

ZNAČAJ GRADA DUBROVNIKA U REGIONALNOM TURISTIČKOM RAZVOJU NA POČETKU 21. STOLJEĆA

THE RELEVANCE OF THE CITY OF DUBROVNIK IN REGIONAL TOURISTIC DEVELOPMENT AT THE BEGGINING OF 21st CENTURY

DASEN JASPRICA

Hrvatski zavoda za zapošljavanje, Područna služba Dubrovnik
dasen.jasprica@hzz.hr

Sažetak: Grad Dubrovnik osnovni je pokretač razvoja turizma u Dubrovačko - neretvanskoj Županiji (u daljnjem tekstu: DNŽ). S tim u vezi, otvaraju se pitanja njegove specifičnosti. Danas na početku 21. stoljeća Dubrovnik se u regionalnom smislu razvija na dvije razine: mikro regionalno - unutar DNŽ i makro regionalno - unutar Mediterana. Turizam Dubrovnika unutar DNŽ sve više se diferencira. Udio Dubrovnika u turističkom prometu raste, dok je u DNŽ danas u stagnaciji. Unutar Mediterana položaj Dubrovnika postaje sve važniji. U posljednjih dvadeset godina došlo je do specijalizacije turističkih gradova u Hrvatskoj. Od ukupno 117 gradova u Hrvatskoj 17 su turistički. Prilagodavajući se turističkoj potražnji, Dubrovnik se razvio u snažnu kruzing destinaciju. S obzirom na to, danas na početku 21. stoljeća Dubrovnik se razvija u dva smjera i to kao boravišna i kruzing destinacija. Boravišna destinacija osnova je razvoja turizma u Dubrovniku. Suvremeni rast turizma Dubrovnika se razvija od sredine šezdesetih godina dvadesetog stoljeća u kontinuitetu, a kruzing turizam od početka 21. stoljeća. Od 2002. broj turista je veći s brodova s kružnih putovanja. Tako se danas Dubrovnik turistički komplementarno razvija u dva pravca. S obzirom na to, izvršena je usporedba ove dvije kategorija turista te istraženo zadovoljstva boravišnih i zadovoljstvo kruzing turista. Postojeća demografska slika u širem i stanje ljudskih resursa u turizmu u užem smislu, postaju sve značajniji limitirajući faktori budućeg razvoja dubrovačke turističke destinacije.

Ključne riječi: urbani turizam, ljudski resursi, Dubrovnik, Mediteran.

Abstract

The city of Dubrovnik is the main initiator of tourism in the Dubrovnik-Neretva County (further on: DNC). In this regard, many questions about its specificity are raised. Today, at the beginning of the 21st century, Dubrovnik is regionally developing on two levels: micro-regionally – inside of the DNC, and macro-regionally – in the Mediterranean. Dubrovnik tourism within the DNC is becoming more differentiated. The share of Dubrovnik in the touristic business is rising, while in DNC is stagnating. The position of Dubrovnik within the Mediterranean is becoming more important. Touristic cities in Croatia have become more specialized in the last twenty years. Out of 117 cities in Croatia, 17 are touristic. Adopting to the touristic demand, Dubrovnik has developed into a strong cruise ship destination. Thus, today, at the beginning of 21st century, Dubrovnik is developing in two directions: as an overnight and a cruising destination. Being an overnight destination is basic for the development of tourism in Dubrovnik. Modern rise of tourism in Dubrovnik has been developing from the mild sixties in 20th century, and that of the cruising tourism from the beginning of 21st century. Since the year 2002, the number of tourists from the cruise ships is increasing. Therefore, today, Dubrovnik is developing complementarily in two directions. Having that in mind, we compared the satisfaction of these two categories of tourists, overnight tourists and cruise ships tourists. Current demographic structure in the wider, and the human resources situation in a more specific sense, are becoming more relevant as limiting factors of the future development of Dubrovnik as touristic destination.

Key Words: Urban tourism, human resources, Dubrovnik, Mediterranean.

1. Uvod

Grad Dubrovnik se promatra kao nositelj turističkog razvoja šire regije, odnosno Dubrovačko-neretvanske županije kao najjužnije županije u Republici Hrvatskoj. Turistički razvoj Dubrovnika u posljednje vrijeme doživljava značajne promjene, a po obilježjima svog razvojnog puta postaje poseban i diferencira se od drugih turističkih središta kako u DNŽ, tako i onih izvan nje. Posebnosti se očituju prije svega u tome što se Dubrovnik danas istovremeno razvija u dva smjera i to kao boravišna i kruzing destinacija. Udio turista koji na dubrovačko područje dolaze brodovima na kružnim putovanjima Mediteranom sve je veći i u posljednje dvije godine doseže brojku veću od jednog milijuna putnika. Interesi i preferencije ovih putnika su značajno drugačije i potrebno im se ubrzano prilagođavati kompletnu turističku uslugu, kako bi njihovo zadovoljstvo boravkom u destinaciji bilo još veće, a tim i pozicija Dubrovnika na turističkoj karti Mediterana još jača i uvjerljivija. Osiguranje dostatnih i kvalitetnih ljudskih resursa koji će ostvarivati zahtjevne zadaće budućeg razvoja ove destinacije predstavljaju poseban problem, ali istovremeno i izazov za kreatora nove razvojne strategije dubrovačkog turizma.

