom *Natura 2000* na području Ravnih kotara. Upravo bogatstvo ponuđenih izleta i mogućnost razvoja novih ponuda izleta u zaštićena područja prirode nameću potrebu ispitivanja stavova i zadovoljstva turista na kruzeru o tim izletima.

Pregled literature

Razvoj kruzing-turizma

Snažan razvoj kruzing-turizma započinje 60-ih godina 20. stoljeća, a temelji se na dva globalna procesa koja se događaju u pomorskoj i turističkoj industriji. Tijekom 70-ih godina prošlog stoljeća dolazi do smanjenja konkurentnosti prekoceanskih linijskih tura u odnosu na zrakoplovnu povezanost te se oslobađa kontingent plovila koji se počeo koristiti za kružna turistička putovanja. Istovremeno, to je period kada je temeljni moto turističkih kretanja „turizam za sve“ te se turistička krstarenja od do tada klasičnog elitnog tržišta pretvaraju u ponudu za široke mase (Bowen i dr., 2014; Jeon i dr., 2019; Lau i Yip, 2020). S vremenom se pokazalo da unaprjeđenje tehnologija, kontinuirano smanjivanje troškova u kruzing-turizmu i globalizacija tržišta radne snage, uz implementaciju kvalitetnih marketinških strategija i liberalizaciju prometnog prijevoza, dovode do snažnog porasta potražnje za tim oblikom turizma (Nedelcu i dr., 2015; Peručić i Greblički, 2022; Syriopoulos i dr., 2022).

Dominantno tržište za kruzere je Sjeverna Amerika. Brzorastuće tržište je i ono europsko, koje je prije svega naslonjeno na Mediteran (Rodrigue i Notteboom, 2013; Syriopoulos i dr., 2022). Ta tržišta bilježe sezonske oscilacije, pa je tako tržište Kariba pretežito zimsko, a tržište Europe svoj maksimum doživljava tijekom ljetnih mjeseci. Sezona se i u toj vrsti turizma, jednako kao i u cjelokupnom turizmu, produžuje, no valja istaknuti da je vrijeme od studenog do ožujka na Mediteranu gotovo pa „mrtva sezona“ kruzing-turizma (Rodrigue i Notteboom, 2012; Ito i dr., 2023).

Krstarenje se definira kao plaćeno kružno putovanje u svrhu razonode na putničkom brodu s ciljem posjeta više različitih odredišta (Wild i Dearing, 2000). Nameće se pitanje što predstavlja destinaciju u njegovu kontekstu. To je, prije svega, sam kruzer koji u sebi najčešće uključuje, osim smještaja, i cijeli niz atrakcija kao što su kockarnice, bazeni, restorani, sportski objekti i sl. (Rodrigue i Notteboom, 2013), a potom i sve destinacije, odnosno luke koje se posjećuju na kružnom putovanju. Rodrigue i Notteboom (2013) tvrde da industrija krstarenja prodaje itinerare, a ne odredišta, što implicira razinu fleksibilnosti u odabiru luka pristajanja, ali je još uvijek vezana za važna operativna ograničenja kao što je plovidba u odnosu na vrijeme u luci. Trajanje putovanja najčešći je razlikovni element među ponuđenim putovanjima, a kreće se od nekoliko dana do nekoliko mjeseci (Chikodzi i dr., 2022). Putovanja kruzerom najčešće su kružna te počinju i završavaju u istoj luci. Dominantno traju sedam dana s doticanjem od tri do pet luka (Rodrigue i Notteboom, 2013). Sljedeći razlikovni element među različitim kruzerskim putovanjima nalazi se u osmišljenom programu ture koji se može kretati od tematskog, ekspedicijskog do krstarenja oko svijeta. Itinerar predstavlja temeljnu razliku i ključnu komponentu pri odabiru krstarenja, posebice u europskim rutama (Papathanassis, 2017).

Današnje je tržište putovanja i boravka na kruzerima oligopol jer tri kompanije: *Carnival Cruise Line* (44,1 %), *Royal Caribbean* (23,9 %) i *Norwegian Cruise Line* (8,8 %) čine više od 2/3 ukupnog tržišta (Jeon i dr., 2019).

Kruzing-turizam svojim brzim rastom i visokom mobilnošću sa sobom nosi niz pozitivnih ekonomskih efekata za destinaciju u kojoj se odvija, ali istovremeno stvara i negativne učinke, i na okoliš i na lokalnu zajednicu. Iako kruzing-industrija iskazuje snažnu stratešku orijentaciju prema održivosti, istovremeno su neke od najvećih kruzing-kompanija kažnjene u proteklim godinama zbog odbacivanja otpadnih voda ili krutog otpada u more (Cervený i dr., 2020; Bertagna i dr., 2023).

Pozitivni i negativni učinci kruzing-turizma

Kruzing-turizam najčešće je predstavljen kao oblik turizma koji izuzetno negativno utječe na destinaciju te se smatra ekološki neprihvatljivim i neusklađenim s načelima održivog razvoja. Ta percepcija proizlazi iz njegova brzog rasta od dva milijuna putnika u 1980. godini do trideset milijuna putnika u 2019. godini (Chikodzi i dr., 2022).

Taj oblik turizma ima visoku razinu mobilnosti plovila i turista na njima te veliku potrošnju goriva i s tim povezanu emisiju stakleničkih plinova, što doprinosi njegovoj ekološkoj neprihvatljivosti (Špoljarić, 2020; Bertagna i dr., 2023). Carić (2016) donosi pregled različitih negativnih učinaka koje kruzing-turizam nosi sa sobom i u destinacijama u kojima se razvija i globalno jer zagađenje koje proizvodi ne poznaje granice. Iako je regulativni okvir koji daje Međunarodna konvencija o sprječavanju onečišćenja s brodova ratificirala većina zemalja svijeta, taj je problem još uvijek iznimno prisutan (IMO, 2024). Najvidljiviji je problem kruzing-turizma otpad koji se stvara na krstaranju, a koji različito ugrožava okoliš. Njegovo ispuštanje u more i nelegalno spaljivanje ozbiljno ugrožava ljudsko zdravlje, ali i ekološki sustav mora i priobalja (Carić, 2016; MacNeill i Wozniak, 2018; Lloret i dr., 2021). Količina otpada na kruzeru varira ovisno o veličini broda, broju putnika i posade te o njihovoj potrošnji pa je različiti autori različito i procjenjuju (Slišković i dr., 2018). Kotrikla i dr. (2021) donose podatak da se na kruzeru prosječno tjedno proizvede oko 2358 m³ sivih voda i pročišćenih otpadnih voda, 84 m³ zauljenog otpada te 266 m³ krutog otpada. K tome, neki znanstvenici ističu problem zbrinjavanja elektroničkog otpada (Slišković i dr., 2018, Sanches i sr., 2019). U istraživanju koje je provedeno u tri najveće luke za kruzere na hrvatskom dijelu jadranske obale, Dubrovniku, Splitu i Zadru, utvrđeno je da se na kruzerima najviše proizvede kućnog otpada (62 %). Slijedi plastični otpad sa 26 % te otpad od hrane koji čini 11 % ukupne količine otpada (Slišković i dr., 2018). Teško je povjerovati da će se kruzing-industrija odlučiti na drastično smanjenje opsega poslovanja i smanjiti broj plovila ako ih se na to prisili zakonodavnim zabranama. Stoga je potrebno raditi na unaprjeđenju primjene okolišnih politika u toj industriji. Kao jedna od mogućnosti javlja se smanjenje ili sprječavanje stvaranje otpada (posebice plastičnog) na brodovima. To bi se, prema Kotrikla i dr. (2021), moglo postići edukacijom i obukom zaposlenika kruzera, dionika u kruzing-industriji, ali i turista koji plove na brodovima. Istodobno, nužna je i implementacija inovativnih zelenih tehnologija, novih goriva, ali i inovativnih organizacijskih koncepata na brodovima.

