

**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
POMORSKI FAKULTET U RIJECI**

**MONIKA MOGOROVIĆ**

**PLANIRANJE ITINERARIJA KRUŽNIH PUTOVANJA**

**DIPLOMSKI RAD**

**Rijeka, 2014.**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**POMORSKI FAKULTET U RIJECI**

**PLANIRANJE ITINERARIJA KRUŽNIH PUTOVANJA**  
**CRUISE ITINERARY PLANNING**  
**DIPLOMSKI RAD**

Kolegij: Pomorsko putnički promet

Mentor: Doc. dr. sc. Alen Jugović

Student: Monika Mogorović

Studijski program: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

JMBAG: 0081102383

**Rijeka, rujan 2014.**

Studentica: Monika Mogorović

Studijski program: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

JMBAG: 0081102383

## **IZJAVA**

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom PLANIRANJE ITINERARIJA KRUŽNIH PUTOVANJA izradila samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Alena Jugovića.

U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkog rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju diplomskog rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući navela u diplomskom radu na uobičajen, standardan način citirala sam i povezala s fusnotama i korištenim bibliografskim jedinicama. Rad je pisan u duhu hrvatskoga jezika.

Suglasna sam s objavom diplomskog rada na službenim stranicama.

Student/studentica

Monika Mogorović

## SAŽETAK

Kružna putovanja danas su sve popularniji oblik odmora te postaju značajan dio svjetskog turizma. Prednosti koje kružna putovanja pružaju su raznolike, ali kao najveće ističu se komfor, sigurnost te bezbrižnost tijekom putovanja. Kruzing kompanije svoje itinerarije planiraju sezonski a destinacije koje obuhvaćaju prostiru se diljem svijeta. Hrvatska svojom razvedenom obalom ravnopravno konkurira ostalim destinacijama. Iako su sveukupni učinci na gospodarstvo i društvo pozitivni, za održivi razvoj negativne učinke koja kružna putovanja imaju na ekologiju treba svesti na minimum. Blaga klima i razvedene obale samo su neki od preduvjeta kojim bi kružna putovanja mogla postati osnova turizma.

**Ključne riječi:** destinacija, itinerarij, kružna putovanja, putnik, turizam

## *SUMMARY*

Cruising is today the most popular type of vacation and is becoming significant section of world tourism. Advantages of cruising are various, but the biggest highlights are comfort, safety and insouciance during the trip. Cruise lines are planning their itineraries seasonally, and destinations are spread all over the world. Croatia equally competes other destinations with its indented coastline. Although the overall effects are positive on economy and society, but for sustainable development the negative effects that cruises have on ecology should be minimized. The mild climate and indented coastline are some of the preconditions by which could cruises might become the basis of tourism.

**Key words:** cruise, destination, itinerary, passenger, tourism

# SADRŽAJ

SAŽETAK .....	I
SUMMARY .....	I
SADRŽAJ.....	II
1. UVOD.....	1
1.1. PROBLEM, PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA.....	1
1.2. RADNA HIPOTEZA I POMOĆNE HIPOTEZE.....	1
1.3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	2
1.4. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA.....	2
1.5. STRUKTURA RADA.....	3
2. KRUŽNA PUTOVANJA.....	4
2.1. OSNOVNE ZNAČAJKE KRUŽNIH PUTOVANJA.....	11
2.2. GEOGRAFSKA PODJELA DESTINACIJA.....	12
2.2.1. Sjeverna Amerika.....	13
2.2.1.1. Karibi.....	13
2.2.1.2. Aljaska.....	14
2.2.1.3. Zapadna obala Sjeverne Amerike i Havaji.....	14
2.2.1.4. Istočna obala Sjeverne Amerike.....	15
2.2.2. Europa.....	15
2.2.2.1. Sredozemlje.....	16
2.2.2.2. Sjeverna Europa.....	17
2.2.3. Južna Amerika.....	18
2.2.4. Azija i Pacifik.....	19
2.2.5. Bliski istok i Indijski oceanske.....	20
3. INTEGRACIJA SUSTAVA KRUŽNIH PUTOVANJA U SVIJETU.....	21
3.1. KONKURENTNOST HRVATSKIH CRUISING DESTINACIJA.....	25
3.2. UTJECAJ KRUŽNIH PUTOVANJA NA DRUŠTVENI, GOSPODARSKI I EKOLOŠKI RAZVOJ DESTINACIJA.....	30
3.2.1. Društveni razvoj.....	30
3.2.2. Gospodarski razvoj.....	32
3.2.3. Ekološki razvoj.....	35
3.3. KRUŽNA PUTOVANJA KAO OSNOVA TURIZMA.....	39
4. STRUKTURA I PLANIRANJE KRUŽNIH PUTOVANJA.....	43

4.1. IZRADA ITINERARIJA.....	43
4.2. FORMIRANJE CIJENA KRUŽNIH PUTOVANJA.....	47
4.2.1. Obilježja putnika na kružnim putovanjima.....	50
4.2.2. Potrošnja putnika.....	60
5. ZAKLJUČAK.....	65
POPIS TABLICA.....	73
POPIS GRAFIKONA.....	73
POPIS SHEMA.....	74

# 1. UVOD

Uvod ima tri međusobno povezanih dijelova: 1) **PROBLEM, PREDMET I CILJ RADA**, 2) **RADNA HIPOTEZA I POMOĆNE HIPOTEZE**, 3) **SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA**, 4) **ZNANSTVENE METODE** i 5) **STRUKTURA RADA**. U nastavku se obrazlažu navedeni dijelovi Uvoda.

## 1.1. PROBLEM, PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA

**Problem istraživanja** ovog diplomskog rada je nedovoljno poznavanje procedure izrade itinerarija za kružna putovanja, te varijabla koje utječu na njega. Različiti utjecaji i varijable pri planiranju ovaj problem predstavljaju još kompliciranijim.

Tako određen problem istraživanja definira **predmet istraživanja**, a to je istražiti relevantne komponente za izradu plana putovanja, te utvrditi pretpostavke i utjecaje za kružna putovanja u budućnosti.

Problem istraživanja i predmet istraživanja determinirali su **objekt istraživanja**, a to su: kružna putovanja.

## 1.2. RADNA HIPOTEZA I POMOĆNE HIPOTEZE

Iz problema i predmeta istraživanja proizlazi radna hipoteza: sustavnim proučavanjem planiranja i izrade itinerarija te proučavanjem komponenata kružnih putovanja, stvorene su osnove za kružno putovanje kao osnovu turizma.

Tako postavljena radna hipoteza implicirala je više pomoćnih hipoteza;

- **P.H. 1.:** Na temelju istraživanja o postupku planiranja i izrade itinerarija za kružna putovanja, te njihovim vrstama i geografskoj podjeli moguće je sustavno prezentirati njihova najvažnija obilježja i odrednice.
- **P.H. 2.:** Prezentiranje najvažnijih spoznaja o integraciji kružnih putovanja te konkurentnosti Hrvatske na tom području neophodno je za razumijevanje utjecaja kružnih putovanja na društveni, gospodarski i ekološki razvoj destinacija uz mogućnost da kružna putovanja postanu osnova turizma.

- **P.H. 3.:** Novim spoznajama o strukturi i planiranju kružnih putovanja te strukturi potrošnje putnika moguće je uočiti prednosti te potencijal za stvaranje novog temelja turizma.

### 1.3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

**Svrha istraživanja** ovog diplomskog rada je ukazati na važnost planiranja itinerarija kružnih putovanja.

**Ciljevi istraživanja** su da se pisanim radom da uvid u teorijske značajke i predispozicije kružnih putovanja, te njihovom spoznajom pokušati nadograditi temelje za njihov razvoj u našoj zemlji.

U diplomskom radu daju se odgovori na neka od niže navedenih pitanja:

1. Što je kružno putovanje?
2. Kakve vrste kružnih putovanja postoje?
3. Kako se geografski dijele destinacije?
4. Zašto je važna integracija sustava kružnih putovanja?
5. Koliko je Hrvatska konkurentna kao kruzina destinacija?
6. Koji je utjecaj kružna putovanja imaju na društvo, gospodarstvo i okoliš?
7. Koje su pretpostavke da kružna putovanja postanu osnova turizma?
8. Koja je procedura izrade itinerarija za kružna putovanja?
9. Koji faktori utječu na stupanj potrošnje putnika na kružnim putovanjima?

### 1.4. IZVORI PODATAKA I METODE PRIKUPLJANJA

Pri izradi ovog rada korištene su **znanstvene metode** koje su doprinijele tome da se prikupljene činjenice i spoznaje povežu u jedinstvenu cjelinu: metode analize i sinteze, metoda deskripcije, metoda kompilacije, metoda dokazivanja i opovrgavanja, induktivna i deduktivna metoda, metoda apstrkcije i konkretizacije, metoda generaliziranja i specifikacije, metoda klasifikacije te komparativna metoda.



## 1.5. STRUKTURA RADA

Rezultati istraživanja su predstavljeni u pet međusobno povezanih dijelova.

U prvom dijelu, **UVOD**, naveden je problem, predmet i objekt istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja, te je postavljena radna hipoteza i pomoćne hipoteze. Također, navedene su i korištene znanstvene metode i struktura rada.

U drugom dijelu, sa naslovom **KRUŽNA PUTOVANJA** definirani su pojmovi kružnog putovanja, osnovne značajke kružnih putovanja i geografska podjela destinacija s osvrtom na tržište Sjeverne Amerike, Europe, Južne Amerike, Azije i Pacifika te Istočne obale Sjeverne Amerike.

Naslov trećeg dijela je **INTEGRACIJA SUSTAVA KRUŽNIH PUTOVANJA**. U tome dijelu analizira se konkurentnost hrvatskih kruzina destinacija i njihov utjecaj na društveni, gospodarski i ekološki razvoj destinacija. Također, razmatraju se pretpostavke za stvaranje nove osnove turizma koje su pokazane kroz potencijale kružnih putovanja.

Četvrti dio, koji ima naslov **STRUKTURA I PLANIRANJE KRUŽNIH PUTOVANJA**, ukazuje na važnost izrade itinerarija i ponašanje putnika na kružnim putovanjima. Također, analiziraju se obilježja putnika na kružnim putovanjima i njihova potrošnja tijekom kružnog putovanja.

U posljednjem dijelu, **ZAKLJUČAK**, dana je sinteza rezultata istraživanja kojima je dokazivana postavljena sinteza.

## 2. KRUŽNA PUTOVANJA

Kružna putovanja ili takozvani kruzinge je turističko putovanje na velikom brodu u trajanju od nekoliko dana prema određenom itinerariju, odnosno razrađenom planu putovanja kružnog tipa<sup>1</sup>. Brod za kružna putovanja je zapravo plutajući hotel koji prevozi putnike s jednog mjesta na drugo, odnosno od luke do luke, a u širem smislu kod velikih brodova, zbog raznolike ponude na brodu, ima i karakteristike pokretnog odredišta. Zbog toga se takvi brodovi smatraju primarnom destinacijom boravka turista, a sve usputne u kojima pristaju, smatraju se sekundarnom<sup>2</sup>. Sa stajališta luke, odnosno odredišta koje brodovi posjećuju, putnici na takvim brodovima su jednodnevni posjetioci, čak i u slučaju kad brod boravi u luci više dana, ako se noćenje ostvaruje na brodu. Kružna putovanja, dakle, podrazumijevaju putovanje putnika posebnim putničkim brodovima za krstarenje morem, rijekama i jezerima zbog zabave, odmora i razonode uz uobičajeno pristajanje broda u nekoliko luka i najčešće, iako ne mora biti, povratak u polaznu luku<sup>3</sup>.

Dugogodišnji rad brojnih međunarodnih organizacija rezultirao je donošenjem većeg broja spisa od međunarodnih konvencija i ugovora strogo obvezujuće naravi do neslužbenih preporuka državama ili pojedinim državnim ili privatnim službama. Većina ovih spisa bave se ujednačavanjem načina rješavanja pojedinih bitnih pitanja koja se tiču pomorske plovidbe kao što su primjerice sigurnost ljudskih života ili onečišćenje morskog okoliša. Razina ujednačavanja određena je prvenstveno važnošću pojedinih pitanja i kreće se od izravnog propisivanja pojedinih tehničkih obilježja ili načina provedbe pojedinih postupaka do načelnih preporuka.

Planiranje putovanja važan je element ukupnih obveza i odgovornosti navigacijskog tima na brodu, u kojem njegovi članovi sigurno navigacijski upravljaju brodom prema unaprijed planiranoj plovidbenoj ruti. Počeci službenog definiranja obavljanja pomorske straže za vrijeme boravka broda u luci i za vrijeme plovidbe brodom prema Međunarodnoj

---

<sup>1</sup> Mancini, M.: **Cruising: A Guide To The Cruise Line Industry**, 2nd Edition, Delmar Thompson Learning, Los Angeles, 2000, p. 94

<sup>2</sup> Škrba, A.: "Američko tržište kruzinge putovanja na usporednim primjerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Lines", 2012, <http://www.singipedia.com/attachment.php?attachmentid=2997&d=1361176544>, p. 15

<sup>3</sup> "Trgovački brod", 2013, [http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki\\_brod](http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki_brod)

pomorskoj organizaciji (IMO) izglasana je rezolucijom IMCO A 285 (VII) i u studenom 1973 godine nadopunjena izmjenama.

Stupanjem na snagu navedene rezolucije, započelo je razvijanje dugogodišnje ideje o postavljanju temeljnih načela pripreme i izrade plana putovanja brodom koje je nazvani Standardno planirano putovanje brodom i sadržavalo je šest cjelina<sup>4</sup>:

- plan putovanja,
- plovidba brodom u obalnoj plovidbi i u zonama odvojene plovidbe,
- lista provjere – plovidba brodom u obalnoj plovidbi.
- lista provjere – plovidba brodom u sigurnim vodama,
- plovidba brodom s piljarom na brodu,
- lista provjere – zapovjednik – peljar razmjena nužnih sigurnosnih informacija.

Današnji ubrzani tempo rasta svjetskog gospodarstva, kao i prekomorskog prijevoza roba i sirovina, te u skladu s tim povećanje svjetske pomorske flote ponukalo je Međunarodnu pomorsku organizaciju na izmjenu rezolucije iz 1973. godine, pa je tako 1999. godine Standardno planirano putovanje brodom izmijenjeno prema aneksu 25, IMO rezolucije A.893 (21) – u Vodiču za izradu plana putovanja. Takav novi pristup planiranju putovanja obuhvaća 4 cjeline<sup>5</sup>:

- procjena putovanja,
- navigacijska priprema (planiranje) putovanja,
- izvršenje putovanja,
- nadziranje putovanja.

Međunarodna pomorska organizacija je udruženje s ciljem unapređivanja neke djelatnosti u svezi iskorištavanjem mora i podmorja pomorstvom ili pomorskom plovidbom. U međunarodne pomorske organizacije uvjetno se mogu ubrojiti i organizacije koje se pretežito ili usporedno bave s nekim drugim pitanjima ukoliko se rješavanje tih pitanja izravno ili neizravno odnose na iskorištavanje mora i podmorja. S obzirom na svoje članstvo mogu se svrstati u službene i neslužbene organizacije.

---

<sup>4</sup> Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž.: **Planiranje pomorskog putovanja**, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2011, p. 13

<sup>5</sup> Ibidem

Službene organizacije smatraju se međudržavnim i međuvladinim organizacijama čije su članice države odnosno njihove vlade. Osnovno obilježje ovih organizacija je da se pretežito bave organiziranjem i koordiniranjem djelatnosti od zajedničkog interesa dok se u znatnoj mjeri bave izravnom tehničkom podrškom ili pružanjem usluga pojedincima ili nevladinim organizacijama. Po svojoj važnosti naročito se ističu specijalizirane organizacije ujedinjenih naroda i to<sup>6</sup>:

- Međunarodna pomorska organizacija
- Međunarodni savez za telekomunikacije
- Svjetska meteorološka organizacija.

Osim spomenutih još neke specijalizirane ustanove izravno, iako u manjoj mjeri, utječu na pojedine djelatnosti povezane s pomorstvom poput Međunarodne zdravstvene organizacije i Međunarodne organizacije rada.

Neslužbene organizacije su znatno brojnije a odlikuje ih velika raznovrsnost glede ciljeva, područja i opsega djelovanja, članstva financiranja i ustroja.

Nekoliko organizacija svojim radom izravno utječu na unapređivanje pojedinih aspekata pomorske plovidbe, posebice tehničkih. Predanim djelovanjem ističu se Međunarodno okruženje ustanova za svjetionike (IALA), Međunarodni pomorski odbor i Međunarodni odbor pomorskih peljara.

Prilikom izrade itinerarija unaprijed se planiraju i posebne plovidbene vještine upravljanja brodom kojima će se izvanredne i nepoželjne situacije nastoji izbjeći ili njihov utjecaj na ljude i brod umanjiti. Zapovjednik broda prije početka putovanja brodom pregledava i odobrava plan putovanja, a svi ostali časnici palube, na sastanku pred planirano putovanje, svojim potpisom potvrđuju da su plan u potpunosti razumjeli.

Procjena putovanja brodom obuhvaća sve brodske informacije bitne za izradu plana putovanja, a one su<sup>7</sup>:

- opće stanje broda,
- proračun stabilnosti,

---

<sup>6</sup> Barišić, I.: "Sigurnost prometa Jadranom", 2007,

[http://baltazar.izor.hr/azopub/indikatori\\_podaci\\_sel\\_detalji2?p\\_ind\\_br=6S01&p\\_godina=2007](http://baltazar.izor.hr/azopub/indikatori_podaci_sel_detalji2?p_ind_br=6S01&p_godina=2007)

<sup>7</sup> Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž., op.cit., p. 15

- stanje trupa,
- stanje porivnog i pomoćnog stroja,
- stanje skladišta/tankova tereta i balastnih tankova,
- stanje brodske opreme i navigacijskih uređaja,
- operacijska (privezna) ograničenja broda (stanje vjetrova i valova mora za vrijeme vezivanja i odveza broda),
- dopušteni maksimalni gaz broda pri isplovljavanju/uplovljavanju, u plovidbenim kanalima i drugim plovnim područjima ograničenih dubinama mora,
- manevarske značajke broda (vrijeme zaustavljanja i duljina zaustavnog puta, krug okretanja, vrijeme prebacivanja stroja iz hoda naprijed u hod krmom i obrnuto)
- značajke tereta koji se prevozi, a ako se radi o opasnim teretima, koja ograničenja treba poštovati,
- količina i razmještaj tereta i da li je teret na palubi posebno osiguran prije početka putovanja,
- brodske svjedodžbe (treba li u sljedećoj luci obnoviti neke svjedodžbe) i njihova valjanost,
- postojeća radionavigacijska upozorenja za planirano područje plovidbe (led, nasukanja, podrtine, svjetionici, plutače,...),
- zalihe i potrebna količina goriva, vode i ulja za iduće putovanje.

Uz navedena ograničenja i potrebne akcije prije početka putovanja potrebno je izraditi dodatni materijal kojim će se posada broda koristiti tijekom putovanja brodom.

Priručnici kojima će se koristiti za planirano putovanje<sup>8</sup>:

- katalog navigacijskih karata (*Chart Catalogue*),
- navigacijske karte i pomoćne bijele karte (*Navigational Charts and White Charts*),
- svjetske oceanske rute (*Ocean Passage for the World*),
- karte preporučenih ruta i peljarske karte (*Routeing charts or Pilot charts*),
- iscrpne informacije vezane za svjetske luke i plovna područja (*Sailing Direction and Pilot Books*),
- lista popisa svjetionika i njihovih svjetlosnih karakteristika (*List of Light*),
- tablice morskih mijenja (*Tide Tables*),
- atlas morskih struja (*Tidal Stream Atlases*),

<sup>8</sup> Ibid., p. 17

- oglasi za pomorce (*Notices to Mariners*),
- važne informacije o pomorskim rutama (*Routeing Informations*),
- popis svjetskih obalnih radiopostaja s njihovim uslugama (*Radio Signal Information Including VTS and Pilot Service*),
- klimatske informacije (*Climatic Informations*),
- karta brodskih vodenih linija (*Load-line Chart*),
- tablica udaljenosti između luka (*Distance Tables*),
- elektronske navigacijske informacije (*Electronic Navigational System Information*),
- radijska i lokalna upozorenja (*Radio and Local Warnings*),
- kompanijski priručnici (*Company's Manuals*),
- priručna knjiga za pomorce (*Mariner's Handbook*),
- elektronske navigacijske karte (*Electronic Navigational Charts*),
- operacije helikopterom (*Helicopter Operations*),
- karte srednjih gustoća i saliniteta mora po sezonama (*World Surface Density/Salinity Charts*),
- katalog brzine vjetra (*Windspeed Catalogue*),
- Beaufortova skala jačine vjetra,
- tablica rosišta (*Dewpoint Table*),
- obavijesti službe za promatranje kretanja i formiranja arktičkog leda (*Movement of Arctic Ice and Summary of Ice Forms*),
- knjige informacija svih svjetskih luka (*Port Guide*),
- IALA – označavanje pomorskih kanala s pomoću plutača i motki (*Maritime Buoyage System*),
- tablica državnih zastava (*National Flag's Table*),
- međunarodna pravila izbjegavanja sudara na moru (*International Regulations for Preventing Collisions at Sea*),
- STCW (*International Convention on Training, Certification and Watchkeeping for Seafarers*),
- ISGOTT (*International Safety Guide for Oil Tankers and Terminals*),
- SIGTTO (*Society of International Gas Tanker and Terminal Operators Limited*),
- IGC (*International Gas Code*),
- MSDS (*Material Safety Data Sheet*),

- IMDG (*International Maritime Dangerous Goods Code*),
- MARPOL 73/78, MARPOL 2005. AMEND., MARPOL 2006. (*International Convention for the Prevention of Pollution from Ships*),
- SOLAS (*International Convention for the Safety of Life at Sea*),
- ICS (*Tanker Safety Guide/Chemicals*),
- knjiga prve pomoći (*First Aid*),
- ISPS (*Internatinal Ship and Port Facility Security Code*),
- ISM (*International Safety Management Code*),
- obvezno javljanje brodova (*Mandatory Ship Reporting System – AMVER*),
- obvezno javljanje brodova (*Mandatory Ship Reporting System in the Brasil – SISTRAM*),
- obvezno javljanje brodova (*Mandatory Ship Reporting System in the Australia – AUSREP*),
- obvezno javljanje brodova (*Mandatory Ship Reporting System in the Straits of Malacca and Singapore – STRAITREP*),
- navigacijske sigurnosne informacije (*33 USCG Code of Federal regulation – CFR, Navigation Safety regulation*),
- navigacijski godišnjak (*Brown's Almanah*),
- pomorski atlas (*Maritime Atlas*),
- brodske operacijske instrukcijske knjige (*Vessel specific manuals/Cargo, Ballast, Engine, Safety, Garbage Management etc.*).

