

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

IVONA ŠUŠIĆ

STRUKTURA I OPERATIVNE ZNAČAJKE KRUZINGA

DIPLOMSKI RAD

RIJEKA, 2014.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
POMORSKI FAKULTET U RIJECI

STRUKTURA I OPERATIVNE ZNAČAJKE KRUZINGA

STRUCTURE AND OPERATION OF CRUISING

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Pomorsko putnički promet

Mentor: izv.prof.dr.sc. Alen Jugović

Student: Ivona Šušić

JMBAG: 0112038284

Studij: Logistika i menadžment u pomorstvu i prometu

Rijeka, rujan 2014.

Studentica: Ivona Šušić

Studijski program: Pomorsko putnički promet

JMBAG: 0112038284

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom STRUKTURA I OPERATIVNE ZNAČAJKE KRUZINGA izradila samostalno pod mentorstvom izv.prof.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.

Studentica:

Ime i prezime studentice:

Ivona Šušić

SAŽETAK

Kruzing se, kao dio nautičkog turizma, razvio u jednu od vodećih profitabilnih industrija. Kruzing postaje sve popularniji oblik turističke ponude koji povezuje prijevoznu i turističku ponudu u jednom. Zbog fenomenalnog uspjeha i velikog broja segmenata koja se mogu istraživati unutar kruzinga, vrlo je privlačan i zanimljiv za istraživanje. Svrha i ciljevi ovog diplomskog rada su da se istraže struktura kruzing putovanja i čimbenici koji utječu na nju. Nadalje, cilj je istražiti operacije koje kruzing kompanije moraju izvršavati na kopnu i moru te operacije i probleme koji se pojavljuju u lukama ticanja.

Ključne riječi: kruzing, luke ticanja, operacije kruzing kompanija na kopnu i moru, struktura kruzing putovanja.

SUMMARY

Cruising, as part of nautical tourism, has developed into one of the leading profitable industries. Cruising is an increasingly popular form of tourism that links the transport and tourism offer in one. Due to the phenomenal success and a large number of segments that can be explored within the cruise industry, it is very attractive and interesting to explore. The aim and purpose of this paper is to investigate the structure of cruise travel and the factors which affect on it. Furthermore, the aim is to investigate the operations that cruise companies have to carry out on land and sea, and operations and problems that occur in ports of call.

Key words: cruising, ports of call, cruise company operations on land and sea, the structure of cruise travel.

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
SUMMARY	I
SADRŽAJ	II
1. UVOD	1
1.1. <i>PROBLEM, PREDMET I OBJEKTI ISTRAŽIVANJA</i>	1
1.2. <i>RADNA HIPOTEZA</i>	1
1.3. <i>SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA</i>	2
1.4. <i>ZNANSTVENE METODE</i>	2
1.5. <i>STRUKTURA RADA</i>	3
2. GLAVNE ZNAČAJKE KRUZING INDUSTRIJE	4
2.1. <i>POVIJESNI RAZVOJ I ZNAČAJ KRUZINGA U TURIZMU</i>	4
2.2. <i>DEFINICIJA KRUZINGA I NJEGOVE GLAVNE KARAKTERISTIKE</i>	7
2.3. <i>ELEMENTI FORMIRANJA KRUZING PUTOVANJA</i>	10
3. STRUKTURNA ANALIZA SVJETSKOG KRUZING TRŽIŠTA	14
3.1. <i>ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA STRUKTURU KRUZING PUTOVANJA</i>	14
3.2. <i>GEOGRAFSKA RASPODJELA PODRUČJA KRUZING PUTOVANJA</i>	18
3.2.1. <i>AMERIČKO KRUZING TRŽIŠTE</i>	20
3.2.1.1. <i>Karibi</i>	22
3.2.1.2. <i>Zapadna obala Sjeverne Amerike i Meksiko</i>	24
3.2.1.3. <i>Istočna obala Sjeverne Amerike</i>	28
3.2.2. <i>EUROPSKO KRUZING TRŽIŠTE</i>	30
3.2.2.1. <i>Mediteran</i>	32
3.2.2.2. <i>Sjeverozapadna Europa</i>	35
3.2.3. <i>OSTATAK SVIJETA</i>	38
3.3. <i>OBALNA KRSTARENJA MALIM BRODOVIMA</i>	42
3.4. <i>STRUKTURA PUTNIKA NA KRUZING PUTOVANJIMA</i>	46
4. OSNOVNE OPERATIVNE ZNAČAJKE KRUZING PUTOVANJA	53
4.1. <i>GLAVNE OPERACIJE I HIJERARHIJA ODGOVORNOSTI NA KRUZERIMA</i>	53
4.2. <i>DJELOVANJE BRODARSKIH KOMPANIJA NA KOPNU I NJIHOVA SURADNJA SA TURISTIČKIM AGENCIJAMA</i>	58
4.3. <i>LUKE ZA PRIHVAT KRUZERA</i>	61
5. BUDUĆNOST KRUZING INDUSTRIJE	65
6. ZAKLJUČAK	68
LITERATURA	70

<i>POPIS TABLICA</i>	72
<i>POPIS SHEMA</i>	72
<i>POPIS GRAFIKONA</i>	72
<i>POPIS SLIKA</i>	73

1. UVOD

1.1. PROBLEM, PREDMET I OBJEKTI ISTRAŽIVANJA

More predstavlja slobodan i besplatan medij koji najbolje povezuje kontinente, pojedine regije i otočne zemlje za koje pomorski promet ponekad predstavlja jedinu vezu sa kopnom. Zbog jako razvijenog pomorskog prometa posjedovanje vlastite obale i razvijanje vlastitog pomorstva postalo je jako važno za gospodarstvo svake zemlje. Razvojem nautičkog turizma plovidba brodom za putnike prestala je biti samo putovanje od luke ishodišta do luke odredišta te se stvorio novi oblik turističke ponude koju čini simbioza pomorske plovidbe i turističke ponude. Kruzing, kao dio nautičkog turizma od svojeg razvoja 60-ih godina prošlog stoljeća, bilježi veliki godišnji rast čime je danas stekao status vrlo uspješne industrije.

Problem istraživanja diplomskog rada sastoji se u tome što unatoč činjenici da je kruzing industrija uspješna i postoji velik broj znanstvenih radova povezanih uz ovu temu, nisu dovoljno istraženi različiti utjecaji koji djeluju na oblikovanje strukture putovanja te operativna djelovanja i problemi koji se pojavljuju u kruzing industriji. **Problem istraživanja** predstavlja podlogu za definiranje **predmeta istraživanja**: analizirati strukturu svjetskog tržišta kruzinga, istražiti operativna djelovanja kruzing kompanija na kopnu i moru te ukazati na probleme kruzinga. Prethodno navedeni problem istraživanja ima za **objekt istraživanja** strukturu kruzing industrije sa svim svojim karakteristikama i operativne značajke povezane sa njezinim djelovanjem.

1.2. RADNA HIPOTEZA

Sukladno bitnim odrednicama problema, predmeta i objekta istraživanja postavljena je **radna hipoteza**:

Ona se odnosi na dokazivanje tvrdnje kako neadekvatna struktura putovanja predstavlja rizik za uspješno poslovanje, a za funkcioniranje sustava važan je način na koji kruzing kompanije provode operacija na kopnu i moru te je potrebno minimizirati operativne probleme koji se pojavljuju u odredišnim lukama i destinacijama.

1.3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Svrha i ciljevi istraživanja u ovom diplomskom radu očituju se u sljedećemu: istražiti relevantne čimbenike koji utječu na strukturu kruzing putovanja, analizirati strukturu kruzing putovanja i geografsku raspodjelu područja njihovog odvijanja, analizirati strukturu kruzing putnika i njihov utjecaj na oblikovanje ponude putovanja, definirati operacije brodarskih kompanija na brodu i kopnu, definirati glavne operacije i operativne probleme u luci, prognozirati buduća kretanja i usmjeravanje djelovanja kruzing industrije.

Ovaj diplomski rad će na temelju provedene analize pokušati odgovoriti na ova pitanja:

1. Što je kruzing?
2. Koji čimbenici utječu na strukturu putovanja?
3. U kojim se područjima odvijaju kruzing putovanja?
4. Koje operacije se odvijaju na kopnu i moru?
5. Koji su i kako riješiti operativne probleme u odredišnim lukama?

1.4. ZNANSTVENE METODE

Korištene metode u ovom radu su analiza i sinteza, metoda kompilacije metoda generalizacije, metoda deskripcije, statistička i povijesna metoda. Metode korištene u istraživanju oslanjaju se na prikupljene podatke različitih izvora stručne literature koje se

bave kruzingom, a pri čemu se analizom podataka uviđaju postojeći trendovi koji se onda nastoje obrazložiti.

1.5. STRUKTURA RADA

Struktura rada prilagođena je ciljevima istraživanja i sastoji se od šest dijelova.

U uvodnom djelu navedeni su problem, predmet i objekt istraživanja, radna hipoteza, svrha i ciljevi istraživanja, znanstvene metode te je opisana struktura rada.

U drugom djelu pod nazivom „Glavne značajke kruzing industrije“ objašnjen je pojam kruzinga i opisan je njegov povijesni razvoj, te su navedene glavne karakteristike i elementi koji ga formiraju.

U trećem dijelu pod nazivom „Strukturalna analiza svjetskog tržišta kruzinga“ navedeni su čimbenici utjecaja formiranja strukture kruzing putovanja, prikazana je njihova struktura u svijetu, ali i u Hrvatskoj te je detaljnije objašnjena promjena strukture putnika.

U četvrtom dijelu naziva „Osnovne operativne značajke kruzinga“ opisane su osnovne operacije na brodu i kopnu, objašnjena je hijerarhija zaposlenika brodarskih kompanija i posade broda i operacije u lukama.

U petom poglavlju naziva „Budućnost kruzing industrije“ prognozirana su kretanja i trendovi u budućnosti.

U zaključku su rezimirani rezultat istraživanja te najznačajniji zaključci i spoznaje u svezi s problemom istraživanja.

2. GLAVNE ZNAČAJKE KRUZING INDUSTRIJE

Živimo u vremenu gdje posljednjih desetljeća kruzina industrija doživljava svoje zlatno doba. Sve više ljudi otkriva čari kruzina i odlučuju se upravo za takav oblik aktivnog odmora. U ovom poglavlju objašnjen je pojam kruzina i opisan je njegov povijesni razvoj. Također, navedene su njegove glavne karakteristike i objašnjeni su elementi koji su bitni za njegovo formiranje.

2.1. POVIJESNI RAZVOJ I ZNAČAJ KRUZINA U TURIZMU

Kruzina je tijekom svog razvoja doživio velike promjene i bitno se razlikovao od današnjeg oblika. Putnici su se u početku prevozili samo od ishodišta do odredišta zajedno sa teretom te se nije pridavala važnost kvaliteti prijevoza i popratnoj ponudi. Značajnije poboljšanje u kvaliteti putovanja nastaje tijekom 1840-ih i 1860-ih godina kada se gradi veći broj brodova, dok se tijekom 1906. godine grade još veći i brži brodovi, s više paluba. Na sve veći broj putnika u preoceanskoj plovidbi utjecala je velika emigracija stanovništva iz Europe u Ameriku. Prvi svjetski rat zaustavio je zahuktalu gradnju novih putničkih brodova na kružnim putovanjima i znatno smanjio broj kružnih putovanja, Međutim, nakon rata započinje gradnja novih putničkih brodova koji interijerom i zabavnim sadržajima značajnije odudaraju od prijašnjih brodova za kružna putovanja.¹ U početku su bila dostupna samo potrošačima visoke platežne moći kojima su se nudila putovanja bez previše sadržaja i zabave, a danas kruzina putovanja predstavljaju atraktivan način odmora dostupan širem tržištu potrošača.

Kruzina turizam se u svijetu pojavio relativno kasno u odnosu na druge oblike turizma. Pravi razvoj započinje šezdesetih godina prošlog stoljeća ponajviše zbog razvoja zračnog prometa. Brodarske kompanije tada su doživjele veliku krizu gdje uz redovan prijevoz putnika nastoje konkurirati proširujući svoju ponudu cjelogodišnjim kružnim

¹ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: **Analitička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovim područjima svijeta**, Pomorstvo, 2013, str. 88.

putovanjima. Po prvi puta započinju kružna putovanja Karibima, sa putnicima iz SAD-a i Kanade.