2. Položaj Dubrovnika u funkcionalnoj organizaciji gradova Hrvatske

Sagledavanjem funkcionalnog razvoja gradova uočava se da je došlo do snažne diferencijacije u urbanom sistemu Hrvatske. U istraživanjima funkcionalne organizacije Hrvatske pojam gradskih funkcija poistovjećuje se s pojmom gradskih djelatnosti. U gradovima postoji spektar djelatnosti putem kojih grad ostvaruje osnovne funkcije. Kad se govori o gradskim funkcijama i funkcionalnim klasifikacijama, najčešće se ističe složenost funkcionalne strukture grada. Tako je prihvaćena klasifikacija gradova prema funkcionalnoj organizaciji u osam kategorija (tabela 1). Istraživanje gradova Hrvatske izvršeno je prema stupnju intenziteta funkcionalne usmjerenosti u pojedinim djelatnostima. Prema tipu usmjerenja oni se svrstavaju u tri kategorije (Vresk 1996): a) gradovi bez usmjerenja, b) gradovi umjerenog usmjerenja i c) gradovi jačeg usmjerenja. Prema tipovima gradova u 1991. godini 14,5% ili svaki šesti grad u Hrvatskoj pripada gradu čija je turistička djelatnost najvažnija za njegov razvoj. Međutim, funkcionalna struktura ne ovisi samo o veličini gradova, već i o njihovom regionalnom položaju i funkciji u urbanom sistemu.

Tabela 1. Tipovi gradova Hrvatske prema funkcijama

Tip grada	Broj gradova	
	Ukupno	%.
industrijski	17	14,3
turistički	17	14,5
prometni	8	6,8
upravni	7	6,0
uslužni	23	28,2
zdravstveni	7	6,0
primarne proizv.	9	7,7
bez usmjerenja	19	16,2
Ukupno	117	100,0

Izvor: Vresk, 1996.

Promjena geoprometnog položaja Hrvatske nakon 1991. odrazila se na izmjenu funkcija gradova. Veći broj gradova dobio je karakter graničnog grada. Tako je i Dubrovnik postao granični grad. Tako se turistički razvoj Dubrovnika na početku 21. stoljeća nastavlja u drugim geoprometnim uvjetima i sa novim regionalnim izazovima. Od početka 20. stoljeća evropski turistički urbani sistem se razvio iz socijalne diferencijacije društva, dok se dubrovački urbani turizam u prvoj polovini 20. stoljeća razvijao unutar Jugoslavije i Hrvatske, a danas unutar započetih evropskih integracijskih procesa i regionalnog turističkog razvoja Hrvatske. To je dinamički proces koji se kontinuirano usklađivao s nastalim promjenama. Sličan trend demografskog razvoja kao Dubrovnik imaju obalni gradovi Pula, Rijeka i Šibenik. Međutim, dalmatinski gradovi Split i Zadar bilježe rast iznad prosjeka gradskog stanovništva Hrvatske (Klemić, Bogdan, Podgorelec, 2009). Isto tako, u posljednjem desetljeću 20. stoljeća došlo je do znatnih promjena u razvoju evropskih gradova. Stope rasta stanovništva u evropskim gradovima višestruko su više od stopa rasta u Dubrovniku (Cincotta, Engelman, Anastasion 2003; Bosker, Marlet 2007).

Turistički promet u Dubrovniku prije 1991. bio je intenzivan. Iako je prije 1991. bila znatno drugačija teritorijalna regionalna organizacija nego danas, može se usporediti turistički promet grada Dubrovnika, dok Dubrovačko-neretvanske županije nije usporediv. Karakteristike razvoja turizma i položaj Dubrovnika u Dubrovačko - neretvanskoj županije je slijedeći:

- stopa rasta turističkog prometa je u Dubrovniku pozitivna,

- u razdoblju 2007-2010. dolazi do pada broja turističkih dolazaka,
- udio Dubrovnik je oko 58%, a s prigradskim područjem oko 70%,
- prosječno zadržavanje turista u Dubrovniku i u Županije se smanjuje.

Najveći turistički promet u gradu Dubrovniku ostvaren je 1986. Tada je u Dubrovniku bora-

vilo 860 tisuća turista. Tako da turistički promet u 2010. još uvijek nije ostvaren u odnosu prema ranije dostignutim prometom iz osamdesetih godina 20. stoljeća. Zbog društvenih i političkih promjena uzrokovanih osamostaljenjem Republike Hrvatske, od 1991. došlo je do stagnacije turističkog razvoja. Zbog toga je turistički promet u Dubrovniku prikazan od 2000, kada je došlo do "povratka" turizma u gradu Dubrovniku.

Tabela 2. Kretanje turističkog prometa u Dubrovniku u razdoblju 2000-2010 (u 000)

Godina	DN županija		Grad Dubrovnik		Kruzeri	Br. dana zadržavanja	
	broj	noćenja	broj	noćenja		DNŽ	Grad
2000	506	2.839	216	954	127	5,6	4,4
2001	563	3.129	245	1.095	205	5,6	4,5
2002	397	3.260	249	1.101	264	8,2	4,4
2003	697	3.657	309	1.322	395	5,2	4,3
2004	797	3.944	379	1.578	457	4,9	4,2
2005	909	4.478	462	1.923	510	4,9	4,2
2006	928	4.383	470	1.785	603	4,7	3,8
2007	978	4.414	501	1.790	678	4,5	3,6
2008	969	4.453	509	1.791	890	4,6	3,5
2009	957	4.324	520	1.863	846	4,5	3,6
2010	982	4.538	567	2.038	1.025	4,6	3,6

Izvor: DSZ - Statistički izvještaji, Zagreb, 2000.-2010.

3. Položaj kruzing turizma Dubrovnik na Mediteranu

Razvoj kruzing turizma otpočeo je 70-tih godina 20. stoljeća u Sjevernoj Americi. Mediteran kao regija uključila se kasnije, a od 1990. se intenzivno razvija. Prednosti Mediterana kao regije za pomorska krstarenja, u odnosu na druga područja su brojne. To je jedna od rijetkih regija gdje putnik tijekom krstarenja može u kratkom vremenu posjetiti veliki broj zemalja i upoznati se s različitim kulturama. To je regija budućnosti (EUROMED, 2005). Rast potražnje za krstarenjima Mediteranom bilježi sa svih svjetskih tržišta, posebice s europskog, što utječe na turistička kretanja u regiji. U razdoblju 1993-2010. potražnja za krstarenjima na Mediteranu je porasla za oko osam puta, s 3,6 milijuna na 29,6 milijuna putnika. Mediteran je glavna europska i druga svjetska regija krstarenja u svijetu. To je regija koja nudi veliku kulturnu i prirodnu raznolikost na relativno malom prostoru. Rast potražnje za krstarenjima s europskih tržišta usko je povezan s razvojem Mediterana kao regije krstarenja, jer se putnici pretežno odlučuju krstariti područjima bližim mjestima njihovog stalnog boravka.