**Tablica 1. Ukupan broj zaposlenih prema grani industrije u 2013. godini.**

INDUSTRIJA	UKUPNO RADNIH MJESTA	UDIO
<b>Poljoprivreda, rudarstvo i građevina</b>	171	0,1%
<b>Proizvodnja</b>	39.071	23,7%
Hrana i piće	2.698	1,6%
Tekstil i odjeća	1.583	1,0%
Papir i tisak	1.160	0,7%
Nafta i kemikalije	1.135	0,7%
Kamen, glina i staklo	162	0,1%
Metali	2.283	1,4%
Strojevi	3.766	2,2%
Električni strojevi	1.377	0,8%
Brodogradnja	22.926	13,9%
Ostala proizvodnja	1.981	1,2%
<b>Veleprodaja i maloprodaja</b>	11.351	6,9%
<b>Ugostiteljstvo</b>	6.636	4,0%
<b>Transport i komunalne usluge</b>	22.506	13,6%
Zračni prijevoz	5.802	3,5%
Prijevozne usluge	14.545	8,8%
Ostali transport i komunalne usluge	2.159	1,3%
<b>Financijske i poslovne usluge</b>	12.649	7,7%
Financije, osiguranje i nekretnine	1.100	0,7%
Poslovne usluge	11.549	7,0%
Osobne usluge i vlada	9.989	6,1%
<b>Iznos</b>	102.373	62,1%
Zaposlenini u kruzing kompanijama*	62.431	37,9%
<b>Sveukupno</b>	164.804	100,0%
* Europski građani		

Izvor: Cruise Lines International Association, The Cruise Industry,  
[http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/reports/CLIA\\_2014.pdf](http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/reports/CLIA_2014.pdf)

U tablici 1. prikazani su podaci prikupljeni u svim grana industrije u svijetu o broju zaposlenih te njihov udio u kruzing industriji. Podaci se odnose na direktne, indirektne i inducirane doprinose zapošljavanju. Iz priloženog vidimo da udio zaposlenih u kruzing kompanijama iznosi 37,9% naprama ostalim granama industrije. Slijedi je proizvodnja sa



23,7% a najmanji udio se bilježi kod financija. U odnosu na 2012. godinu bilježi se rast od 3,8% sveukupnog zapošljavanja.

## 2.1. OSNOVNE ZNAČAJKE KRUŽNIH PUTOVANJA

Porastom i razvojem kruzinge industrije rast potražnje za pomorskim kružnim putovanjima potiče razvoj ponude. Zbog različitih interesa putnika na brodu za kružna putovanja koji se temelje na višednevnom boravku putnika na brodu radi odmora, razonode i zabave te posjetima usputnih luka pristajanja, sve prisutnije su i druge vrste kružnih putovanja.

Primjer podjele vrsta kružnih putovanja<sup>9</sup>:

- Prekooceanska kružna putovanja
- Tematska kružna putovanja
- Obrazovna i pustolovna kružna putovanja
- Kružna putovanja oko svijeta
- Riječna kružna putovanja

Kako bi se kompanije istakle iz mase, te ponudile nešto novo i tako privukle putnike, kupuju otoke ili zakupljuju privatne otoke i uključuju ih u itinerarij. Zavisno o putnicima koji su na kružnim brodovima kompanije prilagođavaju ponudu te nude raznovrsne usluge. U nastavku su priložene kompanije i njihovi privatni otoci<sup>10</sup>:

- Costa Cruises – u svojoj ponudi ima otok imena Catalina a smješten je u Dominikanskoj Republici.
- Disney Cruise Line – posjeduje Castaway Cay koji se nalazi na Bahamima.
- Holland America Line - ima u ponudi Half Moon Cay koji je smješten na Bahamima
- MSC Cruises – posjeduje Cayo Levantado koji je na području Dominikanske Republike
- Norwegian Cruise Line – oni pak posjeduju otočić imena Great Stirrup Cay lociran na Bahamima
- Princess Cruises – u svojoj ponudi ima Princess Cays a nalazi se na Eleutheri na

<sup>9</sup> CFC Krstarenja, "Krstarenja", <http://www.krstarenja.hr/hr/krstarenja>

<sup>10</sup> Hannafin, M.: "Cruise Lines' Private Islands: Who Offers What in the Caribbean and Bahamas", 24.05.2010. <http://www.frommers.com/articles/6808.html>

Bahamima

- Royal Caribbean & Celebrity Cruises – Royal Caribbean i sestrinske kompanije imaju pristup Coco Cay koji je smješten na Bahamima i Labadee koji se nalazi na Haitima

## 2.2. GEOGRAFSKA PODJELA DESTINACIJA

Postoji više organizacija i zajednica koje okupljaju prvenstveno brodare, ali i ostale kompanije koje su neposredno ili posredno povezane s tržištem kružnih putovanja. Te se organizacije i zajednice grupiraju prema geografskom položaju pa razlikujemo Sjeverno Američke, Europske, Južno Američke, Aziju i Pacifik te Bliski Istok i Indijski ocean<sup>11</sup>.



**Shema 1. Geografska podjela destinacija**

Izvor: Izrada studentice

Poznata činjenica još od 1930-ih godina je da za većinu putnika brodovi za kružna putovanja čine destinaciju, a ne luke pristajanja<sup>12</sup>. Bez obzira na tu percepciju, brodovi za kružna putovanja ne mogu bez luka pristajanja jer one čine glvni sastav itinerarija. Važnost geografskog položaja posmatra se tako da putnici često odabiru krstarenje prema itinerariju, a ne prema brodu ili kruzing kompaniji.

Određene destinacije najpristupačnije je posjetiti u okviru kružnog putovanja, a također

<sup>11</sup> "Trgovački brod", [http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki\\_brod](http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki_brod)

<sup>12</sup> Douglas, N., Douglas, N.: **The Cruise Experience: Global and regional issues in cruising**, Pearson Education Australia, Frenchs Forest, 2004., p. 72.

i neke nerazvijene zemlje jer brod pruža sigurnost u svakom pogledu. Uz geografsku podijelu destinacija kružnih putovanja ide i klimatski faktor, koji ima odlučujuću ulogu u određivanju rasporeda itinerarija. To također uzrokuje repositioniranje brodova s jedne destinacije na drugu. Sve se podređuje udobnosti i sigurnosti putnika pa brodovi obično izbjegavaju područja gdje se pojavljuju teži vremenskih uvjeti zbog geografskih, klimatskih i sezonskih promjena.

### **2.2.1. Sjeverna Amerika**

Veliko područje Sjeverne Amerike može se podijeliti na četiri destinacije: Karibi, Aljaska, Zapadna obala Sjeverne Amerike i Havaji te Istočna obala Sjeverne Amerike. Sjeverna Amerika je prva po važnosti regija za kružna putovanja. Od vrhunskih pet kruzning destinacija u svijetu čak su tri na Floridi i to Miami, Port Everglades i Port Canaveral<sup>13</sup>. Najuglednije kompanije imaju sjedište na Floridi pa prema tome nije ni upitan podatak da dvije trećine putnika svjetskih kružnih putovanja dolazi iz Sjeverne Amerike<sup>14</sup>.

#### *2.2.1.1. Karibi*

Karibi privlače više putnika nego bilo koja druga kruzning destinacija u svijetu. Zanimanje putnika sa sjevernoameričkog područja za Karibe je velik zbog njihove blizine. Područje Kariba s više od 7.000 otoka može se podijeliti na Istočne, Zapadne i Južne Karibe, prema čemu se formiraju i itinerariji. Bahami i Bermudsko otočje su geografski izvan tog područja, ali su uključeni u karipske itinerarije.

U istočne karipske itinerarije uključuje se: Američki djevičanski otoci, Britanski djevičanski otoci, Sveti Martin, Antigva, Guadeloupe i Martinik, Dominika, Sv. Lucija, Sv. Vincent, Grenada, Sv. Kitts. Polazne luke za itinerarije su : Miami, Port Everglade, ili San Juan (Puerto Rico). Zapadni karipski itinerariji imaju polazne luke: Houston, Galves i New Orleans. Obično uključuju: Cancun, Consumel, Kajmanske otoke, Jamajku, Haiti, Kubu i Dominikansku Republiku. Ponekad se spominju i Tampico, Veracruz, Turks i Kaiko otoci, Key West na Floridi, te luke Središnje Amerike, kao Puerto Limon, Belize City, Otok

---

<sup>13</sup> Wild, P., Dearing, J.: "Caribbean stronghold", Lloyd's Cruise International, 2004., p. 27-38

<sup>14</sup> Florida Caribbean Cruise Association, "Cruise Industry Overview – 2007", <http://www.fcca.com/downloads/2007-overview.pdf>

Roatan<sup>15</sup>. Južni Karibi, kao najmanje posjećena destinacija Kariba, ima polazne luke: Puerto Rico, Bridgetown (Barbados) i Aruba. Luke ticanja tih itinerarija su: ABC otoci (Aruba, Bonaire, Curacao), Trinidad i Barbados. Također ponekad uključuju luke sjevernog dijela Južne Amerike: Cartagenu (Kolumbija), La Guariu (Venecuela). Bahami kao poseban itinerar obično polazi iz južnofloridskih luka Miami, Ft Lauderdale, Port Everglades i Port Canaveral. Najvažnije luke ticanja su Nassau i Freeport.

Neke kruzing-kompanije posjeduju privatne otoke pa ih uključuju u svoje itinerarije po Karibima. Tako je kompanija NCL već 1977. kupila otok Great Stirrup Cay, a poslije i ostale kompanije, kao Disney Cruise Line (Castaway Cay), Royal Caribbean (Coco Cay), Holland America (Half Moon Cay), Princess Cruises (Princess Cay)<sup>16</sup>. Prednosti vlasništva ogledaju se u prihodima povezanim sa svim sadržajima na otoku, te nepotrebnost plaćanja lučkih pristojba koje se inače vežu za luke ticanja.

#### *2.2.1.2. Aljaska*

Sezona kružnih putovanja na Aljasci ograničena je zbog vremenskih prilika, pa tako počinje tijekom svibnja i završava krajem rujna ili početkom mjeseca listopada. Zbog svojega ekološkog područja i regulacija povezanih s tim, teško da se može usporediti s nekom drugom destinacijom. Naime, postoje ograničenja emisije ispušnih plinova, poglavito u lukama te određenim područjima (primjer Seattle, Juneau). Toga su svjesne i kompanije, što se ogleda i u samoj specifikaciji brodova (turbinski pogoni s vrlo niskom emisijom ispušnih plinova) koji ondje plove. Porast cijena nafte utječe da se traže kompromisi i uporaba u jeftinijih goriva ugradnjom dizelskih motora na turbinske brodove poznate kao „clean ships“ (čisti brodovi). Specifičnost je i činjenica da su samo dvije polazne luke ovih itinerara, i to Seattle i Vancouver. Unatoč visokoj cijeni pristojba koje kompanije plaćaju na Aljasci, to se nije previše odrazilo na njihovu zastupljenost.

#### *2.2.1.3. Zapadna obala Sjeverne Amerike i Havaji*

Kada se govori o ovoj destinaciji, ponajprije se misli na meksičku obalu (Ensenada, Acapulco, Cabo San Lucas, Mazatlan, Puerto Vallarta) kao destinaciju različitih itinerara

---

<sup>15</sup> Mancini, M: op.cit., p. 103

<sup>16</sup> Ward, D.: **Ocean Cruising & Cruise Ships 2004.**, Berlitz, London, 2004., p. 35

što polaze iz Los Angelesa, Long Beacha i San Diega. To uključuje itinerare od tri, četiri ili sedam dana. Polazna luka za krizing kroz Panamski kanal je Acapulco, kao i završna luka na krstarenju s Kariba. Često se ova destinacija spominje zajedno s Aljaskom jer neki itinerariji polaze prema toj destinaciji.

#### *2.2.1.4. Istočna obala Sjeverne Amerike*

Tradiciju putničkih brodova koji su plovili istočnom obalom između Nove Engleske i New Yorka (Fall River Line), te nešto poslije veliki linijski brodovi, ploveći na relaciji Europa – New York, nastavili su današnji kruzeri<sup>17</sup>. Kao i sezona na Aljasci, ograničena je vremenskim uvjetima, pa traje od kasnog proljeća do kasne jeseni. Najvažniji itinerariji su oni što polaze iz New Yorka prema Montrealu i onaj prema Bermudskom otočju. Luke ticanja u itinerariju od New Yorka do Montreala su: Newport, Boston, Bar Harbour, Saint John, Halifax i Quebec City. Južnije luke uključene i u repozicijski itinerarij su Philadelphia, Baltimore, Charleston, Norfolk te Savannah. New York se, sa svoja četiri terminala (Manhattan, Brooklyn, Bayone i Chelsey Recreation Piers) uvrštava u sam vrh svjetskih luka za putničke brodove.

#### **2.2.2. Europa**

Europa je druga , nakon Sjeverne Amerike, najposjećenija svjetska regija kružnih putovanja. Putnici u ovoj regiji mogu u kratkom vremenu posjetiti više zemalja i upoznati se s njihovim kulturama i običajima. Budući da se iz godine u godinu u ljetnim mjesecima sve više brodova nalati u Europi, premještanje brodova u listopadu/studenom u toplije krajeve i njihov povratak u ožujku/travnju postaje sve izraženija pojava. Najviše ih odlazi zimi na Karibe, ali, s porastom potražnje, sve više i u Južnu Ameriku, na Daleki istok i Indijski ocean<sup>18</sup>.

Kad se govori o Europi, misli se na: Sredozemlje (zapadno i, istočno Sredozemlje), te sjevernu Europu (atlantske luke, Irska, Velika Britanija, Sjeverno more, Baltičko more). Za Europu kao krizing destinaciju i te kako su zainteresirane vodeće svjetske kompanije, što

---

<sup>17</sup> Ibid., p. 96

<sup>18</sup> Peručić, D.: **Cruising-turizam razvoj, strategije i ključni nositelji**, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2013., p. 54

se ogleda u njihovoj velikoj zastupljenosti. Odgovor na prepoznatljiv potencijal europskog tržišta i destinacije je povećanje brodskih kapaciteta na Sredozemlju i sjevernoj Europi.

### 2.2.2.1. Sredozemlje

Ima više različitih podjela sredozemnog tržišta kružnih putovanja. Najpoznatija je ona tradicionalna podjela na istočno i zapadno tržište koja prostorno dijeli Apeninski poluotok. Prema MedCruise<sup>19</sup>, širom geografskom podjelom uz ovo se područje vežu Crno more, Crveno more i Atlantski otoci.<sup>38</sup> Uz to se još može spomenuti jadranski itinerarij, koji je, kao i sve ostale, nekad teško odijeliti jer se međusobno isprepliću.

Istočno Sredozemlje obuhvaća sljedeće zemlje/luke: Hrvatska (Dubrovnik, Split, Zadar, Šibenik, Rijeka, Pula, Rovinj), Grčka i otoci (Mikena, Santorini, Rodos, Krf, Kreta, Katakolon, Pirej), Italija (Venecija), Turska (Istanbul, Kusadasi, Izmir), Cipar (Limasol), Malta (La Valeta), Egipat (Aleksandrija), Izrael (Haifa), Libija (Tripoli). Istočno sredozemno tržište obuhvaća uglavnom itinerare unutar samog područja, one na relaciji istočno – zapadno Sredozemlje, i obratno, ali i one iz sjeverne Europe prema istočnom Sredozemlju. Također uključuju kružna putovanja unutar rubnih područja istočnog Sredozemlja, kao Egejskog mora i Levanta (Crno more i Crveno more).

Jadranska se destinacija, bazira najvećim dijelom na jadranske luke, odakle i počinju svi itinerariji, ali, kao i sve ostale europske destinacije, međusobno korenspondiraju u obliku različitih itinerarija koji ih povezuju (npr. sjeverna Europa i Jadran).

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

Atlantski otoci spominju se u zapadnosredozemnom itineraru kao jedna od destinacija,

---

<sup>19</sup> MedCruise, "The Mediterranean", <http://www.medcruise.com/index.php/cruising-the-med/the-mediterranean>

dok su kao luka ticanja ucrtani u repozicijskom smjeru iz Europe u Karibe, i obratno. Najčešće se atlantski otoci spominju kao destinacija za sebe, pa se putovanja organiziraju oko Kanarskih otoka (bazna luka Santa Cruz de Tenerife).

Tržište Sredozemlja, zbog svojega specifičnog geopolitičkog položaja, podložno je različitim utjecajima na popularnost pojedinih tržišnih područja ove regije. Klimatske pogodnosti Sredozemlja pridonose dugome toplom ljetu i pogoduju kružnim putovanjima. Zbog globalnog zatopljenja poboljšavaju se vremenske prilike i tijekom zimskih mjeseci, pa se sezona kružnih putovanja u Sredozemlju produžuje, što je velika prednost osobito za brodove u zimskom razdoblju. Već od 1980-ih pravilo je, naime, da po dolasku zime brodovi prelaze na Karibe ili južnu Afriku, nastavljaju putovanje kroz Suez prema Crvenome moru ili se vezuju. Danas dio njih ostaje u Sredozemlju tijekom cijele godine<sup>20</sup>.

Sredozemno tržište nudi širok izbor itinerara koji se razlikuju po duljini trajanja. Najpopularniji su oni od 12 dana, iako su često i oni od 7, 10 i 14 dana<sup>21</sup>. Prednosti Mediterana kao destinacije ogledaju se u sljedećem<sup>22</sup>:

- strateški položaj između Europe, Afrike i Azije,
- grčka, rimska, egipatska kultura (raznolikost) i povijest,
- arheološka nalazišta, crkve i muzeji,
- predivni prirodni krajolici,
- kontrast između moderne i stare umjetnosti,
- raznovrsnost proizvoda.

#### 2.2.2.2. *Sjeverna Europa*

Kada se govori o tržištu kružnih putovanja sjeverne Europe, misli se ona područja britanskog otočja, Baltika, Islanda, Arktika, norveških fjordova i zapadne Europe. To je i osnovna podjela kojom se vode kruzning-kompanije, pa je prema tome i marketinški prate. Luke ovog područja većinom su sofisticirane i sposobne udovoljiti svim zahtjevima

---

<sup>20</sup> Peisley, T.: "The World cruise Ship Industry to 2000", Research report, Travel & Tourism Intelligence, London, 1996., p. 124

<sup>21</sup> Benić, I.: *Analiza najpoznatijih kruzning destinacija u svijetu*, Ekonomska misao i praksa, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, p. 321

<sup>22</sup> Canevello, S.: "Cruise and Tourism in Mediterranean—Latest Developments", Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Genova, 2007., [http://www.port-net.net/activities/pdf/canevello\\_malta\\_05092007.pdf](http://www.port-net.net/activities/pdf/canevello_malta_05092007.pdf)

brodova. Ograničenje toga tržišnog područja je sezonalnost kao posljedica loših vremenskih prilika u zimskim mjesecima, pa se brodovi obično repositioniraju na Karibe. Mnoge kompanije tradicionalno potječu s tog područja (Cunard, P&O Cruises) jer je Velika Britanija kolijevka kružnih putovanja<sup>23</sup>. Najvažnije bazne luke sjeverne Europe su: Southampton, Kopenhagen, Dover, Kiel, Amsterdam, Harwich, Bremenhaven. Najznačajnije luke ticanja su: St. Petersburg, Talin, Lisabon, Stockholm, Helsinki, a najvažnije bazne luke: Southampton, Kopenhagen, Dover, Kiel, i Amsterdam.

Problemi s kojima se susreću sjevernoeuropske luke nešto su manji od onih u Sredozemlju jer imaju napredniju infrastrukturu. Među najvažnijim su problemi povezani s povećanjem parkirnih mjesta (Southampton) i obnovom lučkih terminala.

Kratkoročni se ciljevi luka odnose na unaprjeđenje operacija s putnicima, a dugoročni su vezani uz izgradnju novih terminala, više ticanja brodova i promjenu luka ticanja u bazne luke putovanja. Unatoč različitim problemima, tržište je sjeverne Europe zamjetan kotač europskog kruzinga. Umjerena ekspanzija ponude brodskih postelja daje dostatno vremena svim zemljama sjeverne Europe da se pripreme i za veće kapacitete putnika. S obzirom na duljinu trajanja sezone i na važnost kruzinga, i općenito turizma, u pojedinim državama, sjeverna se Europa teško može usporediti sa Sredozemljem, koje je u ta dva segmenta potpuno različito.