Problem kruzera leži i u velikoj potrošnji goriva, za koje Carić (2024) navodi da je „puno ‘prljavije’ od usporedivih goriva koja se koriste u kopnenom ili zračnom prijevozu.“ Jedan od problema koji se nameće u lukama u kojima se povećava broj ticanja kruzera je i zagađenje zraka (Poplawski i dr., 2011; Perdiguero i Sanz, 2020). Nažalost, lokalna zajednica često ne uviđa probleme koje kruzing-turizam donosi, djelomično zbog zaslijepljenosti ekonomskim učincima, a često i zbog nedostatka informacija o zagađenjima i degradaciji bioraznolikosti (Carić, 2016). Olsen i dr. (2019) u svojem su istraživanju dokazali da su lokalne zajednice zabrinute za utjecaj kruzing-turizma na okoliš te su donijeli stav jedne od zajednica koja osim zabrinutosti za utjecaj kruzing-turizma na moru iskazuje i visoku zabrinutost za utjecaj tih turista na kopnu zbog povećanog broja posjetitelja koji tako dolaze u destinaciju.

Kruzeri predstavljaju iznimno kompleksan sustav koji treba, ako želi poslovi u skladu s održivim načelima, kvalitetno zbrinjavati otpad, koristiti se zelenim oblicima energije u što većoj mjeri, upotrebljavati ekološki prihvatljivije premaze, osmisлити kvalitetne sustave komunikacije posade, putnika te dionika u destinacijama koje posjećuju (Cervený i dr. 2020; Bertagna i dr., 2023). Negativan utjecaj kruzera može se promatrati i kroz utjecaj na morske zajednice kroz koje plove. Najočitiji su primjeri laguna u Veneciji (Asero i Skonieczny, 2018) te Antarktik (Maher, 2012; Johannsdottir i dr., 2021; Ren i dr., 2021). Kruzeri u svojoj plovidbi, a i pristajanju, utječu na staništa različitih biljnih i životinjskih vrsta te su neke zemlje donijele smjernice kojim štite svoja područja (Marquez i Eagles, 2007). Maher (2012) na primjeru kruzing-turizma na Arktiku primjećuje začarani krug u kojem turisti dolaze da bi vidjeli ledenjake i netaknuti okoliš. Time raste gužva na područjima i dolazi do promjena u okolišu. Istovremeno dolazi i do povećanja otpada, negativnog utjecaja na lokalnu zajednicu i sl. te čak 71 % ispitanika uočava utjecaj klimatskih promjena na destinaciju (Maher, 2012).

Europske rute za plovidbu kruzera najčešće su temeljene na bogatoj kulturnoj baštini koju nude obalne destinacije Mediterana. Udaljenost među tim destinacijama relativno je malena pa je moguće osmisлити itinerare koji imaju snažnu privlačnost za turiste motivirane kulturom (Lekakou i dr., 2009). Tako izuzetno privlačne rute istovremeno stvaraju i snažnu opterećenost destinacija te su mnoge destinacije poput Venecije, Barcelone i Dubrovnika uvele ograničenja u broju ticanja kruzera (Pavlić, 2013; Capocchi, 2019). Iz svega rečenog proizlazi važnost implementacije načela održivosti u kruzing-turizam, posebice kad se on odvija u ekološki osjetljivim destinacijama (Stewart i Drapper, 2006; Stewart, Dawson i Draper, 2011). Nažalost, kruzing-kompanije često krše temeljne propise i nisu spremne na ulaganje dodatnih napora da bi unaprijedile svoje održive politike. Tako se na mrežnim stranicama *Friends of Earth* (2024) nalazi popis najgorih kršenja ekoloških propisa koje je kruzing-industrija počinila u proteklih godinama, a uključuje opetovano ispuštanje plastike ili drugog otpada (npr. zauljenog otpada, mješovitog otpada, otpadnih voda i sl.), ali i prikrivanje takvih prekršaja.

Istodobno se mnogi mediteranski gradovi koji nemaju toliku privlačnu snagu, iako su svjesni svih negativnih efekata, bore za privlačenje kruzera u svoje luke. Interes destinacije za prihvata kruzera, bez obzira na probleme ekološke i sociokulturne održivosti, proizlazi iz ekonomskih učinaka. Prije svega, to su direktni prihodi od lučkih pristojbi, potom potrošnja koju članovi posade i turisti ostvaruju u destinaciji te povećanja zaposlenosti zbog usluga koje se pružaju kruzaru koji uplovljava u destinaciju. Utjecaj kruzinga u Europi procijenjen je na 16,6 milijardi € u 2015. godini (Papathanassis, 2017).

Prosječni kupac potroši oko 1700 \$ za krstarenje, uključujući troškove na brodu i izvan njega. Većina potrošnje odvija se na brodu za krstarenje, dok po luci pristajanja putnici troše u prosjeku 100 \$, tj. potrošnja na kopnu, u tri do četiri luke na tipičnom sedmodnevnom krstarenju, kreće se od 300 do 400 \$ (Rodrigue i Notteboom, 2013). To je uvjetovano i promjenom strukture kruzera i ponude na njima. Na početku razvoja te industrije najčešće su kruzeri bili klasična plovila, dok su danas to kruzeri treće generacije koji turistu pružaju mogućnost ostvarivanja snažnog iskustva te ga potiču na potrošnju na plovilu (Bowen i dr., 2014). Ponude koje se dodatno plaćaju na kruzaru obično čine između 10 i 20 % ukupnih prihoda kompanija (Weaver, 2005).

Lyu i dr. (2017) navode da većina kineskih turista na krstarenjima i dalje gleda na luke kao glavna odredišta te smatra da bi više vremena i novca trebalo potrošiti na obali nego na kruzaru. Dužina boravka u destinaciji također utječe na visinu potrošnje turista pa sukladno tome i dužina boravka turista s kruzera na obali utječe na njihovu potrošnju (Shani i dr., 2010; Lyu i dr., 2017; Domènech i dr., 2020). Različita istraživanja pokazuju različite razine potrošnje turista s kruzera u destinacijama u kojima kruzer pristaje. Na Jamajci su tako turisti prosječno trošili 77 \$, s rasponom od 0 do 600 \$ (Henthorne, 2000). Istraživanje Domènech i dr. (2020) pokazuje da su turisti s kruzera tijekom boravka u Tarragoni u Španjolskoj prosječno trošili 31,2 €. Marušić i dr. (2008) utvrdili su da turisti s kruzera u Hrvatskoj troše, ovisno o luci, između 34 i 82 €. Prosječna potrošnja turista s kruzera koji su plovili kanadskim Arktikom iznosi 107,74 \$, s tim da gotovo polovina ispitanika nije potrošila ništa (Maher, 2012). Lee i Lee (2017) promatraju ukupnu potrošnju turista s kruzera za izlete u Koreji te zaključuju da su prosječni izdatci po turistu porasli sa 512 \$ u 2012. godini na 886 \$ u 2015. godini. Na temelju toga dolaze do zaključka da kruzing-turizam ima učinke od 926,6 milijuna \$ u Koreji. Na Karibima se učinak kruzing-turizma procjenjuje na oko dvije milijarde američkih dolara (Syriopoulos i dr., 2022).

Jedno od ograničenja, koje djelomično utječe na potrošnju na kopnu, nemogućnost je unošenja alkohola kupljenog na kopnu na kruzer. Tako kruzing-kompanije štite svoje prihode iz barova i ograničavaju kupnju alkoholnih pića na kopnu i za konzumaciju i za potencijalni poklon ili suvenir s putovanja (Douglas i Douglas, 2004; Weaver, 2005).

Istraživanja pokazuju da su turisti s kruzera skloni ponovljenim odabirima putovanja kruzrom kao svojeg oblika odmora, ali nisu lojalni destinacijama koje posjećuju. Tako Casado-Díaz i dr. (2017) pronalaze kako je više od 3/4

turista na kruzerima u Valenciji iskusno u ovoj vrsti putovanja, a istodobno gotovo jednak udio imaju oni koji su prvi put u toj destinaciji.

Često se kruzring-turizam navodi kao promotor destinacije te se očekuje da će se turisti, koji su posjetili destinaciju u jednodnevnom izletu, poželjeti vratiti u nju na duži period. Nažalost, prema istraživanju Marušić i dr. (2008), svega se 1,5 – 3 % turista na kruzeru koji su posjetili destinaciju vratilo u nju na duži turistički boravak. No ne treba zaboraviti da ti turisti samom preporukom mogu potaknuti svoje prijatelje i rođake na odluku o dolasku u pristanišnu destinaciju (Andriotis i Agiomirgianakis, 2010).