Karipsko otočje u to vrijeme bilo je nedostavno pristupačno zbog nedostatka hotelskih kapaciteta i slabe povezanosti s velikim turističkim emitivnim centrima SAD-a. Na krstarenje se tad odlazilo radi plovidbe brodom koja omogućuje posjet zanimljivim lukama i još nedovoljno poznatim mjestima. Krstarilo se manjim brodovima na kojima nije bilo mnogo dodatnih sadržaja. Ozračje na brodu bilo je strogo formalno, putnici odvojeni ovisno o vrsti kabine kojom se koriste, a cijena nedostupna američkoj obitelji s prosječnim primanjima. Krstarenje je uglavnom trajalo 7 ili 14 dana, i jedino su potrošači starije životne dobi imali vremena i novca za taj oblik odmora. Iako su brodarske kompanije u svojim sloganima obećavale zabavu na brodu, ona je uglavnom izostajala.²

Krajem 60-ih i početkom 70-ih godina u SAD-u osnivaju se brodarske kompanije koje svoju ponudu temelje samo na kruzingu kao turističkom proizvodu. Prvi kruzer „*Oceanic*“ je izgrađen 1965. godine za kompaniju Home Lines, isključivo za kružna putovanja po Sjevernoj Americi i jedni smatraju upravo ovu godinu početkom modernog krstarenja. Drugi navode datum 19.12.1966. godine kad je *Norwegian Caribbean Line* (današnji *Norwegian Cruise Line*) postala prva kompanija koja je nudila cjelogodišnji raspored kružnih putovanja brodom „*Sunward*“ namijenjenom širem tržištu.³ U to vrijeme razvijaju se i kompanije *Royal Caribbean Cruise Line* (1969.) i *Carnival Cruise Line* (1972.) te je taj trio zaslužan za razvoj modernog kruzinga gdje su i danas te kompanije jedne od vodećih u kruzingu industriji.

² Peručić D.: **Doprinosi marketinga razvoju pomorskih krstarenja u drugoj polovici 20. stoljeća**, Ekonomska misao i praksa, Zagreb, 2006, str 152.

³ Spasić V.: **Američko tržište cruising putovanja na usporednim primjerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Line**, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2012, str. 9.

Slika 1: brod Sunward



Izvor: <http://www.simplonpc.co.uk/NCL/Sunward01.jpg>, 28.06.2014.

Kompanije su željele proširiti tržište na kojem djeluju pa su svoj rast vidjele u proširivanju ponude koja bi bila dostupna i zanimljiva potrošačima niže platežne moći. Ponudom su trebali zainteresirati nove putnike koji do tad nisu imali priliku krstariti te konkurirati turističkoj ponudi odmarališta na kopnu. Cijena krstarenja koju je nudio Carnival bila je prihvatljiva svim dobnim skupinama. Kako bi privukla nove potrošače, ova kompanija uvodi na tržište brodove što nude odmor, razonodu, relaksaciju, zabavu, športske i druge aktivnosti koje turisti mogu naći i u tradicionalnim ljetovalištim na kopnu i promovira svoje brodove kao brodove „zabave“ (*fun ship*). Takva ponuda omogućuje putnicima da uživaju u svim sadržajima i pogodnostima što ih nudi tradicionalno ljetovalište dok plove zanimljivim svjetskim regijama. Nova koncepcija zabavno-odmorišnog krstarenja namijenjenoga masovnom tržištu bitno je različita od dotadašnje čvrsto urezane u potrošačku svijest.⁴ Nakon uspjeha na američkom tržištu, devedesetih godina prošlog stoljeća trend razvoja krizinga je zahvatio i Europu, prvenstveno Veliku Britaniju i Mediteran, a nakon toga i azijsko-pacifičku regiju. Iako povijest razvoja krstarenja nije duga i predstavlja manji dio u ukupnoj turističkoj ponudi, ova industrija je kroz nekoliko desetljeća doživjela dobar uspjeh. Iz godine u godinu sve više ljudi se odlučuje na krizing putovanja i broj putnika raste. Različiti izvori navode da je broj putnika na krstarenjima porastao sa 500.000 putnika zabilježenog 1970. godine na 12 milijuna u 2006. godini. Osim toga, industrija je zabilježila godišnji rast od 8,1% između 1980. i 2007. godine. *Ocean Shipping Consultants* 2005. godine također je procijenio da će broj putnika do 2010. godine porasti na 18 milijuna, 2015. godine na 22,6 milijuna, a do 2020. godine na 27 milijuna.⁵

⁴ Perušić D.: op.cit, str. 154.

⁵ Papathanassis A.: **Cruise Sector Growth**, Gabler GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009, str 18.

2.2.DEFINICIJA KRUZINGA I NJEGOVE GLAVNE KARAKTERISTIKE

Kružna putovanja, ili tzv. kruzina je važan segment turizma i prema karakteristikama putovanja svrstava se u nautički turizam. Prema razvrstavanju, nautički turizam dijelimo na:⁶

- luke nautičkog turizma
- *charter*
- *cruising*

Kruzina predstavlja pomorsko-prijevoznu uslugu sa uključenim turističkim motivima. To je plovidba od mjesta do mjesta na koje putnici odlaze radi zabave i doživljaja putovanja i mjesta na drugačiji i dinamičniji način. Kruzina ne predstavlja samo brod za prijevoz već ima funkciju plovećeg hotela. Sadrži sve potrebne stvari za boravak putnika koji su dostupni i na kopnu te različite sadržaje za odmor i zabavu zbog čega se na kružnom putovanju boravak na brodu smatra primarnim, a sve ostale destinacije koje se posjećuju su sporedne. Sa gledišta luke, odnosno odredišta koje brodovi posjećuju, putnici na takvim brodovima su jednodnevni posjetioci, čak i u slučaju kad brod u luci boravi više dana, ako se noćenje ostvaruje na brodu. Kruzina dakle možemo definirati kao putovanje putnika posebnim putničkim brodovima za krstarenje morem, rijekama i jezerima radi zabave, odmora i razonode uz uobičajeno pristajanje broda u nekoliko luka i najčešće povratak u polaznu luku.⁷

Kruzina putovanja su isključivo višednevna putovanja gdje putnici većinu vremena borave i noće na brodu između posjeta određenim destinacijama koja su uključena u putovanje. Kruzina putovanjem se nikako ne mogu smatrati dnevni izleti brodom koji se dodatno nude turistima smještenima u hotelima i objektima na obali.

⁶ Luković T.: **Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje**, Ekonomski pregled, 2007, str 689.

⁷ Spasić V.: op.cit., str. 15.

Mogu se podijeliti prema različitim kriterijima. Prema dužini putovanja dijele se na duga i kratka, a prema području plovidbe na unutrašnja, obalna, otočna i oceanska. Nude se i tematska i pustolovna putovanja. Prema kriteriju udaljenosti od obale razlikujemo višednevna krstarenja koja se odvijaju blizu obale (*inshore*) i podrazumijevaju plovidbu u unutrašnjim vodama i teritorijalnom moru te višednevna kruzing putovanja daleko od obale (*offshore*) koja podrazumijevaju krstarenje na otvorenom moru i dolazak u luke samo na određenim destinacijama koje se posjećuju. Uz obalu krstari se na manjim plovilima poput jahti i obalnih kruzera a na kružnim i prekooceanskim putovanjima na velikim putničkim brodovima – kruzerima.

Dakle, krstarenja u priobalju na jahtama, malim obalnim kruzerima i drugim plovilima u nautičkom turizmu treba razlikovati od kruzing putovanja na otvorenom moru na velikim putničkim brodovima u pomorskom turizmu. Ova putovanja imaju zajedničku značajku da je riječ o višednevnom krstarenju s noćenjem na plovilima, ali se bitno razlikuju po ostalim značajkama, a posebice po motivima. Riječ je o dva bitno različita turistička proizvoda. Sudionici ovih dvaju vrsta krstarenja imaju različite sklonosti, navike i zahtjeve jer su pripadnici dvaju skupina s različitim načinom života.⁸

Kružna putovanja su masovna pojava, uključuju veliki broj putnika koji zajedno putuju brodom na udaljene destinacije prema unaprijed određenom planu i programu, a krstarenja uz obalu odvijaju se sa manjim brodovima, moguće je posjećivati manja mjesta te prilagoditi putovanje prema vlastitim potrebama. U tablici 1. usporedno su prikazane glavne karakteristike ovih putovanja kako bi se uočile njihove razlike.

⁸ <http://www.pomorskodobro.com/hr/nauticki-turizam-davor-njiric.html>, 01.07.2014.

Tablica 1: Usporedba krstarenja uz obalu i na kružnim i preookeanskim putovanjima

Krstarenja na plovilima nautičkog turizma uz obalu	Krstarenja na putničkim brodovima na kružnim i preookeanskim putovanjima
Karakteristike:	
<ul style="list-style-type: none"> • višednevni boravak na plovilu (smještaj/noćenje i prehrana) • plovidba uz obalu na manjoj udaljenosti • plovidba na jahtama, obalnim <i>cruiserima</i> i drugim manjim ili manje luksuznim plovilima 	<ul style="list-style-type: none"> • višednevni boravak na brodovima (smještaj/noćenje i prehrana) • plovidba daleko od obale na otvorenom moru i uz obalu na većoj udaljenosti, • plovidba uglavnom danju uz obalu, a noću daleko od obale (u pravilu) • plovidba na većim putničkim brodovima tzv. „plovećim hotelima“
Motivi za putovanje:	
<ul style="list-style-type: none"> • posjećivanje različitih manjih mjesta: nenaseljenih i nedirnutih otoka, zaljeva, uvala i plaža • uživanje u morskome obalnom i otočnom pejzažu • sudjelovanje u raznim svakodnevnim događajima: pristajanja i isplovljavanja, sidrenja, noćenja na moru na različitim mjestima : u marinama, pristaništima i sidrištima u lukama turističkih mjesta • korištenje raznih oblika razonode na moru: kupanje i sunčanje, plivanje, ribanje, skijanje, vožnja skuterom, jedrenje na dasci, ronjenje i dr. 	<ul style="list-style-type: none"> • posjećivanje i razgledanje velikih gradova i većih turističkih mjesta poznatih u svijetu po kulturno-povijesnim spomenicima, muzejima i drugim turističkim atrakcijama • u mjestu: posjete muzejima, restoranima, izleti u okolicu i dr. • razgledanje obale i otoka dok se plovi uz obalu u blizini luke pristajanja • brodski sadržaji i zabavni program (restorani, barovi, bazeni, spa, wellness, večere, ples i dr.)

Izvor: izradila studentica prema podacima sa <http://www.pomorskodobro.com/hr/nauticki-turizam-davor-njiric.html>, 01.07.2014.

2.3.ELEMENTI FORMIRANJA KRUIZING PUTOVANJA

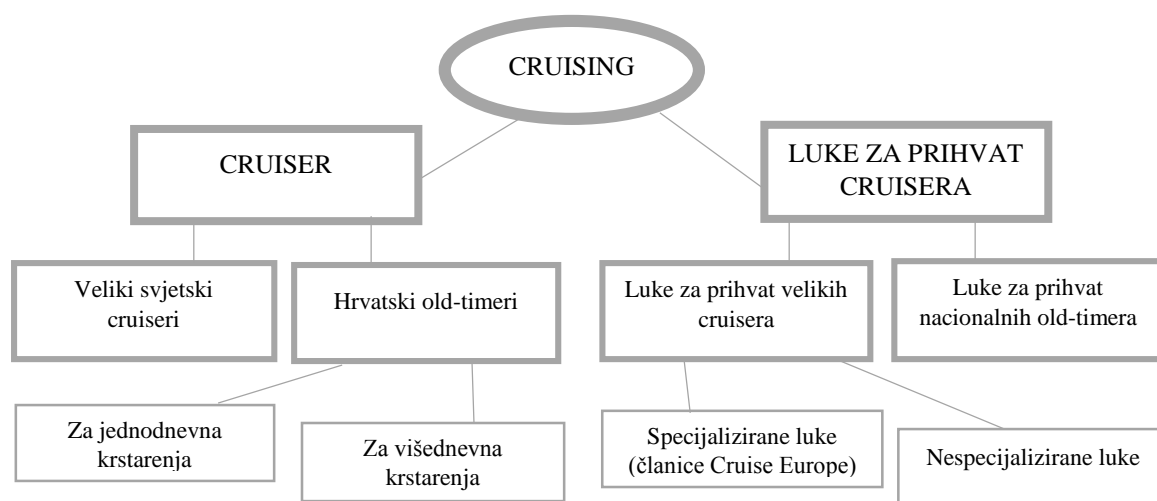
Više od dvije trećine zemljine površine prekriveno je vodom zbog čega se pružaju velike mogućnosti za organiziranje odmora na moru, rijekama i jezerima. More predstavlja slobodan i besplatan medij koji najbolje povezuje kontinente, pojedine regije i otočne zemlje za koje pomorski promet ponekad predstavlja jedinu vezu sa kopnom. Zbog jako razvijenog pomorskog prometa posjedovanje vlastite obale i razvijanje vlastitog pomorstva i luka postalo je jako važno za gospodarstvo svake zemlje.

Postoje različiti motivi zbog kojih se turisti odlučuju za kruzing. Ponekad se odlučuju samo radi znatiželje ili preporuke prijatelja kako bi doživjeli novo iskustvo. Za mnoge turiste, takvo iskustvo utjelovljuje niz snažnih motivatora. Brod osigurava mobilno i sigurno mjesto koje podsjeća na dom, dok su turisti daleko od kuće i putuju od destinacije do destinacije uživajući u odmoru. Kruzing je danas vrlo popularan jer nudi putnicima potpuni odmor daleko od stvarnog života i u samo nekoliko dana brod ih može odvesti na nekoliko destinacija koje inače ne bi uspjeli posjetiti u tako kratkom roku.