### **2.2.3. Južna Amerika**

Najjednostavnije je otkriti raznolikosti Južne Amerike putujući brodom. Različitost kultura i geografskih regija pruža jedinstveno iskustvo na kružnim putovanjima. Od Amazone do Antartika, od Perua do Patagonije, te kozmopolitskih gradova Buenos Airesa, Montevidea, Valparaisa, i prirodnih ljepota čileanskih fjordova, Iguazu slapova, Galapagosa, Uskršnjih otoka, Falklandskih otoka, Cape Horna i Mageljanova prolaza - protežu se različiti itinerariji. S obzirom na to da se nalazi u južnoj hemisferi, godišnja su doba u suprotnosti s mogućim oponentima, Karibima i Sredozemljem. Tu se prožima europska kultura i karipska toplina, a egzotičnost krajeva i izazov novog svijeta u obliku avanture nešto je novo po čemu se ovo područje razlikuje od ostalih<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Gibson, P.: **Cruise Operations Management**, Elsevier LTD., Burlington MA, 2006. p. 3-10

<sup>24</sup> Benić, I: *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, op.cit., p. 336



Sezona počinje u listopadu, a završava u travnju, iako traje i tijekom cijele godine za manje brodove uz obalu. Postoje četiri osnovna tipa itinerarija: repozicijska kružna putovanja, kružna putovanja oko Cape Horna, rijekom Amazonom i antartička kružna putovanja. Repozicijska kružna putovanja obično kreću u listopadu iz Sjeverne Amerike (Miami ili San Diego) i završavaju ili u Buenos Airesu ili Valparaisu. U trajanju su od 15 do 18 dana i diraju mnogobrojne brazilske luke. Kružna putovanja oko Cape Horna mogu trajati od 14 do 20 dana, a polaze ili iz Buenos Airesa ili iz Valparaisa. Karakteristični su što se tijekom putovanja mijenjaju vremenski uvjeti, počevši od onih tropskih, pa do veoma hladnih oko Cape Horna. Antarktička kružna putovanja kreću iz Ushuaia (sedmodnevni na manjim brodovima) ili oni klasični oko Cape Horna, uz posjet zaljevu Drejk, Slonovskom otoku i Palmeru. Amazona uključuje više itinerara, koji obično počinju u Manausu, a završavaju u Buenos Airesu.

Najvažnije bazne luke su: Buenos Aires, Ushuaia, Rio de Janeiro, Santos, Valparaiso, Manaus, Baltra. Kao luke ticanja mogu se spomenuti još: Montevideo, Callao, Belem, Punta Arenas, Puerto Madryn, Recife. Znatno povećanje putnika proteklih godina rezultat je popularnosti ove destinacije uopće.

#### **2.2.4. Azija i Pacifik**

Golemo tržište potencijalnih putnika koje još nije došlo do izražaja jest područje Azije i Pacifika. Razlog leži u specifičnosti podneblja, ljudi, različitih tradicija i kultura te socioloških indikacija.

Prije osvrta na daljnja obilježja potrebno je geografski odrediti pripadajuća područja i destinacije. To su: jugoistočna Azija (Malezija, Filipini, Singapur, Vijetnam, Kambodža, Tajland), južni Pacifik (Australija, Novi Zeland, Solomonski otoci, Indonezija, Papua i Nova Gvineja), Daleki istok (Japan, Republika Koreja, Kina, Demokratska Republika Koreja), Transpacifik (Guam, Franuska Polinezija, Fidži, Havaji)<sup>25</sup>.

Sezona kržnih putovanja u Aziji traje od listopada do travnja.

Najvažnije luke Australije i Novog Zelanda su: Sydney, Cairns, Auckland i Wellington.

---

<sup>25</sup> Vojvodić, K.: *Pozicioniranje Dubrovnika na tržištu omorskih krstarenja*, magistarski rad, Sveučilište u Splitu, Split, 2004., p. 89

Azijske luke su: Hong Kong, Xingang, Šangaj, Kuala Lumpur, Singapur, Da Nang, Manila, Bombaj, Kolombo, Bankok, Kagošima, Tokio, Semarang. Singapur, kao jedna od najvažnijih baznih luka Azije ima sve predispozicije da postane „Miami“ u Aziji.

Južni se Pacifik, sa 7.500 otoka, zemljopisno može podijeliti na: Melaneziju (Solomonsko otočje, Novu Kaledoniju, Fidži, Vanuatu), Polineziju (Tahiti, Bora Bora, Huahine, Društveni otoci) i Mikroneziju (Maršalovi otoci, Yap, Chuuk, Palau). Luke su: Tahiti, Bora Bora, Nadi, Huahine, Moorea, Rarotonga, Raiatea, te luke Havaja koje su spomenute u okviru istočne američke obale. Najvažnija je luka Papete (Tahiti), odakle najčešće polaze svi itinerariji.

Na kraju se može istaknuti da je ova destinacija zbog svoje specifičnosti posebno svjetsko tržište kružnih putovanja. Manja ponuda itinerara i brodskog prostora pomaže njihovu lakšem odabiru, za razliku od karipskih. Velika udaljenost od glavnih tržišta Sjeverne Amerike i Europe također ide u prilog manjoj potražnji za ovim prostorom.

## **2.2.5. Bliski istok i Indijski oceanske**

Bliski istok je područje arapskih zemalja koje okružuje Arapsko i Crveno more, te jugoistočno Sredozemlje. Područje Indijskog oceana često se povezuje s azijskim dijelom, pa je nekad teško naći granicu. Obuhvaća kružna putovanja istočnim dijelom Afrike, između Mombase i Dar-es-Salaama, otočja Maldiva, Mauricijusa, Sejšela, Reuniona, Komore i Madagaskara, te Indiju i Šri Lanku<sup>26</sup>.

Destinacije Bliskog istoka i Indijskog oceana nude jedinstven doživljaj kruzinga, što je i u skladu s današnjim trendovima. Sunce i more nisu dostatni u zadovoljavanju sve zahtjevnijeg tržišta. Traže se novi izazovi, nove destinacije koje osiguravaju jedinstveno kružno putovanje. Iako je do sada bio najprisutniji elitni oblik ovoga turizma, sve više dolazi do izražaja moderni koji karakteriziraju veliki brodovi i pristupačnost cijena za šire društvene slojeve.

---

<sup>26</sup> Benić, I.: *Analiza najpoznatijih kruzing destinacija u svijetu*, op.cit., p. 342

### 3. INTEGRACIJA SUSTAVA KRUŽNIH PUTOVANJA U SVIJETU

Kruzing industrija pruža točku gledišta sa koje se može promatrati evolucija globalnog turizma. Za mnoge promatrače predstavlja simbol masovne industrijalizacije u slobodno vrijeme. Kruzing industrija je nedvojbeno izrazito intenzivna kapitalom i karakteriziraju je visoki operativni troškovi<sup>27</sup>. U proizvodnom sustavu turizma teško je naći drugu industriju koja predstavlja takav izazov na lokalnoj i globalnoj razini, jedinstvenost i standardizaciju, i široki spektar sudionika koji direktno pridonose finalnom proizvodu.

Dinamičnost i stalne promjene u ponudi i potražnji, sve teži opstanak na tržištu u uvjetima jake konkurencije dovode do okrupnjavanja kruzing kompanija i do promjena u njihovoj vlasničkoj strukturi. Promjene su česte tako da manje kompanije postaju dio veće i financijski jače korporacije<sup>28</sup>. Kruzing industrija se svojim djelokrugom odmiče od početnih tržišnih primarnih izvora (Sjeverna Amerika) i primarnih destinacija (Karibi). Za poticanje dugoročnog širenja industrije, sve veće kruzing kompanije okreću se alternativnim tržišnim izvorima i proširuju ponudu s novim destinacijama. Ekonomska opravdanost suvremenih procesa poslovnog povezivanja proizlazi iz sljedećih pogodnosti<sup>29</sup>:

- standardizacije turističke ponude,
- zajedničkih i djelotvornijih promotivnih aktivnosti,
- prodaje preko jedinstvenoga rezervacijskog sustava,
- izgradnje imidža; racionalnog korištenja raspoloživim kapacitetima i radnom snagom, smanjenja proizvodnih troškova,
- učinkovitijeg istraživanja turističkog tržišta,
- razvoja zajedničkih odjela nabave, marketinga i drugo,
- jačanje konkurentskih sposobnosti,
- povećanje stupnja sigurnosti u plasmanu proizvoda na tržište.

Preraspodjelom nekih brodova koji obavljaju kružna putovanja na području sjeverne Amerike na područje Europe, Latinske Amerike i Azije, velike kruzing kompanije neće

<sup>27</sup> Gui, L.: "Geographical expansion and consolidation of global cruising", Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 24, 2, 2010., p. 262-265

<sup>28</sup> Peručić, D.: op.cit., p. 50

<sup>29</sup> Ibid. Str. 59

toliko zavisiti o tržišnoj potražnji putnika sjeverne Amerike ili Kariba kojim ih privlače. Kako bi proširili i diverzificirali itinerariji, krusing kompanije istražuju perspektivne destinacije koji bi mogle postati važan izvor prihoda.

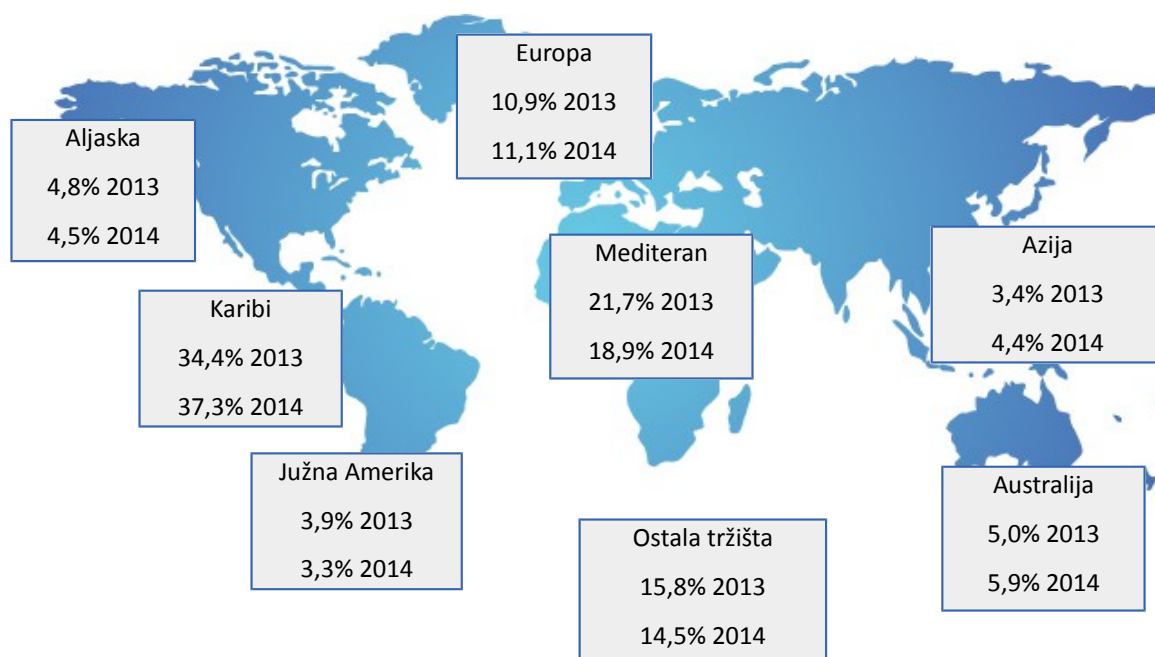
Brodovi za kružna putovanja danas nisu više samo način prijevoza već destinacija i jedinstveni primjer deterritorijalizacije. Brodovi se orijentiraju na područja u kojima je sezona kružnih putovanja bez obzira na matičnu luku i državnu pripadnost matične kompanije. Kružna putovanja rasprostranjena su po cijelom svijetu. Odabir destinacije ovisi o vremenskim prilikama i klimatskoj zoni u kojoj se nalazi. Tijekom godine krusing kompanije mjenjaju regije i pozicioniraju svoje brodove u područje gdje je povoljna sezona krsterenja kako bi putovanje bilo što mirnije i ugodnije.

U nekim regijama može se ploviti tijekom cijele godine, dok neke regije dozvoljavaju samo za vrijeme sezone. Zbog navedenog razloga varira raspodjela brodova između pojedinih regija. Mediteranom je sezona plovidbe od travnja do listopada dok Karibi imaju predispozicije za kružna putovanja tijekom cijele godine. Mediteran se razmatra kao regija u kojoj bi kružna putovanja bila moguća kroz cijelu godinu, najviše su povod tome ugodna klima te brodovi prilagođeni zimskim uvjetima<sup>30</sup>. Uz navedene klimatske pogodnosti, na raspored i broj brodova u regiji utječe i politička situacija zemlje, jer je sigurnost putnika jedan od najvažnijih čimbenika.

Američke krusing kompanije su dobro pozicionirane na sjevernoameričkom tržištu, ali su ujedno opterećene velikim kapacitetom brodova i sve većom konkurencijom. U potrazi za novim tržištima širile su svoju ponudu na regiju Mediterana te ostale regije u svijetu. Razmještajem brodova u nove regije žele se razviti nova tržišta kojim bi se ponuda obogatila i time putnicima ponudilo nove itinerarije te doprinijelo popularizaciji kružnih putovanja i razvoju luka.

---

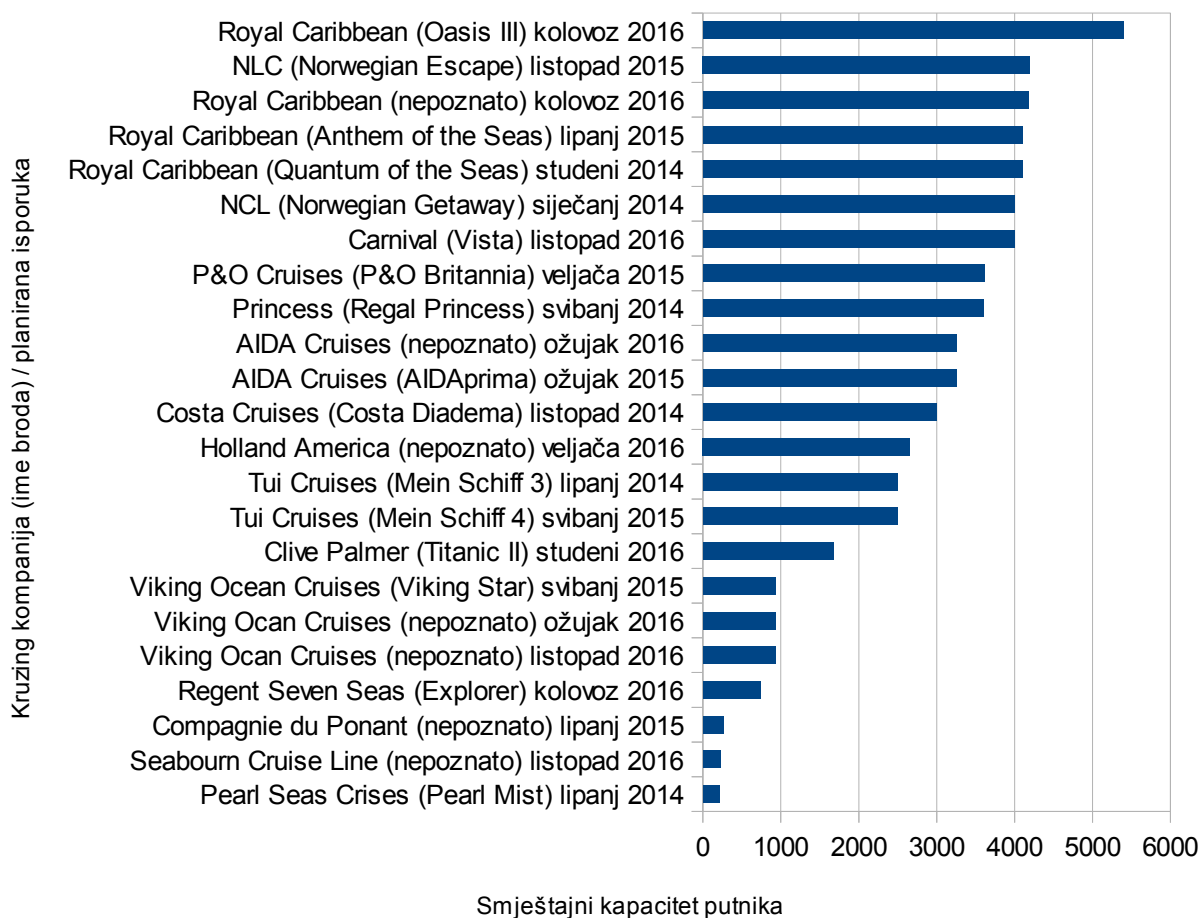
<sup>30</sup> Gui, L.: op. Cit., str. 5



## Shema 2. Tržišni udio

Izvor: Pripremila studentica prema Cruise Lines International Association, "State of the Cruise Industry Report 2014", <http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Infographic.pdf>

Iz gore priložene sheme vidljivo je da većina regija u odnosu na prošlu godinu, u 2014. godini bilježi porast tržišnog udjela kapaciteta. Kao i prethodnih godina, Karibi su i dalje vodeća destinacija kružnih putovanja s tržišnim udjelom kapaciteta od 37,3 %. Najveći podbačaj zabilježila je regija Mediterana čiji se udjel smanjio sa 21,7% u 2013. godini na 18,9% u tekućoj godini. Podaci u shemi su privremeni s obzirom da još nije zaključena sezona kružnih putovanja za 2014. godinu.



**Grafikon 1. Planirani novi putnički brodovi u svijetu od 2014. do 2016. godine, po smještajnom kapacitetu putnika**

Izvor: Statista, "New cruise ships planned worldwide from 2014 to 2016, by passenger capacity",  
<http://www.statista.com/statistics/243857/new-cruise-ships-by-capacity/>

Kruzing kompanije planiraju povećati svoje smještajne kapacitet putnika na brodovima. U grafikonu 6. prikazani su podaci za pojedine kruzing kompanije i planirani brodovi za isporuku od 2014. godine do 2016. godine sa smještajnim kapacitetom broda. U prikazanom periodu najveći smještajni kapacitet (5.400 putnika) imati će brod Oasis III kompanije Royal Caribbean čija je isporuka planirana za kolovoz 2016. godine. U 2014. godini najveći smještajni kapacitet imati će brod Quantum of the Seas, također kompanije Royal Caribbean, sa smještajnim kapacitetom od 4.100 putnika a njegova isporuka je planirana za mjesec studeni. Ukupan smještajni kapacitet postojećih brodova za kružna putovanja isporukom novih do kraja 2016. godine povećati će se za 22.309 dodatnih smještajnih kapaciteta.

Glavni razlog izgradnji sve većih brodova je ekonomija opsega jer takav brod može primiti više putnika uz niže troškove prijevoza po putniku i može ponuditi jeftinije aranžmane te ostvariti veće prihode i dobiti.

### **3.1. KONKURENTNOST HRVATSKIH CRUISING DESTINACIJA**

Luke za prihvat brodova za kružna putovanja ne obrađuju se u zakonu kao posebne luke, odnosno luke nautičkog turizma. Na taj način kruziranje se, još uvijek, razvija izvan logističke potpore nacionalne legislative<sup>31</sup>. Najveće luke Republike Hrvatske mogu ujedno i prihvatiti velike kruzere na vezu uz obalu.

U Hrvatskoj se prihvat brodova za kružna putovanja može organizirati u lukama otvorenim za javni promet, a to su luke osobitog ili međunarodnog značenja, županijske i lokalne luke. U prihvat brodova za kružna putovanja u Hrvatskoj uključeno je dvadesetak javnih luka s različitim intenzitetom posjećivanja i to kako onih najvećih, kao što su primjerice Split, Rijeka i Dubrovnik, preko županijskih, poput Pule, Korčule, Malog Lošinja i sličnih, do malih lokalnih luka, poput onih na Lopudu, Mljetu i Šipanu<sup>32</sup>.

Na području Republike Hrvatske u lukama otvorenim za javni promet brodovi plaćaju lučke pristojbe koje se naplaćuju brodovima za korištenje obala i za administrativne usluge, a donosi ih i javno objavljuje lučka uprava. Osim lučke pristojbe, korisnici luke za dobivene usluge u lukama otvorenim za javni promet, plaćaju lučke naknade<sup>33</sup>. Ovlaštenici koncesije koji obavljaju djelatnost u lukama otvorenim za javni promet dužni su javno objaviti lučke naknade za svaku pojedinu vrstu djelatnosti ili usluga. Lučke naknade koje se najčešće obračunavaju brodovima na kružnim putovanjima u hrvatskim lukama su: naknada za privez i odvez (osnova za obračun je BT ili metar dužine), odvoz krutog i tekućeg otpada, potrošnja vode (m<sup>3</sup>) i električne energije. Izračun lučke pristojbe za brodove za kružna putovanja u lukama provodi se prema dvije osnove: putnik i bruto

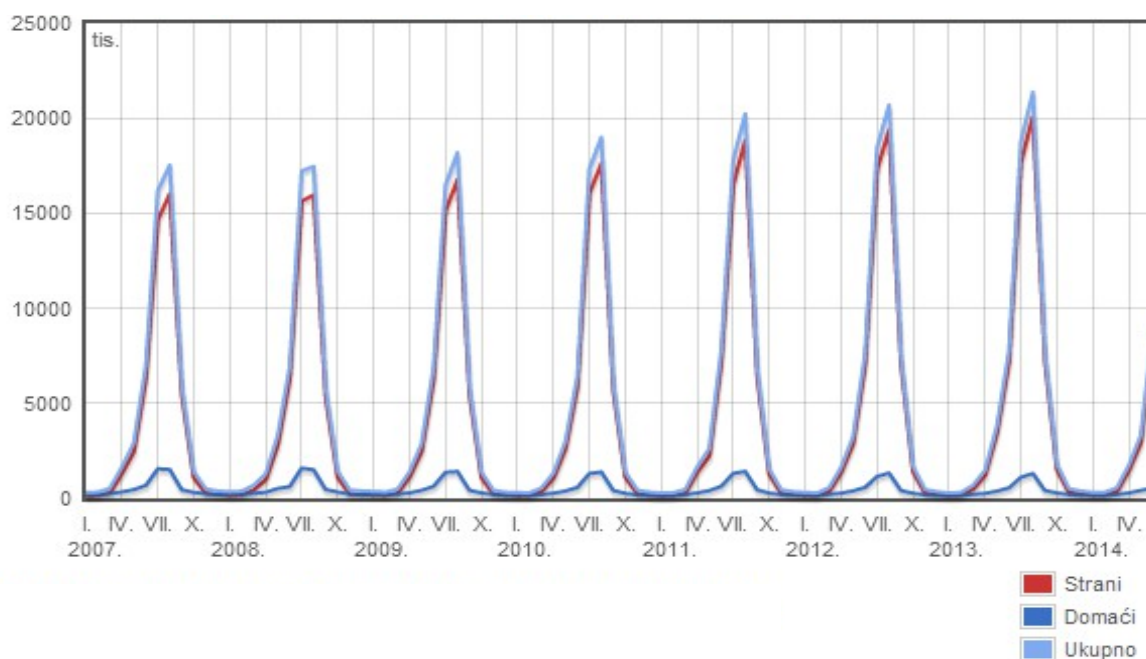
<sup>31</sup> Luković, T., Šerić, N.: *Strateški razvoj i promjene legislative nautičkog turizma Hrvatske*, Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 23, 2, 2009. p. 360-362

<sup>32</sup> Gračan, D., Zadel, Z.: *Kvantitativna i kvalitativna analiza kruziranja turizma Republike Hrvatske*, Pomorski zbornik, Društvo za proučavanje i unapređenje pomorstva Republike Hrvatske, Rijeka, 47-48, 2013., p. 52

<sup>33</sup> Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama, Narodne Novine Republike Hrvatske, 158/03, čl. 63

tonaža (BT)<sup>34</sup>. Jedinična cijena po osnovi bruto tonaže varira ovisno o razredima veličine broda, a cijena po putniku razlikuje se u odnosu na putnika u tranzitu, ukrcanom i/ili iskrcanom putniku.