Učinke kruzring-turizma možemo promatrati i u njegovu utjecaju na lokalnu zajednicu. Prije svega, to je pritisak na infrastrukturu koju turisti dijele s lokalnim stanovništvom, čime dolazi do njezine devastacije, stvaraju se gužve i smanjuje kvaliteta života lokalnog stanovništva. Dolazak velikog broja turista u destinaciju izaziva negativne sociokulturne učinke, no organizirani izleti turista u pristanišnoj destinaciji, ali i okolni izleti sa sobom nose negativne ekološke učinke. Ti učinci proizlaze od zagađenja uzrokovanog prijevozom (najčešće autobusnim) putnika do odabranog odredišta izleta te od boravka turista u samim destinacijama. To je posebno vidljivo kada je riječ o zaštićenim prirodnim ili kulturnim područjima. Destinacije najčešće iskazuju nezadovoljstvo zbog velikog broja turista s kruzera koji ju istodobno posjećuju, i to najčešće u razdobljima kada je opterećenost turističkih dolazaka na vrhuncu. Utjecaj na zajednicu nastaje i priljevom nelokalnih radnika i investitora zbog povećane potrebe za radnom snagom. To može ugroziti kulturni integritet prostora u kojem se turizam odvija (Cervený i dr., 2020).

Marquez i Eagles (2007) u svojem radu ističu da je problem kada turisti s kruzera ne poštuju domorodačke zajednice, a istovremeno prepoznaju želju lokalne zajednice za uspostavljanjem veze s njima. Stoga je u razvoju budućih politika kruzring-turizma potrebno staviti poseban naglasak na smanjenje negativnih sociokulturnih učinaka koje on donosi.

Zadovoljstvo putovanja kruzerom

Motivacija je središnji koncept za odluku o putovanju i odabiru destinacije, a zadovoljstvo predstavlja središnji koncept za razumijevanje turističkog ponašanja, uključujući i onog turista koji boravi na kruzerima (Ross i Iso-Ahola, 1991; Andriotis i Agiomirgianakis, 2010; Cervený i dr., 2020). Odabir destinacije u okviru kruzring-turizma podrazumijeva, osim pristanišne luke, i odredišta u kojima se nude različiti izleti pri pristajanju. Sun i dr. (2021) navode da je želja za novim iskustvima jedan od glavnih razloga zašto se turisti odlučuju na krstarenje, a pritom se kao važan čimbenik koji utječe na odluke navode odredišta koja će se posjetiti. Upravo izletima koje nude, kruzring-kompanije šire svoju ponudu i povećavaju razinu privlačnosti krstarenja, a ako su ti izleti kvalitetno osmišljeni, povećava se i zadovoljstvo turista i njihova želja da takvo putovanje preporuče i drugima (Parola i dr., 2014). Više od polovice turista na kruzerima odlazi na takve izlete (Sun i dr., 2021). Ova putovanja pružaju mo-

gućnost turistima ne samo da boravkom na kruzeru promjene svoju svakodnevicu nego i da posjetima različitim destinacijama zadovolje različite motive zbog kojih su otputovali: avanturizam, ekoturizam, kulturni turizam itd. (Johnson, 2006). Sun i dr. (2021) utvrdili su da kompanije nude dvije vrste izleta: one koji su namijenjeni razgledavanju lokalnih prirodnih i kulturnih atrakcija i one temeljene na doživljaju (npr. ekspedicije, vođeni sportovi, pustolovne aktivnosti te degustacije hrane i pića). Ti su izleti prilagođeni itineraru putovanja kruzerom i kompanije ih selektiraju sukladno svojim preferencijama da ne bi ugrozili temeljnu rutu kruzera, a istodobno ne zanemarujući profitni segment koji se ostvaruje prodajom izleta. Važno je naglasiti da kompanije optimiziraju turistovu želju da posjeti što više destinacija za vrijeme putovanja sa željom da što je moguće duže ostane u jednoj luci. Stoga su pristajanja u lukama ograničena na jedan dan i jako se rijetko u njima noći (Sun i dr., 2021, Chen i Nijkamp, 2018). Lyu i dr. (2017) utvrdili su da su izleti u destinacijama u kojima kruzer pristaje iznimno važan element doživljaja i zadovoljstva turista. Budući da su ti izleti često organizirani u kratkom vremenu pristajanja kruzera u luci, mogu kod turista izazvati osjećaj žurbe, čime se smanjuje zadovoljstvo (Lyu i dr., 2017). Stoga često turisti iskazuju potrebu za produženjem posjeta destinacija (Andriotis i Agiomirgianakis, 2010). Prema tome, što je turist iskusniji, to će lakše moći procijeniti zadovoljstvo pruženom uslugom i kupljenim proizvodom, stoga je očekivano da iskusni turisti na kruzeru mogu bolje procijeniti zadovoljstvo pruženom im uslugom (Baker, 2015). Sun i dr. (2021) utvrdili su da su izleti u Europi u prosjeku među duljima s obzirom na druge svjetske regije i traju prosječno 4,78 sati, a koštaju prosječno oko 103,30 USD te su najčešće temeljeni na razgledavanju kulturne baštine ili na aktivnoj avanturi. Agencije u svojim ponudama često svjesno sužavaju ponudu izleta i ostaju u „sigurnoj zoni“, a istodobno zbog većeg broja turista koji odlaze na isti izlet ostvaruju sniženja ulaznih cijena.

Percipirana vrijednost i zadovoljstvo pozitivno utječu na namjeru ponašanja turista na kruzeru nakon kupnje i na preporuku, jednako kao što je kvaliteta usluge krstarenja značajno povezana s percipiranom vrijednošću (Baker i Fulford, 2016). Faktor okoliša najviše je utjecao na doživljaj turista na kruzeru, odnosno čisti okoliš i plaže na Karibima oni su elementi koje Baker (2015) prepoznaje kao najutjecajnije varijable za zadovoljstvo turista na kruzerima.

Kruzing-turizam u zaštićenim područjima

Motivacija za odabir boravka na kruzeru često je bila predmet istraživanja (Qu i Ping, 1999; Andriotis i Agiomirgianakis, 2010; Hsu i Li, 2017). Tako su Andriotis i Agiomirgianakis (2010) definirali da su najčešći motivi za odlazak na putovanje kruzerom bili istraživanje i bijeg, dok su za aktivnosti koje su se odvijale na kopnu motivi bili razgledanje ili kupnja. Jedan od glavnih motiva odabira kruzing-putovanja prema Qu i Ping (1999) prekrasan je okoliš i krajolik, koji u šest temeljnih motiva navode i Lyu i dr. (2017). Prema Hsu i Li (2017) kineski su turisti motivirani prije svega novim iskustvima i bijegom od stvarnosti.

Ipak, relativno kratak boravak na izletima na kopnu ne daje tim turistima dostatan uvid u destinaciju i lokalnu zajednicu što ograničava njihov osjećaj zadovoljstva (Henthorne, 2000).

Snažna privlačnost, koju zaštićena područja svojom ljepotom ostvaruju kod turista, može dovesti do njihova masovnog dolaska te postoji mogućnost ugroze od prekomjernih posjeta (Maher, 2012; Hall, 2001; Cervený i dr., 2020). Iznimno je važno regulirati ponašanje turista u zaštićenim područjima prirode. Razvijen je cijeli niz smjernica kojima se potiče održivo gospodarenje zaštićenim područjima. Kada se radi o kruzing-turizmu, posebne su smjernice razvijene za plov u zaštićenim područjima (Marquez i Eagles, 2007), ali i opće smjernice koje se odnose na turiste s kruzera oji dolaze na izlete u ta područja.

Problem koji kruzери izazivaju svojom plovidbom svakako je ugrožavanje morskih staništa, posebno onih najosjetljivijih koji su zaštićeni UNESCO-ovim programom svjetske morske baštine (*MWH*). Ugroze mogu nastati ispuštanjem balastnih i otpadnih voda, ispuštanjem stakleničkih plinova, ali i kontaktom s divljim životinjama. Stoga je iznimno važno da ta područja usvoje stroge konvencije i mjere zaštite da bi se morska staništa očuvala (Cervený i dr., 2020).