Kao svjetski biznis kruzing se razvio u korporacijama i tvrtkama različite veličine i kapitalne strukture. Njegova je gospodarska i financijska snaga dominantna, što se može uočiti u činjenici da kruzing nigdje nije sporedna, već je osnovna djelatnost uz koju se razvijaju druge, njoj komplementarne, djelatnosti. Kada govorimo o kruzingu potrebno je razlikovati njegovu osnovnu podjelu na luke za prihvat kruzera i kruzere (Shema 1.)⁹.

⁹ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga**, Naše more, 2008, str. 234.

Shema 1: Model kruzinga u Hrvatskoj



Izvor: Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog kruzinga**, Naše more, 2008, str. 234.

Kruzer je putnički brod koji nije samo namijenjen prijevozu putnika od odredišta do odredišta, već je opremljen različitim sadržajima kako bi putnici uživali tijekom putovanja kada brod vozi između pristajanja u određenim lukama na zanimljivim destinacijama koje su odabrane za određeno putovanje. Zbog toga što je kruzer središte zbivanja i na njemu se odvijaju sve aktivnosti koje su bitne turistima tijekom putovanja, kompanije u svojoj promociji prvenstveno ističu ponudu i opremu svojih kruzera. Danas se grade sve veći i opremljeniji kruzeri te se velika pažnja pridaje da ponuda zabavnih sadržaja bude što bogatija. Na slici 2. prikazan je razvoj kruzera gdje su trenutno najveći kruzer „*Oasis of the Seas*“ i „*Allure of the Seas*“ napravljeni 2009. i 2010. godine u vlasništvu kompanije *Royal Caribbean Interational* koji imaju kapacitet od 6 296 putnika.

Slika 2: Razvoj kruzera od 1970.-2009. godine



Izvor: <http://www.largestships.com/wp-content/uploads/2013/11/Biggest-Cruise-Ship-development.jpg>,
02.07.2014.

Uvođenjem novih, sve većih brodova kompanije povećavaju broj brodskih postelja na tržištu i obogaćuju svoju ponudu. Tako je potrošačima omogućen širok izbor itinerera, koji uključuju veliki broj destinacija na svim kontinentima, u trajanju od 2 dana do 3 mjeseca, ali i izbor najmodernije opremljenih i dizajniranih brodova što su u novijoj povijesti postali destinacija sami za sebe. Glavni razlog gradnje sve većih brodova je ekonomija veličine jer takav brod može primiti više putnika uz niže troškova prijevoza po jedinici prijevoza, i može ponuditi jeftinije aranžmane te ostvariti veće prihode i dobiti. Veliki brodovi ujedno povećavaju rizik u poslovanju jer više uloženog kapitala pretpostavlja visok stupanj iskorištenosti raspoloživih kapaciteta. Rizik popunjavanja kapaciteta kompanije uglavnom rješavaju agresivnim marketingom (temeljitom obradom tržišta, intenzivnim komuniciranjem s tržištem i velikim ulaganjima u promidžbu).¹⁰

¹⁰ Perušić D.: op.cit, str. 164.

Kruzing industrijom dominira sedam kompanija koje su zapravo u vlasništvu samo tri velike korporacije. *Carnival Corporation* posjeduje *Carnival Cruise Lines*, *Costa Cruises*, *Holland America* i *Princess Cruises*. *Royal Caribbean Cruises* posjeduje *Celebrity Cruises* i *Royal Caribbean International*, a *Star Cruises Group* posjeduje *NCL America*, *Norwegian cruise Line*, *Orient Lines* i *Star Cruises*. Globalno svjetsko tržište kruzing industrije s različitim je intenzitetom razvrstalo svoje kapacitete. Njihova poslovna djelatnost najbolje se vidi na udruživanju svjetskog kruzinga. Tako, primjerice, najveća svjetska grupacija je US-based *Cruise Line Industry Association* (CLIA), osnovana 1975. godine, a uključuje 19 linija s više od 150 kruzera i 16.500 putničkih agencija. Ta je asocijacija u 2005. godini ostvarila promet od 23 bilijuna US\$ i skrbila se, na svojim putovanjima, o 10,5 milijuna putnika. Uz tu američku grupaciju sve se intenzivnije razvija europska *European Cruise Association*, to jest *European Cruise Council* (ECC) grupacija, unutar koje se provode vrlo složena istraživanja tržišta radi preusmjeravanja kruzera i izgradnje novih ruta.¹¹

Destinacija u širem smislu također je važan činitelj u procesu odlučivanja kod potrošnje u kruzingu. Iako, razvoj ove industrije razvija kruz-ponudu kao najkvalitetniju turističku ponudu, činitelj destinacije je nezamjenljiv. Tu činjenicu shvaćaju i korporacijski timovi razvoja ponude pa u ponudu, sve više, uključuju destinaciju surađujući s njom, što prije nije bilo tako. Destinacija u širem smislu ovisi o objektivnim klimatskim karakteristikama.¹² Kruzeri predstavljaju pomične objekte kojima je potrebna luka za prihvata. Luke za prihvata kruzera mogu biti specijalizirane i nespecijalizirane te njihov razvoj ovisi o njihovoj namjeni, objektivnim mogućnostima za prihvata brodova radi posjete destinaciji i lokalnim razvojnim planovima. Uvođenjem tzv. *fly-cruise* programa koji uključuju prijevoz zrakoplovom do luke ukrcanja, putovanje i povratak zrakoplovom do mjesta putnikova stalnog boravka. promijenio se i raspored luka ukrcanja i iskrcanja. Na taj način brodarske kompanije mogle su ući na nova geografski udaljenija tržišta i približiti luke ukrcanja velikim i udaljenim gradskim središtima.¹³

¹¹ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga**, op.cit., str. 235.

¹² Ibidem, str. 245.

¹³ Perušić D.: op.cit, str. 155.

3. STRUKTURNA ANALIZA SVJETSKOG KRUZING TRŽIŠTA

U mnogim mjestima uz more kruzning je važan dio turističke ponude. Tijekom njegovog razvoja brojni istraživači bavili su se njegovim fenomenom i istraživali njegovu strukturu i značajke. U ovom poglavlju objašnjeni su čimbenici koji utječu na formiranje strukture kruzning putovanja, prikazana je njihova raspodjela u svjetskim destinacijama i Hrvatskoj te je detaljnije objašnjena promjena strukture putnika i njen utjecaj na ponudu.

3.1. ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA STRUKTURU KRUZING PUTOVANJA

Kruzning industrija okarakterizirana je kao oligopolna struktura gdje se većina kapaciteta (brodogradnja) razvija od strane četiri glavne kompanije. Kako bi zadržale trenutnu ravnotežu na tržištu i kako bi odvratile potencijalne nove konkurente od ulaska na tržište, ove su kompanije mnogo investirale kako bi povećale veličinu svojih flota i povećale dostupne kapacitete gradeći nove i veće brodove. Smatralo se da je ovaj graditeljski bum izazvao zasićenost na tržištu, što je rezultiralo da je 2001. bila prva godina u kojoj je kruzning industrija zabilježila pad u ukupnom broju putnika. Nadalje se smatralo da je ovaj pad uzrokovao veliko smanjenje tržišta za manje kruzning operatore i preusmjerio ga na veće.¹⁴ Posljednjih godina ipak se razvijaju i manje kompanije sa malim flotama specijaliziranih brodova koji plove lokalnim i kontinentalnim morima. U Hrvatskoj se posljednjih godina razvio poseban oblik krstarenja tradicionalnim hrvatskim old timerima o čemu će više biti rečeno u kasnijem poglavlju.

Faktori koji određuju strukturu kruzning putovanja uključuju karakteristike regije u kojoj se vrši servis i bogatstvo prirodnih resursa te standardnu infrastrukturu dostupnu u odredištima. Tako su glavni čimbenici koji utječu na strukturu:

¹⁴ Dowling Kingston R.: **Cruise ship tourism**, CABI, Australia, 2006, str. 63.

- fizički - geografski činitelji položaja regije
- sezonalnost
- prirodne predispozicije i turistička ponuda destinacije
- infrastruktura i opremljenost odredišnih luka
- ostali čimbenici (društveni, gospodarski, politički)

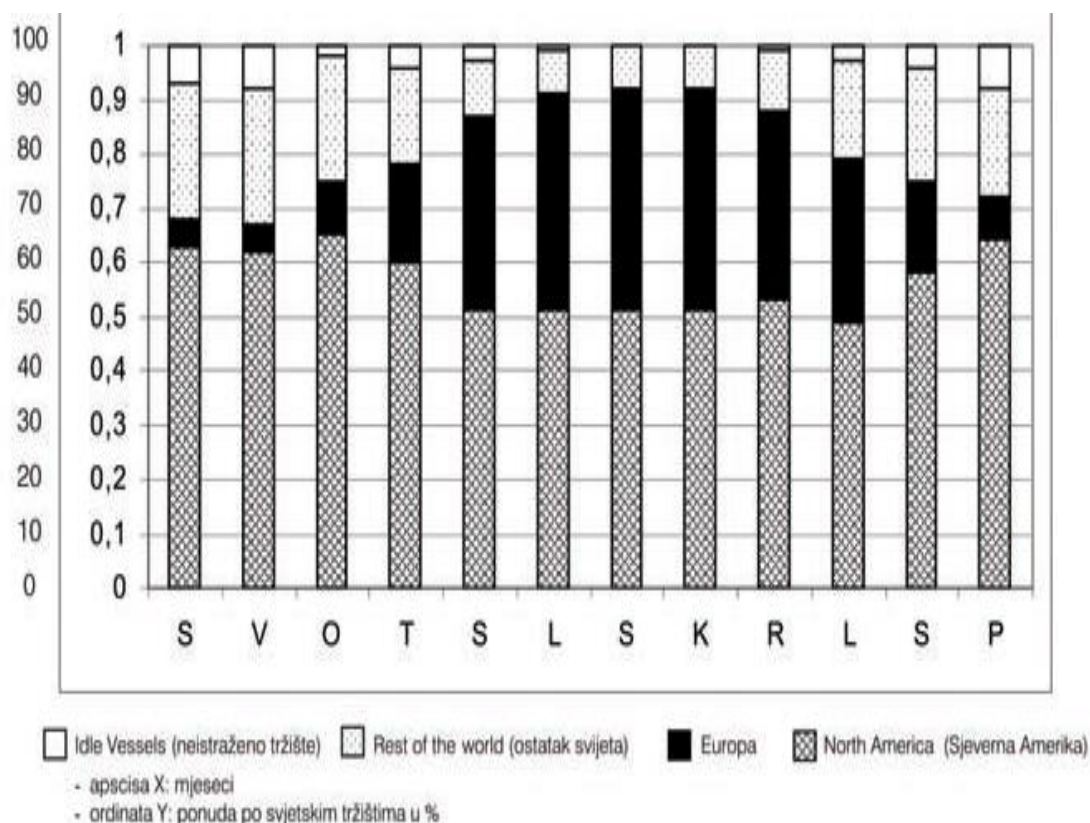
Kao što je poznato, kompanije u svojoj ponudi prvenstveno ističu svoje brodove koji predstavljaju glavnu destinaciju na putovanju, a manje luke pristajanja i usputne destinacije. Ipak, destinacije i luke važan su dio kruzinga i čine osnovu za određivanje itinerara putovanja. Važnost geografskog položaja smatra se u tome što putnici često odabiru putovanje prema itineraru, a ne prema brodu ili kompaniji. Određene destinacije najpristupačnije je posjetiti u okviru kruzing putovanja, poput grčkih otoka, Indonezije i Kariba, a također i neke nerazvijene zemlje jer brod pruža sigurnost u svakom pogledu. Uz geografsku podjelu destinacija kruzinga ide i klimatski faktor, koji ima odlučujuću ulogu u određivanju itinerara.¹⁵ Postoje regije i mora koja su zbog klimatskih uvjeta pogodna za kruzing tijekom cijele godine ili u određenim periodima, te regije koje nisu pogodne ili ih brodari izbjegavaju u određenim razdobljima zbog opasnih geografskih i klimatskih uvjeta. Područja u tropskoj zoni poput Kariba, Srednje Amerike, tropska zona Južne Amerike i Afrike te Jugoistočna Azija pogodna su za putovanja tijekom cijele godine, ali se tu znaju stvarati tropske ciklone koje mogu stvoriti vjetar velike brzine. Zbog izmjene godišnjih doba u zimskom dijelu godine područja poput Aljaske, Sjeverne Amerike, Sjeverne Europe, Sredozemlja, Dalekog istoka i Australije u određenom vremenu nisu pogodna. Zbog toga krstarenja imaju sezonalni karakter.

Kruzing je pokretljiv pa se mogu prelocirati na druga tržišta. Ipak, to se odnosi na veće kruzere, dok manji lokalni kruzeri zbog velike udaljenosti tih tržišta vrlo rijetko posežu za takvim rješenjem. Mali lokalni kruzeri imaju izrazitu sezonalnost zbog svoje tehničke opremljenosti, koja ne može neutralizirati vremenske promjene i razlike u sezoni. Veliki kruzeri imaju najviši stupanj opremljenosti, čime u potpunosti neutraliziraju prirodne vremenske sezonske promjene. Uz životne uvjete na kruzerima, utjecaj sezonalnosti na obali oni neutraliziraju svojom pokretljivošću, diversifikacijom ponude i cijenom aranžmana uspješno rješavaju, te zaključujemo da veliki kruzing gotovo nema sezonski karakter

¹⁵ Spasić V.: op.cit., str. 17

poslovanja.¹⁶ Na grafikonu 1. može se promatrati problem sezonalnosti na glavnim svjetskim krucizing tržištima.