Hrvatska je tradicionalno turistički orijentirana zemlja. Porast noćenja turista posljednjih godina, kako je vidljivo i na grafu 1., potvrđuje da je Hrvatska na putu da turizam postane aktivni generator razvoja gospodarstva. Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti i implementirati strategiju turizma usmjerenu na održivi razvoj sa naglaskom na one oblike turizma koji će stvarati koristi svim sudionicima. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe<sup>35</sup>.



**Grafikon 2. Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima u Hrvatskoj**

Izvor: Državni zavod za statistiku, "Noćenja turista", 10.02.2014., [http://www.dzs.hr/app/rss/kljucni\\_m.html](http://www.dzs.hr/app/rss/kljucni_m.html)

Iako ima brojne nedostatke poput sezonalnosti, kvalitete i raspona usluga, nisku prosječnu potrošnju, neadekvatan kadar te visoke troškove rada i kapitala, pozicija

<sup>34</sup> Gračan, D., Zadel, Z.: op.cit., p. 52

<sup>35</sup> Madjar, M.L., Sladoljev, J.: "Strateški plan razvoja hrvatskog turizma", 13.10.2011., <http://www.vijesti.hssd.hr/attachments/Strateski%20plan%20arvoja%20hrvatskog%20turizma.doc>



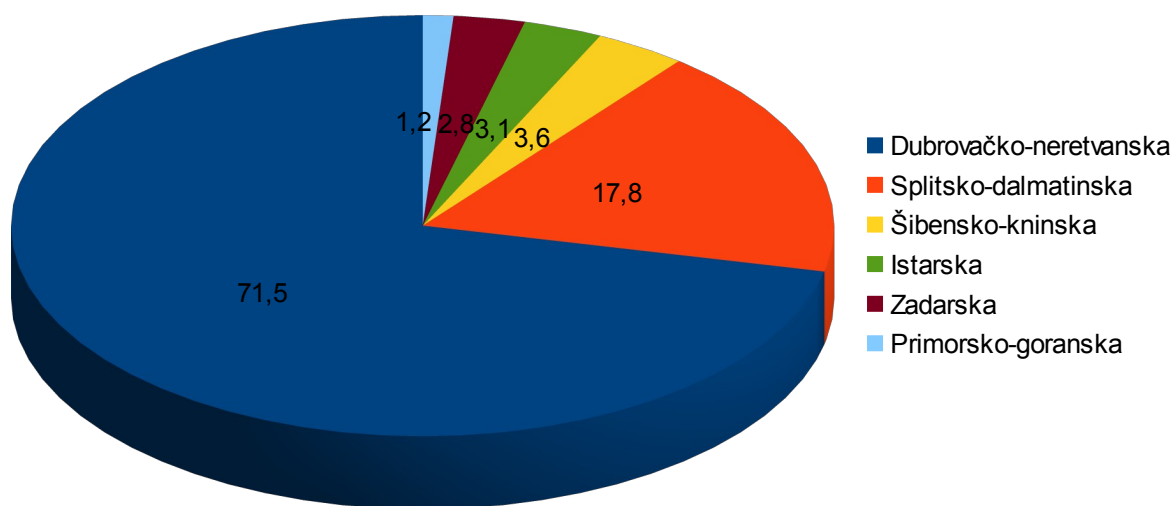
Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu je stabilna i sve snažnija. Hrvatska je još uvijek na tržištu u fazi rasta. Koliko to predstavlja priliku istovremeno toliko predstavlja opasnost ukoliko se Hrvatska ne razvije brzo i kvalitetno. Pozitivni financijski efekt na ukupnu privredu te ukupan broj turista mogu se umjesto očekivanog rasta brzo početi smanjivati. Da bi se osigurao kvalitetan razvoj Hrvatske kao konkurentne turističke zemlje, potreban je usklađen rad svih sudionika, kako javnih tako i privatnih, na svim mogućim razinama. Svi sudionici hrvatskog turizma okupljeni oko jasne zajedničke vizije, moraju djelovati zajedno i koordinirano na uklanjanju prepreka za ispunjenje strateških ciljeva.

**Tablica 2. Kružna putovanja stranih brodova**

	I – XII 2012.	I – XII 2013.	Indeksi I – XII 2013. / I – XII 2012.
Putovanja	802	828	103,2
Dani boravka broda	1486	1638	110,2
Putnici na brodu	1154814	1237623	107,2

Izvor: Državni zavod za statistiku, "Kružna putovanja stranih brodova u RH", 10.02.2014.,  
[http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm)

U razdoblju od siječnja do prosinca 2013. godine ostvareno je 828 kružnih putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj. Na tim brodovima bilo je 1,237.623 putnika, koji su u Republici Hrvatskoj boravili ukupno 1.638 dana, što je u prosjeku dva dana.



**Grafikon 3. Ulasci stranih brodova prema županijama, I.-XII.2013. ( u %)**

Izvor: Državni zavod za statistiku, "Kružna putovanja stranih brodova u RH", 10.02.2014.,  
[http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm)

U strukturi kružnih putovanja stranih brodova najviše stranih brodova na kružnim putovanjima prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske evidentiralo je u Dubrovačko-neretvanskoj (71,5%) i Splitsko-dalmatinskoj županiji (17,8%), što je ukupno 89,3%. Ostalih 10,7% stranih brodova na kružnim putovanjima prvi ulazak u teritorijalno more Republike Hrvatske evidentiralo je u ostale četiri županije: Šibensko-kninskoj (3,6%), Istarskoj (3,1%), Zadarskoj (2,8%) i Primorsko-goranskoj (1,2%)<sup>36</sup>.

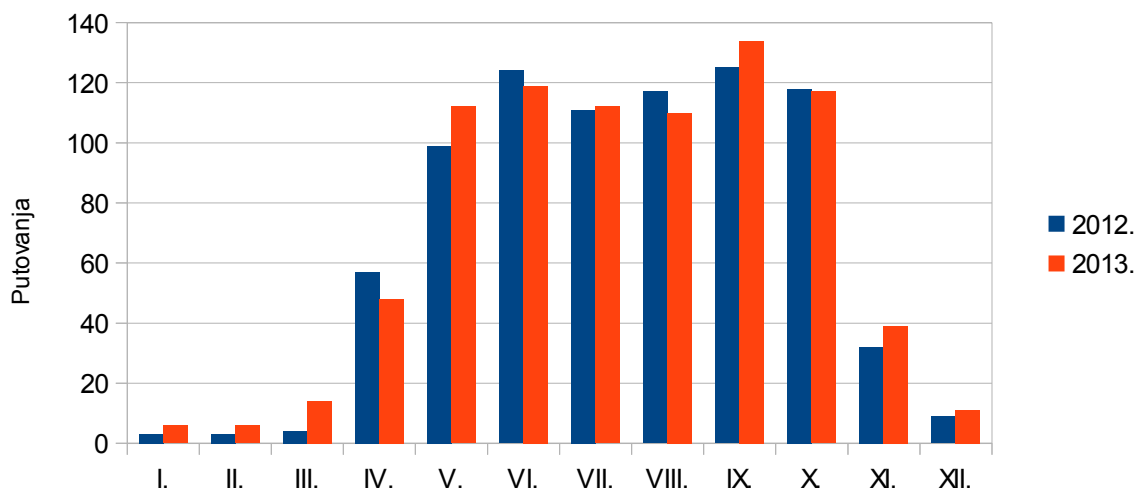
<sup>36</sup> Državni zavod za statistiku, "Kružna putovanja stranih brodova u RH", 10.02.2014.  
[http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm)

**Tablica 3. Kružna putovanja stranih brodova, dani boravka i putnici u 2012. i 2013. godini**

Mjesec	Putovanja			Dani boravka			Putnici na brodu		
	2012.	2013.	Indeksi 2013./2012.	2012.	2013.	Indeksi 2013./2012.	2012.	2013.	Indeksi 2013./2012.
I.	3	6	200,00	6	24	400,00	148	276	186,5
II.	3	6	200,00	16	45	281,2	139	300	215,8
III.	4	14	350,00	16	40	250,00	3.199	17.192	537,4
IV.	57	48	84,20	91	80	87,90	84.055	75.445	89,8
V.	99	112	113,10	193	210	108,80	126.059	166.263	131,90
VI.	124	119	96,00	234	226	96,60	167.367	184.148	110,00
VII.	111	112	100,90	186	247	132,80	178.254	173.334	97,20
VIII.	117	110	94,00	206	195	94,70	187.313	194.611	103,90
IX.	125	134	107,20	235	257	109,40	173.333	185.273	106,90
X.	118	117	99,20	206	209	101,50	175.775	169.268	96,30
XI.	32	39	121,90	50	57	114,00	58.681	68.800	117,20
XII.	9	11	122,2	47	48	102,1	491	2.713	552,50
UKUPNO	802	828	103,2	1486	1638	110,2	1.154.814	1.237.623	107,2

Izvor: Državni zavod za statistiku, Kružna putovanja stranih brodova u RH, 10.02.2014.,  
[http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm)

U odnosu na isto razdoblje 2012. broj putovanja veći je za 3,2%, a broj putnika koji su na taj način ušli u Republiku Hrvatsku veći je za 7,2%. Ukupan broj dana boravka tih putnika u istom razdoblju veći je za 10,2%.



**Grafikon 4. Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj po mjesecima u 2012. i 2013. godini<sup>37</sup>**

Izvor: Državni zavod za statistiku, "Kružna putovanja stranih brodova u RH", 10.02.2014.

[http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm)

U gornjem grafikonu prikazani su rezultati usporedni podaci za 2012. godinu i 2013. godinu sa podacima iz Tablice 10. Kružna putovanja stranih brodova, dani boravka i putnici u 2012. i 2013.

### **3.2. UTJECAJ KRUŽNIH PUTOVANJA NA DRUŠTVENI, GOSPODARSKI I EKOLOŠKI RAZVOJ DESTINACIJA**

Kružna putovanja jedan su od najbrže rastućih segmenata u turističkoj industriji. Moderna pomorska kružna putovanja svoj su razvoj započela krajem 60-tih godina prošlog stoljeća, dok se osobito dinamičan rast potražnje bilježi od 80-tih godina. Kružna putovanja su postala trend na turističkom tržištu. Ponuda kružnih putovanja postaje sve diferenciranija i nastoji se što više prilagoditi potrebama, željama, motivima i obilježjima putnika.

#### **3.2.1. Društveni razvoj**

Interakcija između rezidenata i putnika na kružnom putovanju može imati pozitivne

<sup>37</sup> Obuhvaćene su luke prvog ulaska stranog broda na turističkom kružnom putovanju u teritorijalno more Republike Hrvatske

učinke koja nudi stanovnicima mogućnost upoznavanja različitih kultura svijeta i istraživanje nove životne perspektive. U isto vrijeme, povećana aktivnost putnika na kružnim putovanjima ograničava prostor stanovnika, te ponekad ih prisilno prilagođava svojim potrebama.

O obzirom da je između okolnih luka započelo međusobno natjecanje, u želji da privuku kruzinge kompanije nude primamljive koncesije. Također, u istoj luci, putnički brodovi se moraju boriti sa teretnim brodovima za prostora luke (teretni brodovi borave duži vremenski period i imaju veće naknade od brodova za krstarenje). Drugi problem koji se javlja je, prostor koji traži turist na kopnu (koji obično plaća veliku svotu novca za smještaj i ostale usluge unutar i van hotela) čekajući u dugim redovi da posjeti spomenik ili muzej, ne nalazi mjesto u diskoteci i na kraju biva zbunjen masom koja ga okružuje<sup>38</sup>.



### Shema 3. Utjecaj kružnih putovanja na društveni i kulturni život

Izvor: Page, S. J.: Tourism Management, Second Edition, Elsevier, London, 2011., p. 400

<sup>38</sup> Jaramillo Panesso, R.: "Ojo con los cruceros", El Tiempo 23.03.2001, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-582813>

Kružna putovanja imaju drukčiji utjecaj na društvo za razliku od klasičnog turizma. Razlog tome je drukčije ponašanje turista/putnika, kao i njihovih potreba. U gornjoj shemi prikazan je odnos utjecaja kroz različite sociološke segmente na koje kružna putovanja utječu.

O ponašanju domaćih ljudi ovisi stav koji će turisti razviti prema tom mjestu. Uz to, na odnos domaćeg stanovništva i turista utječe i brojčani omjer te različite sociološke osobine obiju strana<sup>39</sup>. Pri tome se misli na broj ljudi koji zarađuju od kruzera, trenutna stanje ekonomske situacije, kulturološke osobine ljudi, razvoj kruzinger turizma i pozitivne rezultate od njega. Poseban naglasak je i na ponašanju putnika s kruzera koji u kombinaciji s njihovim velikim brojem dodatno djeluju na gužvu.

### 3.2.2. Gospodarski razvoj

Razvijeni promet nekog područja na lokalnoj, regionalnoj ili državnoj razini pridonosi svladavanju prostornih i vremenskih to jest prirodnih zapreka međunarodnoj razmjeni, potiče gospodarski rast, a u novije vrijeme ublažava recesije i potiče gospodarski oporavak. Razvijeni prometni sustav osnova je kako za gospodarski, tako i za svaki drugi razvoj<sup>40</sup>.

Plovidba morem i danas je izložena raznim rizicima, unatoč mnogobrojnim preciznim tehničkim sredstvima. U prošlosti su ti rizici bili znatno veći. Zato su od davnina poznati propisi o raspodjeli eventualne štete na sve sudionike pomorskog pothvata. Prvi poznati jednostavni oblici provođenja ideje solidarnosti su prijevozi rijekama u Kini (3000. godine prije Krista), Babilonu (2000. godine prije Krista) i starom Egiptu<sup>41</sup>. Svaka prijevozna djelatnost ima svoje specifične karakteristike koje uvjetuju njezin posebni položaj i značenje u sferi prometa i u privredi kao cijelini.

Razvoj kružnih putovanja zahtjeva kapitalne projekte investiranja u lučku

---

<sup>39</sup> Klein, R. A.: **Cruise Ship Tourism, Turning Water into Money: The Economics of the Cruise Industry**, CAB International, Oxford, 2006., p. 266

<sup>40</sup> Barkidija, M., Bušić, D., Srdoč, J.: "Ekološki problemi u fokusu pomorske politike na Mediteranu", 27.01.2011.  
[https://bib.irb.hr/datoteka/541624.EKOLOKI\\_PROBLEMI\\_U\\_FOKUSU\\_POMORSKE\\_POLITIKE\\_NA\\_MEDITERANU.doc](https://bib.irb.hr/datoteka/541624.EKOLOKI_PROBLEMI_U_FOKUSU_POMORSKE_POLITIKE_NA_MEDITERANU.doc), p. 12

<sup>41</sup> Pezelj, V.: *Pomorske havarije u dalmatinskom statutarnom pravu*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 43, 1, 2006, p. 83-104

infrastrukturu i suprastrukturu kako bi se zadovoljilo zahtjevima brodova na pomorskim krstarenjima<sup>42</sup>. Kao prednosti koje gospodarstvo ima od cruise industrije možemo navesti otvaranje novih radnih mjesta, širenje agencijskog poslovanja, porast broja uslužnih djelatnosti, povećava se broj prijevoznih služba, otvaraju se prodavaonice suvenira, raste broj trgovačkih djelatnosti i slično. Utjecaj koji cruise kompanije imaju na gospodarstvo, zavisi o tome da li se radi o luci polaska ili luci ticanja brodova na kružnim putovanjima.

Kruzing industrija ima potencijal da osigura gospodarsku korist državnim lukama. Te ekonomska prednosti proizlaze iz pet glavnih izvora<sup>43</sup>: 1) potrošnja putnika kružnih putovanja i članova posade; 2) osoblje na obali koje cruise kompanije zapošljava u svom sjedištu, marketingu i tour poslovanju; 3) izdaci cruise kompanija za robu i usluge potrebne za njihovo poslovanje; 4) troškovi cruise kompanija za lučke usluge; i 5) troškovi održavanja cruise kompanija.

Unatoč navedenim prednostima, treba napomenuti da kružna putovanja nisu stabilan izvor prihoda, već su sezonskog tipa, i ovise o mnogo faktora kao što su<sup>44</sup>:

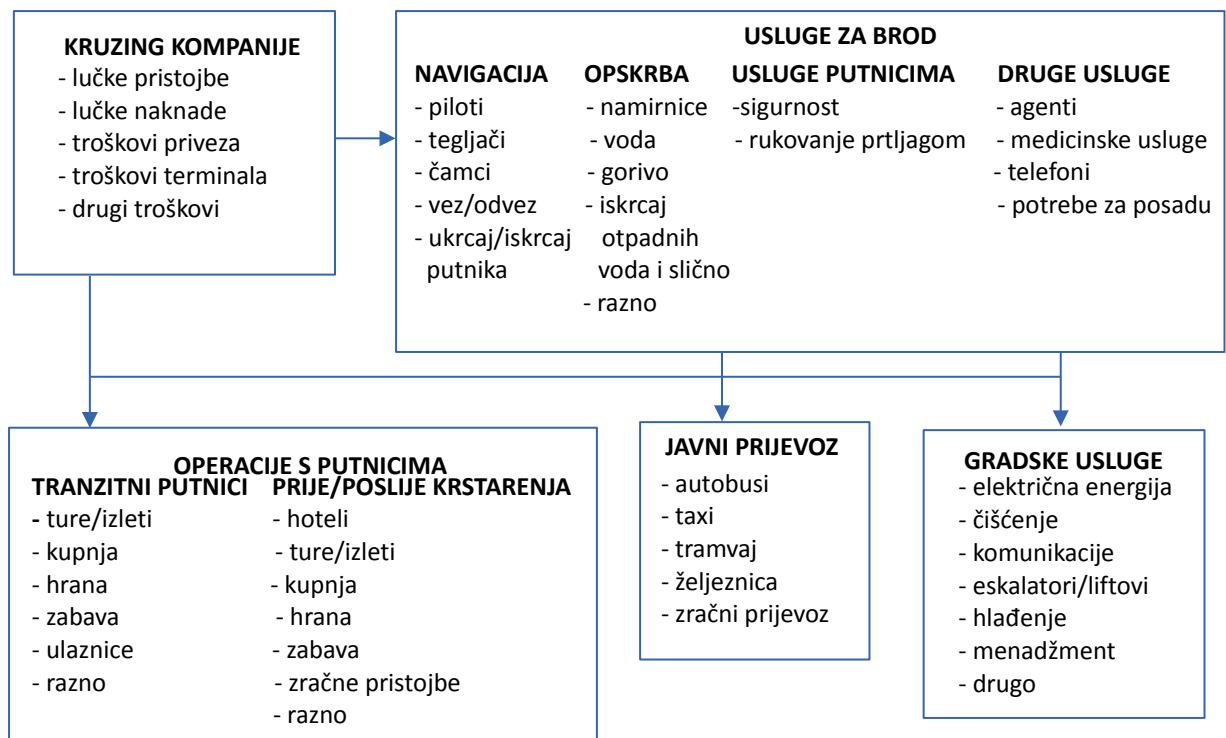
- sezonsko trajanje koje utječe na investicije i vrstu poslova, koji su samim time nesigurni i slabije plaćeni,
- potražnja ovisi vremenskim prilikama, političkoj situaciji u zemlji i utjecaju okoline,
- elastičnost cijena i prihoda nije toliko izražena kao kod stacionarnog turizma, te je manje osjetljiva na promjene u cijeni proizvoda i dohotku putnika odnosno glavnu stavku čini potrošnja putnika na pomorskim putovanjima, a ne plaćeni aranžman.