Objekt, cilj, hipoteze i metodologija istraživanja

Ovaj rad donosi rezultate istraživanja koje je za cilj imalo utvrditi profil, motivaciju, potrošnju i zadovoljstvo izletnika s kruzera koji su odabrali izlet u destinacije čija je atrakcijska osnova temeljena na zaštićenim prirodnim atrakcijama pri pristajanju njihova kruzera u Luku Gaženicu u Zadru. Poseban je cilj bio utvrditi zadovoljstvo izletima i elementima ponude destinacije te namjeru preporuke, odnosno povratka u odabranu destinaciju.

Da bi se utvrdilo zadovoljstvo turista s kruzera izletima u destinacije zaštićene prirodne baštine, provedeno je ispitivanje upotrebom polustrukturiranog upitnika kao mjernog instrumenta. Upitnik se sastojao od pitanja vezanih za osnovne demografske karakteristike ispitanika i navike putovanja, dijela o motivaciji za odabir izleta te u konačnici pitanja kojima se utvrđivala potrošnja i zadovoljstvo izletom, destinacijom i pojedinačnim elementima ponude destinacije. Za procjenu zadovoljstva odabranim izletom i destinacijom zaštićenih područja prirodne baštine koristila se skala od pet stupnjeva, gdje je – 2 najniža vrijednost koja označava potpuno nezadovoljstvo, a 2 označava iskaz iznimnog zadovoljstva, uz mogućnost da ispitanik iskaže nemogućnost procjene. Odabrana je skala koja se kreće od minus vrijednosti prema plus vrijednostima da bi se smanjio utjecaj kulturoloških razlika među ispitanicima (Chumney i Hayes, 2021). Samo zadovoljstvo posjetom nije nužno i uvjet preporuke ili povratka u destinaciju, što predstavlja cilj u upravljanju destinacijom. Ipak, zadovoljstvo je prediktor u odluci o povratku u destinaciju (Parola i dr., 2014). Stoga je u upitnik uključena nekompozitna skala s tri čestice koju su osmislili Lam i Hsu (2006), a koja ispituje turistovu želju za preporukom, povratkom u destinaciju nekad u budućnosti i povratak u destinaciju naredne godine. Ispitanik je imao mogućnost složiti se ili ne složiti se s pojedinom tvrdnjom te iskazati nemogućnost procjene odgovorom „ne znam“.

Za motive putovanja koristile su se odabrane čestice iz skale korištene u istraživanju *TOMAS* (Marušić i dr., 2018; Marušić i dr., 2020). Pitanje o potrošnji na izletu bilo je otvorenog tipa te, uz sva ograničenja istraživanja turističke potrošnje anketnim upitnicima (Raybould i Fredline, 2012; Antolini i Grassini, 2020), zbog relativno kratkog vremena od trenutka potrošnje do iskaza u upitniku te podatke možemo smatrati dostatno pouzdanima.

Ovim se istraživanjem htjelo utvrditi koji su najčešći motivi odabira izleta u zaštićena područja prirode. Nadalje, htjela se utvrditi prosječna potrošnja turista na samom izletu (bez cijene izleta koju su turisti platili na samom kruceru). U konačnici, htjela se testirati hipoteza o postojanju povezanosti između motivacije turista i njihove želje za preporukom i povratkom u destinaciju te povezanosti između odabranog izleta i želje za preporukom i povratkom u destinaciju.

Istraživanje je provedeno u dva intervala: od srpnja do listopada 2019. godine te od kolovoza do studenog 2023. godine. U sezonama 2020., 2021. i 2022. godine istraživanje nije provedeno zbog negativnih učinaka koje je pandemijska kriza imala na ukupni krizing-turizam (Renaud, 2020; Ajagunna i dr., 2022; Liu i Xi, 2023).

Za mjesto istraživanja odabrani su izletnički autobusi tijekom povratka s izleta, kada su ispitanici imali dovoljno slobodnog vremena za sudjelovanje. Upitnik je radi lakšeg razumijevanja ponuđen na engleskom, njemačkom, francuskom, talijanskom i španjolskom jeziku, koji ujedno predstavljaju i službene jezike zemalja iz kojih dolazi najveći broj turista na krucere. U istraživanje su bili uključeni samo oni ispitanici koji su na dan provođenja anketiranja imali više od 18 godina.

Ovo istraživanje predstavlja dio većeg istraživanja o profilu, ponašanju i stavovima gostiju s krucera pristiglih u Luku Gaženicu u Zadru. Ukupno je u istraživanju 2019. godine sudjelovalo 1315 ispitanika, od kojih je 465 odabralo izlete izvan stare gradske jezgre Zadra, od toga je 275 (20,91 %) odabralo izlete u zaštićena područja prirode te oni predstavljaju prigodni uzorak za potrebe ovog rada. U 2023. godini u istraživanju je ukupno sudjelovalo 930 ispitanika, pri čemu su 428 anketa ispunili turisti koji su bili na izletima izvan Zadra, a od toga su 307 (33 %) upitnika popunili turisti s krucera koji su odabrali izlete u zaštićena područja prirode i koji predstavljaju prigodan uzorak za potrebe ovog rada.

Temeljno ograničenje istraživanja bilo je u tome što jedan dio kompanija koje su zadužene za organizaciju izleta i jedan dio krizing-kompanija nije htio sudjelovati u istraživanju, stoga u uzorku nije obuhvaćena populacija svih krizing-kompanija koje su pristajale u Luku Gaženicu. Taj problem nalazi se i u drugim istraživanjima krizing-turizma kao što je ono Andriotisa i Agiomirgianakisa (2010). Zbog tog ograničenja dolazi i do nesrazmjera ispitanika po pojedinim izletima, čime je otežana usporedba i testiranje podataka. Dodatno je ograničenje kasni početak provedbe istraživanja u 2023. godini zbog čega je period predsezone ostao neobuhvaćen.

Rezultati istraživanja

Istraživanjem je utvrđeno da su u ponudi za kruzerske turiste Luke Gaženice u vrijeme istraživanja bili dostupni izleti u: NP *Plitvička jezera*, koji se nalazi pod zaštitom UNESCO-a, NP *Krka*, NP *Paklenica*, zatim izlet koji je uključivao PP *Velebit* i značajan krajobraz kanjona rijeke Zrmanje, dok je 2019. godine u ponudi bio i izlet koji je uključivao fotosafari u PP *Velebit*. U Tablici 1 prikazan je udio ispitanika s obzirom na odabrani izlet, starosnu dob i zemlju podrijetla.

Tablica 1. Opis uzorka ispitanika

	Godina	
	2019.	2023.
Odabrani izlet		
NP <i>Krka</i>	48 %	69 %
NP <i>Paklenica</i>	5 %	6 %
NP <i>Plitvička jezera</i>	4 %	8 %
PP <i>Velebit</i>	17 %	0 %
kanjon Zrmanje	26 %	0 %
Stopama Winnetoua – kanjon Zrmanje	0 %	18 %
Dob ispitanika		
18 – 25	12 %	5 %
26 – 35	18 %	14 %
36 – 45	17 %	11 %
46 – 55	30 %	24 %
56 – 65	14 %	27 %
> 66	9 %	18 %
Zemlja podrijetla		
Njemačka	67 %	53 %
Ujedinjeno Kraljevstvo	5 %	32 %
Sjedinjene Američke Države	10 %	7 %
Australija	1 %	2 %
Austrija	3 %	1 %
Španjolska	1 %	3 %
drugi	13 %	3 %

Izvor: obrada autora

Vidljivo je da se većina turista koji su odabrali izlet u zaštićena područja prirode odlučila za posjet NP *Krka*, dok je mali udio izleta u NP *Plitvička jezera* i NP *Paklenica*. Više od polovine ispitanika iz Njemačke je, što je i očekivano s obzirom na tržište kruzring-kompanija koje pristaju u Luci Gaženici. Najveći je udio ispitanika u dobi od 46 do 65 godina. U 2019. vidljiv je relativno visok udio ispitanika od 18 do 25 godina, dok je u 2023. godini njihov udio relativno nizak, a raste udio starijih od 66 godina.

Istraživanje je pokazalo da su ispitanici većinom iskusni putnici na kruzerima, ali je njihova upoznatost s Hrvatskom, a posebice sa Zadrom, iznimno niska.