Tržište pomorskih krstarenja u Europi permanentno raste. Prema predviđanjima, potražnja za krstarenjima s europskih tržišta raste po većoj

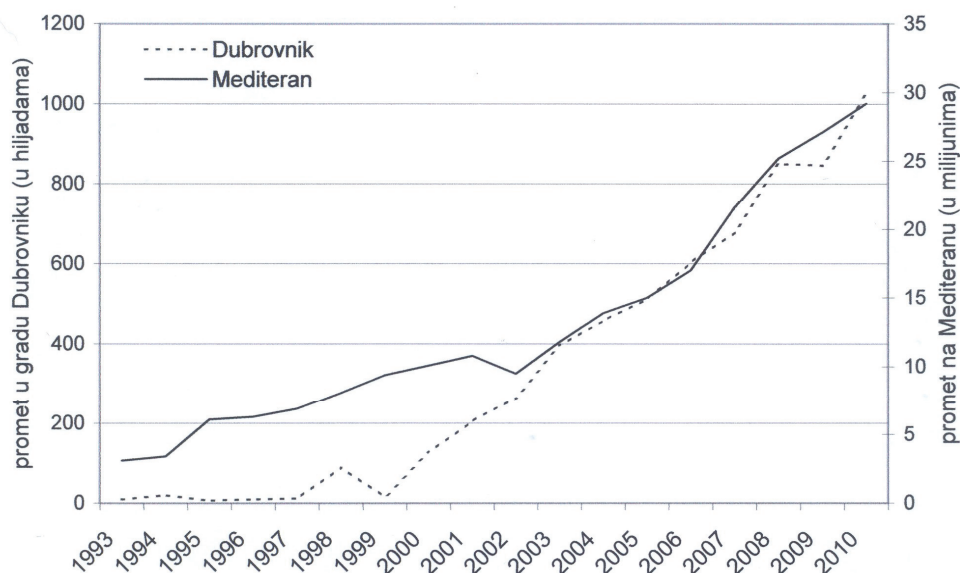
stopi nego s tržišta Sjeverne Amerike. Značaj Mediterana potvrđuje se i kroz prisutnost sve većeg broja kruzing kompanija i brodova u regiji te kontinuirani rast veličine brodova koji plove u ovoj regiji. Kruzing kompanije potaknute rastom potražnje Sjevernoamerikanaca za krstarenjima u Europi, razvojem europskih emitivnih tržišta i boljim korištenjem kapaciteta velikih brodova, smještaju i usmjeravaju na Mediteran sve veće brodove, koji su ranije krstarili uglavnom na Karibima. Zbog toga mnoge sjevernoameričke kruzing kompanije premještaju svoje brodove na Mediteran, a europske kompanije, tradicionalno usmjerene na Europu i Mediteran, ulažu u izgradnju novih, modernijih, opremljenijih i većih brodova. Na uvođenje u promet sve većih brodova na Mediteranu utječe i činjenica da mnoge kompanije danas raspolažu s značajnom flotom tzv. megabrodova.

Jedan od glavnih nedostataka Mediterana kao regije za krstarenje je izražena sezonalnost. Sezona krstarenja traje od marta/aprila do oktobra/novembra. Neke europske kruzing kompanije promiču koncepciju cjelogodišnjih krstarenja ovom regijom i tu ostavljaju brodove za vrijeme cijele godine. S porastom interesa Sjevernoamerikanaca za krstarenjima Mediteranom i s razvojem europskih emitivnih tržišta ta koncepcija postaje sve izraženija.

Razvoju cjelogodišnjih krstarenja ovim područjem pogoduje blaga klima i dostupnost luka. Sve veća uloga Mediterana, kao regije krstarenja, na svjetskom tržištu utjecala je na razvoj mediteranskih obalnih područja, na razvoj baznih luka i luka ticanja, koje se danas, po prometu putnika, nalaze među vodećim svjetskim lukama. Osnovni faktor koje

kruzing kompanije uzimaju u obzir kod izbora bazne luke i luka ticanja su blizina emitivnih tržišta, blizina međunarodne zračne luke, razvijenost turističke ponude destinacije, pristupačnost luke i turistička atrakcija i razvijenost lučke infrastrukture za prihvat brodova i putnika.

Slika 1. Položaj kružing turizma Dubrovnika na krstarenjima Mediterana



Izvor: www.medcruise.com, Lučka uprava Dubrovnik

Za bazne luke veliku važnost ima i dobra povezanost s emitivnim tržištima - blizina međunarodne zračne luke, željeznice, dobra cestovna povezanost. Za kruzing kompanije koje nude aranžmane tipa "cruise & stay" ili "cruise & tour" od presudnog je značaja dostupnost luke emitivnim tržištima, turistička privlačnost i razvijenost smještajnih kapaciteta. Bazne luke moraju, također, imati posebno opremljene terminale, kvalitetne sigurnosne uvjete, omogućiti kretanje putnika i njihove prtljage, odgovarajuću opskrbu brodova potrebnim robama, servisiranje brodova i dr. Luke ticanja, posebice one u kojima se vrši prihvat putnika s više mega brodova istovremeno, moraju raspolagati s razvijenom lučkom infrastrukturom, velikim parkiralištima i odgovarajućom opremom kako bi se pružila kvalitetna usluga svim sudionicima u prometu brodovima, posadi i putnicima. Za luke ticanja važna je razvijenost turističke ponude destinacije i prometna povezanost s atraktivnim gradovima/mjestima u gravitirajućem prostoru luke. Da bi kompanija uvrstila luku u itinerar pristajanja broda na krstarenju ona mora imati barem jednu atrakciju koja je jedinstve-

na, drugačija od ostalih. Glavne vrste atrakcija su prirodne atrakcije, način života, mogućnosti kupovanja, kultura i povijest, različite turističke aktivnosti, upoznavanje putnika na krstarenju s destinacijom i vjerojatnoća povratka putnika u destinaciju kao stacioniranih turista, ostvarenje većih prihoda gospodarskih subjekata koji su na razne načine uključeni u razvoj kruzing turizma (prema studiji o doprinosu kruzing turizma europskoj ekonomiji, ukupni prihodi od industrije pomorskih krstarenja u 2008. iznosili su 32,2 a u 2009. 34,1 milijarde eura).