---

<sup>42</sup> BeniĆ, I.: *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, Poslovna izvrsnost, 5, 2, 2011, p. 47, <http://hrcak.srce.hr/file/112075>

<sup>43</sup> Zapata-Aguirre, S., Brida, J. G.: "The Impacts of the Cruise Industry on Tourism Destinations", p. 1 *Sustainable tourism as a factor of local development*, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1298403](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1298403)

<sup>44</sup> BeniĆ, I.: *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, op.cit., p. 47



**Shema 4. Utjecaj kruzing turizma na gospodarstvo destinacije**

Izvor: Ministry of Tourism Government of India. Cruise Tourism Potential and Strategy Study, 2005, p.. 87, <http://tourism.gov.in/CMSPagePicture/file/marketresearch/studyreports/08%20CruiseStudy.pdf>

Utjecaj kružnih putovanja na gospodarstvo destinacije, može se promatrati kroz izravne, neizravne i indicirane prihode koji generiraju u destinaciji<sup>45</sup>:

- izravni prihodi – podrazumijevaju prodavače usluga i dobara izravno brodovima na kružnim putovanjima, putnicima i posadi. Prihodi od brodova vezuju se uz lučke troškove, pristojbe i naknade, gorivo, vodu, održavanje i različite druge usluge. Putnici ukupnom prihodu pridonose kroz njihovu potrošnju u prijevozu, taxi usluga, kupnju suvenira, kupnju nakita, izlete, hranu i piće. Potrošnja posade je slična onoj putnika iako obično u različitom omjeru uz naglasak na usluge prijevoza, kupnju elektronike i roba različite potrošnje, hranu i piće.
- neizravni prihodi – vezuju se uz potrošnju dobara i usluga lokalnog biznisa (turoperatora, agencija, dobavljača) koji pružaju usluge brodovima na pomorskim krstarenjima. Kao primjer može se navesti putničke agencije koje iznajmljuju autobuse za prijevoz putnika, kupuju gorivo, koriste usluge čišćenja, osiguravaju zaposlenike u njihovim uredima, plaćaju struju i vodu u uredima te slične ustupe.

<sup>45</sup> Ibid, p. 49



- Indicirani prihodi – proporcionalni su ostvarenju izravnih i neizravnih prihoda u određenom odnosu.

Sa stajališta gospodarstva, može se zaključiti da je utjecaj pomorskih kružnih značajan i kao takvog, potrebno ga je promatrati u okviru odnosa sa ostalim utjecajima s posebnim naglaskom na utjecaje društva i okoliša. Teško je valorizirati točan utjecaj na gospodarstvo destinacije i koliki je udjel kruzing industrije u ostvarenju GDP-a pojedine zemlje, ali u svakom slučaju potrebno je težiti jačanju indirektnog utjecaja i generiranju radnih mjesta u tom području, a kao posljedica izravnog prihoda od kružnih putovanja.

### **3.2.3. Ekološki razvoj**

Problemi zaštite morskog okoliša u razvoju pomorskog turizma su naročiti povod za njihovo razmatranje. Poteškoće u zaštiti okoliša, jedna su od karakteristika zemalja u tranziciji, uvjetovane su njihovim socioekonomskim uvjetima.

Povećanjem broja putnika, cruising kompanije su proteklih godina uložile znatna sredstva u implementaciju moderne tehnologije kako bi udovoljile strogim zakonima o zbrinjavanju otpadnih voda, krutog i opasnog otpada te smanjile negativan utjecaj na okoliš. Tehnologija na novijim brodovima omogućuje da se znatne količine otpada obrade i zbrinu na samom brodu kako ne bi ovisili o tehnologiji u lukama gdje bi se taj otpad trebao preuzimati. Kako brodovi podliježu rigoroznijim propisima od onih koji se odnose na luke u koje dolaze, tehnologija na na novim brodovima omogućuje adekvatno zbrinjavanje otpada<sup>46</sup>.

---

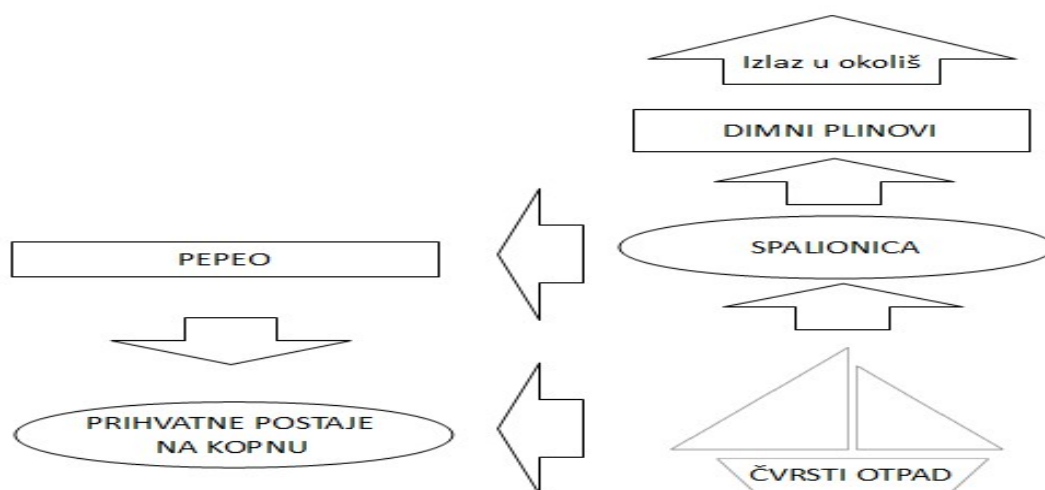
<sup>46</sup> Peručić, D.: **Cruising – turizam razvoj, strategije i ključni nositelji**, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2013, p. 229

**Tablica 4. Vrste i specifičnosti neopasnog krutog otpada nastalog na brodovima za kružna putovanja**

Vrsta neopasnog krutog otpada	Primjeri / specifičnosti
Karton	(obloga i materijal za proizvode koji plutaju), karton od svih ambalaža
Papir	Papir i ambalaža
Plastika	Sintetička užad, plastične posude, plastične vrećice, biorazgradive, polietilen visoke gustoće plastičnih masa
Drvo	Drvene palete i otpadno drvo
Staklo	Usitnjeno ili slomljeno staklo, staklenke od hrane i pića, staklene boce
Metalne limenke	Aluminijske limenke bezalkoholnih pića, čelične konzerve od održavanja broda
Ostaci hrane	Otpad koji je u potpunosti ili djelomice proizašao od voća, povrća, mesa ili drugih biljnih i životinjskih materijala (uključujući ostatke hrane, ostatke na stolu, omot od hrane ili ambalaža onečišćene hrane)
Pepeo	Pepeo nastao spaljivanjem razne ambalaže
Omoti i ambalaža hrane	Papir i plastika za ambalažiranje hrane s njezinim ostacima

Izvor: Šantić, L., Vilke, S., Grubišić, N.: Čimbenici štetnog djelovanja cruising-turizma na brodski okoliš, Naše more, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 58, 5-6, 2011, p. 236

U svrhu smanjivanja negativnog utjecaja na okoliš potreban je angažman gradova i luka po tom pitanju. Prilagodba zahtjevima i modernizacija lučke infrastrukture predstavljaju prednosti pojedine luke u odnosu na konkurenciju te su temelj održivog razvoja. Naravno, potrebna je međusobna suradnja kruizing kompanija s lokalnim institucijama i lučkim upravama kako bi krajnji rezultat polučio uspjehom. U nastavku su prikazane mogućnosti tretmana broskog krutog otpada.



### Shema 5. Mogućnosti tretmana brodskog krutog otpada

Izvor: Jelavić, V., Kurtela, Ž.: Raščlamba štetnog djelovanja broda na morski okoliš, Naše more, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 54, 5-6, 2007., p. 222

Prema Internet portalu Sun Sential, neke od nedavnih inicijativa cruising kompanija su<sup>47</sup>:

- recikliranje – Royal Caribbean Cruises koristi skladište broda Oasis of the Seas koje je trenutno najveće među postojećim brodovima. Koriste ga za skladištenje recikliranog otpada na brodu, uključujući opasni otpad, spaljeni otpad te iskorišteno ulje za kuhanje. Nedavno montirani foto kiosk dozvoljava putnicima da pogledaju snimljene fotografije prije njihove izrade, što smanjuje potrošnju papira i otpad.
- Energetska učinkovitost – brod Oasis of the Seas ima dizajniran trup s ekološkim premazima koji smanjuju otpor vode što rezultira smanjenom potrošnjom goriva. Također ima napredan energetska sustav koji omogućuje uštedu energije te tanke solarne panele na gornjoj palubi. Tako dizajniranom trupom može uštedjeti do 15 posto energije a ekološkim premazima do 5 posto.
- Obrnuti sustav osmoze – Noviji brodovi kompanije Royal Caribbean Cruises imaju napredne sustave koji koriste samo 35 posto potrošnje električne energije od strane starije jedinica za pretvaranje morske vode u pitku vodu na brodu.
- Cijena struje ili "hladno peglanje" – sve se više brodova uključuje na priključke

<sup>47</sup> Satchell, A.: "Cruise lines keep trying to shrink their environmental footprint", 22.07.2014.

[http://articles.sun-sentinel.com/2011-07-22/travel/fl-green-cruising-20110722\\_1\\_viking-prestige-stewart-chiron-cruise-lines-international-association](http://articles.sun-sentinel.com/2011-07-22/travel/fl-green-cruising-20110722_1_viking-prestige-stewart-chiron-cruise-lines-international-association)

električne energije na obali, što im omogućava da ugase dizelske motore i smanje onečišćenja zraka. Tehnologija u usponu dostupna je samo u nekoliko luka u svijetu (Aljaska, Seattle, Vancouver i San Francisc).

- Otpadne vode - noviji brodovi za kružna putovanja su građene s naprednim sustavima za pročišćavanje otpadnih voda. Ova oprema je učinkovitija u biološkoj obradi, uklanjanje krutih tvari i dezinfekciju otpadne vode od tradicionalnih brodskih sanitarnih uređaja.

**Tablica 5. Prikaz dnevnih količina onečišćenja za kruzere na bazi 3.000 putnika**

Način onečišćenja okoliša	Dnevna količina onečišćenja po kruzeru	Dnevna količina onečišćenja po putniku
Kruti otpad	10,5 – 12 tona	4 kg
Onečišćenje zraka ispušnim plinom CO <sub>2</sub>	1.203 kg/km	0,40 kg/km
Crne otpadne vode	60.000 – 120.000 litara	40 litara
Sive otpadne vode	1,200.000 litara	340 litara
Zauljene brodske vode	30.000 litara	10 litara
Opasni otpad	390 – 480 kg	0,16 kg

Izvor: Carić, H.: *Direct Pollution Cost Assessment Of Cruising Tourism In The Croatia Adriatic*, Financial Theory and Practice, 34, 2, 2010, p. 171

Iz podataka u tablici je vidljivo da su dnevne količine onečišćenja velike te je potrebno čim prije poduzeti mjere kako bi se ta onečišćenja smanjila. Poticanjem "zelenih" brodova i strožim propisima onečišćenje bi se moglo znatno smanjiti. Vodeće kompanije za kružna putovanja u novije brodove ugrađuju ekološki prijateljske komponente čime prelaze u prednost pred ostatkom konkurencije. U današnje vrijeme putnici su, kao i svi ljudi, osjetljivi na temu onečišćenja i posebnu pozornost posvećuju tome. Osviješteni putnici pomažu svojim promišljenim djelovanjem očuvanju planeta Zemlje. Osnovna i najrasprostranjenija mjera ekološke politike je pravno reguliranje zaštite okoliša, na sprečavanje zagađivanja, na čuvanje i obnovu prirodnih resursa i na sustav globalnog upravljanja zaštitom okoliša.

### 3.3. KRUŽNA PUTOVANJA KAO OSNOVA TURIZMA

Turistička ponuda je, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj, relativno statična i homogena. Razlog tome je nužnost velikih investicija u kratkom vremenskom razdoblju. Unatoč tome turistička ponuda se sve više prilagođava promjenljivoj i turbulentnoj turističkoj potražnji. Te promjene su sve češće, drastičnije i intenzivnije tako da se teško može predvidjeti kojim tempom i u kojem smjeru će se dugoročno razvijati turistička ponuda. Jedan od novijih i značajnijih elemenata u turističkoj ponudi su kružna putovanja. Kružna putovanja su nekada bila orijentirana na najbogatiju klijentelu te je takav oblik odmora bio pitanje prestiža. Danas se uključuju obični ljudi prosječnih primanja zbog cjenovne konkurentnosti<sup>48</sup>.

Krstarenja su postala masovna pojava, namijenjan svim segmentima putnika bez obzira na životnu dob i socio-ekonomski status. Grade se sve veći brodovi, s klimom za reguliranje velikih vrućina i vlage, sa stabilizatorima, velika pozornost posvećuje se sigurnosti putnika i posade te higijenskim uvjetima.

Kružna putovanja predstavljaju najveće osvježenje u ponudi pomorskih zemalja. Za njih je karakterističan intenzivan razvitak u kvantitativnom i kvalitativnom smislu. Od novijih oblika ponude, kružna putovanja bilježe najveći rast turističkog prometa<sup>49</sup>. Osnovne orijentacije kružnih putovanja na europskom tržištu su<sup>50</sup>:

- priznati europski touroperator koncentrirani su na ture u domicilnoj ili susjednim zemljama,
- većina internacionalnih linija tradicionalno su usmjereni na Sjevernu Ameriku i europske destinacije,
- relativno nove linije usmjerene su na europska odredišta.

Kružna putovanja pojam su vrhunske kvalitete turističkih usluga kao i gotovo neprimjetna prijevoznačka usluga. Brodovi namjenjeni za kružna putovanja izgrađuju se sa

---

<sup>48</sup> Klein, R. A.: op.cit., p. 262

<sup>49</sup> Stipanović, C., Gračan, D.: *Značaj brodskih tura u razvojnoj strategiji hrvatskog turizma*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, Split, 42, 1, 2005.,  
[http://www.pravst.hr/dokumenti/zbornik/200580/zb200501\\_brodsketure.pdf](http://www.pravst.hr/dokumenti/zbornik/200580/zb200501_brodsketure.pdf), p. 208

<sup>50</sup> Ibid., str. 209

sve većim smještajnim kapacitetom, luksuznom infrastrukturom i širokom paletom sadržaja. Putniku takvi brodovi pružaju mogućnost uživanja u putovanjima i istraživanjima, te naglašavaju različitosti i privlačnosti. Kako putnici ne bi robovali rasporedu aktivnosti pa čak i terminima obroka, turiste se na neki način prisiljava na aktivan odmor animacijom i diferenciranim ponudama. Tradicionalni sadržaji i novi oblici ponude prilagođavaju se putnicima te pružaju zanimaciju tijekom cijelog dana.

Potrošači su postali zahtjevniji, traže druge oblike turističke ponude, pa između ostalog i kružna putovanja koji imaju obilježja ljetovališta koje putuje i koja omogućuju posjet više destinacija tijekom putovanja. Pomorsko krstarenje kao turistički proizvod povezano je prednosti odmora u tradicionalnim ljetovalištim i kružnih tura. U cijenu putovanja uključen je posjet više različitih mjesta tijekom jednog putovanja, svi sadržaji koji se nalaze u tradicionalnom ljetovalištu i animacija gotovo 24 sata, kojom se putnici koriste po vlastitoj želji<sup>51</sup>.

Činitelji koji utječu na razvitak kružnih putovanja su<sup>52</sup>:

- sklonost boravka na brodu kao rezultat merketinških aktivnosti,
- postojanje pomorskog putničkog terminala i cestovne povezanosti između pomorskog, putničkog i zračnog terminala,
- efikasna povezanost terminala s cestovnom i željezničkom infrastrukturom,
- aktivna poslovna politika kojom se privlače brodari,
- postojanje turističkih atrakcija i stvaranja pogodnosti za kupnju,
- konkretno određivanje strukture troškova i cijene usluga.

Ključ je uspjeha u zadovoljstvu putnika ovim oblikom turističke ponude, stoga svaki putnik mora odabrati aranžman i regiju krstarenja koja mu najviše odgovara. Postoji mnogo razloga zašto se ljudi odlučuju za pomorska kružna putovanja. Prema istraživanjima postoji bezbroj motiva, ali neki od najvažnijih su sljedeći<sup>53</sup>:

- Krstarenje je odmor bez gnjavaže – nema briga oko stalnog pakiranja stvari, vožnje

---

<sup>51</sup> Vassilakopoulos, Y.: *La croisière en France, un marché qui a le vent en poupe!*, Les Cahiers Espaces, Éditions Espaces tourisme & loisirs, Paris, 56, 2, 1998, p. 41

<sup>52</sup> Pirjevac, B.: Analiza i realna ocjena mogućnosti za razvitak turizma, *Acta Turistica*, vol 9., No 1., 1997., str. 15

<sup>53</sup> Mancini, M.: op.cit., p. 17

uokolo, traženja hotela i restorana, manje brige oko organizacije, a više vremena za odmor.

- Krstarenje je bijeg od svega.
- Nigdje se ne ugađa kao na krstarenju.
- Može se baviti raznovrsnim aktivnostima ili ne raditi ništa.
- Može se doživjeti razne turističke destinacije i regije.
- Krstarenje je nešto "novo".
- Krstarenje nudi velik izbor događaja, aktivnosti i gastronomskih užitaka.
- Lako je naći prijatelje na krstarenju.
- Moguće je upoznati ljude koji pripadaju istoj organizaciji ili imaju iste interese (pogotovo na tematskim krstarenjima).
- Krstarenje je romantično iskustvo.
- Krstarenje je iskustvo gdje se može puno naučiti.
- U ponudi su krstarenjaza svačiji ukus.
- Krstarenje je izvrsna prilika za proslavu nekoga posebnog događaja.
- Svi govore kako je krstarenje iznimno iskustvo.
- Krstarenje je siguran način putovanja.
- Krstarenja pružaju izvanrednu vrijednost za novac.

Navedeni razlozi su svakako vrijedne informacije koje na koje ne treba zaboraviti prilikom planiranja sljedećeg odmora. Ali kako u svemu, tako i možemo i za krstarenja navesti neke razloge zbog kojih se ono ne čini kao najbolji izbor. Najčešći razlozi protiv krstarenja su<sup>54</sup>:

- ona su preskupa,
- dosadna su,
- samo su za starije osobe,
- previše su formalna,
- odviše su uštogljena,
- nema dostatno vremena u lukama,
- brodski je prostor ograničen,
- prisiljeni ste družiti se s drugim putnicima,

---

<sup>54</sup> Ibid., str. 22

- previše ću jesti i udebjati se,
- strah od terorizma,
- luka ukrcaja je predaleko,
- strah od razbolijevanja na brodu,
- neznanje o krstarenju (strah od nečega novog).

Uzimajući u obzir sve navedeno, kružna putovanja definitivno predstavljaju jedan od najatraktivnijih segmenata turističke ponude koji rezultira multipliciranjem financijskih sredstava i profita. Razlozi zbog kojih putnici ne žele ići na kružno putovanje brodom često su fiktivni. U usporedbi sa postojećim ponudama, kružna putovanja predstavljaju turističku realnost i budućnost.



## 4. STRUKTURA I PLANIRANJE KRUŽNIH PUTOVANJA

Kod organizacije kružnog putovanja, svaka kruzina kompanija ima vlastite modele kojima kreiraju pakete kružnih putovanja. Prvi i najvažniji korak prilikom izrade itinerarija kružnih putovanja je ažurno i temeljito istraživanje tržišta ponude i potražnje. To je potrebno kako bi se utvrdilo trenutno stanje na tržištu te kako bi se iskoristile prilike za daljnji razvoj tržišta te optimalno formiranje paketa koji bi zadovoljili i najzahtjevnije putnike. Procedura potrebna za formiranje paketa može se svesti na sljedećih par koraka<sup>55</sup>:

- istraživanje tržišta
- izbor pružatelja usluga
- usklađivanje izračuna i prodajne cijene paketa
- organizacija plasmana i prodaje
- rezervacija
- implementacija paketa
- izračun cijene paketa

Uz planiranje luka u kojima će brod pristati, potrebno je organizirati razne aktivnosti koje će zaokupiti vrijeme putnika dok su na brodu. Zavisno o tematici kružnog putovanja ili pak regiji kojom se putovanje odvija, nude se razne usluge za različite profile putnika. Naime, svaka kompanija želi postići maksimalno zadovoljstvo putnika te ispuniti obećanje koje im nudi prilikom prodaje putovanja, a to je – bezbrižan odmor.

### 4.1. IZRADA ITINERARIJA

Itinerar ili itinerarij dolazi od latinske riječi *itinerarius* a označava:

1. geografsku kartu s putnim vodičem (označene su ceste, luke, usputna mjesta i slični podaci)
2. plan putovanja<sup>56</sup>.

Itinerarij ili plan putovanja je detaljan plan razvijen i napravljen od strane zapovjednika

---

<sup>55</sup> Šošić, I., Stumpf, G., Mezak, V.: *Planning cruise*, Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 28, 1, 2014, p. 66

<sup>56</sup> Hrvatski leksikon, "Itinerar značenje", <http://www.hrleksikon.info/definicija/itinerar.html>

broda, a sadrži informacije od veza luke polaska do veza luke dolaska. Zapovjednika broda određuje najčešće drugog časnika palube koji nakon potvrde luke ili luka odredišta obavlja pripremne radnje koje se sastoje od<sup>57</sup>:

- priprema navigacijskih karata i priručnika, kao i drugih odgovarajućih dokumenata potrebnih za pripremu putovanja brodom;
- priprema podsjetnika planiranih brodskih aktivnosti;
- ucrtavanja kurseva, azimuta, pramčanih kutova, paralelnih indeksa, NO-GO područja, sidrišta za nuždu i sličnih podataka;
- upisivanja upozorenja i drugih potrebnih informacija za područja plovidbe na navigacijske karte;
- drugih pripremnih radnji u skladu s instrukcijama i zahtjevima zapovjednika broda i kompanija.

Ako se tijekom putovanja luka odredišta promijeni ili nije poznata, drugi časnik palube u već postojeći plan putovanja ucrtava nove navigacijske elemente<sup>58</sup>. Dio opasnosti koje se iskustveno predviđaju ili se mogu očekivati tijekom putovanja prepoznat je izradom itinerarija. Poseban naglasak treba se staviti na dio putovanja u kojem se mogu očekivati rizične situacije za posadu i brod, te se tijekom pripreme putovanja unaprijed pripremaju planovi i postupci posade broda za moguće izvanredne i neplanirane situacije kojima posada i brod mogu biti izloženi. Prije početka putovanja broda održava se sastanak na kojem se detaljno analizira plan putovanja. Zapovjednik broda pregledava i odobrava plan putovanja a ostali časnici palube potvrđuju da su razumjeli predloženi plan putovanja<sup>59</sup>.