Grafikon 1: Mjesečni prikaz strukturne ponude krucizinga na osnovnim svjetskim tržištima u 2004. godini



Izvor: Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog krucizinga**, Naše more, 2008, str. 237.

Iz grafikona 1. može se zaključiti da tržište Sjeverne Amerike nema jako izraženu karakteristiku sezonalnosti, gdje se ponuda smanjuje u drugom i trećem kvartalu zbog prelociranja na europsko sezonsko tržište. Sezonalnost na području Europe i ostatka svijeta jasno je vidljiva. Europa obuhvaća područje Mediterana i sjeverozapadne Europe koja je klimatski nepogodnija zbog čega je najaktivnije razdoblje u drugom i trećem kvartalu.

¹⁶ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog krucizinga**, op.cit., str. 236.

Zanimljiva je pojava *idle vessels*, neistraženoga potencijalnog tržišta koje se pojavljuje u tri ljetna mjeseca. To se još nerazvijeno tržište dijela Pacifika, Indijskog oceana i južnog Atlantika, dijela sjevernog Atlantika, uz neka druga tržišta koja se, kao razvojno potencijalna, javljaju u razdoblju tržišnog repozicioniranja iz Kariba na europsko sezonsko tržište.¹⁷

Velike kruz-korporacije grade sve veće i sve luksuznije kruzere ali i male dobro opremljene, koji su u mogućnosti pristajati u male, još uvijek neistražene luke i uvale. Ipak, ostaje otvoreno pitanje hoće li velike kruz-kompanije i korporacije shvatiti značenje prirodnog činitelja i limit njegova potencijala. Najnoviji događaji na tržištu to potvrđuju jer, kako izgleda, kompanije su shvatile da je prirodni činitelj, a ne ponuda na kruzenu, odlučujući činitelj u složenom sustavu odlučivanja potencijalnog turista i putnika.¹⁸

Karakteristike luka pristajanja i ponuda destinacija važan je faktor kod određivanja itinerara. Cilj svake kompanije je da zadovolji potrebe i očekivanja putnika što može biti veliki izazov zbog toga što svaki putnik ima svoja očekivanja i potrebe. Ako putnici nisu zadovoljni i imaju loše iskustvo sa lukom, to može utjecati na odluku kompanije da promijeni itinerar. Luke pristajanja, ili destinacije, nepromjenjivo nude mješavinu elemenata koji zajedno imaju potencijal. Kroz povratne informacije putnici sugeriraju da odredišta moraju biti zanimljiva, kulturno bogata, sigurna, ne prijeteća, pristupačna i prijateljski nastrojena prema putnicima. Teško je pronaći idealnu luku koja odgovara svemu ovome pa se u stvarnosti rade kompromisi i razlikom između očekivanja i percepcije stvarnih iskustava teži potaknuti pozitivnu refleksiju.¹⁹

Razina konkurentnosti luke na veoma zahtjevnom kruz-tržištu, to jest njihovo uvrštavanje u itinerare kruz-operatora, ukratko ovisi o sljedećim čimbenicima:²⁰

- prepoznatljivost luke i turističkog središta,
- jednostavan pristup zračnoj luci sa širokim izborom međunarodnih linija (T),
- efikasan transport do središta grada ili drugih turističkih zanimljivosti,
- dovoljno hotelskih receptivnih kapaciteta adekvatne kategorije (T),

¹⁷ Ibidem, str. 237

¹⁸ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga**, op.cit., str. 242

¹⁹ Gibson F.: **Cruise Operations Management**, Elsevier, Oxford, 2006., str. 71.

²⁰ Đurković V.: **Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzingu-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik**, Naše more, 2007., str. 33.

- dostupnost atraktivnih plaža,
- povijesno–kulturne znamenitosti,
- trgovački centri, *duty-free shopovi*, trgovine koje prodaju originalne lokalne suvenire i ručno izrađene predmete,
- zadovoljavajuća razina ponude izletničkog programa,
- agencije za turističke informacije, rezervacije putovanja i hotelskog smještaja na jednomu mjestu,
- prihvatni kapaciteti za privez brodova uz obalu,
- putnički terminali prilagođeni kvalitetnom prihvatu putnika i manipuliranju prtljagom (T),
- razumna cijena lučkih pristojba i naknada,
- mogućnost opskrbe vodom,
- mogućnost opskrbe gorivom (T),
- sigurnost luke prema međunarodnim standardima,
- ostale usluge.

Kriteriji označeni s T mogu prevagnuti pri odabiru luke koja služi kao krajnja točka putovanja, to jest podržava „*home-port*“ operacije, i to kad operator nudi „*fly-cruise*“ aranžmane, dok se za „*cruise-and-stay*“ aranžmane uzimaju u obzir svi elementi.

3.2.GEOGRAFSKA RASPODJELA PODRUČJA KRUZING PUTOVANJA

Kod kruzinga razlikuju se dvije putanje po kojima mogu ploviti brodovi: To su:

- kružno putovanje
- jednosmjerno putovanje

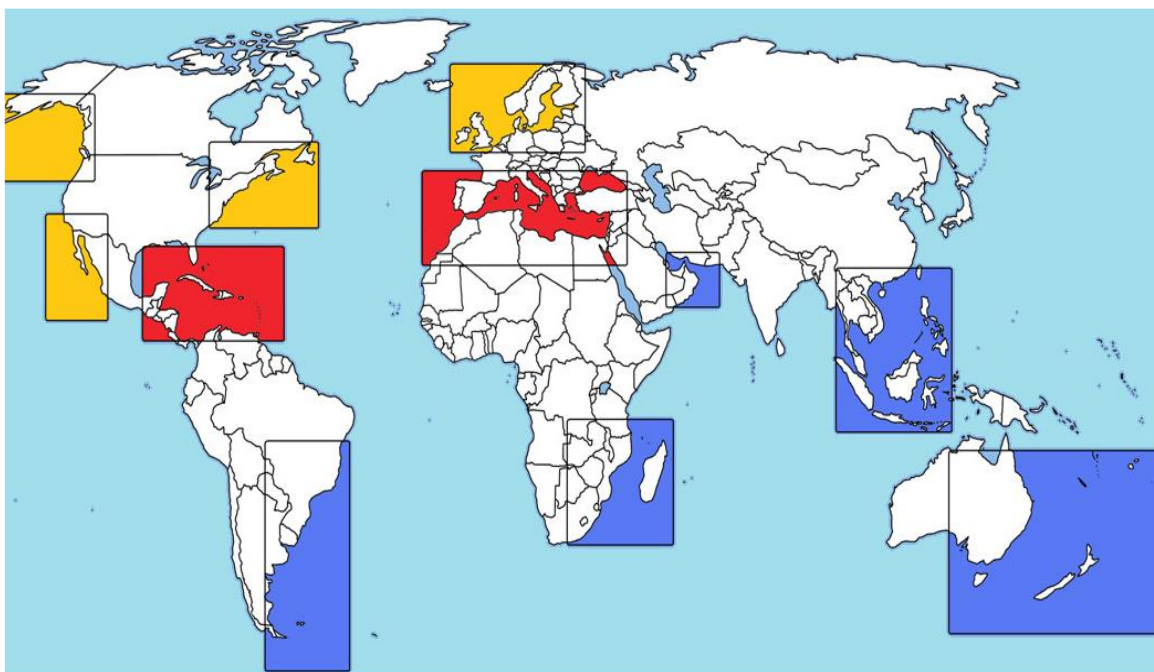
U prvom slučaju brod započinje i završava putovanje u istoj luci, a kod jednosmjernih putovanja započinje putovanje u jednoj luci i završava u drugoj luci. Krstarenja mogu trajati kratko, dva ili tri dana, ali najpopularnija su ona od sedam dana. Također, nude se i putovanja od deset i više dana.

Putničke agencije nude kruzing putovanja u svijetu kroz cijelu godinu. Na nekim područjima krstarenja se odvijaju ciklično i ponavljaju se u pravilnim razmacima, a u drugim područjima se nude kontinuirano kroz cijelu godinu. Kada se govori o geografskoj podjeli područja kruzing putovanja, najčešće se spominje podjela na tri glavna geografska područja. To su:

- Sjeverna Amerika
- Europa
- ostatak svijeta

Prema procjeni CLIA-e, u 2004. godini kruzing ponuda za putnike iznosila je 77,3 milijuna ležaj/dana ukrcanih na 150 kruzer brodova. Od te ponude 66,4% odnosi se na Sjevernu i Srednju, 22,3% na Europu i 11,2% na ostatak svijeta.²¹ Na slici 3. prikazana su geografska područja za kruzing putovanja u svijetu.

Slika 3: Glavna područja za kruzing putovanja u svijetu



Izvor: Gui L.: **Širenje i jačanje sustava kružnih putovanja po čitavom svijetu**, Pomorstvo, 2010., str. 264.

²¹ Dowling Kingston R.: op.cit., str.18.

Crveno označena polja prikazuju područje Kariba i Mediterana koje su najrazvijenije kruzing destinacije. Žuto označena polja predstavljaju područja koja su također dobro poznata kruzing putnicima poput destinacija u Sjevernoj Americi i Sjevernoj Europi, a plavo označena polja prikazuju područja u kojima je kruzing u razvoju i koji imaju veliki potencijal za rast.

Geografska podjela može se proširiti na više područja. Istraživanjem i analizom ponuda kružnih putovanja definirana su sljedeća plovidbena područja u kojima se obavljaju kružna putovanja, a to su Afrika, Aljaska, Antarktika, Arktik, Atlantik (*prijelaz*), Atlantski otoci, Australija i Novi Zeland, Daleki istok, Indijski ocean, Istočna obala SAD-a i Kanada, Južna Amerika, Mediteran, Panama, Tih ocean, Zapadna obala SAD-a i Meksiko²²

3.2.1. AMERIČKO KRUZING TRŽIŠTE

Područje Sjeverne Amerike je najveće kruzing tržište na svijetu. Velike kruzing kompanije imaju sjedište upravo na Floridi i velik broj putnika na krstarenjima stižu sa ovoga područja što pokazuje njegovu važnost. Na području Sjeverne Amerike djeluje sedamnaest kruzing kompanija koje su članice CLIA-e i prikazane su u tablici 2.

Tablica 2: Kruzing kompanije koje djeluju na području Sjeverne Amerike

Carnival Cruise Lines Celebrity Cruise Lines Costa Cruise Lines Crystal Cruise Lines Cunard Cruise Lines Disney Cruise Lines	Holland America Cruise Lines MSC Italian Cruise Lines Norwegian Cruise Lines Oceania Cruise Lines Orient Cruise Lines Princess Cruise Lines	Radisson Seven Seas Lines Royal Caribbean International Seabourn Cruise Lines Silversea Cruise Lines Windstar Cruise Lines
---	--	--

Izvor: Dowling Kingston R.: **Cruise ship tourism**, CABI, Australia, 2006, str. 75.

²² Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str. 90.

Procjena razvoja svjetskog tržišta kruzinga pokazuje kontinuitet razvoja američkog tržišta po stalnim, ali ne previsokim stopama razvoja. Taj razvoj pratit će razvoj kvalitete ponude i izgradnja novih kruzera. Drugi razlog kontinuiteta relativno mirnog razvoja američkog tržišta kruzinga je u razvoju ponude koja se prilagođava novim potrebama turista/putnika na kruzaru, a koju prati diversifikacija ponude. Razvoj svjetskog kruzinga prati i razvoj standardizacije i kvalitete. Tom činjenicom dobro se koristi američko tržište i ono oblikuje sve razvijenije i složenije razvojne megastrategije. Razvijajući megarazvojne strategije, američke korporacije sve intenzivnije surađuju s lukama za prihvata velikih kruzera s regionalnim i lokalnim vlastima.²³

Tržište Sjeverne Amerike može se podijeliti na nekoliko destinacija. To su:

- Karibi/Bahami
- zapadna obala Sjeverne Amerike (prvenstveno Aljaska) i Meksička rivijera
- istočna obala Sjeverne Amerike (obala SAD-a i Kanade)

Područje Sjeverne i Srednje Amerike može se podijeliti i na dva podržista: postoje područja u kojima se kruzing putovanja nude tijekom cijele godine, no postoje i područja u kojima se nude sezonski. U prvoj kategoriji na atlantskoj strani su Karibi i Bahami, a sa pacifičke strane Meksička rivijera i Panama. Drugu skupinu čine sjeverno-istočni Atlantik (uključuje Bermude, Novu Englesku i istočnu Kanadu) i sjeverno-zapadni Pacifik gdje glavnu ponudu čini Aljaska.²⁴ U tablici 3. prikazana je struktura ova dva tržišta gdje se može vidjeti razlika u ponudi tijekom 2004. godine.

²³ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga**, op.cit., str. 243.

²⁴ Dowling Kingston R.: op.cit., str. 21.