Prihodi od direktne potrošnje kruzing kompanija i članova posade u Europi su veliki. Potrošnja putnika na krstarenju razlikuje se od potrošnje stacioniranih turista. Putnici na krstarenju, posjećuju više destinacija. Budući je na brodu putnicima osiguran smještaj i prehrana, visina potrošnje u destinaciji ovisi o turističkoj ponudi destinacije i duljini boravka putnika u destinaciji. U baznim lukama potrošnja je veća jer velik broj putnika koristi i usluge smještaja u hotelima. Rezultati istraživanja u Europi pokazuju da je u lukama ticanja prosječna potrošnja putnika od 50 do 70 eura, ali i da postoje

značajne razlike u potrošnji (Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europea. Prepared by G.P. Wild International Limited and Business Research & Economic Advisors, 2007, 2008, 2009, 2010). Putnici najviše troše na izlete, kupovinu, hranu i piće. Danas oko 65% putnika sudjeluje u organiziranim izletima.

Od 2002. broj turista s brodova na kružnim putovanjima veći je od broja stacionarnih turista na Mediteranu. U periodu 2001-2010. Dubrovnik bilježi rast prometa putnika na kružnim putovanjima za oko pet puta; u 2001. broj putnika na kružnim putovanjima je iznosio 205 tisuća, a u 2010. jedan milijun (Lučka uprava Dubrovnik). Paralelno s tim, raste i promet boravišnih turista, ali sporije od prometa turista s brodova na kružnim putovanjima: u 2001. Dubrovnik je posjetila 241 tisuća, a u 2010. oko 600 tisuća boravišnih turista (DZS, 2001, 2010; TZGD, 2010). Ekonomsko prestrukturiranje u Europi odrazilo se na proces urbanizacije i razvoj gradova. Po ostvarenom prometu turista na kružnim putovanjima Dubrovnik je na desetom mjestu u Europi u 2007. (Dream World Cruise Destinations, 2008). Kad je u pitanju tranzit, Dubrovnik je u 2009. bio na četvrtom mjestu na Mediteranu i na desetom mjestu u Svijetu (WCD, 2009). Kulturno nasljeđe gradova na Mediteranu glavna su pokretačka snaga urbanoga i drugih oblika turizma, pa tako i kruzning turizma. Svi su oni ujedno i poznate turističke destinacije, gdje prevladavaju povijesni gradovi s višestoljetnom kulturnom baštinom.

4. Specifičnosti turističkih putovanja

Pitanje specifičnosti turističkih tokova u Dubrovniku, postalo je složeno. U posljednjih 50 godina dominantnu ulogu u turističkoj razvoju imao je boravišni turizam. Promjene na tržištu turizma na Mediteranu uvjetovale su da je Dubrovnik postao značajna kruzning destinacija. S tim u vezi istražile su se karakteristike boravišnih i kruzning turista. Bez obzira na to što je Dubrovnik urbana kulturna turistička destinacija, ovdje je pitanje mišljenje potrošača, tj. "dvije vrste" turista o istoj destinaciji. Prema dosadašnjim rezultatima istraživanja stvoreni su dvojaki turistički pogledi na Dubrovnik kao turističku destinaciju, koji se iskazuju iskustvom, stavom (mišljenjem), pogledom na sadašnjost i pogledom na budućnost. Takvim sagledavanjem zbirnih rezultata ovog istraživanja dobiva se potpuna slika specifičnosti ovih kretanja. S obzirom na navedene kategorije, istraživanja su izvršena prema demografskoj, socijalnoj i putničkoj strukturi. Ove kategorije su

prikazane posebno za boravišne i za kruzning turiste. To je prikazao u tablici 3. Većina kategorija pokazala da se stavovi boravišnih turista i kruzning turista ipak značajnije razlikuju. To razlike se ogledaju u slijedećem:

- udio onih koji su izjavili da će se ponovno vratiti u destinaciju znatno je veći kod kruzning turista,
- udio onih koji su temeljito upoznali destinaciju znatno je veći kod boravišnih turista,
- posjete kruzning turista imaju više obiteljska obilježja od boravišnih turista,
- demografski povoljnija je struktura turisti s kružnih putovanja, jer su prosječno mlađi od boravišnih turista.

Navedene razlike potvrđuju pretpostavku da se razlike mišljenja, stavovi, struktura i zadovoljstvo razlikuju u odnosu na boravišne i kruzning turiste. Osnovna razlika između boravišnih i kruzning turista proizlazi iz vremena zadržavanja turista u destinaciji. Budući se kruzning turisti zadržavaju oko 6 sati, a boravišni turisti oko 3,5 dana, sasvim je razumljivo da će oni koji se manje zadržavaju i manje imaju vremena da upoznaju destinaciju, drugačije reagirati. Jedan od najznačajnijih pokazatelja obilježja turista na kružnim putovanjima na Mediteranu koji posjećuju i Dubrovnik je hijerarhijski odabir «najdraže» destinacije. Tako je Dubrovnik na tom rangju bio najpoželjnija destinacija. Dubrovnik je na prvom mjestu kao najdraža destinacija kod putnika različitih nacionalnosti. Hijerarhijski redosljed, kao što je prikazan u tablici 3. nije se mijenjao. S obzirom da je najveći udio putnika na kružnom putovanju po Mediteranu u ovom istraživanju iz Italije i Španjolske, postavlja se pitanje kakvi su njihovi stavovi i da li se isti razlikuju u odnosu na njima najdražu destinaciju koju su posjetili na kružnom putovanju.