Prije izrad plana putovanja, potrebno je pripremiti osnovne informacije o narednom putovanju. Informacije obuhvaćaju<sup>60</sup>:

- metode pripreme itinerarija;
- luka ili luke odredišta;
- plovidbeni elementi koji su važni za pripremu itinerarija, a temelje se na prethodnim

---

<sup>57</sup> Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž.: op.cit., p. 63

<sup>58</sup> Ibid., str. 63

<sup>59</sup> "Planiranje putovanja", <http://www.unizd.hr/portals/1/nastmat/Plan%20putovanja/3%20Planiranje%20putovanja.pdf>, p. 12

<sup>60</sup> Jašić, D., Bajlo, M., "Planiranje (brodskog) putovanja", <http://www.unizd.hr/portals/1/nastmat/Plan%20putovanja/3%20Planiranje%20putovanja.pdf>, p. 12-13

iskustvima;

- godišnje doba, vjetar, led, cikloni, smanjena vidljivost, morske struje, stanje mora i slični podaci;
- odabir preporučene rute
- informacije o mogućem skretanju broda s plovne rute zbog promjene posade, ukrcavanja goriva, hrane, rezervnih dijelova i ostalih potreština;
- datum i vrijeme polaska broda, te predviđeni datum i vrijeme dolaska broda na pilotsku stanicu odredišne luke;
- plan ukrcavanja i iskrcavanja tereta u više luka, vrsta, količina i razmještaj tereta po brodskim teretnim prostorima i redosljed odredišnih ukrcajnih i iskrcajnih luka;
- ograničenja (gaz, brzina, visina nadgrađa – mostovi, širina broda – lokovi) broda prilikom dolaska (odlaska) u pojedine luke;
- navigacijske opasnosti plovnog područja;
- lokalna pravila plovidbe koja vrijede za pojedine države i luke;
- upotreba lokalnih nautičkih karata i drugih pomorskih publikacija koje su neophodne za sigurnost plovidbe, kao i njihova pravodobna narudžba prije početka putovanja;
- brodske specifične operacije koje zahtjevaju dodatni morski akvatorij za manevriranje brodom.

Pri izboru kružnog putovanja i planiranju itinerarija, potrebno je odrediti ovih 6 elemenata :

- ime broda ili kruzina kompanije kojom se ide na kružno putovanje,
- destinacija – koji brod ide u željenu destinaciju i u kojem periodu
- luka polaska – luka iz koje se polazi i zemlja u kojoj se ona nalazi, s obzirom da prebivalište putnika utječe na mnoge varijable koje pridonose ukupnoj cijeni putovanja
- odredišna luka – većina kruzina kompanija preferira kružna putovanja sa istom lukom polaska i odredišnom lukom. Dio brodova u svojoj ponudi ima jednosmjerna putovanja sa različitim lukom polaska i lukom odredišta.
- Dužina putovanja i broj usputnih zaustavljanja u lukama – cijena ukupnog putovanja ovisi o broju luka u kojima se brod zaustavlja tijekom putovanja. Kraća putovanja traju do 2 dana i nemaju usputnih stanica. Duža putovanja mogu trajati preko 110 dana i za vrijeme putovanja zaustavljaju se u mnogim usputnim lukama.
- *Fly-cruise* ili *no-fly* aranžmani – općenito gledajući, prva se varijanta sastoji od karte za

kružno putovanje, unaprijed dogovoreni izleta i ekskurzija i jednosmjerna ili povratna avio karta (uključeni su svi transferi, prijevozi i hotelski smještaj)

Vrste kružnih putovanja brodom<sup>61</sup>:

- Intenzivno putovanje morem – manji broj ili nikakva usputna zaustavljanja u lukama, nema izleta, ekskurzija, gradskih obilaska, manja potrošnja izvan broda a veća na brodu.
- Intenzivno putovanje sa većim brojem luka – na kružnom putovanju manje vremena se provodi u plovidbi morem, te minimalno jedno peistajanje u luku po danu. Plovi se noću, u jutro se pristaje u luku i polazi se navečer na daljnje putovanje.
- Uravnoteženo – plovi se više vremena između pristajanja u luke, obično se plovi dan do dva na moru i zatim slijedi dan boravka u luci.

S obzirom na navedene podatke prilikom planiranja itinerarija, preostaje još podjela prema vrsti putnikih brodova. Sve vrste brodova imaju itinerarije sa jednosmjernim i kružnim putovanjima, ali je razlika u operativnom odredištu, veličini kabina i kategoriji, pogodnostima i aktivnostima na brodu, ostalim putnicima, trajanje putovanja i slično. Postoje ove vrste brodova<sup>62</sup>:

- preoceanski brodovi
- brodovi za krstarenja rijekama
- trajekti
- teretni brodovi

Kruzing kompanije pripremaju itinerarij preko 12 mjeseci. Detaljno pripremljen plan putovanja omogućuje sigurniju navigaciju. Kao i svaki plan, plan putovanja se sastoji od više faza u kojem svaka faza sadrži ključne elemente izvršenja putovanja koje su vezane za sigurnost plovidbe. Dodatni dokumenti za planirano putovanje su nadopuna ucertanim kursevima na karti. Svi dokumenti čuvaju se u brodskoj arhivi kao referentni podaci prilikom sljedećih putovanja. Plan putovanja izrađuje se u skladu s Konvencijom STCW te sadržava<sup>63</sup>:

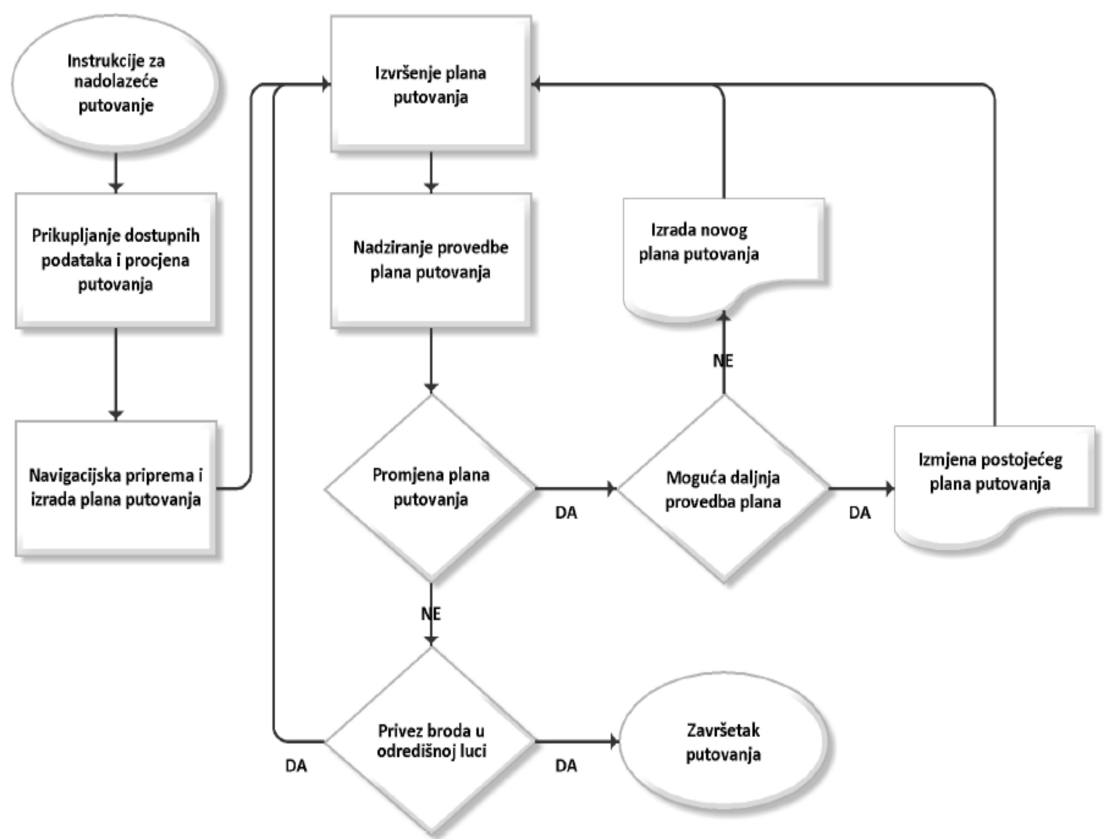
- prepoznavanje opasnosti u područjima plovidbe (pličine, hridi, brodske olupine i fizičko-geografske značajke);

<sup>61</sup> Chaney, C.: "Cruise Ship Itinerary", 2014, <http://www.cruiseshipitinerary.com/>

<sup>62</sup> Ibid.

<sup>63</sup> Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž.: op.cit., p. 65

- kurseve plovidbe;
- planove izvanrednih okolnosti, koji se upotrebljavaju u slučajevima opasnosti te redosljed radnji u izvanrednim situacijama;
- utvrđivanje prioriteta i raspodjelu odgovornosti na određenim dijelovima plovne rute.



**Shema 6. Prikaz izrade plana putovanja**

Izvor: Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž.: **Planiranje pomorskog putovanja**, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2011., p. 64

Unatoč planu putovanju, tijekom plovidbe broda od veza do peljarske stanice i obrnuto svaki peljar obično koristi vlastiti plan putovanja koji značajnije ne razlikuje od brodskog plana<sup>64</sup>.

#### 4.2. FORMIRANJE CIJENA KRUŽNIH PUTOVANJA

Danas se sve više primjenjuje individualni pristup putniku, jer na slobodnim tržištima putnici diktiraju koje i kakve proizvode i usluge žele i trebaju. Usmjeravanje poslovanja

<sup>64</sup> Ibid., str. 64

prema putnicima uvjetovano je i korištenje novih tehnologija, što je rezultiralo višestrukim koristima u turističkoj privredi<sup>65</sup>:

- direktan kontakt sa putnicima,
- snižavanje troškova distribucije i rezervacija,
- mogućnost učinkovitog i redovitog kontakta sa putnicima,
- brzinu pri komunikaciji i obavljanju transakcija.

Potrošač u turizmu ne kupuje opipljiv proizvod, već uslugu koju ne može vidjeti i probati prije kupovine. Putnici posjeduju sredstva koja će utrošiti na proizvod ili uslugu koja im najviše odgovara na osnovi cijene ili kvalitete. Potrošači u turizmu su oni koji koriste turističke usluge i oni su krajnje mjerilo vrijednosti određene turističke usluge.

Putnik kupuje kružno putovanje po jedinstvenoj cijeni i to se može nazvati turističkim proizvodom. Taj proizvod se sastoji od čitavog niza usluga, koje trebaju zadovoljiti njegove potrebe. Njegove potrebe su predmet marketing istraživanja prije donošenja odluke za određeno putovanje, aktivnosti prije kupovine kada se u njemu pojavi želja za odmorom, zatim sam proces donošenja odluke vezan za izbor organizatora putovanja, destinacije, u koje vrijeme bira, procijenjuje, opredjeljuje i odlučuje kako će platiti putovanje, te aktivnosti poslije kupovine, zadovoljstvo ili nezadovoljstvo kupljenim proizvodom/uslugom.

Ostvarenju ciljeva kruzning kompanije bitno može doprinijeti cijena koja se formira za kružna putovanja. Za kupca, cijena je percepcija vrijednosti onoga što je predmet razmjene. Uz cjenovne čimbenike na ponašanje potrošača sve više utječu i necjenovni čimbenici. Cijena je i dalje jedan od najvažnijih elemenata koji determiniraju udjel na tržištu i profitabilnost<sup>66</sup>.

Pri formiranju cijene, glavnu ulogu imaju troškovi. Oni određuju donju granicu cijene što je kompanija može tražiti za proizvod i važan su dio njezine strategije određivanja cijena<sup>67</sup>. Kod brodova za kružna putovanja prevladavaju fiksni troškovi (održavanje,

---

<sup>65</sup> Holloway, J. C.: **Marketing For Tourism**, 4th edition, Pearson Education Limited, Essex, England, 2004., p. 198

<sup>66</sup> Klein, R. A.: op.cit., p.268

<sup>67</sup> Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G.: **Osnove marketinga**, četvrto europsko izdanje, MATE,

gorivo, radna snaga, lučke pristojbe i slično). Kako bi kruzing kompanije smanjile troškove, ulažu u izgradnju velikih brodova jer oni mogu primiti više putnika uz niže troškove prijevoza po putniku.

**Tablica 6. Struktura cijene aranžmana prema segmentima na sjevernoameričkom tržištu (po osobi u 2011. godini)**

	Putnici na krstarenjima	Destination	Luxury	Premium	Contemporary
Postotak potrošača koji su dobili popust ili promotivnu ponudu	49%	65%	59%	60%	50%
Troškovi krstarenja + dodatni troškovi na brodu i u lukama (prosječno USD)	1.790	3.220	2.840	2.080	1.690
Troškovi samog krstarenja (prosječno USD)	1.326	2.103	2.065	1.589	1.251
Dodatni troškovi na brodu i u lukama (prosječno USD)	464	1.117	775	491	439
Postotak putnika koji su se koristili avio prijevozom do luke ukrcaja (prosječno)	66%	81%	73%	73%	64%
Troškovi avio prijevoza (prosječno USD)	376	360	420	409	353
Prosjek troškova po danu u USD (broj dana)	179 (7,4)	234 (9,0)	228 (9,0)	187 (8,5)	171 (7,3)

Izvor: Izrada studentice prema Cruise Lines International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011. [http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 90

Prema podacima iz tablice proizlazi da se u 2011. godini gotovo polovina putnika koji odlaze na kružna putovanja koristilo popustom ili nekom promotivnom ponudom. Oko

66% njih kupilo je *fly-cruise* aranžman, za koji je trošak u prosjeku iznosio 2.166 USD, od čega je 17,4% za prijevoz, 21,4% za dodatne troškove u lukama i na brodu i 61,2% za troškove samog krstarenja. Potrošači koji su se najviše koristili *fly-cruise* aranžmanima pripadaju segmentu onih kojima je glavni motiv odlaska na krstarenje upoznavati nove destinacije. Taj segment ima i najviše ukupne troškove krstarenja i dodatne troškove na brodu i u lukama koji u prosjeku iznose 3.220 USD za razliku od contemporary segmenta koji za te iste troškove u prosjeku izdvaja 1.690 USD.

Koliko će na krstarenje koštati, uzevši u obzir cjelokupnu potrošnju, ovisi o duljini krstarenja, sezoni, regiji, kategoriji broda, vrsti kabine te ostalim sličnim stavkama. Instrumenti politike cijena (popusti, sniženja, uvjeti plaćanja,...) kompanije utječu na visinu cijene krstarenja kako bi povećale prodaju i bolje popunile brodske kapacitete. Agencije mogu na cijenu koja je izdana u brošurama dodatno odobriti popust, kao primjerice *first minute* ili *last minute* ponude za rezervaciju putovanja znatno prije putovanja i par dana prije putovanja. Uz navedene popuste koji ovise o politici cijena kruzing kompanije, odobravaju se razni popusti poput besplatnog putovanja za djecu, besplatno za djecu do određene dobne skupine, popusti za djecu, plaća se jedno putovanje koje vrijedi za dvije osobe, te slični a sve to u svrhu boljeg popunjavanja brodskih smještajnih kapaciteta. Na kraju krajeva, putniku krstarenje mora pružiti odgovarajući omjer cijene i kvalitete.

#### 4.2.1. Obilježja putnika na kružnim putovanjima

Razumijevanje potrošača i djelotvornija usluga rezultati su istraživanja svih čimbenika koji utječu na njihovo ponašanje. Čimbenici koji utječu na ponašanje potrošača su kulturne, sociološke, osobne i psihološke prirode. Razumijevanje svake faze, koje se sastoje od spoznaje problema, traženja informacija, vrednovanja alternativa, odluke o kupnji i ponašanja nakon nje, ključno je za uspješno komuniciranje sa potrošačima<sup>68</sup>.

Čimbenici kao što su<sup>69</sup>:

- životni stil potencijalnog turista,
- prijašnja iskustva,

---

<sup>68</sup> Kesic, T.: **Ponašanje potrošača**, Adeco, Zagreb, 199., p. 5

<sup>69</sup> Swarbrooke, J., Horner, S.: **Consumer Behaviour in Tourism**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2007., p.63-64



- osobe koje planira povesti na odmor,
- demografska obilježja,
- te vrijeme u kojem se obavlja rezervacija utječu na motive putovanja.

Kombinacija tih motiva utječe na odluku o kupnji određenog turističkog proizvoda. Potrošači, od nevedenih motiva, biraju jedan koji je presudan ili kombinaciju više njih kojim zadovoljavaju svoje trenutne potrebe. Motivi su usko povezani s ostalim čimbenicima koji određuju ponašanje turista a uključuju<sup>70</sup>:

- stavove potrošača,
- prijašnje iskustvo,
- razina poznavanja turističke destinacije,
- obiteljska situacija,
- financijsko stanje,
- sklonost prema određenim kulturama,
- vizni režim,
- politička situacija u zemlji,
- porezna politika,
- medijski utjecaj,
- marketinške aktivnosti zemlje odrednice,
- preporuke rodbine i prijatelja,
- akcijske ponude (first-minute i last-minute ponude, ponude preko raznih internet portala)
- te mnogi drugi.

Pri kreiranju ponuda za kružna putovanja, kompanije moraju raspolagati različitim podacima o ponašanju turista zbog učinkovitije prodaje putovanja. Podaci koji su korisni pri kreiranju ponuda<sup>71</sup>:

- profil turista – spol, dob, zanimanje, prihodi, zemlja podrijetla te životni vijek,
- ponašanje turista – gdje provode odmor, kada odlaze na odmor, koliko puta godišnje odlaze na odmor, potrošnja tijekom odmora,
- kako donose odluke – samostalno, grupno,

---

<sup>70</sup> Ibid., p. 63-64

<sup>71</sup> Ibid., p. 154-155

- tko donosi odluku – u okviru obitelji ili društva koje zajedno putuje,
- kada se donosi odluka – vrijeme potrebno za odluku, doba godine u kojem se odluka donosi,
- kakva je percepcija turista – o proizvodu, kompaniji, obliku odmora,
- zadovoljstvo turista proizvodom,
- podaci o turistima koji omogućavaju formiranje segmenata,
- pozicioniranje proizvoda u odnosu prema konkurenciji – percepcija turista sličnih proizvoda i zašto se odlučuju za kupnju određenog proizvoda,
- stavovi nekorisnika usluga – potrebno za privlačenje novih korisnika,
- kulturna i nacionalna obilježja turista – utječu na njihovo ponašanje, potrebno kada kompanija izlazi na međunarodna tržišta,
- međuovisnost u ponašanju kupnje turističkog i nekig drugih proizvoda – poznavanje te veze pomaže kompanijama u planiranju zajedničkih promotivnih akcija.

Najopširnija baza podataka koja nudi gore navedene informacija je stranica Međunarodne udruga za kružna putovanja (CLIA). Ona objavljuje rezultate istraživanja i izrađuje studije o profilima putnika na krstarenjima, uzevši u obzir njihov životni stil, ponašanje te potrebe i zahtjeve tijekom kružnih putovanja. Prema izvješću CLIA-e iz 2011. godine dolazimo do osnovnih obilježja putnika iz SAD-a koji se odlučuju na kružna putovanja<sup>72</sup>:

- prosječan godišnji prihod im je 97.000 USD
- imaju fakultetsko obrazovanje (76%)
- prosječna dob im je 48 godina
- većina ih je u braku (79%)
- potrošnja za odmor od 7 dana iznosi 1.700 USD (i kontinuirano raste)
- 80% putuje sa supružnicima dok 31% putuje bez djece
- informacije pri odabiru odmora prikupljanju najviše putem raznih Internet stranica o odredištu i internet stranicama kompanija za kružna putovanja
- prosječno planiranje krstarenja je 4,9 mjeseci dok se rezervacija izvršava 3,3 mjeseca prije početka putovanja
- putnička agencija i dalje je najčešći prodajni kanal za rezervaciju i kupnju krstarenja (68%)

<sup>72</sup> Cruise Line International Association, op.cit.

**Tablica 7. Demografski podaci putnika na kružnim putovanjima (u %)**

	2002	2004	2006	2008	2011
<b>Dob</b>					
25 - 29	2	6	6	6	7
30 - 39	12	20	24	21	20
40 - 49	18	23	26	27	24
50 - 59	26	25	22	24	21
60 - 74	28	23	18	19	24
75+	14	3	4	4	4
<b>Ukupno</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Prosjek	56	50	49	50	50
Median	53	47	49	46	48
<b>Prihod (u 2002. različite kategorije)</b>					
20.000-39.000 USD	13	Nema podataka	Nema podataka	Nema podataka	Nema podataka
40.000-49.000 USD	11	9	11	10	10
50.000-59.000 USD	11	11	11	9	9
60.000-74.000 USD	19	18	17	15	15
75.000-99.000 USD	15	23	22	20	19
100.000-199.000 USD	21	32	31	39	39
200.000-300.000 USD	3	5	4	5	7
300.000+ USD	1	2	4	3	1
<b>Ukupno</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Prosjek	84.000 USD	99.000 USD	104.000 USD	109.000 USD	109.000 USD
Median	64.000 USD	78.000 USD	84.000 USD	93.000 USD	97.000 USD
<b>Spol</b>					
Muški	50%	50%	49%	50%	52%
<b>Bračni status</b>					
Oženjeni	78%	83%	83%	86%	79%
<b>Radni odnos</b>					
Puno radno vrijeme	49%	58%	57%	62%	63%
Umirovljeni	35%	19%	16%	17%	20%
<b>Stručna sprema</b>					
VSS	60%	65%	57%	69%	76%
Napomena: Prije 2004. godine istraživanje se provodilo telefonski i minimalni uvjet bio je godišnji prihod od 20.000 USD. Od 2004. istraživanje se provodi online i uvjet je minimalni godišnji prihod od 40.000 USD.					

Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011. [http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 33

Prosječna dob putnika na kružnim putovanjima je 50 godina. U usporedbi sa ostalim profilima putnika malo je viši. Prosječna dob putnika koji se ne odlučuju na kružna putovanja se kreće u rasponu od 45 do 47 godina. Godišnji prihod viši je kod putnika na krizerima (97.000 USD) od ostalih profila putnika (75.000 USD), iako su promjene kroz godine neznatne.