Tablica 3: Interna struktura sjeverno američkog tržišta sa ponudom tijekom cijele godine i tržišta sa sezonalnim karakterom (u % ležaj/dan)

	Prvi kvartal	Drugi kvartal	Drugi kvartal	Četvrti kvartal	Godina ukupno
Tržište sa ponudom tijekom cijele godine					
Karibi/Bahami	54.46	33.27	25.52	47.31	39.81
Meksička rivijera/Panama	8.83	6.02	4.53	9.39	7.15
Ukupno	63.29	39.29	30.05	56.70	46.96
Tržište sa sezonalnim karakterom					
	Prvi kvartal	Drugi kvartal	Drugi kvartal	Četvrti kvartal	Godina ukupno
Aljaska	0.00	12.11	14.85	0.04	6.90
Sjeverno-istočni Atlantik	0.01	2.91	7.13	2.77	3.29
Ukupno	0.01	15.02	21.98	2.81	10.19

Izvor: Dowling Kingston R.: **Cruise ship tourism**, CABI, Australia, 2006, str. 22.

3.2.1.1. Karibi

Karibi i Bahami su otočja i po definiciji spadaju u otočna krstarenja i to je destinacija koja privlači najveći broj putnika u svijetu. Iz tablice 2. vidljivo je da je ova destinacija dominantna na tržištu Sjeverne i Srednje Amerike. Karibi su otočje koje obuhvaća Velike Antile (Kuba, Jamajka, Portoriko i Hispaniola) i Male Antile koji se dijele na Otoke zavjetrine i Otoke privjetrine. Zanimanje putnika sa sjevernoameričkog područja za Karibe je veliko zbog njihove blizine – ta velika potražnja izražena je naročito nakon 11. rujna 2001. kako bi bili što bliže kući jer se na taj način osjećaju sigurnije. To područje s više od 7 000 otoka može se podijeliti na Istočne, Zapadne i Južne Karibe, prema čemu se formiraju i itinerari. Bahami i Bermudski otoci su geografski izvan tog područja, ali su uključeni u

karipske itinerare.²⁵ Veliki broj otoka i otočića te njihov raspored daje brodarskim kompanijama mogućnost da stvaraju velik broj različitih ruta u koje su uključeni različiti otoci. Svaki otok je različit i ima svoje specifičnosti što se tiče fizičkog izgleda, klime, povijesti i kulture. Krstarenje Karibima nudi spoj lijepe prirode, lijepih plaža i odmarališta, zanimljivih destinacija i zabave.

Itinerari mogu početi ukrcavanjem u polaznim lukama na Floridi kao što su Fort Lauderdale, luka Everglades, luka Canaveral ili Miami. Alternativno, plovila mogu stvoriti itinerar sa kretanjem iz luka karipskih otoka kao što su Puerto Rico ili Barbados.²⁶ Na slici 4. prikazan je plan krstarenja Karibima sa za polaskom iz luke Fort Lauderdale u Miami-u.

Slika 4: Primjer rute krstarenja putovanja Karibima



Izvor: http://www.mundycruising.co.uk/images/temp/dti/map_caribbean.jpg, 15.07.2014.

Iako kompanije na Karibima nude putovanja kroz cijelu godinu, najveći broj putovanja nudi se u vrijeme zimskih mjeseci zbog kasnijeg repositioniranja na tržište Europe i ostatka svijeta u ljetnoj sezoni. U tom periodu su veće gužve i cijene putovanja su više, dok su u periodu od proljeća do jeseni manje gužve i nude se jeftinija putovanja. Ovo najrazvijenije američko i svjetsko krstarenje striktno se istražuje. Istraživanja se provode poradi planskih promjena i oblikovanja novih razvojnih mogućnosti toga tržišta, jer ono je s obzirom na svoje značenje postalo najnesigurnije tržište, pa će se tom segmentu, u razvojnom smislu, pridati najveća pozornost. Druga skupina aktivnosti odnosi se na dogradnju prometnog sustava i povezanosti Kariba s polazišnim destinacijama, u čemu

²⁵ Spasić V.: op.cit., str. 27.

²⁶ Gibson F.: op.cit., str. 45.

zrakoplovne kompanije razvijaju posebne aranžmane zajedno s kruz-korporacijama, a nerijetko korporacija postaju i vlasnici. Treća skupina aktivnosti usmjerena je na konsolidaciju kompanija na tom tržištu. Nakon 11. rujna 2001. na tom je tržištu došlo do bankrota dviju kompanija, *Premier Cruisesa* i *Commodore Cruisesa*, nakon čega su još neke kompanije izišle iz poslovanja. Danas tim tržištem dominiraju tri *super-carrier* korporacije, pod kojim su okriljem manje kompanije: Carnival Corp. s 45 *cruisera*, Royal Caribbean International s 25 *cruisera* i Star Cruises sa 6 *cruisera*.²⁷

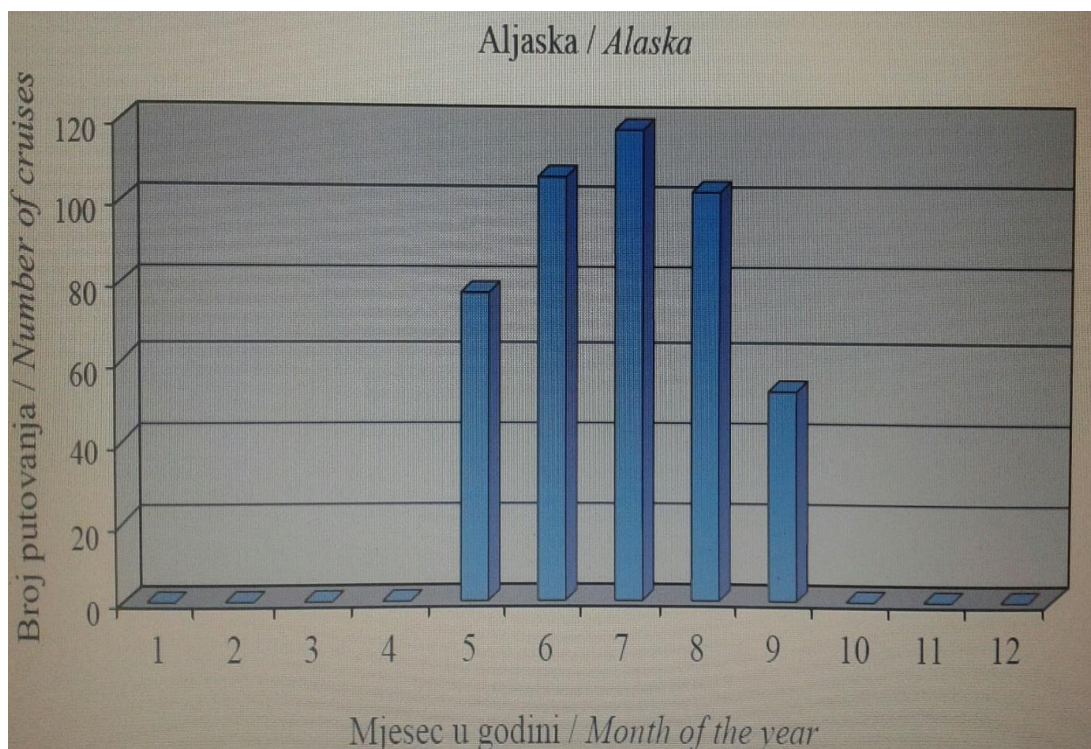
3.2.1.2. Zapadna obala Sjeverne Amerike i Meksiko

Kada se govori o ovom području prvenstveno se misli na kruzring putovanja Aljaskom i Meksikom. Aljaska je poslije Kariba, druga po važnosti destinacija za kruzring putovanja u Sjevernoj Americi. Za razliku od putovanja na Karibima po sunčanom i toplom vremenu, putovanje Aljaskom je usmjereno na krajolik, ekoturizam i povijest. Aljaska je kruzring destinacija za sve one koji su ljubitelji prirode jer očarava beskonačnim obzorima, brojnim jezerima i ledenjacima i divljim životinjama.

Zbog vremenskih prilika i klime sezona kruzringa je ograničena. Iz tablice 2. vidljivo je da su putovanja Aljaskom u ponudi tijekom drugog i trećeg kvartala, nešto malo početkom četvrtog, a u prvom kvartalu ih uopće nema. Sezona tako počinje tijekom svibnja, a završava početkom rujna. Na grafikonu 2. može se detaljnije vidjeti raspodjela putovanja kroz godinu za područje Aljaske.

²⁷ Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, op.cit., str. 243.

Grafikon 2: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Aljaske



Izvor: Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: **Analička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovnim područjima svijeta**, Pomorstvo, 2013, str. 93.

Kružna putovanja za područje Aljaske odvijaju se kontinuirano u svega pet mjeseci u godini s oscilacijom broja putovanja iz mjeseca u mjesec. Plovi se samo većim brodovima od 2000 do 3000 putnika i 1000 članova posade. Kružna putovanja se odvijaju u vremenu do 7 dana (80 %) i nešto duža preko 10 dana koja su zastupljena sa svega 20 %.²⁸ Zbog svog ekološkog područja i regulacija povezanih s tim, teško da se može usporediti sa nekom drugom destinacijom. Naime, postoje ograničenja emisije ispušnih plinova u lukama na određenim područjima (npr. Seattle, Juneau). Toga su svjesne i kompanije što se ogleda i u samoj specifikaciji brodova (turbinski pogoni sa vrlo niskom emisijom ispušnih plinova) koji tuda plove.²⁹ Kako bi se mogla organizirati kraća putovanja koja traju sedam dana, putovanja počinju u lukama SAD-a i Kanade koje su bliže Aljaski. Najčešće luke polaska su Vancouver i Seattle, a za duža putovanja nudi se i San Francisco. Na slici 5. prikazan je sedmodnevni itinerar kompanije *Norwegian Cruise Line* sa polaznom lukom Vancouver. Crvena linija prikazuje plan putovanja iz polazne luke, a plava linija prikazuje povratak.

²⁸ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str.94.

²⁹ Spasić V.: op.cit., str. 24

Slika 5: Primjer itinerara putovanja Aljaskom



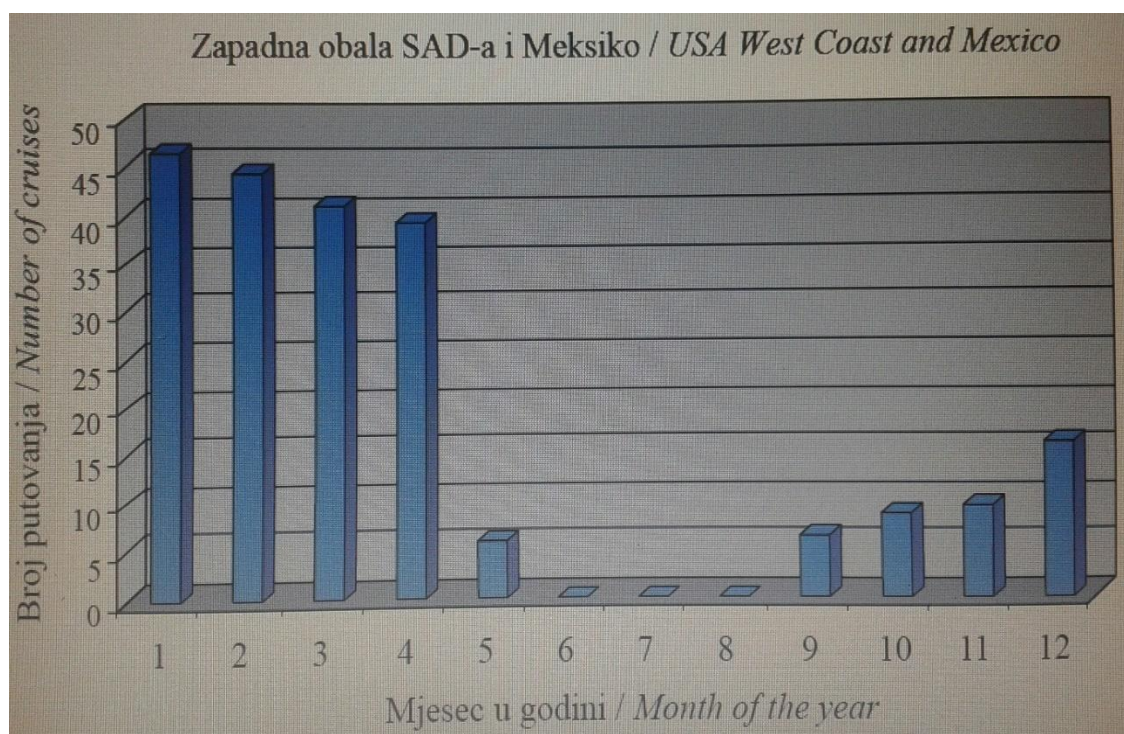
Izvor: <http://www.edcogrouptravel.com/siteimages/alaska%20cruise%20it.jpeg>,
<http://www.alaska.org/advice/alaska-cruise-routes>, 16.07.2014.

Broj putovanja na području Zapadne obale SAD-a i Meksika kroz godinu dosta oscilira što je vidljivo na grafikonu 3. Većina putovanja se odvija u prva četiri mjeseca u godini dok je u preostalim mjesecima broj znatno manji.