Zanimljivo je da su se Italijani u značajnijem postotku opredijelili za Dubrovnik kao najdražu destinaciju, dok su Španjolci, iako su Dubrovnik stavili na prvo mjesto, to uradili u nešto manjem postotku. Slijedeći od zanimljivih pokazatelja putnika je odgovor na pitanje o njegovom mogućem ulaganju u turizam u Dubrovniku putem timesharea i njihova zainteresiranost za kupnju nekretnina odnosno apartmana i kuća. Obje kategorije, posebno kupnja nekretnina su ih veoma zainteresirale. Udio od 38,5% je neočekivano velik, dok je timeshare po svemu zanimljiv oblik za kojeg su putnici bili zainteresirani.

Tabela 3. Karakteristike tipova turista

Izabrane kategorije	Tipovi turista	
	boravišni	kružeri
DEMOGRAFSKA		
prosječna starost (u godinama)	46,3	39,8
udio mladih do 30 godina	15,1	23,2
udio iznad 60 godina starosti	22,7	6,1
SOCIJALNE		
doputovali s više od 2 člana obitelji	38,3	58,3
PUTNIČKE		
izjavili da će se ponovno vratiti u Dubrovnik	50,2	90,7
za vrijeme boravka dovoljno su upoznali Dubrovnik	86,7	68,2
RANG DESTINACIJE PREMA ZNAČAJNOSTI POSJETE		
Dubrovnik		1
Venecija		2
Krf		3
Pirej		4
Volos		5
Katalon		6
Bari		7

Izvor: TOMAS 2006; Anketa: Jasprica 2008; Đukić 2000; Đukić, Lucianović 2002.

Timeshare je u svijetu inače poznat oblik ulaganja, dok u Dubrovniku još uvijek ne postoji. Iako je on izražen s 14,1%, udjela, ovaj oblik ulaganja ne bi se smio zanemariti, jer postaje sve aktualniji i traženiji na turističkom tržištu. Tako je danas stopa rasta timesharea oko 12%. Odabir najatraktivnije destinacije od njih ukupno sedam, koje su putnici posjetili na kružnom putovanju, pokazuje da je Dubrovnik na prvom mjestu, zatim Venecija, Krf, Pirej, Volos, Katalon i Bari. Kod socijalno demografskih istraživanja u turizmu često se postavlja pitanje s kim turist putuje. Također se postavlja i pitanje da li se radi o individualnom ili pak o organiziranom/grupnom putovanju. Na temelju tog kriterija putnici su svrstani u tri kategorije: putuju sami, putuju s obitelji i putuju u društvu s bliskom osobom (prijatelj). Istraživanje turizma u europskim povijesnim gradovima pokazuje da su turisti koji putuju sami zastupljeni u znatnoj mjeri. U Dubrovniku, je odstupanje znatno veće od drugih europskih gradova. Iz analize pojedinih kategorija putnika u odnosu na kriterij s kim putuju proizlazi da njih oko 59,8% putuje u krugu obitelji, dok njih 38,5% na putovanje odlazi s bliskom osobom. Kružna putovanja su obiteljskog karaktera; u društvu s najbližima, bilo iz obitelji bilo iz prijateljskog kućnog okruženja. Može se reći da ova vrsta putovanja imaju više karakter zajedničkog doživljaja, a manje indi-

vidualnog. Ispitivanjem individualnih putnika po pojedinim zemljama uočila su se određena odstupanja. Tako je udio individualnih putovanja putnika iz Španjolske 0,5%, a iz Italije 0,7% od ukupnog broja. Sagledavajući udaljenosti emitivnih turista - putnika na kružnim putovanjima, javlja se jedno osnovno pravilo: što je emitivna zemlja putnika udaljenija od Mediterana, udio individualnih putovanja se povećava i obrnuto, što je emitivna destinacija bliža, udio individualnih putovanja se smanjuje. Ovdje se također postavlja pitanje selektivnosti turista na kružnom putovanju, zatim njihov stav i zadovoljstvo. S obzirom da su u ukupnoj populaciji putnika u ovom istraživanju Talijani i Španjolci zastupljeni s ukupnim udjelom od 89%, istraživanje selektivnosti je izvršeno prema tim zemljama. Kao prvo, može se zaključiti da emitivna tržišta i u ovom selektivnom turističkom segmentu - kružnim putovanjima, imaju svoje specifičnosti. U pravilu svaka ispitivana kategorija se razlikuje po pojedinim zemljama. Kao prvo, najveća razlika u specifičnostima između odabranih zemalja je u tome što je udio Talijana koji su boravili prije u Dubrovniku veći u odnosu na udio španjolskih turista. Drugo, odgovor na pitanje da li su dovoljno upoznali grad, također je različit. Iako je udio Talijana koji su ranije imali priliku boraviti u Dubrovniku znatno veći u odnosu