U sljedećoj tablici prikazani su podaci u postocima a odnose se na potrošnju po osobi kroz tjedan dana odmora. U potrošnju su uključene aviokarte ili drugi transportni troškovi, boravak u hotelu, konzumacija hrane i troškovi zabave i razonode.

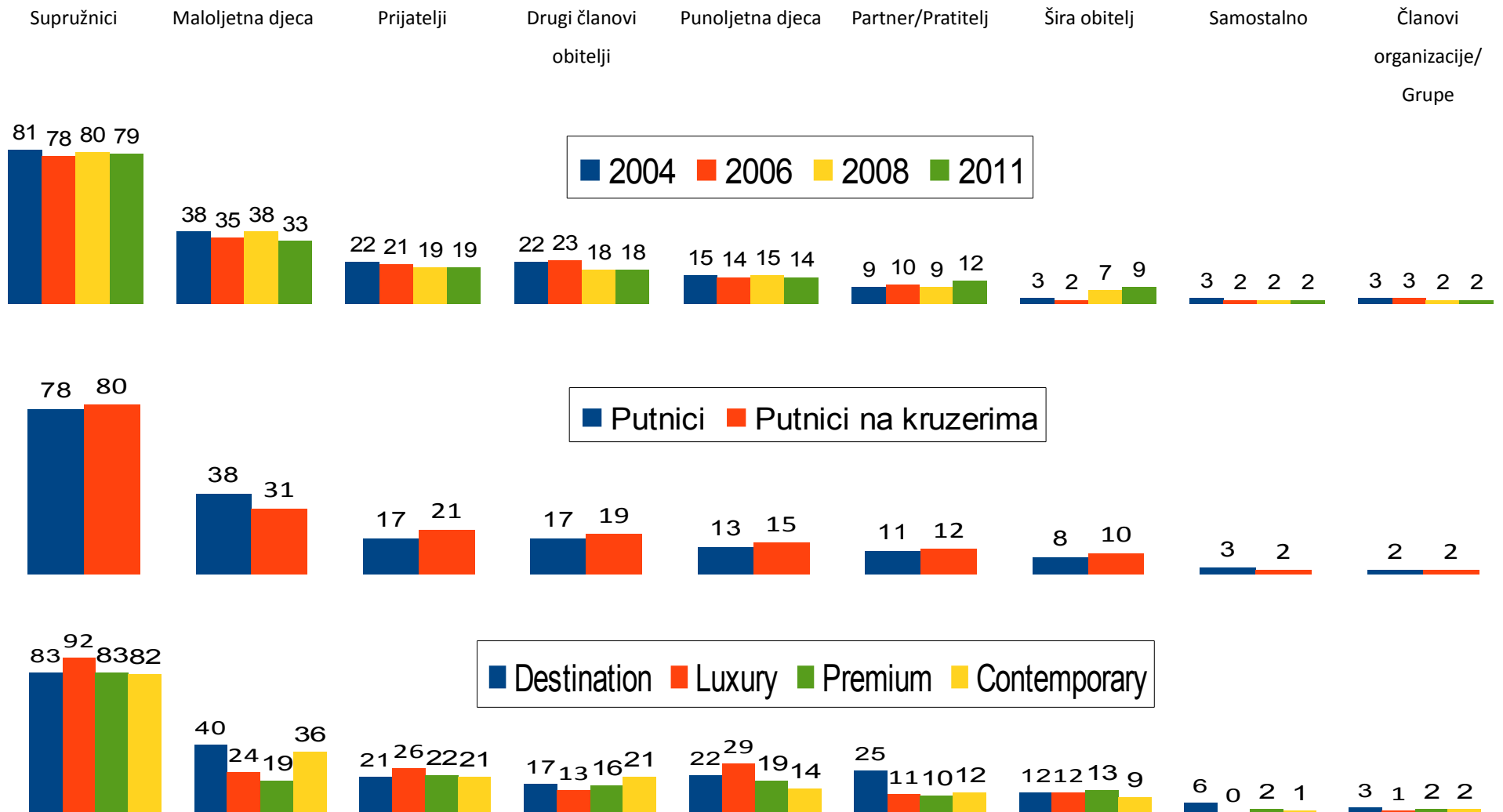
**Tablica 8. Prosječna potrošnja po osobi za tjedan dana**

					Turisti/ Putnici	Turisti/ Putnici na krizerima	Putnici na krizerima			
	2004	2006	2008	2011			Destinacijski usmjerena krstarenja (Destination)	Krstarenja s dodatnim sadržajem (Luxury)	Luksuzna krstarenja (Premium)	Suvremena krstarenja (Contemporary)
>5.000 USD	1	1	1	2	1	2	5	4	2	2
2.000- 4.999 USD	13	14	14	18	12	22	70	42	24	20
1.500- 1.999 USD	13	15	15	15	10	19	12	19	24	19
1.000- 1.499 USD	26	24	24	24	23	24	5	16	27	25
500-999 USD	32	34	32	30	38	25	7	19	20	26
<500 USD	15	13	13	11	16	8	1	0	2	8
Prosječno po segmentu	1.303 USD	1.410 USD	1.470 USD	1.500 USD	1.300 USD	1.700 USD	2.900 USD	2.500 USD	1.800 USD	1.700 USD

Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011. [http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 41

Tjedna potrošnja raste iz godine u godinu. Rezultati su očekivani, veća je potrošnja kod putnika na kružnim putovanjima (1.700 USD) te se ona zavisno o tipu krstarenja povećava.

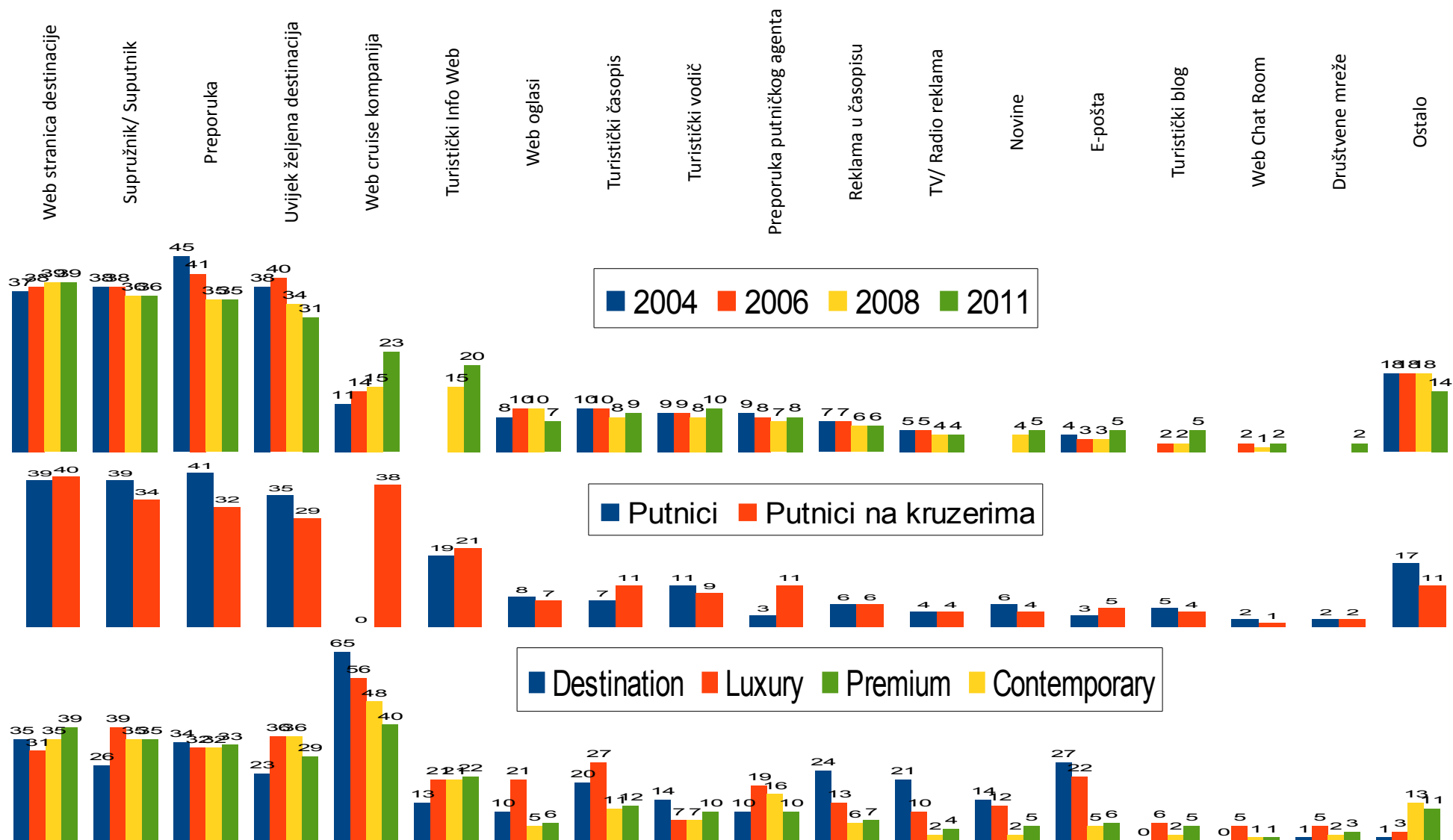
**Tablica 9. Suputnici na putovanju**



Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011.

[http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p 43

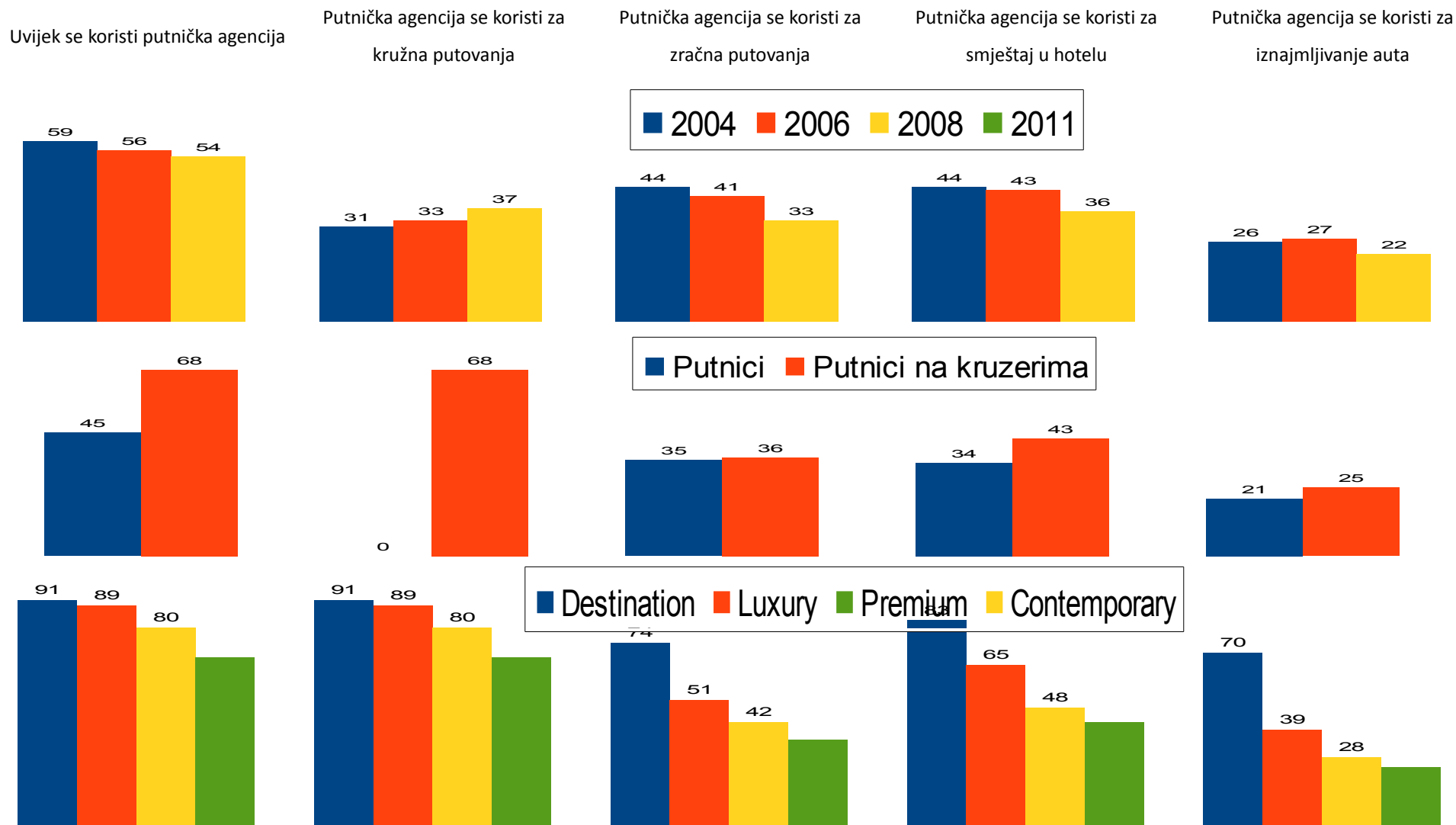
Tablica 10. Izvori informacija koji su utjecali na odabir odluke o prošlom putovanju



Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011.

[http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 50

**Tablica 11. Učestalost korištenja putničkih agencija**



Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011.

[http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 56

U tablici 9. prikazani su rezultati na pitanje s kim su putnici obično odlazili na odmor. Tri su razine tablice. U prvoj razini prikazani su rezultati koji su prikupljeni 2004., 2006., 2008. i 2011. godine. Iz tih je rezultata vidljivo da na kružno putovanje odlaze supružnici, i to čak 79% u 2011. godini. Najmanje dolazaka imamo kod članova neke udruge ili organizacije. Oni su za 2011. godinu iznosili izrazito malih 2%.

U sljedećoj razini razmatra se odabir putnika i putnika na kružnom putovanju. Rezultati su slični kao u prethodnoj razini. Putnici na kružnom putovanju dolaze u pratnji supružnika u čak 80% slučajeva, dok ostali putnici to čine u 79% slučajeva.

Supružnicima se odlučuju za specijalizirana putovanja to jest odlučuju se za luksuzna kružna putovanja. U 2011. godini taj broj je iznosio 92%. Najmanji podaci zabilježeni su kod samostalnog putovanja.

Tablica 10. prikazuje na koji način su se putnici informirali o kružnom putovanju. Putnici su odgovarali na pitanje koji je informacijski izvor najviše utjecao na izbor njihovog posljednjeg putovanja. Što se tiče rezultata kroz godine, nema nekih većih promjena. Najviše ih se informiralo putem web stranice destinacije. Zanimljivo je napomenuti da u 2004. godini usmena preporuka je imala najveći utjecaj od čak 45%. S obzirom da su društvene mreže bile tek u razvoju prilikom posljednjeg istraživanja, pri sljedećem se očekuju bolji rezultati. Društvene mreže pridonose sa skromnih 2%.

Putnici na kružnim putovanjima informiraju se na web stranici destinacije (40%), web stranici kruzning kompanije (38%) ili preko njihovih supružnika (34%) Razlike u odnosu na ostale putnike nisu zamjetne. U većini rezultata se poklapaju, jedino nema podataka o informiranju putem web stranica kruzning kompanije.

Najviše putnika na destinacijskim krstarenjima informira se putem web stranice kruzning kompanije (65%), kao i putnici na ostalim vrstama kružnih putovanja.

Tablica 11. govori o učestalosti korištenja putničkih agencija za različite svrhe. U 2011. godini najviše su se koristile kompletne usluge putničke agencije (54%). Sveukupno najmanje se koriste usluge putničkih agencija za iznajmljivanje auta što je i očekivano



pošto putnici na kružnim putovanjima imaju minimalne potrebe za takvom uslugom.

**Tablica 12. Vrijeme planiranja prije odlaska na odmor**

						Putnici na kruzerima				
	2004	2006	2008	2011	Turisti/ Putnici	Turisti/ Putnici na kruzerima	Destinacijski usmjerena krstarenja ( <i>Destination</i> )	Krstarenja s dodatnim sadržajem ( <i>Luxury</i> )	Luksuzna krstarenja ( <i>Premium</i> )	Suvremena krstarenja ( <i>Contemporary</i> )
Manje od 4 mjeseca	67%	66%	60%	56%	63%	52%	68%	45%	43%	52%
≤1 mjesec	6	5	5	5	5	4	0	0	3	4
1-2 mjeseca	20	16	13	13	16	12	17	14	7	11
2-3 mjeseca	25	22	17	22	24	20	13	17	20	20
3-4 mjeseca	15	17	16	17	17	17	38	15	13	17
Više od 4 mjeseca	32%	34%	40%	44%	37%	48%	32%	55%	57%	48%
4-6 mjeseca	21	19	17	22	21	23	14	26	23	23
>6 mjeseca	12	20	25	18	12	21	14	23	27	21
>1 godina	1	1	6	4	3	4	4	6	6	4
Prosječni mjeseci planiranja	3,8	4,3	5,2	4,6	4,1	4,9	4,4	5,4	5,6	4,9
Prosječni mjeseci za rezervaciju	Nema podat aka	Nema podat aka	3,4	2,9	2,4	3,3	2,9	3,9	4,0	3,2

Izvor: Izrada studentice prema Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011. [http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf), p. 48

Tablica 12. na govori o vremenu koje putnici provedu planirajući svoj odmor prije odlaska na isti. U priloženoj tablici nalaze se odgovori na pitanja koliko dugo putnici

planiraju svoj odlazak na odmor i kada rezerviraju. U podacima za 2011. godinu može se vidjeti da je odnosu na 2008. godinu vrijeme skraćeno to jest da je vrijeme potrebno za planirati odmor 4,6 mjeseci. Putnici koji se odlučuju na kružno putovanje (4,9) u prosjeku na vrijeme planiranja utroše skoro dodatni mjesec od putnika koji ne idu na kružno putovanje (4,1). Što se tiče putnika na kruzerima, najduže planiraju pri odabiru krstarenja s dodatnim sadržajem a vrijeme iznosi 5,6 mjeseci. Rezervacije se prave otprilike 2 mjeseca nakon što planiranje putovanja počne (2,9), dok putnicima na kruzerima treba malo više vremena (3,3).

#### **4.2.2. Potrošnja putnika**

Potrošnja putnika na brodu sve je važniji dio prihoda kruzinge kompanija. Ona se kreće u rasponu od 25% do 35% ukupnog prihoda. Najveće stavke potrošnje su kockanje i piće što se može vidjeti u tablici 10. Dodatna ograničenja poput zabrane unošenja pića na brod pospješuju prodaju u navedenom segmentu. Kruzinge kompanije imaju opći trend u određenim segmentima dodavanja stavki koje donose zaradu na samom brodu.

**Tablica 13. Financijska raspodjela tipičnog putnika na kružnom putovanju (svijet, sve kruzing kompanije)**

	Prihodi	Troškovi	
<b>Karta</b>	<b>1.304 USD</b>		
<b>Potrošnja na brodu</b>	<b>415 USD</b>		
- Casino & Bar	222 USD		
- Fakultativni izleti (udio kruzing kompanije)	81 USD		
- Beauty & spa	40 USD		
- Ostala potrošnja na brodu	61 USD		
<b>Ukupno</b>	<b>1.719 USD</b>		
Ostali troškovi poslovanja		249 USD	14,5%
Provizija agencije		223 USD	13,0%
Troškovi goriva broda		220 USD	12,8%
Troškovi korporativnog poslovanja		199 USD	11,6%
Plaće		189 USD	11,0%
Amortizacija		165 USD	9,6%
Hrana		103 USD	6,0%
Ostalo na brodu		76 USD	4,4%
Prijevoz i ostalo		57 USD	3,3%
Trošak kamata		53 USD	3,1%
<b>Ukupni troškovi</b>		<b>1.535 USD</b>	
<b>Dobit prije oporezivanja</b>		<b>184 USD</b>	<b>10,7%</b>

Izvor: Cruise Market Watch, "Financial Breakdown of Typical Cruiser", 2014.

<http://www.cruisemarketwatch.com/home/financial-breakdown-of-typical-cruiser/>

Podaci u tablici su procjena koliko će prosječan putnik potrošiti na brodu i koliko će brod potrošiti na njega u 2014. godini. Uzimajući u obzir prihode kruzing kompanije od putnika te rashode koje ona ima za njega, dobit prije oporezivanja iznosi 184 USD.

Kockarnice su relativno novi izvori prihoda. Tijekom godina rasli su proporcionalno rastom brodova. Zbog prihoda koje ostvaruju zauzimaju odgovarajuću veličinu na brodu. Mnoge kockarnice su dane u najam te njima upravlja koncesionar a ne kruzing kompanija. Koncesionar plaća najamninu i dijeli dobit sa kruzing kompanijom.

Jedan od značajnijih izvora prihoda na brodu su i umjetničke aukcije. Besplatni pjenušac i zabave samo su neke od načina na koji se privlače potencijalni putnici na aukcije. Često su izloženi djela poznatih umjetnika poput Picassa, Dalija, Ertea i Chagalla. Aukcionar predstavlja izložena dijela te nudi umjetnine po odličnim cijenama, napominjući kako ta djela na obali imaju mnogo veću cijenu.

Ostali tradicionalni izvori prihoda su bingo, toplice, trgovine, fotografije i komunikacijske usluge. Kao i kockarnice, ostali izvori prihoda su povećanjem brodova dobili više prostora za obavljanje pripadajuće djelatnosti. Često na takvim brodovima izbor trgovina i proizvoda može konkurirati većim trgovačkim centrima. Komunikacijske usluge bile su ograničene. Internet kafići su predstavljeni tek u kasnim devedesetim godinama prošlog stoljeća. Wireless Internet omogućen je 2002. godine a usluge mobilne telefonije godinu nakon toga<sup>73</sup>. Prilikom uvođenja wireless interneta neke kompanije su negodovala zbog mijenjanja koncepta kružnih putovanja to jest narušavanja mira drugih putnika koji su došli na kružno putovanje kako bi se opustili i maknuli od gradske vreve. Vrijeme će pokazati koje su kompanije imale pravo. U međuvremenu, wireless Internet postaje unosan izvor potrošnje putnika na brodu za kružna putovanja ali i narušava postojeći koncept kružnih putovanja i krstarenja općenito.