Za kružna putovanja u tom plovidbenom području koriste se veći brodovi kapaciteta od 2000 putnika i 1000 članova posade. U ponudi su kraća i duža putovanja, no najzastupljenija su putovanja u trajanju do 7 dana sa 70 %, zatim duža od 10 dana s 21 % te kraća putovanja do 4 dana sa svega 9 %.³⁰

³⁰ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str.101.

Grafikon 3: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Zapadne obale SAD-a i Meksika



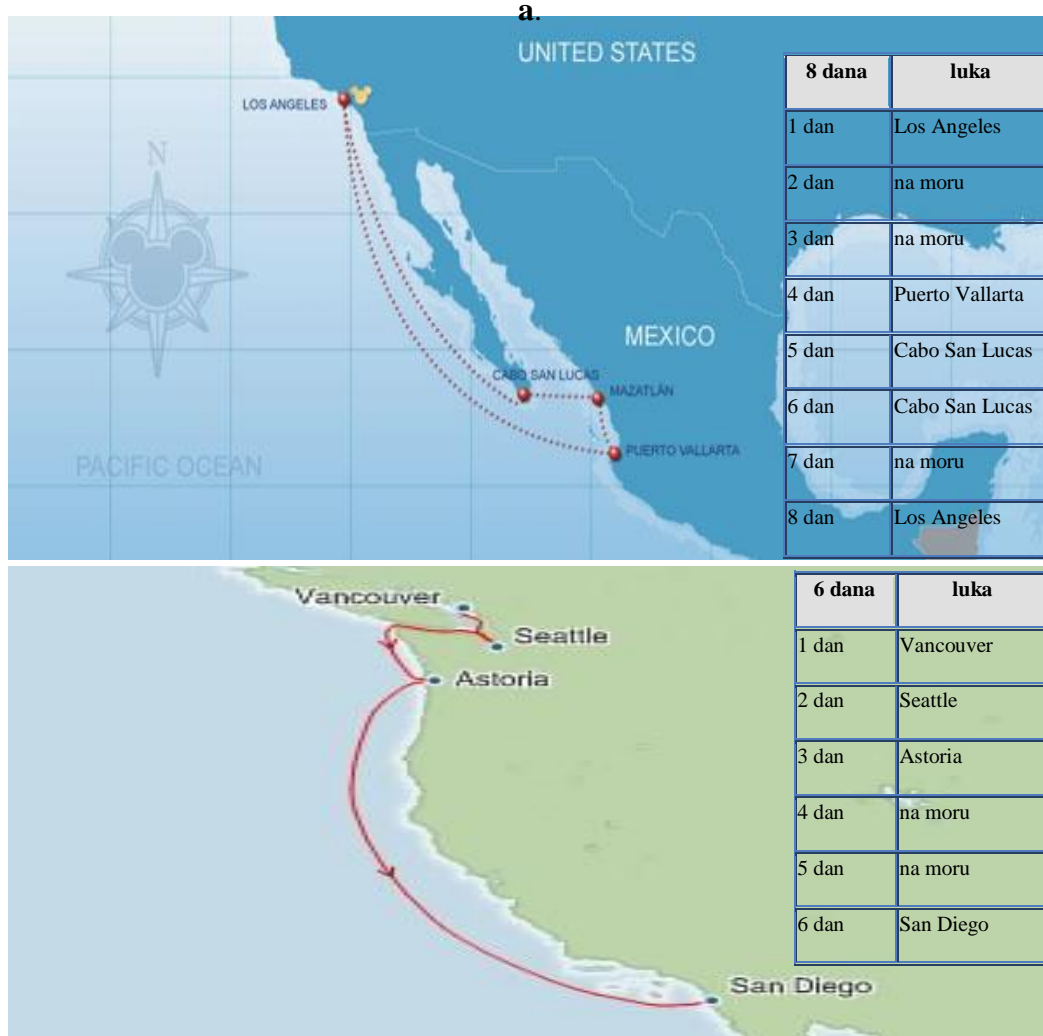
Izvor: Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: **Analiitička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovnim područjima svijeta**, Pomorstvo, 2013, str. 100.

Meksiko je regija koja ima dobru klimu i lijepo vrijeme kroz cijelu godinu, ali u razdoblju od lipnja do listopada mogu se pojaviti uragani zbog čega vrijeme može biti vrlo kišovito i u tom razdoblju se nudi manji broj putovanja. Kruzing putovanja se odvijaju duž Meksičke rivijere koja je poznata po lijepim plažama i krajoliku. Također Meksiko nudi mogućnost razgledavanja drevnih ruševina koje su ostale iza drevnih civilizacija koje putnici ne mogu posjetiti na nekoj drugoj destinaciji. Glavne destinacije koje se nude na putovanjima Meksikom su Ensenada, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Acapulco, Ixtapa i Mazatlan, a polazne luke za putovanja su Los Angeles, Long Beach i San Diego. Ovo su destinacije koje se nalaze na zapadnoj obali Meksika i nude se pod nazivom *Mexico cruise*, a za one koji žele posjetiti destinacije na istočnoj obali Meksika moraju uzeti kruzing putovanje Zapadni Karibi.

Također, nude se i itinerari koji uključuju destinacije koji se nalaze na zapadnoj obali SAD i Kanade. Polazne luke su najčešće Vancouver i Los Angeles, a destinacije koje su uključene su Victoria, Seattle, Astoria, San Francisco, Santa Barbara, Long Beach i San Diego. Primjer itinerara na Meksičkoj rivijeri i zapadnoj obali SAD-a vidljiv je na slici 6.

Putovanje obalom Meksika započinje u Los Angelesu koja je i povratna luka i traje 8 dana, a putovanje zapadnom obalom SAD-a započinje u Vancouveru i završava u San Diegu.

Slika 6: Primjer itinerara putovanja Meksičkom rivijerom i zapadnom obalom SAD-



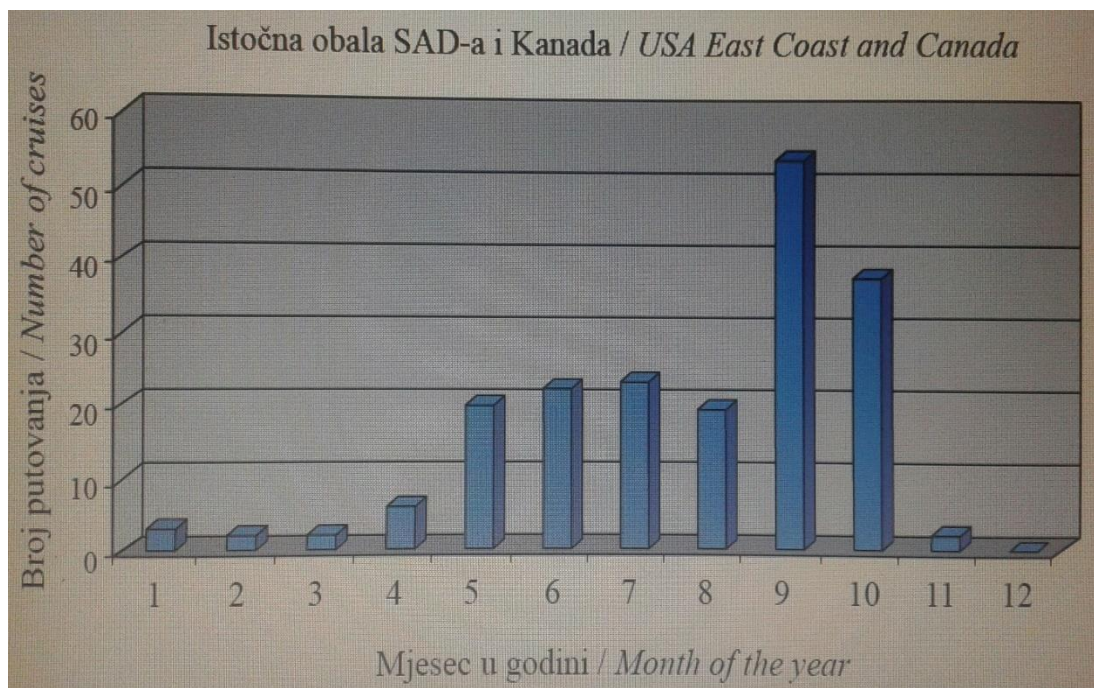
Izvor: prilagođeno sa <http://www.wdwinfo.com/disney-cruise-line/mexican-riviera.htm>,
<http://cruise.expedia.com/Itinerary5.aspx?item=606961>, 20.07.2014.

3.2.1.3. Istočna obala Sjeverne Amerike

Sezona krizinga je zbog klime i vremena ograničena i na ovom području te se najveći broj putovanja nudi od kasnog proljeća do jeseni. Ipak, kružna putovanja u području Istočne obale SAD-a i Kanade odvijaju se kontinuirano tijekom cijele godine s znatnom mjesečnom oscilacijom broja putovanja (grafikon 4.). Na putovanjima se uglavnom koriste veći brodovi

kapaciteta od 2000 do 3000 putnika i 1000 članova posade. Za ovo plovidbeno područje u ponudi su isključivo duža putovanja do 7 dana te 10 i više dana, a odvijaju se u omjeru 50 %.³¹

Grafikon 4: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje istočne obale SAD-a i Kanade



Izvor: Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: **Analička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovnim područjima svijeta**, Pomorstvo, 2013, str. 96.

Najveći broj putovanja počinje iz New Yorka, a neke destinacije koje su uključene u itinerare su Newport, Boston, Portland, Bar Harbour, Saint John, Halifax i Quebec. Turiste na kruzning putovanja ovom regijom privlače urbani centri, regija Nova Engleska koja je povijesno središte početka naseljavanja Sjeverne Amerike, posjeta nacionalnim parkovima koja su uključena u putovanja. Primjer itinerara sa polaskom iz luke Cape Liberty koje traje deset dana prikazan je na slici 7.

³¹ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str. 97.

Slika 7: Primjer itinerara putovanja zapadnom obalom SAD-a i Kanade



Izvor: prilagođeno sa

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/itinerary.do?packageCode=EX09Y022&sailDate=1140828,22.07.2014>.

3.2.2. EUROPSKO KRUIZING TRŽIŠTE

Kroz desetljeća razvoja kruzing industrije, Europsko tržište je raslo te je postalo drugo vodeće područje, odmah iza Kariba. Kruzing kompanijama Europa je vrlo atraktivna regija i prva alternativa za ponudu putovanja u odnosu na vrlo zastupljene Karibe. Utjecaj rasta europskog tržišta jasno se osjeća u Karibima gdje se 64% ukupnog godišnjeg kapaciteta nudi između listopada i ožujka, a samo 36% je dostupno u razdoblju od travnja do rujna.³²

Europsko kruzing tržište dijeli se na dva podržista. To su:

- Mediteran
- Sjeverozapadna Europa

³² Dowling Kingston R.: op.cit., str. 364.

Ulaskom velikih američkih kruzing kompanija na europsko tržište u potrazi za novim potrošačima zbog povećavanja flote i kapaciteta brodova, razvojem europskih nacionalnih kruzing kompanija, ulaskom turoperatera u kruzing sektor, sve većeg interesa Europljana za ovim oblikom odmora i specifične regionalne usmjerenosti putnika, Mediteran se razvio kao druga, nakon Kariba, najposjećenija kruzing destinacija na svijetu. Na razvoj europskih emitivnih tržišta odlučujući utjecaj imali su: razvijenost gospodarstva, marketing kruzing kompanija, razvoj prepoznatljivih brandova i sve većeg broja luka ukrcaja u blizini domicila putnika.³³ Najvažnija karakteristika jedinstvenoga europskog tržišta je izražena sezonalnost, što pokazuje da europsko tržište potražnje još uvijek nije našlo svoj adekvatan odgovor u sofisticiranoj i kvalitetnoj ponudi. Visoka sezonalnost kruzinga, koja s obzirom na dobre klimatske uvjete Mediterana, nije logična, ostaje kao potencijal koje kruzing korporacije nisu još dostatno iskoristile. Većim angažmanom ECC-a, kao mlade kruzing asocijacije, po uzoru na rad CLIA-u, razvoj bi se trebao ubrzati.³⁴

Sjeverozapadno tržište Europe zbog klime vrlo je ograničeno i osim nekoliko mini kruzera koji plove u zimskom dijelu godine, tijekom prvog i četvrtog kvartala nema krstarenja ovim područjem. Mediteran je sa svojom klimom puno blaži pa sezona traje kroz drugi, treći i četvrti kvartal. U tablici 4. prikazana je ponuda putovanja na ovim tržištima kroz godinu.

Tablica 4: Interna struktura europskog kruzing tržišta u 2004. godini (u % ležaj/dan)

	Prvi kvartal	Drugi kvartal	Drugi kvartal	Četvrti kvartal	Godina ukupno
Mediteran	5.74	22.20	23.90	18.46	17.83
Sjeverozapadna Europa	0.06	9.68	14.77	0.00	6.27
Ukupno	5.80	31.88	38.67	18.46	24.10

Izvor: Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, Naše more, 2008, str. 237.