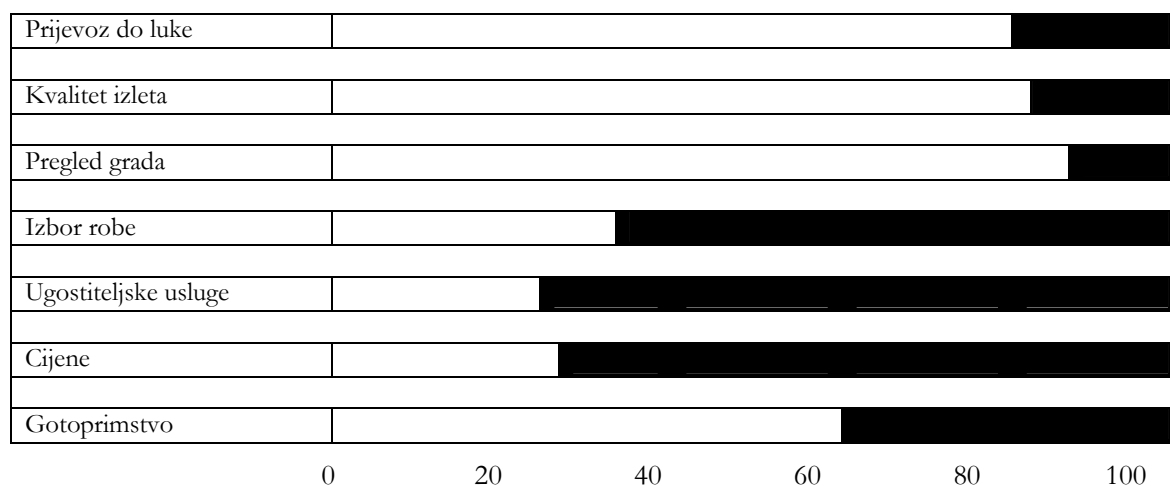
na Španjolce, njih je oko 15% više izjavilo o da nisu imali dovoljno prilike za kvalitetno upoznati grad.

Slijedeće pitanje koje se po prvi put postavlja u turističkim istraživanjima turistima u Hrvatskoj je pitanje da li su zainteresirani za ulaganje, kupnju i sl. u Dubrovniku. Iako je ovo pitanje postavljeno bez dodatne i dublje razine, informacija o tome je korisna i dobro je došla. Zanimljivo je da je oko 50% ispitanika odgovorilo da su zainteresirani za neki oblik ulaganja i to:

- ❑ 14,1 % je zainteresirano za ulaganje u time-share,
- ❑ 21,2% je zainteresirano za kupnju apartmana,
- ❑ 17,3% je zainteresirano za kupnju obiteljske kuće.

Posljednja kategorija u prethodnoj tablici se odnosi na stav putnika o tome da li se namjeravaju ponovno vratiti u Dubrovnik kao "stacionarni" turisti". Iako i u ovoj kategoriji ima razlike, u cjelini se može zaključiti da se većina njih, odnosno preko 90% putnika na kružnom putovanju želi ponovo vratiti u Dubrovnik. Pitanje zadovoljstva boravkom i posjetom Dubrovniku putnika na kružnom putovanju na Mediteranu također je veoma važno. Za razliku od zadovoljstva "stacionarnog" turista, putnik na kružnom putovanju ima posve različite zahtjeve. U tom pogledu postavljena su pitanja koja su prilagođena ovom selektivnom obliku turizma. Ona su svrstana u šest kategorija: izletnička, kvaliteta posjete, izbor robe, ugostiteljske usluge, cijena, zadovoljstvo gostoprimstvom. Kako su turisti na kružnim putovanjima izrazili svoje zadovoljstvo boravkom i posjetom grada Dubrovnika, može se zorno vidjeti u slijedećem grafičkom prikazu.

Slika 2. Prikaz stupnja zadovoljstva turista na kružnim putovanjima u Dubrovniku (u %)



Izvor: Jasprica, Anketa 2008.

Iskazivanje zadovoljstva koje je prikazano u gornjem grafičkom prikazu prikazano je na način da zatamnjeni dio pokazuje razinu nezadovoljstva iskazanu u postocima. U izletničkoj kategoriji - organizacija prijevoza i kvaliteta izleta - zadovoljstvo je na visokoj razini i kreće se oko 80%. Najveća razina zadovoljstva odnosi se na razgledanje grada, gdje je većina odnosno 84% zadovoljnih turista. Tome je svakako doprinijela i visoko profesionalna Udruga dubrovačkih vodiča, čija je kvaliteta i tradicija nadasud poznata. Slijedeća se kategorija odnosila na izbor robe. Slično kao i stacionarni turisti u ranijim istraživanjima, ni ova kategorija turista nije posve zadovoljna izborom robe. Još su manje zadovoljni ugostiteljskim uslugama, razina zadovoljstva je isto

tako upitna i kad su u pitanju cijene. Posljednja prikazana kategorija odnosi se na razinu zadovoljstva gostoljubivošću. Njih 61% od ukupnog broja je zadovoljno gostoljubivošću domaćina. Teško je realno odrediti da li je ovaj udio mali ili veliki, ali prema dosadašnjim iskustvima iz turističkih istraživanja, ne može se biti potpuno zadovoljan iskazanom razinom zadovoljstva. Ona nije niti mala, ali nije ni velika. Ista je samo pokazatelj da je potrebno u daljnjim istraživanjima detaljnije razmotriti da li je u Dubrovniku došlo do određenog zasićenja turizma i što bi trebalo u budućnosti uraditi kako se ne bi "iscrpio" kapacitet domaćina.

5. Demografski problemi i ljudski resursi razvoja

U posljednjih 50 godina demografski razvoj Dubrovnika selektivno se razvijao. U razdoblju 1948- 2011. rast stanovništva odvijao se neravnomjerno. Prosječna godišnja stopa rasta u tom vremenskom razdoblju bila je 1,2%. Najveća stopa rasta od 2,6% godišnje, bila je u razdoblju 1971-1981. Niske stope rasta pojavile su se nakon 1981. U to vrijeme turizam je počeo istiskivati proizvodne djelatnosti. Ta činjenica je utjecala na formiranje novog eko-

nomsko-demografskog međuodnosa. Nakon pretvorbe i restrukturiranja te promjene vlasništva početkom devedesetih godina prošlog stoljeća uslijedila je tzv. "racionalizacija" zaposlenih, a potreba za stalnim zapošljavanjem je smanjena. Sve se to odrazilo i na smanjenje uvjeta za pozitivan demografski razvoj. Od tada se stope rasta stanovništva smanjuju, a od 1991. nastupile su geoekonomske promjene. To je imalo izravnog utjecaja na pad broja stanovnika i negativan migracijski saldo (tabela 4).

Tabela 4. Populacijska obilježja Dubrovnika u razdoblju 1948-2011.