Tablica 2. Iskustvo ispitanika na putovanjima kruzerom s destinacijom

	Godina	
	2019.	2023.
Broj ostvarenih putovanja kruzerom		
1	25 %	26 %
2 – 4	42 %	35 %
5 – 10	21 %	24 %
>11	12 %	15 %
Broj boravaka u Hrvatskoj		
1	66 %	62 %
2	18 %	23 %
3 i više puta	17 %	15 %
Broj boravaka u Zadru		
1	90 %	94 %
2	8 %	5 %
3 i više puta	2 %	1 %

Izvor: obrada autora

Kod razloga odabira izleta bio je ponuđen popis vanjskih faktora koji su mogli izazvati odluku o kupnji izleta: blizina odredišta, cijene odabranog izleta, netko je drugi birao, atraktivnost izleta i preporuka rodbine i prijatelja. Utvrđeno je da niska cijena izleta nije doprinosila njegovu odabiru jer je zbog motiva „to je bio najjeftiniji izlet“ u obje promatrane godine samo po jedan ispitanik tako odabrao izlet. Najčešći odgovor u skupini vanjskih čimbenika bila je „atraktivnost izleta“ (76 %), potom „preporuka rodbine i prijatelja“ (15 %). U okviru intrinzičnih motiva ispitanici su mogli odabrati do tri motiva za odabir putovanja. Očekivano je najčešći motiv bila „očuvana priroda“ koju je odabralo čak 61,51 % svih ispitanih, a potom „nova iskustva i doživljaji“ koju je odbralo 40,89 % ispitanih. Zanimljivo je istaknuti da je u promatranim izletima motivacija „posjeta muzeju“ bila iznimno niska, dok je samo 5 ispitanika (0,5 %) označilo uživanje u jelu i piću kao motiv odabira izleta. Više od petine ispitanika (21,65 %) iskazalo je motiviranost pri izboru izleta željom da osjete autohtonost destinacije, dok je njih 23,02 % reklo da ih je motiviralo razgledanje kulturno-povijesne baštine. Zanimljivo je da je 15,64 % ispitanika iskazalo da ih motivira činjenica da je to područje pod zaštitom UNESCO-a, a od zaštićenih područja samo je Nacionalni park *Plitvička jezera* pod UNESCO-ovom zaštitom. Posjet plažama i plivanje motiviralo je 8,59 % ispitanika. U okviru dviju ispitivanih godina došlo je i do promjene ranga u

motivacijama za odabir izleta pa su 2019. godine tri najčešće istaknuta motiva bila: nova iskustva i doživljaji, ljepota prirode i osjećanje atmosfere destinacije. U 2023. godini najčešće istaknuti motivi bili su: ljepota prirode, nova iskustva i doživljaji te razgledanje kulturno-povijesne baštine.

Prosječna potrošnja po turistu u 2019. godini iznosila je 16,74 €, s tim da je najmanju potrošnju ostvario izlet u NP *Plitvička jezera* (0,33 €), a najveću izlet u kanjon rijeke Zrmanje (25,83 €). Gotovo 58,36 % ispitanika iskazalo je da nije potrošilo ništa za vrijeme trajanja izleta. U 2023. godini prosječna potrošnja iznosila je 9,36 €, s tim da je najmanja potrošnja ostvarena u NP *Paklenica* (2,77 €), potom u NP *Plitvice* (4,73 €). Najveću potrošnju i 2024. godine bilježi izlet koji obuhvaća kanjon rijeke Zrmanje (10,37 €). Ukupno 48,18 % ispitanika nije potrošilo ništa za vrijeme trajanja odabranog izleta. Prema strukturi troška turisti su najčešće trošili u suvenirnicama i *café*-barovima.

Turisti iskazuju zadovoljstvo odabranim izletima. Na skali od -2, što prikazuje izrazito nezadovoljstvo, do 2, što pokazuje izrazito zadovoljstvo, prosječno su u 2019. (1,513) i u 2023. godini (1,545) turisti bili izrazito zadovoljni.

Tablica 3. Ocjena zadovoljstva odabranim izletom

	Ocjena zadovoljstva izletima	
Izlet	2019.	2023.
NP <i>Krka</i>	1,410	1,465
NP <i>Paklenica</i>	1,462	1,706
NP <i>Plitvička jezera</i>	1,333	1,900
PP <i>Velebit</i>	1,872	-
Stopama Winnetoua – kanjon Zrmanje	1,500	1,673
Prosječno zadovoljstvo	1,513	1,545

Izvor: obrada autora

Ocjena zadovoljstva raste s iskustvom putnika, a najmanje su zadovoljni putnici koji su već dva do četiri puta bili na putovanjima kruzera. Ovdje je potrebno naglasiti da je zadovoljstvo posjećenom destinacijom veće od zadovoljstva izletom te je u 2023. godini ocijenjeno iznimno visokom ocjenom: 1,819. U upitniku koji je primijenjen u 2023. godini zadovoljstvo je ispitano i dodatnim česticama koje su turisti ocjenjivali na istoj skali zadovoljstva da bi se utvrdilo koji elementi snižavaju, a koji povećavaju zadovoljstvo određenim izletom. Utvrđeno je da je najmanje zadovoljstvo gužvom (0,13) i gastronomskom ponudom (0,31). Najveće zadovoljstvo turisti su iskazali ljepotom prirode (1,795), čistoćom destinacije (1,476) i općom sigurnošću (1,422). S obzirom na izlete, najmanje zadovoljstvo iskazano je gužvom u NP *Krka* (-0,242), što je ujedno i jedina negativna ocjena elemenata pojedinih izleta.

Zadovoljstvo kao takvo ne označava nužno angažiranost turista, bilo u preporuci bilo u povratku u destinaciju. Stoga je ispitana želja za preporukom i povratkom u destinaciju. Prosječno kroz obje godine svojim prijateljima i rodbini ovaj izlet/destinaciju preporučilo bi 82,5 % ispitanika, dok je svega 3,9 % ispitanika ne bi preporučilo. Onih koji nisu sigurni bi li dali preporuku bilo je 13,6 %. Uvidom u podatke utvrđeno je da postoje razlike u želji za preporukom između ispitanika u različitim godinama ispitivanja. Istodobno je utvrđeno da ne postoji statistički značajna povezanost između želje za preporukom i destinacijom koju su posjetili ispitanici na izletu ($H = 9,424$, $df = 8$, $p = 0,307$) kao ni povezanost želje za preporukom i iskustva ispitanika promatranog kroz broj sudjelovanja na putovanjima kruzerom ($H = 7,484$, $df = 6$, $p = 0,278$). Utvrđeno je postojanje statistički značajne povezanosti želje za preporukom i intrinzičnog motiva „lijepe prirode“ pri odabiru izleta ($H = 31,328$, $df = 2$, $p < 0,000$), dok ne postoji povezanost između drugih intrinzičnih motiva i želje za preporukama. Također, nije uočena statistički značajna povezanost između želje za preporukom i vanjskih motiva kao što su cijena, blizina ili atraktivnost.

Osim preporuke još je važnija za destinaciju želja za povratkom. Želju za povratkom u destinaciju nekad u budućnosti iskazalo je 50,8 % ispitanika u obje promatrane godine. Značajno viši udio turista u 2019. godini iskazao je želju za povratkom (60,8 %) u odnosu na 2023. godinu (41,7 %). Ukupno 11,7 % ispitanika ne bi nikad više posjetilo odabranu destinaciju. Značajno manju želju za povratkom imaju ispitanici 2023. godine (16,55 %) u odnosu na one 2019. godine (6,4 %), dok je neodlučnih bilo 37,5 %. Utvrđena je povezanost želje za povratkom i dobi ispitanika ($H = 50,523$, $df = 10$, $p < 0,000$). Svi ostali elementi kao što su motivacija (vanjska i unutarnja), iskustvo s putovanjem kruzerom ili s boravkom u Hrvatskoj i Zadru nisu statistički značajno povezani sa željom za povratkom u destinacijom.

Destinacije teže stvaranju lojalnih turista. Ispitanici su iskazali nisku razinu želje za povratkom u destinaciju naredne godine (5,4 %), čak 56 % ispitanika neće se sljedeće godine vratiti u destinaciju, dok je 38,6 % neodlučnih. Utvrđeno je postojanje povezanosti između želje za povratkom u destinaciju u narednoj godini s godinom kada su ispitanici sudjelovali u izletu ($H = 26,023$, $df = 2$, $p < 0,000$). K tome, utvrđena je povezanost između želje za povratkom u destinaciju u narednoj godini sa zemljom podrijetla ispitanika ($H = 24,742$, $df = 8$, $p = 0,002$). Nije utvrđena statistički značajna povezanost želje za povratkom u destinaciju naredne godine i bilo kojeg motiva putovanja.