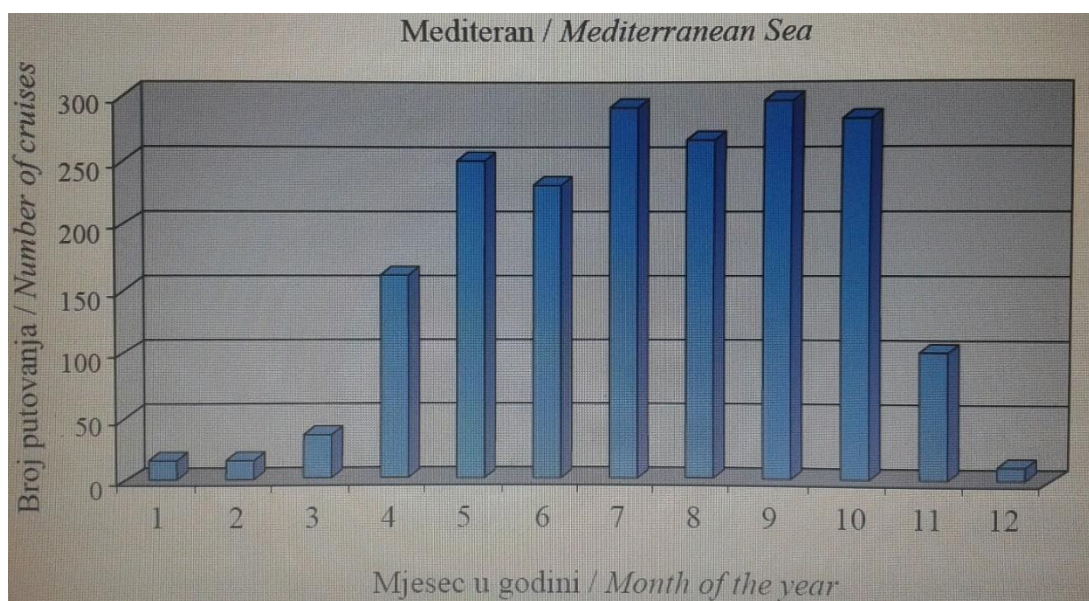
³³ <http://bib.irb.hr/prikazi-rad?lang=en&rad=477207>: Peručić, D. **Marketing pomorskih krstarenja i turizam na Mediteranu, doktorska disertacija**, Osijek 2008., 22.07.2014.

³⁴ Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, op.cit., str. 244.

3.2.2.1. Mediteran

Područje Mediterana oduvijek je bilo atraktivno za kruzing. Mediteranska blaga klima i duga sunčana ljeta pogodni su za kruzing putovanja i odličan odmor. Mediteran nudi raznolikost velikog broja zemalja uključujući njihovu bogatu povijest, moderne i zabavne destinacije, lijepe plaže i prirodu. Velik broj putnika odlučuje se za ovu destinaciju, a pogotovo je primamljiva putnicima iz SAD-a i Velike Britanije zbog blizine i relativno lakog pristupa putem organiziranog zračnog prijevoza. Putovanja Mediteranom nude se tijekom cijele godine, ali se njihov broj znatno smanji tijekom zimskog perioda kada su zbog toga cijenom povoljnija. Raspored putovanja kroz godinu vidljiv je na grafikonu 5.

Grafikon 5: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Mediterana



Izvor: Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: **Analiitička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovnim područjima svijeta**, Pomorstvo, 2013, str. 98.

Iz grafikona je uočljivo da se najveći broj putovanja nudi od travnja do listopada, a od studenog do ožujka broj putovanja znatno opada što pokazuje da ovo tržište ima sezonalni karakter. U tom zimskom razdoblju repositionira se ponovno ponuda putovanja na područje Amerike. Tako brodarske kompanije zapravo imaju ciklički cjelogodišnja putovanja na različitim područjima, zimi najviše na području Kariba, tijekom proljeća i ljeta na Mediteranu, Sjevernoj Europi i Aljaski, a u jesen na području istočne obale SAD-a i Kanade.

Na kružnim putovanjima se koriste brodovi kapaciteta od 1000 do 2000 putnika i do 900 članova posade. U plovodbenom području Mediterana isključivo su u ponudi duža putovanja do 7 dana na koja otpada 43 % te 10 i više dana na koja otpada 57 %.³⁵ U ponudama putovanja, razlikuje se zapadni i istočni Mediteran gdje je uključen velik broj zemalja i veliki broj destinacija i luka što omogućuje da se organiziraju različiti itinerari. Za prihvat brodova nalaze se luke diljem Španjolske, Francuske, Portugala, Italije, Hrvatske, Grčke, Turske, Cipra, Malte i dr. Neke od destinacija uključenih u itinerare su Barcelona, Palma, Venecija, Napulj, Civitavecchia, Dubrovnik, Piraeus i grčki otoci Santorini, Rhodes i Mykones. U itinerarima zapadnog Mediterana zastupljene su luke Portugala, Španjolske, Francuske i luke zapadne obale Italije za koje se nude i polazne luke iz Velike Britanije. Luke istočne obale Italije do Grčke, Malte i Cipra uključene su u putovanja istočnim Mediteranom. Nude se itinerari koji uključuju luke zapadnog i istočnog Mediterana te ona traju 10 i više dana. Na slici 8. prikazani su primjeri itinerara putovanja zapadnim i istočnim Mediteranom.

³⁵ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str. 99.

Slika 8: Primjeri itinerara putovanja zapadnim i istočnim Mediteranom



Izvor: prilagođeno sa

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/itinerary.do?state=&packageCode=LB07M250&hasFireandPolice=&hasMilitary=&hasSenior=&date=&cruiseType=CO>

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/itinerary.do?state=&packageCode=SP07M274&hasFireandPolice=&hasMilitary=&hasSenior=&date=&cruiseType=CO>, 25.07.2014.

Iako je Mediteran veliko svjetsko krizing tržište, iz razloga nejednako razvedene obale, ostao je, još uvijek, nedostatno zastupljen. Njegovih oko 40 tisuća kilometara obale pripada različito razvijenim zemljama - od visoko razvijenih Francuske, Španjolske i Italije, do srednje razvijenih Grčke i Hrvatske, uz više malih srednje razvijenih država koje zauzimaju manji dio obale. Nejednolika razvedenost obale Mediterana odražava se na mogućnost razvoja krizinga. Obale Grčke i Hrvatske visoko su razvedene i neprikladne za velike krizere, a čine polovinu obale Mediterana. Upravo ta karakteristika potiče razvoj gradnje manjih dobro opremljenih krizera Nautički turizam i u njemu krizing, postupno

postaju priznata okosnica razvoja srednje razvijenih zemalja na Mediteranu, što će se odraziti i na sam razvoj kruzinga.³⁶

Hrvatska je jedna od povijesno pomorskih zemalja na Mediteranu koja posjeduje razvedenu obalu dužine 5 790 kilometara. Zanimanje za kruzing putovanja Mediteranom raste, ali udio Hrvatske u tim kretanjima je zanemariv. Posljednjih godina brodovi dolaze u naše luke i uključuju ih u svoje itinerare što pokazuje da postoji zanimanje za naše područje. To se osobito odnosi na Dubrovnik kao našu najveću destinaciju za kruzing putovanja, zatim Split, Zadar, Rovinj i Poreč. Potrebno je da se više ulaže u infrastrukturu i razvoj turističke ponude kako bi mogli konkurirati inozemnoj potražnji.

3.2.2.2. Sjeverozapadna Europa

Sjeverozapadna Europa je drugo kruzing tržište Europe koje se može podijeliti na tri područja djelovanja. Prvo je atlantsko tržište koje se povezuje sa prekooceanskim putovanjima prema američkom tržištu, drugo je kruzing u fjordovima sjevernih zemalja i posljednje je *Baltic Sea Cruising* gdje se plovi obalom zemalja na Baltičkom moru. Zbog klime sezona kruzinga je relativno kratka pa je sva koncentracija putovanja na kratkoj ljetnoj sezoni. Države i luke su većinom visoko sofisticirane i mogu se nositi sa kompleksnim zahtjevima koje prati dolazak velikih kruzera. Nekolicina kruzing kompanija, poput *Cunard Line* i *P&O Cruises* imaju tradicionalne rute u ovoj regiji.³⁷

Svako od ta tri velika sub-tržišta ima svoje karakteristike, povijest i mogućnosti razvoja. Područje Sjevernog mora i sjeverozapadnoga Atlantika ostalo je zanimljivo za velike i lokalne kruzere s jednodnevnim izletima na obližnje otoke u Sjevernom moru, kao, primjerice, Helgoland. Kruzing u fjordovima sjevernih zemalja razvija se u skladu s intenzivnim razvojem nautičkog turizma na europskom sjeveru. *Baltic Sea Cruising* zajedno s fjordovskim kruzingom bilježi vrlo dinamičan razvoj, u tekućih nekoliko godina. Kruzing na Baltiku, ali i fjordovski kruzing, imaju bogatu tradiciju - ljudi su veoma intenzivno

³⁶ Luković T.: **Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga**, op.cit., str. 244.

³⁷ Gibson F.: op.cit., str. 51.

povezani s morem, vodama i plovilima. To je, po plovilima, najrazvijeniji dio Europe i svijeta.³⁸

Baltičko more je velike površine i lako se može njime ploviti. Ono što privlači turiste na krstarenje Baltikom je relativno nepoznat baltički svijet zemalja poput Latvije, Litve ili Estonije. Lijepa priroda, bogata povijest, prekrasni gradovi i sačuvani povijesni objekti su ono što turisti mogu vidjeti ovdje. St. Petersburg je glavna atrakcija na baltičkim krizing putovanjima, također Tallinn u Estoniji, Riga u Latviji, Gdanjsk u Poljskoj i Warnemunde u Njemačkoj. Polazne luke su najčešće Stockholm i Copenhagen, a nude se i polasci iz Velike Britanije. Putovanja najčešće traju deset i više dana iako se nude i ona od sedam. Slika 9. prikazuje primjer itinerara putovanja Baltičkim morem.

Slika 9.: Primjer itinerara putovanja Baltikom



Izvor: prilagođeno sa http://www.capsandinavia.com/assets/images/Norwegian_Sun_-_Mapa_Mar_Baltico.jpg; http://www.capsandinavia.com/html/norwegian_cruise_line_-_freestyle_cruising_-_luxury_cruise_in_th.html, 25.07.2014.

Kada se govori o krizingu u fjordovima prvenstveno se misli na Norvešku koja je poznata kao zemlja 1000 fjordova. Brza linija koja se na norveškom naziva Hurtigruten, razvila se od linije kojom se krajem 19. st. počeo vršiti prijevoz putnika kako bi se povezali gradovi na norveškoj obali, u poznati brend krizinga. Tu je brendirano krstarenje Norveškom obalom pod nazivom *Norwegian Coastal Voyage* koja zapravo predstavlja 11-

³⁸ Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, op.cit., str. 244.

dnevno putovanje Norveškom obalom gdje brodovi pristaju u 34 luke na putu od Bergena do Kirkenesa. Ruta putovanja prikazana je na slici 10.

Slika 10: Norwegian Coastal Voyage – ruta kruzing putovanja



Izvor:

http://bainbridgetravel.com/bainbridgetravel/wpcontent/uploads/2014/05/coastal_map_1g.png, 26.07.2014.

Za ovu regiju nude se itinerari prema godišnjim dobima, te je Hurtigruten ferries jedini koji na ovom području plovi tijekom zime po stalnoj ruti. Zimsko krstarenje je vrlo zanimljivo zbog polarne svjetlosti, razgledavanja fjordova i destinacija do kojih drugi kruzери ne mogu doći.

3.2.3. OSTATAK SVIJETA

Tržište označeno kao ostatak svijeta dosta je zapostavljeno u odnosu na tržište Sjeverne Amerike i Europe te njihov udio u tržišnoj raspodjeli nije visok. Ovo je područje koje se tek razvija u kruzingu industriji te će daljnji razvoj ovisiti o zainteresiranosti turista, povećanju sigurnosnih uvjeta u destinacijama i daljnjem ulaganju u razvoj infrastrukture i turističke ponude koja bi privukla turiste. U tablici prikazana je struktura ponude putovanja na ovom tržištu.