Krajem prošlog stoljeća, kruzing kompanije su prigrlile mnoštvo novih izvora prihoda na brodu. Među njima su penjanje po stijenama i klizanje. Njihovo korištenje zahtjeva dodatnu nadoplatu ali pruža aktivan odmor. Također u ponudi imaju i golf terene, virtualne video igre, virtualnu videoteku, satove joge, određene fitness programe, kušanje vina, škola kuhanja, i još mnoge druge. Neke kruzing kompanije nude svojim putnicima dostavu dnevnih novina na pojedine brodove, minibarove i bankomate<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup> Klein, R. A.: op.cit., p. 263

<sup>74</sup> Smart, G.: "Stormy seas ahead", 2004, <http://www.nbcnews.com/id/3860856>

Znatno povećanje prihoda dolazi zbog konzumacije hrane. Iako su kompanije koje se začetnici naplate hrane u restoranima na brodu prvotno doživjele salve negodovanja, danas su oni dodatni izvor prihoda prihvaćeni na gotovo svim brodovima za kružna putovanja. Još je jedna novina u prihodima ostvarenim na brodu. Kruzing kompanije su uvele direktnu fiksnu naplatu usluga, koje su prije bile predložene ali su putnici mogli povisiti ili sniziti iznos. Takva promjena dovela je do negodovanja brodskog osoblja koji su se požalili jer su prije uvođenja fiksne naplate dobivali napojnice direktno od putnika i one su iznosile znatno više.

Što se tiče potrošnje na obali, putnici najviše troše na fakultativne izlete i kupovinu u lukama. Fakultativne izlete prodaje kruzing kompanija a oni se odvijaju na kopnu prilikom dolaska u određenu luku. Izleti prilikom kupnje na brodu koštaju više nego da se ti izleti kupe direktno od putničke agencije. Iznos koji naplaćuje kruzing kompanije može bit veći za 50-80%<sup>75</sup>.

Neke kruzing kompanije dobivaju novac samim time što dovezu putnike u određenu luku. Tako na primjer, Panama je plaćala kompanijama do 12 USD po putniku. Mjera je rezultirala time da su neke kompanije izmijenile itinerarije i tako su prvobitno od neplaniranog dolaska u Panama završile upravo tamo.

Kako bi luke postale što atraktivnije kruzing kompanijama i bile uvrštene u itinerarije odobravaju određene popuste. Pojedine luke nude stimulaciju pa tako luka San Juan u Puerto Ricu odobrava popust kruzing kompanijama od 360.000 USD za svakih dovezenih 120.000 putnika<sup>76</sup>. Bahami vraćaju pola od 15 USD poreza po putniku ako kompanija doveze pola milijuna putnika godišnje<sup>77</sup>.

Privatni otoci su također jedan od izvora zarade kruzing kompanija. Putnici su se često žalili da nedjeljom u lukama ništa ne radi. Kruzing kompanije imaju svoje privatne otoke.

<sup>75</sup> Sandiford, K.: "Port authority: carrying the wallets of thousands of fun seekers, the cruise industry receives a warm welcome from the theme park named Halifax", The Coast, 14.08.2003, <http://www.thecoast.ca/archives/140803/feature.html>

<sup>76</sup> Guadalupe-Fejardo, E.: "Incentives package to cruise lines extended to 2004", Caribbean Business, 25.04.2002, <http://puertoricowow.com>

<sup>77</sup> O'Hara, T.: **Ante upped for cruise ships**, Keys News, 2003.

Sva zarada na tom otoku ide direktno njima pošto je sve u njihovom vlasništvu i nema koncesionara. Koristi koje ostvaruju potrošnjom putnika može se dodati i zadovoljstvo i ispunjenost putnika.

## 5. ZAKLJUČAK

Planiranje kružnog putovanja zahtjeva mnogo vremena i izvora. Pripreme traju i po nekoliko mjeseci. Za planiranje kružnog putovanja potrebno je najprije odrediti gdje se želi da se odvija putovanja, vrstu kružnog putovanja i trajanje kružnog putovanja. Zavisno o odabiru vremena kombiniraju se ture u kojima je povoljna plovidba te temperature zraka. I dalje po ukupnom udjelu na tržištu prednjači regija Sjeverna Amerike odnosno Karibi. Slijedi je zatim regija Europe to jest kružna putovanja Mediteranom. Iako su navedene regije već dugi niz godina u samom vrhu, ne treba zanemariti postupan rast tržišta Azije i Pacifika.

Svojstvo jedne zemlje kao pomorske ne označava neki njen specifični kvantitet, nego njen opći i sveobuhvatni kvalitet. Taj kvalitet koji državi pruža pomorstvo treba biti odrednica definiranja aktualnog materijalnog i društvenog položaja u odnosu na širu svjetsku zajednicu, te osnova cjelokupnog budućeg razvitka. Naime, svakoj pomorskoj zemlji stoje na raspolaganju dodatne razvojne mogućnosti kojih su kontinentalne zemlje lišene, te je s opće društvenog i gospodarstvenog aspekta nepromišljeno te mogućnosti ne koristiti. Utjecaji kruzing industrije na turističku destinaciju su raznoliki. Društveni te gospodarski utjecaji mogu imati pozitivne ali i negativne učinke na destinaciju. Pored svih tih raznolikosti, utjecaji kružnih putovanja na određenu destinaciju su neminovni te ih treba prihvatiti i iskoristiti njihove pozitivne strane. Sve radnje prema pozitivnim gospodarskim učincima ne smiju isključiti negativnosti vezane uz okoliš te se trebaju prilagoditi osnovnim načelima održivog razvoja.

Kruzing turizam je dobrodošla pojava koja se uz politiku održivog razvoja može veoma dobro iskoristiti za boljitak Hrvatske u svim aspektima, ali samo ako se problematici pristupi planski i organizirano, kako bi se maksimizirali pozitivni učinci poput gospodarske koristi, a oni negativni, kao prethodno analizirana onečišćenja, sveli na minimum.

Zbog toga je potrebno definirati mjere politike održivog razvoja koja bi kontrolirala i usmjeravala razvoj i kreirala organiziranost presudnu u pozicioniranju kruzinga kao

pozitivnog elementa u gospodarstvu. Jednako tako potrebno je i kreirati tarifni sustav putničkih luka koji će u cijenu lučkih usluga uvrstiti i naknadu za uzrokovane troškove onečišćenja, što u konačnici potiče na savjesno postupanje prema morskom okolišu, implementaciju ekološki povoljnijih pogonskih sustava, korištenje gorivom s manjim udjelom dušika, sumpora i slično, ugradnjom katalizatora na dimnjake na cruiserima, ugradnjom pročišćivača otpadnih voda. I u konačnici, rigoroznijim zakonima propisanim od države, treba regulirati količinu ispuštenih otpadnih voda kako bi se očuvala ravnoteža morskoga ekosustava.

Kako Hrvatska ima sve predispozicije da postane jedana od značajnijih destinacija kružnih putovanja potrebno je ulaganje u razvoj infrastrukture i luka te oplemenjivanje ponude za potencijalne potrošače. Prvi brodovi za kružna putovanja izazvali su kontroverzije ulaskom u Hrvatsku. Iako se svi nadaju golemoj zaradi od velikog broja putnika, lokalno stanovništvo nije baš oduševljeno prihvatilo njihov dolazak. Prilike koje su se otvorile za stacionarno stanovništvo su od velikog gospodarskog značenja.

Zavisno o vrsti putnika kojima je namjenjeno kružno putovanje, slažu se i planiraju itinerariji. Prosječan putnik je srednjih godina, iako trend pokazuje da godine postupno opadaju. Iako je u početku bilo predviđeno da si samo određeni sloj ljudi može priuštiti putovanje, danas se ta granica pomiče prema dolje. Nekada luksuzno putovanje danas je pristupačno i prosječnom čovjeku.

Želje i prioriteti putnika kreiraju plan putovanja s na kraju i konačnu cijenu. Značajan faktor je i potrošnja na brodu tijekom putovanja. Kruzing kompanije uvidjele su da povećanjem broda i smještajnim kapacitetima mogu značajno uštediti. Fiksni troškovi su isti ali zato varijabilni padaju. Tom spoznajom pokrenut je trend izgradnje sve većih brodova koji obavljaju kružna putovanja tijekom cijele godine. Godišnje doba i vremenski uvjeti određuju u kojoj će regiji brod boraviti i obavljati kružna putovanja.

Jedan od izvora zarade su privatni otoci koji su u posjedu kruzing kompanija. S obzirom da je bilo dosta negodovanja vezano za pristanak u luku nedjeljom i trgovinama koje nisu radile, kompanije su preusmjerile putnike na otoke. Putnici su mnogo



zadovoljniji ali i kompanije koje svoju zaradu ne trebaju dijeliti sa partnerima već ostvareni prihod ide direktno njima.

## LITERATURA

### 1) KNJIGE

1. Douglas, N., Douglas, N.: **The Cruise Experience: Global and regional issues in cruising**, Pearson Education Australia, Frenchs Forest, 2004.
2. Gibson, P.: **Cruise Operations Management**, Elsevier LTD., Burlington MA, 2006.
3. Holloway, J. C.: **Marketing For Tourism**, 4th edition, Pearson Education Limited, Essex, 2004.
4. Jašić, D., Belamarić, G., Trošić, Ž.: **Planiranje pomorskog putovanja**, Sveučilište u Zadru, Zadar, 2011.
5. Kesić, T.: **Ponašanje potrošača**, Adeco, Zagreb, 1999.
6. Klein, R. A.: **Cruise Ship Tourism, Turning Water into Money: The Economics of the Cruise Industry**, CAB International, Oxford, 2006.
7. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G.: **Osnove marketinga**, četvrto europsko izdanje, MATE, Zagreb, 2006.
8. Mancini, M.: **Cruising: A Guide To The Cruise Line Industry**, 2nd Edition, Delmar Thompson Learning, Los Angeles, 2000.
9. O'Hara, T.: **Ante upped for cruise ships**, Keys News, 2003.
10. Page, S. J.: **Tourism Management**, Fourth Edition, Elsevier, London, 2011.
11. Peručić, D.: **Cruising – turizam, razvoj, strategije i ključni nositelji**, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2013.
12. Swarbrooke, J., Horner, S.: **Consumer Behaviour in Tourism**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2007.
13. Ward, D.: **Ocean Cruising & Cruise Ships 2004.**, Berlitz, London, 2004.

### 2) ČLANCI U ČASOPISIMA

1. Benić, I.: *Analiza najpoznatijih krizing destinacija u svijetu*, Ekonomska misao i praksa, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 18, 2, 2009, p. 301-348
2. Benić, I., *Utjecaj pomorskih krstarenja na turističku destinaciju*, Poslovna izvrsnost, 5, 2, 2011, <http://hrcak.srce.hr/file/112075> (27.07.2014.) p. 43-66
3. Gračan, D., Zadel, Z.: *Kvantitativna i kvalitativna analiza krizing turizma Republike*

- Hrvatske*, Pomorski zbornik, Društvo za proučavanje i unapređenje pomorstva Republike Hrvatske, Rijeka, 47-48, 2013, p. 51-59
4. Gui, L.: *Geographical expansion and consolidation of global cruising*, Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 24, 2, 2010, p. 261-278
  5. Jelavić, V., Kurtela, Ž.: *Raščlamba štetnog djelovanja broda na morski okoliš*, Naše more, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 54, 5-6, 2007., p. 214-226
  6. Luković, T., Šerić, N.: *Strateški razvoj i promjene legislative nautičkog turizma Hrvatske*, Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 23, 2, 2009, p. 357-374
  7. Pezelj, V.: *Pomorske havarije u dalmatinskom statutarnom pravu*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, Split, 43, 1, 2006, p. 83-104
  8. Pirjevac, B.: *Analiza i realna ocjena mogućnosti za razvitak turizma*, Acta Turistica, Sveučilište u Zagrebu, ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 9, 1, 1997, p. 5-45
  9. Stipanović, C., Gračan, D.: *Značaj brodskih tura u razvojnoj strategiji hrvatskog turizma*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, Split, 42, 1, 2005, p. 205-213  
[http://www.pravst.hr/dokumenti/zbornik/200580/zb200501\\_brodskature.pdf](http://www.pravst.hr/dokumenti/zbornik/200580/zb200501_brodskature.pdf)  
(01.06.2014.)
  10. Šantić, L., Vilke, S., Grubišić, N.: *Čimbenici štetnog djelovanja cruising-turizma na brodski okoliš*, Naše more, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 58, 5-6, 2011, p. 229-243
  11. Šošić, I., Stumpf, G., Mezak, V.: *Planning cruise*, Pomorstvo, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 28, 1, 2014, p. 65-59
  12. Vassilakopoulos, Y.: *La croisière en France, un marché qui a le vent en poupe!*, Les Cahiers Espaces, Editions Espaces tourisme & loisirs, Paris, 56, 2, 1998, p. 41-49
- 3) INTERNETSKI IZVORI (ELEKTRONIČKI IZVORI INFORMACIJAMA)**
1. Barišić, I.: "Sigurnost prometa Jadranom", 2007,  
[http://baltazar.izor.hr/azopub/indikatori\\_podaci\\_sel\\_detalji2p\\_ind\\_br=6S01&p\\_godina=2007](http://baltazar.izor.hr/azopub/indikatori_podaci_sel_detalji2p_ind_br=6S01&p_godina=2007) (21.06.2014)
  2. Barkidija, M., Bušić, D., Srdoč, J.: "Ekološki problemi u fokusu pomorske politike na Mediteranu", 27.01.2011.  
[https://bib.irb.hr/datoteka/541624.EKOLOKI\\_PROBLEMI\\_U\\_FOKUSU\\_POMORSKE\\_POLITIKE\\_NA\\_MEDITERANU.doc](https://bib.irb.hr/datoteka/541624.EKOLOKI_PROBLEMI_U_FOKUSU_POMORSKE_POLITIKE_NA_MEDITERANU.doc) (01.06.2014.)

3. Canevello, S.: "Cruise and Tourism in Mediterranean – Latest Developments", Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Genova, 05.09.2007. [http://www.port-net.net/activities/pdf/canevello\\_malta\\_05092007.pdf](http://www.port-net.net/activities/pdf/canevello_malta_05092007.pdf) (21.06.2014.)
4. Chanev, C.: "Cruise Ship Itinerary", 2014, <http://www.cruiseshipitinerary.com/> (27.07.2014.)
5. CFC Krstarenja, "Krstarenja", <http://www.krstarenja.hr/hr/krstarenja> (05.08.2014.)
6. Cruise Line International Association, "2011 Cruise Market Profile Study", 23.06.2011. [http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market\\_Profile\\_2011.pdf](http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf) (21.06.2014.)
7. Cruise Lines International Association, "State of the Cruise Industry Report 2014", 2014. <http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Infographic.pdf> (22.06.2014.)
8. Cruise Lines International Association, "The Cruise Industry", 2014. [http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/reports/CLIA\\_2014.pdf](http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/reports/CLIA_2014.pdf) (21.06.2014.)
9. Cruise Market Watch, "Financial Breakdown of Typical Cruiser", 2014. <http://www.cruisemarketwatch.com/home/financial-breakdown-of-typical-cruiser/> (07.08.2014.)
10. Državni zavod za statistiku, "Kružna putovanja stranih brodova u RH", 10.02.2014. [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2013/04-03-06\\_08\\_2013.htm](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/04-03-06_08_2013.htm) (16.07.2014.)
11. Državni zavod za statistiku, "Noćenja turista", 10.02.2014. [http://www.dzs.hr/app/rss/kljucni\\_m.html](http://www.dzs.hr/app/rss/kljucni_m.html) (16.07.2014.)
12. Florida Caribbean Cruise Association, "Cruise Industry Overview – 2007", 2007. <http://www.f-cca.com/downloads/2007-overview.pdf> (20.08.2014.)
13. Guadalupe-Fejardo, E.: "Incentives package to cruise lines extended to 2004", Caribbean Business, 25.04.2002. <http://puertoricowow.com> (15.03.2014.)
14. Hannafin, M.: "Cruise Lines' Private Islands: Who offers What in the Caribbean and Bahamas, 24.05.2010. <http://www.frommers.com/articles/6808.html> (21.06.2014.)
15. Hrvatski leksikon, "Itinerar značenje", <http://www.hrleksikon.info/definicija/itinerar.html> (21.06.2014.)
16. Jaramillo Panesso, R.: "Ojo con los cruceros, El Tiempo, 23.03.2001. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-582813> (15.03.2014.)

17. Jašić, D., Bajlo, M.: "Planiranje (brodskog) putovanja",  
<http://www.unizd.hr/Portals/1/nastmat/Plan%20putovanja/1%20Planiranje%20putovanja%20-%20Uvod.pdf> (16.07.2014.)
18. Madjar, M. L., Sladoljev, J.: "Strateški plan razvoja hrvatskog turizma", 13.10.2011.  
<http://www.vijesti.hssd.hr/attachments/Strateski%20plan%20arzvoja%20hrvatskog%20turizma.doc> (21.06.2014.)
19. MedCruise, "The Mediterranean", <http://www.medcruise.com/index.php/cruising-the-med/the-mediterranean> (21.06.2014.)
20. Ministry of Tourism Government of India, "Cruise Tourism Potential and Strategy Study", 2005,  
<http://tourism.gov.in/CMSPagePicture/file/marketresearch/studyreports/08%20CruiseStudy.pdf> (17.03.2014.)
21. "Planiranje Putovanja", <http://www.unizd.hr/portals/1/nastmat/Plan%20putovanja/3%20Planiranje%20putovanja.pdf> (27.07.2014.)
22. Sandiford, K.: "Port authority: carrying the wallets of thousands of fun seekers, the cruise industry receives a warm welcome from the theme park named Hallifax", The Coast, 14.08.2003. <http://www.thecoast.ca/archives/140803/feature.html> (01.06.2014.)
23. Satchell, A.: "Cruise lines keep trying to shrink their environmental footprint", 22.07.2014. [http://articles.sun-sentinel.com/2011-07-22/travel/fl-green-cruising-20110722\\_1\\_viking-prestige-stewart-chiron-cruise-lines-international-association](http://articles.sun-sentinel.com/2011-07-22/travel/fl-green-cruising-20110722_1_viking-prestige-stewart-chiron-cruise-lines-international-association) (21.06.2014.)
24. Smart, G.: "Stormy seas ahead", 29.01.2004. <http://www.nbcnews.com/id/3860856> (22.06.2014.)
25. Statista, "New cruise ships planned worldwide from 2014 to 2016, by passenger capacity", 2014. <http://www.statista.com/statistics/243857/new-cruise-ships-by-capacity/> (05.08.2014.)
26. Škrba, A.: "Američko tržište kruzinge putovanja na usporednim primjerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Lines", 2012.  
<http://www.singipedia.singidunum.ac.rs/attachment.php?attachmentid=2997&d=1361176544> (16.07.2014.)
27. "Trgovački brod", 08.08.2013. [http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki\\_brod](http://hr.wikipedia.org/wiki/Trgova%C4%8Dki_brod) (20.08.2014.)

28. Zapata-Aguirre, S., Brida, J. G.: "The Impacts of the Cruise Industry on Tourism Destinations", *Sustainable tourism as a factor of local development*, 09.11.2008.  
[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1298403](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1298403) (01.06.2014.)

#### **4) OSTALI IZVORI**

1. Peisley, T.: "The World cruise Ship Industry to 2000", Research report, Travel & Tourism Intelligence, London, 1996., str. 124
2. Vojvodić, K.: *Pozicioniranje Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja*, magistarski rad, Sveučilište u Splitu, Split, 2004.
3. Wild, P., Dearing, J.: "Caribbean stronghold", Lloyd's Cruise International, 2004.
4. Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama, Narodne novine Republike Hrvatske, Zagreb, 158/03

## POPIS TABLICA

Redni broj	Naziv tablice	Stranica
1.	Ukupan broj zaposlenih prema grani industrije u 2013. godini	10
2.	Kružna putovanja stranih brodova	27
3.	Kružna putovanja stranih brodova, dani boravka i outnici u 2012. i 2013. godini	29
4.	Vrste i specifičnosti neopasnog krutog otpada nastalog na brodovima za kružna putovanja	36
5.	Prikaz dnevnih količina onečišćenja za kruzere na bazi 3.000 putnika	38
6.	Struktura cijene aranžmana prema segmentima na sjevernoameričkom tržištu (po osobi u 2011. godini)	49
7.	Demografski podaci putnika na kružnim putovanjima (u %)	53
8.	Prosječna potrošnja po osobi za tjedan dana	54
9.	Suputnici na putovanju	55
10.	Izvori informacija koji su utjecali na odabir odluke na prošlom putovanju	56
11.	Učestalost korištenja putničkih agencija	57
12.	Vrijeme planiranja prije odlaska na odmor	59
13.	Financijska raspodjela tipičnog putnika na kružnom putovanju (svijet, sve kruzinge kompanije)	61

## POPIS GRAFIKONA

Redni broj	Naziv grafikona	Stranica
1.	Planirani novi putnički brodovi u svijetu od 2014. do 2016. godine, po smještajnim jedinicama	24
2.	Noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima u Hrvatskoj	26
3.	Ulasci stranih brodova prema županijama, I.-XII.2013. (u %)	28
4.	Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj po mjesecima u 2012. i 2013. godini	30

## POPIS SHEMA

Redni broj	Naziv sheme	Stranica
1.	Geografska podjela destinacija	12
2.	Tržišni udio	23
3.	Utjecaj kružnih putovanja na društveni i kulturni život	31
4.	Utjecaj kruzing turizma na gospodarstvo destinacije	34
5.	Mogućnosti tretmana broskog krutog otpada	37
6.	Prikaz izrade plana putovanja	47