Rasprava o rezultatima i zaključak

Luka Gaženica svoj brzi rast u prihvatu kruzera prije svega može zahvaliti dobrom geografskom smještaju i kvalitetnoj prometnoj mreži koja ju povezuje s velikim brojem atrakcija u njezinoj blizini. U ovom radu prikazani su rezultati ispitivanja profila, motiva i zadovoljstva turista na kruzerima s izletima u zaštićena područja prirodne baštine.

Uzrok malog udjela izletnika koji su posjetili NP *Plitvička jezera* leži prije svega u udaljenosti Luke Gaženice od same destinacije. Budući da je vrijeme boravka kruzera u destinaciji kratko (najčešće od 8 do 14 sati), neke kompanije ne nude taj izlet jer je organizacijski iznimno zahtjevan. To potvrđuje istraživanje Andriotisa i Agiomirgianakisa (2010) koji kratko zadržavanje kruzera u luci navode kao ograničavajući faktor posjeta nekih atrakcija u okolici Heraklionu u Grčkoj. Velika posjećenost izleta „Stopama Winnetoua – kanjon Zrmanje“ svoj uzrok može pronaći u popularnosti serijala filmova o indijanskom poglavici u Njemačkoj čiji su građani većinski konzumenti tog izleta. Izleti u NP *Paklenica* na relativno su niskoj razini. Pretpostavka je da je tomu tako zbog samog prostora i uspona koji je potrebno savladati, a koji zahtijeva određenu razinu fizičke aktivnosti.

Nalazi o dobnoj strukturi ispitanika potvrđuju rezultate istraživanja Bowen, Fidgeona i Pagea (2014) i Mancinija (2011) da je samo 20 % putnika na kruzerima starijih od 60 godina razbijajući time popularni mit da su krstarenja namijenjena turizmu treće životne dobi. Pokazalo se da su ispitanici iskusni s boravkom i plovidbom na kruzerima jer ih je 3/4 boravila na kruzerima više od dva puta, a gotovo 40 % njih je 2023. iskazalo da su na kruzerima boravili više od pet puta. Istovremeno više od 60 % ispitanika nije dotad bilo u Hrvatskoj, a svega 7 % njih je, koji su sudjelovali u istraživanju iz 2023. godine, nekad prije boravilo u Zadru (10 % 2019. godine). Ti rezultati gotovo u istom postotku potvrđuju nalaze Casado-Díaz i dr. (2021) kad je u pitanju boravak na kruzerima, dok su nalazi prethodnog boravka u destinaciji značajno lošiji za Zadar. Stoga je potrebno njihov boravak u destinaciji pri pristajanju kruzera iskoristiti da bi se promovirala ukupnost ponude destinacije i da bi ih se zainteresiralo za ponovni posjet.

Dok postoji cijeli niz radova o motiviranosti odabira putovanja i boravka na kruzeru motivacija odabira izleta u luci pristajanja iznimno je slabo istražena. Nalazi o motiviranosti očuvanim okolišem očekivani su s obzirom na to da se radi o izletima u zaštićena područja prirode i potvrđuju nalaze Ping (1999) i Lyu i dr. (2017). Zanimljiv je i podatak da su ispitanici odabrali motiviranost zaštitom UNESCO-a češće no što su odabirali izlet u Nacionalni park *Plitvička jezera*, koji je jedini hrvatski nacionalni park pod zaštitom UNESCO-a. U budućnosti je potrebno istražiti je li razlog tome pogrešno predstavljanje destinacije izleta ili neznanje ispitanika. Testiranjem hipoteze o povezanosti motiva odabira izleta i želje za preporukom utvrđeno je da postoji statistički značajna povezanost samo između želje za preporukom i intrinzičnog motiva „lijepe prirode“. Kod svih ostalih intrinzičnih motiva ne postoji statistički značajna povezanost sa željom za preporukom. Pri testiranju povezanosti želje za povratkom (nekad u budućnosti) i motivacije utvrđeno je da ne postoji statistički značajna povezanost ni jednog od vanjskih motiva kao što su atraktivnost izleta, blizina destinacije, preporuka rodbine i prijatelja sa željom za povratkom. Jednako tako nije utvrđena statistički značajna povezanost između želje za povratkom i svih ponuđenih

intrinzičnih motiva (ljepota prirode, razgledanje kulturno-povijesne baštine, plivanje / plaže, kupnja, uživanje u hrani i piću, nova iskustva i doživljaji, osjećanje atmosfere lokalnog odredišta, nešto drugo). Stoga je odbačena postavljena hipoteza.

U odnosu na ranije utvrđene potrošnje u različitim destinacijama (Henthorne, 2000; Marušić i dr., 2008; Maher, 2012; Lee i Lee, 2017; Domènech i dr., 2020), potrošnja izletnika s kruzera iz Luke Gaženice jest ispodprosječna. Iznimno niska potrošnja može biti uzrokovana i žurbom koja obilježava izlete, posebice onaj u NP *Plitvička jezera*, kako to sugeriraju Lyu i dr. (2017). Isto tako, može biti uzrokovana i nedostatkom ponude, ali i nemogućnošću unošenja određenih proizvoda na kruzera (Douglas i Douglas, 2004; Weaver, 2005). Iako se ispitanici nisu izjasnili da im je motiv odlaska na izlete bila kupnja, ipak je polovina njih obavila neki oblik kupnje što je u skladu s nalazima Andriotisa i Agiomirgianakisa (2010). Da bi se povećala potrošnja potrebno je unaprijediti i prilagoditi ponudu toj skupini turista. Istodobno je potrebno produžiti vrijeme boravka kruzera u luci jer se time otvaraju mogućnosti za organizaciju vremenski neograničavajućih izleta koji stvaraju veće zadovoljstvo turista. Nadalje, cijena izleta ne predstavlja glavni motiv pri donošenju odluke o izletu, nego se ključnima ističu atraktivnost izleta i preporuka rodbine i prijatelja.

Iskazano zadovoljstvo odabranim izletima poraslo je u 2023. godini u odnosu na 2019. te je ocijenjeno iznimno visokim ocjenama. Ta činjenica u skladu je s nalazima u istraživanju Parole i dr. (2014) koje također visokim ocjenama izražava zadovoljstva destinacijama koje su turisti s kruzera posjetili. S rastom iskustva konzumacije kruziranja putovanja rastu i ocjene zadovoljstva izletima u obje promatrane godine, pa se može zaključiti, sukladno Bakeru (2015), da je realna procjena zadovoljstva izletima na višoj razini od one stvarno nađene. Ipak, veća prosječna ocjena zadovoljstva destinacijom od prosječne ocjene konzumiranog izleta pretpostavlja postojanje prostora za daljnji rast kvalitete organizacije izleta. Zadovoljstvo izletima/destinacijama na iznimno je visokoj razini pa je sukladno tome i relativno visoka želja za preporukom. Nažalost, želja za povratkom u destinaciju značajno je niža, a povratak naredne godine iznimno je nizak što je u skladu s nalazima Marušić i dr. (2008) i Parole i dr. (2014). Stoga se preporučuje buduća istraživanja usmjeriti u ispitivanje razloga niske želje za povratkom.

Osjećaj gužve predstavlja jedan od važnih socioloških indikatora nosivosti kapaciteta, a ovim istraživanjem utvrđeno je nisko zadovoljstvo izletnika s kruzera gužvom u NP *Krka*. Pretpostavka je, u tom kontekstu, da je porast zadovoljstva izletom u NP *Plitvička jezera* u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu uvjetovan nizom mjera koje je taj nacionalni park uveo u proteklom razdoblju s ciljem smanjenja turističke opterećenosti prostora. Upravo je to ključni element upravljanja turističkim kretanjima u destinacijama, posebice u zaštićenim područjima prirode koja su izrazito osjetljiva kada je riječ o implementaciji načela održivog razvoja u budućem razvoju.