Godina	Broj stanovnika	Privodna promjena	Stope rasta (u %)	
			ukupne	migracijski saldo
1948.	19.698	-	-	-
1953.	22.283	948	2,5	1,3
1961.	26.749	1.024	2,3	1,6
1971.	34.827	2.191	2,6	1,9
1981.	43.990	3.069	2,3	1,5
1991.	49.728	2.697	1,2	0,5
2001.	47.074	- 841	-0,5	-0,6
2011.	46.067	- 164	-5,8	-0,7

Izvor: DSZ - popisi stanovništva i matične knjige, izračun autora.

Ovakav demografski razvoj ne pogoduje razvoju ljudskih resursa. Naime, na tržištu rada grada Dubrovnika i Dubrovačko-neretvanske županije već duži niz godina, posebno za vrijeme turističke sezone, evidentan je nedostatak određenih stručnih profila (kuhar, konobar, slastičar), jednako kao i pomoćne radne snage (pomoćni radnici, čistačice, sobarice, vrtlari) za potrebe turističkog sektora. Potreba za određenom radnom snagom u turizmu sve više je izražena. Sezonsko zapošljavanje za potrebe turističkog gospodarstva obuhvaća inače više od 60% ukupnog godišnjeg zapošljavanja s evidencije Hrvatskog zavoda za zapošljavanje – Područne službe Dubrovnika, a potrebna radna snaga za vrijeme ljetnog razdoblja godine mora se tražiti i izvan Dubrovnika i Dubrovačko-neretvanske županije, na području drugih kontinentalnih regija Republike Hrvatske. Kakav je bio trend sezonskog zapošljavanja posljednjih deset godina u Dubrovniku i Dubrovačko neretvanskoj županiji može se vidjeti iz slijedeće tabele.

Kao što je vidljivo iz tabele 5. u proteklih 10 godina evidentan je rast sezonskog zapošljavanja kako na području Dubrovnika, jednako tako i na području čitave Županije. Posljednja promatrana

2011, iako za period od samo prvih osam mjeseci, pokazuje do sada najveće vrijednosti broja sezonskih radnika uključenih u turizam Dubrovnika i Županije u cjelini. Iz prikaza je vidljivo da je za prvih osam mjeseci 2011. na području Dubrovnika zaposleno ukupno 1.240 sezonskih radnika u turizmu ili 54,2% više nego u cijeloj 2002, odnosno 1,6% više nego u cijeloj 2010. Prikazani podaci također govore o tome kako je broj potrebnih sezonskih radnika koji dolaze iz drugih područja Hrvatske na područje ove Županije, nadomještajući tako nedostatnu radnu snagu u turističkoj sezoni, iz godine u godinu sve veći. Tijekom samo prvih osam mjeseci 2011. iznosio je 1087 radnika što je za 13,4% više nego što ih je ukupno zaposleno u 2010. I ovaj pokazatelj jasno govori da se dubrovačko područje zbog demografskih i niza drugih ekonomskih i neekonomskih razloga svake godine suočava sa sve većim deficitom radne snage potrebne za rad u turizmu. Kada se zna da je ljudski faktor gotovo nezamjenjiv u turizmu, tada je potpuno jasno kakve su posljedice ovakvog stanja na tržištu rada, posebice za održavanje usluga visoke kvalitete u turističkoj destinaciji kakva je dubrovačka.

Tabela 5. Kretanje sezonskog zapošljavanja u turizmu Dubrovnika i DNŽ u razdoblju 2002-2011.

Područje	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Dubrovnik	804	961	1181	1141	1089	1076	909	944	1220	1240
Korčula	808	801	704	821	846	782	826	692	732	690
Lastovo	27	27	31	32	41	40	40	37	39	44
Ploče	147	113	131	144	175	222	251	181	449	354
Metković	152	144	179	209	296	301	234	199	277	267
Sez. zapoš. izvan DNŽ	0	196	346	460	657	770	761	657	959	1087
SVEUKUPNO	1938	2242	2572	2807	3104	3191	3021	2710	3676	3682

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje - PS Dubrovnik, izračun autora

Napomena: Podaci koji se odnose na 2011. obuhvaćaju razdoblje od 1-8. mjeseca

6. Zaključak

Sagledavanje značaja Dubrovnika u regionalnom turističkom razvoju ukazuje na specifičnosti koje mogu imati manji gradovi u regiji. Tako se Dubrovnik, danas na početku 21. stoljeća razvio u snažnu turističku destinaciju od regionalnog značaja. Njegovo značenje u tom procesu ukazuje da se Dubrovnik je potrebno usklađivati s Europskim tržištem. Dubrovnik se danas, kao jedna od vodećih mediteranskih kruzning destinacija, u turističkom smislu razvija u dva smjera i to kao boravišna i kruzning destinacija. Broj kruzning turista iz godine rapido raste i u 2010. godini dosegao je brojku veću od jednog milijuna. Rast potražnje za krstarenjima Mediteranom bilježi se sa svih emitivnih svjetskih tržišta, posebice europskog, a potražnja je u razdoblju od 1993. do 2010. porasla za oko osam puta. Usporedo s porastom potražnje rastu kapaciteti, udobnost i opremljenost brodova s jedne, odnosno razvoj, bogatstvo turističke ponude i ukupna kvaliteta luka, odnosno turističkih destinacija na Mediteranu s druge strane.