Literatura

- Ajagunna, I., Ilori, M. O., McLean, E. (2022). An analysis of post-pandemic scenarios: what are the prospects for the Caribbean cruise industry?, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14 (2), 91–98. <https://doi.org/10.1108/WHATT-12-2021-0159>
- Andriotis, K., Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise visitors' experience in a Mediterranean port of call, *International Journal of Tourism Research*, 12 (4), 390–404. <https://doi.org/10.1002/jtr.770>
- Antolini, F., Grassini, L. (2020). Methodological problems in the economic measurement of tourism: the need for new sources of information. *Quality & Quantity*, 54 (5-6), 1769–1780. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00962-x>
- Asero, V., Skonieczny, S. (2018). Cruise tourism and sustainability in the Mediterranean. Destination Venice, u: *Mobilities, Tourism and Travel Behavior – Contexts and Boundaries*, ur. L. Butowski, TechOpen limited: London, UK, 93–106. <https://doi.org/10.5772/intechopen.71459>
- Baker, D. M. A., Fulford, M. D. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend, *Tourism & Management Studies*, 12 (1), 74–85. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12108>
- Baker, D. M. A. (2015). Exploring cruise passengers' demographics, experience, and satisfaction with cruising the Western Caribbean, *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 1 (1), 23–31.
- Bertagna, S., Kouznetsov, I., Braidotti, L., Marinò, A., Bucci, V. (2023). A rational approach to the ecological transition in the cruise market: Technologies and design compromises for the fuel switch, *Journal of Marine Science and Engineering*, 11 (1), 67. <https://doi.org/10.3390/jmse11010067>
- Bowen, C., Fidgeon, P., Page, S. J. (2014). Maritime tourism and terrorism: Customer perceptions of the potential terrorist threat to cruise shipping, *Current issues in tourism*, 17 (7), 610–639. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.743973>
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives, *Sustainability*, 11 (12), 3303. <https://doi.org/10.3390/su11123303>
- Carić, H. (2016). Challenges and prospects of valuation – cruise ship pollution case, *Journal of Cleaner Production*, 111, 487–498. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.033>
- Carić, H. (2024). *Zagađenje s kruzera*. Poster. URL: https://www.researchgate.net/publication/378215588_2024_Caric_edu_poster_zagadenje_s_kruzera (1. lipnja 2024.).
- Casado-Díaz, A. B., Navarro-Ruiz, S., Nicolau, J. L., Ivars-Baidal, J. (2021). Expanding our understanding of cruise visitors' expenditure at destinations: The role of spatial patterns, onshore visit choice and cruise category, *Tourism Management*, 83, 104199. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104199>

- Cervený, L. K., Miller, A., Gende, S. (2020). Sustainable cruise tourism in marine world heritage sites, *Sustainability*, 12 (2), 611. <https://doi.org/10.3390/su12020611>
- Chen, J. M., Nijkamp, P. (2018). Itinerary planning: Modelling cruise lines' lengths of stay in ports, *International Journal of Hospitality Management*, 73, 55–63. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.005>
- Chikodzi, D., Nhamo, G., Dube, K. (2022). COVID-19 and the global cruise ship industry: potential recovery and reformation pathways, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, (55). <https://doi.org/10.12775/bgss-2022-0002>
- Chumney, F., Hayes, M. (2021). *The Definitive Series: Response Scales Across Countries Full Research Report*, ADP Research Institute URL: https://www.adpri.org/wp-content/uploads/2021/04/R0140_0421_v1_RSAC_ResearchReport.pdf
- Domènech, A., Gutiérrez, A., Anton Clavé, S. (2020). Cruise passengers' spatial behaviour and expenditure levels at destination, *Tourism Planning & Development*, 17 (1), 17–36. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1566169>
- Douglas, N., Douglas, N. (2004). Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports, *International Journal of Tourism Research*, 6 (4), 251–261. <https://doi.org/10.1002/jtr.486>
- Esteve-Perez, J., Garcia-Sanchez, A. (2015). Cruise market: Stakeholders and the role of ports and tourist hinterlands, *Marit Econ Logist*, 17, 371–388. <https://doi.org/10.1057/mel.2014.21>
- Friends of the Earth (2024). *The Cruise Industry's History of Environmental Violations*. URL: <https://foe.org/cruise-history-violations/> (1. lipnja 2024).
- Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?, *Ocean & coastal management*, 44 (9-10), 601–618. [https://doi.org/10.1016/S0964-5691\(01\)00071-0](https://doi.org/10.1016/S0964-5691(01)00071-0)
- Henthorne, T. L. (2000). An analysis of expenditures by cruise ship passengers in Jamaica, *Journal of Travel Research*, 38 (3), 246–250. <https://doi.org/10.1177/004728750003800306>
- Hsu, C. H., Li, M. (2017). Development of a cruise motivation scale for emerging markets in Asia, *International Journal of Tourism Research*, 19 (6), 682–692. <https://doi.org/10.1002/jtr.2140>
- IMO The International Maritime Organization (2024). International Convention for the Prevention of Pollution from Ships (MARPOL). URL: [https://www.imo.org/en/about/Conventions/Pages/International-Convention-for-the-Prevention-of-Pollution-from-Ships-\(MARPOL\).aspx](https://www.imo.org/en/about/Conventions/Pages/International-Convention-for-the-Prevention-of-Pollution-from-Ships-(MARPOL).aspx) (1. lipnja 2024).
- Ito, H., Hanaoka, S., Sugishita, K. (2023). Seasonality of the global cruise industry, *Maritime Transport Research*, 5, 100094. <https://doi.org/10.1016/j.martra.2023.100094>
- Jeon, J. W., Duru, O., Yeo, G. T. (2019). Cruise port centrality and spatial patterns of cruise shipping in the Asian market, *Maritime Policy & Management*, 46 (3), 257–276. <https://doi.org/10.1080/03088839.2019.1570370>

- Johannsdottir, L., Cook, D., Arruda, G. M. (2021). Systemic risk of cruise ship incidents from an Arctic and insurance perspective, *Elementa: Science of the Anthropocene*, 9 (1), 00009. <https://doi.org/10.1525/elementa.2020.00009>
- Johnson, D. (2006). Providing Ecotourism Excursions for Cruise Passengers, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1), 43–54. <https://doi.org/10.1080/09669580608668590>
- Kotrikla, A. M., Zavantias, A., Kaloupi, M. (2021). Waste generation and management onboard a cruise ship: A case study, *Ocean & Coastal Management*, 212, 105850. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2021.1058>
- Lam, T., Hsu, H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination, *Tourism Management*, 27, 589–599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Lau, Y-Y., Yip, T. L. (2020). The Asia cruise tourism industry: Current trend and future outlook, *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36 (4), 202–213. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2020.03.003>
- Lee, G., Lee, M. K. (2017). Estimation of the shore excursion expenditure function during cruise tourism in Korea, *Maritime Policy & Management*, 44 (4), 524–535. <https://doi.org/10.1080/03088839.2017.1298866>
- Lekakou, M., Pallis, A., Vaggelas, G. (2009). Which homeport in Europe: the cruise industry's selection criteria, *Tourismos*, 4 (4), 215–240. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v4i4.148>
- Lin, L. Y., Tsai, C. C., Lee, J. Y. (2022). A study on the trends of the global cruise tourism industry, sustainable development, and the impacts of the COVID-19 pandemic, *Sustainability*, 14 (11), 6890. <https://doi.org/10.3390/su14116890>
- Liu, J., Xi, Y. (2023). Cruise subsidy strategies in the post COVID-19 era: Refund risk, low-price dilemma, *Ocean & Coastal Management*, 244, 106783. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2023.106783>
- Lloret, J., Carreño, A., Carić, H., San, J., Fleming, L. E. (2021). Environmental and human health impacts of cruise tourism: A review, *Marine pollution bulletin*, 173, 112979. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112979>
- Lučka uprava Zadar (a) (2024). *Statistike i izvještaji*. URL: <https://www.port-authority-zadar.hr/centar-za-korisnike/statistike/> (17. siječnja 2024.).
- Lučka uprava Zadar (b) (2024): *Kružna putovanja – najave*. <https://www.port-authority-zadar.hr/centar-za-korisnike/ticanja-brodova-na-kruznim-putovanjima/> (17. siječnja 2024.).
- Lyu, J., Hu, L., Hung, K., Mao, Z. (2017). Assessing servicescape of cruise tourism: the perception of Chinese tourists, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (10), 2556–2572. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2016-0216>

- MacNeill, T., Wozniak, D. (2018). The economic, social, and environmental impacts of cruise tourism, *Tourism Management*, 66, 387–404. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.002>
- Maher, P. T. (2012). Expedition cruise visits to protected areas in the Canadian Arctic: Issues of sustainability and change for an emerging market, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 60 (1), 55–70. URL: <https://hrcak.srce.hr/80773> (12. prosinca 2023.).
- Mancini, M. (2011). *The CLIA guide to the cruise industry*. New York, NY: Delmar Cengage Learning.
- Marquez, J. R., Eagles, P. F. (2007). Working towards policy creation for cruise ship tourism in parks and protected areas of Nunavut, *Tourism in Marine Environments*, 4 (2-3), 85–96. <https://doi.org/10.3727/154427307784772002>
- Marušić, Z., Čorak, S., Ivandič, N., Beroš, I. i Ambrušec, M. (2020). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: TOMAS Hrvatska 2019*. Zagreb: Institut za turizam. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:263:134988>
- Marušić, Z., Čorak, S., Sever, I. (2018). *TOMAS Ljeto 2017. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*. Zagreb: Ministarstvo turizma RH, Institut za turizam. Preuzeto s <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf>
- Marušić, Z., Horak, S., Tomljenović, R. (2008). The socioeconomic impacts of cruise tourism: A case study of Croatian destinations, *Tourism in Marine Environments*, 5 (2-3), 131–144. <https://doi.org/10.3727/154427308787716767>
- Nedelcu, A., Popescu, G., Cioaca, A. (2015). Current diversity of cruise tourism, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 8 (1), 27–42. <https://journaltct.files.wordpress.com/2008/11/jtct-vol-8-1-cruise-tourism.pdf>
- Papathanassis, A. (2017). Cruise tourism management: state of the art, *Tourism Review*, 72 (1), 104–119. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2017-0003>
- Parola, F., Satta, G., Penco, L., Persico, L. (2014). Destination satisfaction and cruiser behaviour: The moderating effect of excursion package, *Research in Transportation Business & Management*, 13, 53–64. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2014.11.001>
- Pavlić, I. (2013). Cruise tourism demand forecasting-the case of Dubrovnik, *Tourism and hospitality management*, 19 (1), 125–142. <https://doi.org/10.20867/thm.19.1.9>
- Perdiguero, J., Sanz, A. (2020). Cruise activity and pollution: The case of Barcelona, *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 78, 102181. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2019.11.010>
- Peručić, D., Greblički, M. (2022). Key factors driving the demand for cruising and challenges facing the cruise industry in the future, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70 (1), 87–100. <https://doi.org/10.37741/t.70.1.6>

- Poplawski, K., Setton, E., McEwen, B., Hrebennyk, D., Graham, M., Keller, P. (2011). Impact of cruise ship emissions in Victoria, BC, Canada, *Atmospheric Environment*, 45 (4), 824–833. <https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2010.11.029>
- Olsen, J., Carter, N. A., Dawson, J., Coetzee, W. (2019). Community perspectives on the environmental impacts of Arctic shipping: Case studies from Russia, Norway and Canada, *Cogent Social Sciences*, 5 (1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1609189>
- Qu, H., Ping, E. W. Y. (1999). A Service Performance Model of Hong Kong Cruise Travelers' Motivation Factors and Satisfaction, *Tourism Management*, 20, 237–244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00073-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00073-9)
- Raybould, M., Fredline, L. (2012). An investigation of measurement error in visitor expenditure surveys, *International journal of event and festival management*, 3 (2), 201–211. <https://doi.org/10.1108/17582951211229735>
- Ren, C., James, L., Pashkevich, A., Hoarau-Heemstra, H. (2021). Cruise trouble. A practice-based approach to studying Arctic cruise tourism, *Tourism Management Perspectives*, 40, 100901. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100901>
- Renaud, L. (2020). Reconsidering global mobility–distancing from mass cruise tourism in the aftermath of COVID-19, *Tourism Geographies*, 22 (3), 679–689. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762116>
- Rodrigue, J. P., Notteboom, T. (2012). The geography of cruise shipping: itineraries capacity deployment and ports of call, u: *Asian Logistics Round Table 2012 Conference (ALRT 2012)*, University of British Columbia (UBC), Vancouver, 1–20. URL: ALRT 2012
- Rodrigue, J. P., Notteboom, T. (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations, *Applied Geography*, 38, 31–42. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.11.011>
- Ross, E. L. D., Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction, *Annals of tourism research*, 18 (2), 226–237. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90006-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90006-W)
- Sanches, V. L., Aguiar, M. R. da C. M., de Freitas, M. A. V., Pacheco, E. B. A. V. (2019). Management of cruise ship-generated solid waste: A review, *Marine Pollution Bulletin*, 110785. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2019.110785>
- Shani, A., Wang, Y., Hutchinson, J., Lai, F. (2010). Applying expenditure-based segmentation on special-interest tourists: The case of golf travelers, *Journal of Travel Research*, 49 (3), 337–350. <https://doi.org/10.1177/0047287509346852>
- Slišković, M., Ukić Boljat, H., Jelaska, I., Jelić Mrčelić, G. (2018). Review of generated waste from cruisers: Dubrovnik, Split, and Zadar Port Case studies, *Resources*, 7 (4), 72. <https://doi.org/10.3390/resources7040072>

- Syriopoulos, T., Tsatsaronis, M., Gorila, M. (2022). The global cruise industry: Financial performance evaluation, *Research in Transportation Business & Management*, 45, 100558. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100558>
- Sun, X., Kwortnik, R., Xu, M., Lau, Y., Ni, R. (2021). Shore excursions of cruise destinations: Product categories, resource allocation, and regional differentiation, *Journal of Destination Marketing & Management*, 22, 100660. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100660>
- Špoljarić, T. (2020). The Negative Impact of the Cruising Industry on the Environment, *Pomorski zbornik*, 59 (1), 85–94. <https://doi.org/18048/2020.59.05>.
- Weaver, A. (2005). Spaces of containment and revenue capture: 'super-sized' cruise ships as mobile tourism enclaves, *Tourism geographies*, 7 (2), 165–184. <https://doi.org/10.1080/14616680500072398>
- Wild, P., Dearing, J. (2000). Development of and prospects for cruising in Europe, *Maritime Policy & Management*, 27 (4), 315–333. <https://doi.org/10.1080/030888300416522>

SATISFACTION OF CRUISE TOURISTS WITH EXCURSIONS TO PROTECTED NATURAL HERITAGE AREAS

Abstract

Cruise tourism in the Mediterranean area is developing rapidly. Today, the Mediterranean, along with the Caribbean, represents the largest cruise tourism market. Cruise destinations are usually urban areas that are rich in cultural heritage and thus attract a large number of tourists. Today's cruise ships can simultaneously accommodate more than 6,000 passengers. A large number of cruise ships often dock at one port in the same city, which creates a significant environmental and sociocultural burden in addition to the tourists already located in that area. Therefore, some cruise destinations have opted to implement a policy of dispersing excursions to other destinations in relative proximity, thus reducing the pressure on the primary cruise destination. Excursions are most often directed towards nearby destinations that are rich in cultural and/or natural resources and/or offer some special experience.

In this paper, the cruise tourism in the Gaženica Port in Zadar was taken as an example to analyse the desirability of visiting nature protected areas in the vicinity, the motivation for choosing these excursions and the actual consumption during the excursion. The paper also presents the results of a survey of satisfaction with selected excursions. The survey was conducted on 582 tourists who chose excursions to nature protected areas (Krka National Park, Plitvička jezera National Park, Paklenica National Park, Velebit National Park, Zrmanja River Canyon) during 2019 and 2023.

It was found that tourists were mostly between 46 and 55 years of age, and more than half of them chose an excursion to the Krka National Park. Most of the respondents were experienced cruise tourists, who did not have significant previous experience with Croatia and Zadar. Tourists were mostly motivated by the beauty of the environment when choosing an excursion. They expressed great satisfaction with excursions and visited destinations, and 82.5% of them were ready to recommend the destination, but their desire to return was extremely low.

Keywords: *cruise tourism, excursions, satisfaction, motivation, tourist consumption, protected nature areas*