Istraživanje je pokazalo neke zanimljivosti i razlike u strukturi boravišnih i kruzning turista koji dolaze u Dubrovnik. Kruzning turisti su mlađe životne dobi, putuju manje sami, a više s obitelji i u društvu, u manjoj mjeri upoznaju Dubrovnik za vrijeme njihova turističkog posjeta jer se u njemu zadržavaju svega nekoliko sati, ali baš zbog toga će se u Dubrovnik velika većina njih ponovo vratiti. Svoje zadovoljstvo ispitanici među kruzning turistima koji posjećuju dubrovačko područje izrazili su time što Dubrovnik smatraju najpoželjnijom mediteranskom destinacijom. Najvećim ocjenama su iskazali kvalitetu organizacije razgledanja starog grada i izleta u bližu okolicu. Nešto nižim ocjenama ocijenili su izbor ponuđene robe, cijene i kvalitetu ugostiteljskih usluga, dok su bili relativno zadovoljni gostoprimstvom domaćina. Zanimljivo je također da je više od polovice ispitanika u ovom istraživanju zain-

teresirano za neki oblik ulaganja u nekretnine na području Dubrovnika, i to najveći dio njih za kupnju apartmana, zatim za kupnju kuće ili pak ulaganje u timeshare, kao relativno novi oblik ulaganja koji se tek očekuje na ovom području.

Snažniji turistički razvoj bi trebao pratiti i onaj demografski. Međutim, demografski razvoj Dubrovnika je takav da nije u stanju osigurati dovoljno radne snage da bi se turistička djelatnost mogla sustavno obavljati i razvijati ostvarujući željenu visoku kvalitetu usluge. Već danas oko trećinu radne snage potrebne turizmu, na šire dubrovačko područje potrebno je dovesti iz drugih dijelova Republike Hrvatske. Ta činjenica predstavlja značajne organizacijske, smještajne, sociološke i druge probleme već danas, dok će sutra oni biti još daleko izraženiji.

Literatura:

Bosker, M., Marlet, G. (2007), Urban growth and decline in Europe, Utrech School of Economics, Universiteit Utrecht, Series nr: 6 – 18.

Cincotta, R., Engelman, R., Anastasion, A. (2003), Population and Civil Conflict After the Cold War, The Security Demography, August, 1, str. 53.

Đukić, A., Lucianović, L. (2000), Zadovoljstvo turista boravkom u gradu Dubrovniku – rezultati ankete iz 1999, *Naše more*, br. 3-4.

Đukić, A., Lucianović, L. (2002), Tourists on Mediterranean an Cruise Tours, Human capital, culture and quality in tourism and hospitality industry, 16th Biennial International Congress - Hotel tourism 2002, Opatija, str.91-99.

Državni zavod za statistiku RH – DSZ (2000-2010), Statistički izvještaji, Zagreb.

EUROMED (2005), Mediteran Heritage: A project for the future.

Hrvatski zavod za zapošljavanje-Područna služba Dubrovnik (2002-2011), Mjesečni statistički bilteni.

Jasprica, D. (2008), Reinženjerig u turističkom razvoju Dubrovnika, Anketa – 100 lidera koji upravljaju dubrovačkim turizmom – istraživanje je korišteno za internu upotrebu.

Klemčić, S., Podgorelec, S. (2009), Socio-demografske značajke i procesi u Hrvatskim obalnim gradovima", Geografski glasnik, 1, Zagreb, str. 221-235.

Loyd's Cruising International (2007), August /September, str. 36-40.

Loyd's Cruising International (2009), August/September, str. 28-32.

Lučka uprava Dubrovnik (1991-2011), statistički podaci.

TOMAS (2006), Brodska kružna putovanja, Stavovi i potrošnja turista na brodskim kružnim putovanjima, Institut za turizam, Zagreb.

Turistička zajednica grada Dubrovnika, (2001-2011), statistički podaci.

Vresk, M. (1996), Funkcionalna struktura i funkcionalna klasifikacija gradova Hrvatske", Hrvatski geografski glasnik, 58, 1, Zagreb, str. 51-67.

WCD (2009), "World top 50 ports of call in 2008, Dream World Cruise Destinations", Sydney: Euromoney Inst Investor Plc.

WCD (2009), Dream World Cruise Destinations 2008.

Wild International Limited and Business Research & Economic Advisors: (2007, 2008, 2009, 2010): Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe. Prepared by G.P.

www.hzz.hr

www.medcruise.com

www.tzdubrovnik.hr

Conclusion : *Understanding the significance of Dubrovnik in regional touristic development indicates the specificities that smaller regional cities might have. Today, at the beginning of 21st century, Dubrovnik has become a strong touristic destination in the region. It's meaning in that process indicates that Dubrovnik needs to be coordinated with European markets. Dubrovnik today, as one of the leading cruise ship destination in Mediterranean, is developing in two directions – as an overnight and a cruising destination. The number of cruise ship visitors is rapidly increasing and in the year 2010 it has reached one million. The increase of demand for Mediterranean cruises can be noticed in all world emitting markets, especially the European. In the period from 1993 to 2010 the demand for this kind of travels has grown 8 times. Parallel with the increase of growth related to the capacity, there is an increase in comfort and boat equipment on the one side, and the development, the quality of tourist offer and the overall quality of ports or tourist destinations in the Mediterranean on the other side.*

The research has shown some interesting differences in the structure of overnight tourists and cruising visitors arriving to Dubrovnik. Cruising visitors are younger, travelling less alone and more with their family and company, they are less able to get to know Dubrovnik due to the shortness of their visit, but, because of that, are more likely to return. Cruising visitors in Dubrovnik stated their satisfaction by considering Dubrovnik to be the most desirable Mediterranean destination. The highest grade was given to the organization of the Old City tours and field trips to the surrounding areas. Somewhat lower grades were given to selection of goods, prices and the quality of touristic services, while they were relatively satisfied with the hospitality of their hosts. It is interesting that more than half of the participants in this survey were interested in making some type of an investment in real estate in the Dubrovnik area; most of them are interested in buying an apartment, followed by buying a house or investing in timeshare as a relatively new form of an investment that is expected to appear in this area.

Strong touristic development should be accompanied with the demographic growth. However, demographic development of Dubrovnik is not sufficient for insuring enough labor force for the systematic performance of touristic activities and further development that would enable the desired high level of service quality. Even today, about one third of tourism labor force needed in wider Dubrovnik area is provided by other parts of Croatia. Even today this issue represents a substantial organizational, accommodational, sociological and other type of problem that will become even more significant in the future.