Tablica 5: Interna struktura kruzingu tržišta u regiji ostatak svijeta u 2004. godini (u % ležaj/dan)

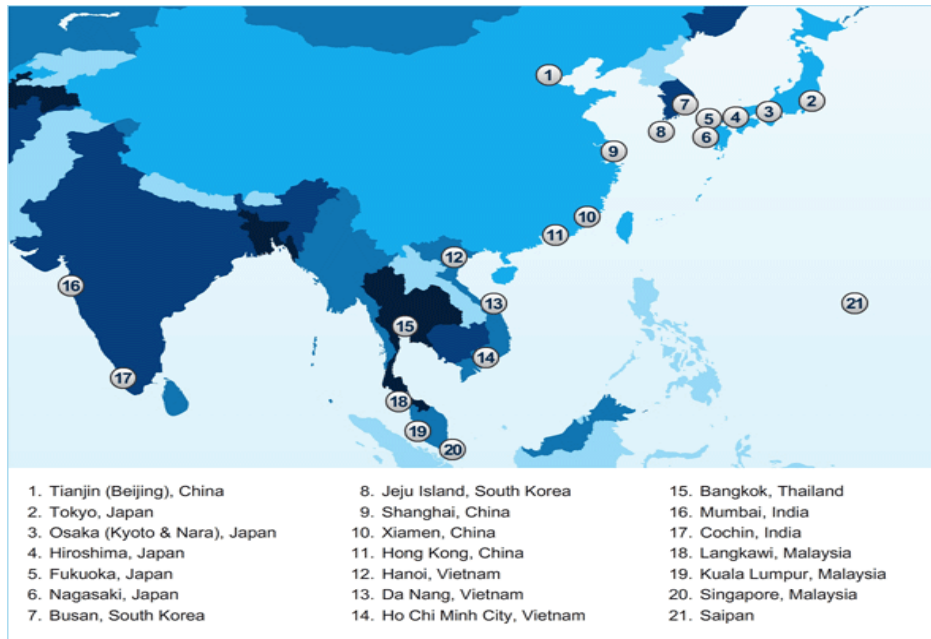
	Prvi kvartal	Drugi kvartal	Drugi kvartal	Četvrti kvartal	Godina ukupno
Jugoistočna Azija i Daleki istok	5.14	5.25	4.87	5.82	5.27
Južni Pacifik i Havaji	7.06	3.55	3.23	7.34	5.26
Ostala tržišta	13.10	3.28	0.71	5.67	5.52
Ukupno	25.30	12.08	8.81	18.83	16.05

Izvor: Dowling Kingston R.: **Cruise ship tourism**, CABI, Australia, 2006, str. 26.

Iz tablice je vidljivo da se putovanja odvijaju tijekom cijele godine. Najveći postotak putovanja od 25,30% odvija se tijekom prvog kvartala, dok je u ostalim kvartalima manji sa najmanjim udjelom u trećem kvartalu. Ovaj porast putovanja u zimskom kvartalu je zbog toga što tada brodovi plove južnom polutkom gdje je tada ljeto.

Na tržištu jugoistočne Azije i Dalekog Istoka putovanja se odvijaju podjednako tijekom cijele godine. Nude se kruzingu putovanja jugoistočnom obalom Azije u zemljama poput Indije, Singapura, Vietnama i Malezije te putovanja obalom Kine koja uključuju i destinacije u Japanu, Koreji i dr. Slika 11. prikazuje najvažnije kruzingu destinacije na ovom tržištu.

Slika 11: Najvažnije kruzing destinacije na tržištu jugoistočne Azije i Dalekog istoka



Izvor: <https://images.thomascookgroup.ca/thomascookCA/searsTravel/en/images/cruises/asia.gif>, 01.08.2014.

U južnom Pacifiku popularna su putovanja obalom Australije u atraktivnim destinacijama poput Sydneya i Melbournea. Nude se putovanja koja traju do tri dana ili sedam dana, a u itinerare se uključuju destinacije Novog Zelanda i okolnih otoka pa putovanja mogu trajati i duže. Na slici 12. prikazan je itinerar osmodnevnog putovanja jugoistočnom Australijom.

Slika 12: Primjer itinerara putovanja Australijom



Izvor: prilagođeno sa

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/itinerary.do?state=&packageCode=RD07K021&hasFireandPolice=&hasMilitary=&hasSenior=&date=&cruiseType=CO>, 01.08.2014.

Ostala tržišta na kojima se odvijaju kruzing putovanja su Južna Amerika, Afrika i Antartik. Poput Europe, Južna Amerika nudi raznolikost zemalja i većeg broja gradova. Popularne destinacije su Sao Paulo, Rio de Janeiro, Buzios, Buenos Aires, Punta Del Este, Montevideo i dr. Na plovidbenom području Južne Amerike kružna putovanja se odvijaju u prva tri mjeseca u godini u znatno većem broju nego u preostalim mjesecima u godini. Kružna putovanja odvijaju se kontinuirano kroz cijelu godinu s najmanjim brojem putovanja u zimskim mjesecima. Na putovanjima se koriste veći brodovi kapaciteta 2000 i više putnika i 700 članova posade. U ponudi za ovo plovidbeno područje su i kraća putovanja do 4 dana na koja otpada 15 %, nešto duža do 7 dana (31 %) te 10 i više dana (54 %) putovanja.³⁹ Na slici 13. prikazan je primjer itinerara putovanja obalom Argentine i Urugvaja.

Slika 13: Primjer itinerara putovanja Južnom Amerikom



Izvor: prilagođeno sa

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/itinerary.do?state=&packageCode=SP07F047&hasFireandPolice=&hasMilitary=&hasSenior=&date=&cruiseType=CO>, 01.08.2014.

Kružna putovanja na području Afrike odvijaju se u ljetnom razdoblju gdje se najveći broj putovanja organizira od siječnja do travnja, a tijekom zime ih gotovo ni nema. U ponudi krstarenja nude se krstarenja sjevernom, zapadnom i južnom obalom Afrike, a uključeni su i otoci poput Kanarskih otoka, Mauriciusa ili Madagaskara. Na slici 14. prikazan je primjer rute kruzing putovanja Južnom Afrikom.

³⁹ Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: op.cit., str. 97.

Slika 14: Primjer rute kruzing putovanja Južnom Afrikom



Izvor: <http://www.cruises.co.za/files/images/14%20Day%20Cape%20Town%20round%20trip%20-%20Seabourn.jpg>, 01.08.2014.

U toplijem razdoblju u godini za južnu hemisferu odvija se i najveći broj kružnih putovanja u području Antarktika. Sezona započinje i završava sa svega par kružnih putovanja u listopadu i ožujku dok se najveći broj putovanja odvija u siječnju. Kružna putovanja za područje Antarktika odvijaju se manjim brodovima kapaciteta do 200 putnika i 100 članova posade. U ponudi je različita dužina kružnih putovanja i kreće se do 4 dana (2 %), do 7 dana (18 %) i 10 i više dana na koja otpada 80 %.⁴⁰ Najčešće putovanja započinju iz Južne Amerike, gdje postoje i rijetki zračni komercijalni letovi (slika 15.).

Slika 15: Primjer rute kruzing putovanja Antartikom



Izvor: http://www.anpc.com/wp-content/uploads/2012/10/cruise_map_26.jpg, 01.08.2014.

⁴⁰ Ibidem, str. 94.

3.3. OBALNA KRSTARENJA MALIM BRODOVIMA

Mala obalna krstarenja uključuju različite oblike aktivnosti poput jedrenja, razgledavanja obale na malim kruzerima, ronjenja i drugih oblika odmora i rekreativne aktivnosti. Obalna krstarenja odvijaju se na ograničenom području gdje se posjećuju bliže destinacije i njihove lokalne znamenitosti. Trajanje putovanja ovisi o broju destinacija koje se posjećuju te u pravilu putovanje traje kratko jer destinacije nisu jako udaljene. Nude se putovanja koja traju dva, tri dana ili čak sedam i više dana za istu destinaciju.

Struktura malih obalnih krstarenja definirana je kroz nekoliko parametara:⁴¹

- brodovi operiraju na udaljenosti do 100 km od obalne crte
- uključuje, ali nije ograničeno na: vozila sa pogonom i bez pogona, usidrene platforme koje se koriste u turističke svrhe, podmornice u bilo kojem obliku, nove kruzere i unajmljena vozila.
- uključuje, ali nije ograničeno na: dnevna krstarenja i noćna krstarenja
- prvenstveno za rekreaciju, uključujući rekreacijski ribolov, ronjenje i jedrenje

U literaturi o krstarenjima najviše su zastupljena istraživanja velikih međunarodnih kruzinge putovanja na kojima djeluje nekolicina velikih brodarskih kompanija, ali podataka o malim obalnim krstarenjima (odvijaju se unutar granica jedne države) koja postaju sve popularnija ima jako malo te su slabije istražena. Ovakav oblik krstarenja zastupljen je u većem broju regija poput Aljaske, obale SAD-a, Kariba, Mediterana (uključujući i Hrvatsku), Pacifičkim zemljama poput Australije, Filipina i dr.

Manji brodovi imaju prednost nad većima jer oni mogu posjetiti udaljene destinacije, atraktivne luke i neotkrivena područja koja veliki brodovi ne mogu. U lukama gdje pristaju veliki kruzeri stvaraju se velike gužve zbog velikog broja putnika, a brodovi često imaju problema sa pristajanjem. U brojnim lukama moraju se usidriti daleko od centra grada dok se manji kruzeri mogu privezati bliže centru grada čime je dolazak i odlazak sa broda puno jednostavniji. Velike kompanije za kruzinge putovanja koriste velike brodove i baziraju se na

⁴¹ Dowling Kingston R.: op.cit., str. 234.

masovnosti, a u malom obalnom krstarenju koriste se vrlo mali brodovi sa malim brojem putnika i posade koji mogu doći do destinacija u koje veliki kruzeri ne mogu, što omogućuje da se uz velike kruzing kompanije razvije i tržište malog obiteljskog poduzetništva.

Unatoč trendovima razvoja sve većih brodova, neke velike kompanije poput *Princessa* i *Silversea* uočile su važnost ovakvog intimnijeg oblika putovanja i nude putovanja manjim brodovima koji primaju samo do 500 putnika. Nude putovanja Aljaskom, obalom SAD-a, Baltikom, Mediteranom i dr. Svugdje u svijetu se povećava broj plovila koja navigiraju u lokalnim vodama, te sa njima i biznis malog krstarenja. Ta plovila su rezultat dugogodišnje kulture neke regije, te njihova raznolikost predstavlja bitan faktor privlačenja turista. Krstarenje takvim plovilima je posve drugačije iskustvo nego na većem luksuznom kruziru. Kako je obala Hrvatske poput Grčke, visoko razvedena i neprikladna za velike kruzere upravo ta karakteristika potiče razvoj gradnje manjih dobro opremljenih plovila za krstarenje.⁴²

U Hrvatskoj se posljednjih petnaestak godina razvija posebna vrsta krstarenja, a radi se o višednevnim ili izletničkim krstarenjima na tipičnim hrvatskim motornim jedrenjacima. Takvi su brodovi vrlo kvalitetno opremljeni i prilagođeni za duži boravak gostiju na brodu. Rijetki su autori koji spominju ovu vrstu krstarenja u Hrvatskoj, no oni koji ju napomenu, definiraju je kao posebnu vrstu, tj. krstarenje hrvatskim *old-timerima*.⁴³ Hrvatskom obalom krstari se na rekonstruiranim starim drvenim jedrenjacima izgrađenim u prvoj polovici 20 st. koji daju poseban ugođaj putovanju. Također, ponuda se proširuje gradnjom novih drvenih jedrenjaka i metalnih brodova koji se izrađuju u našim brodogradilištima, a posljednjih godina grade se i vrlo moderni putnički brodovi koji podsjećaju na skupocjene jahte. Na slici 16. prikazani su rekonstruirani brod Albatros izgrađen 1935. godine i brod President izgrađen 2011. godine.

⁴² Rakuljić A.: **Kabotažna plovila za višednevna krstarenja kao segment nautičko-turističke ponude RH**, diplomski rad, Split, 2013., <http://e-lib.efst.hr/2013/2112833.pdf>, 01.08.2014.

⁴³ Luković, T., Gržetić Z.: **Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana**, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007, str.122.

Slika 16: Brodovi za mala obalna krstarenja Hrvatskom



Izvor:<http://www.adriagate.com/Hrvatska-hr/Brod-za-krstarenje-Albatros>,
<http://www.adriagate.com/Hrvatska-hr/Brod-za-krstarenje-Delux>, 03.08.2014.

Grade se brodovi do dužine od 50 metara koji mogu primiti do 40 osoba pa se time ubrajaju u brodove srednje kategorije smještajnih kapaciteta. Novi brodovi su dobro opremljeni, kabine su luksuzno uređene, opremljene klima uređajima i TV uređajima, a neki brodovi čak imaju mini teretanu ili mini bazen na palubi.

Premda je krstarenje samo po sebi zanimljivo, posebnost ovih plovila za krstarenje je što omogućavaju znatno dulji i posebniji kontakt s Hrvatskom kroz posjećivanje malih obalnih i otočnih mjesta gdje mogu bolje upoznati njihovu kulturu i običaje. Fizička blizina mora je još jedan od čimbenika zbog kojih turisti sve više preferiraju ovu vrstu krstarenja. Relativno mali broj gostiju na tim plovilima, pružateljima usluga omogućuje prilagodbu i ispunjavanje individualnih zahtjeva i želja turista, za razliku od velikih kruzera gdje je to teže postići.⁴⁴ Kako bi bili bolje organizirani i imali međusobnu suradnju na većoj razini, hrvatska privatna flota kruzera organizirana je u nekoliko udruga, gdje svaka okuplja pretežno članove sa svog područja. Na razini cijele države, udruge koje predstavljaju turističke brodare su sljedeće:⁴⁵

1. Udruga malih brodara Sjeverni Jadran
2. Udruga brodara Istra
3. Udruga "Adria" Zadar

⁴⁴ Rakuljić A.: op.cit., str. 45.

⁴⁵ Ibidem, str. 46.

4. Hrvatska udruga brodara Split (HUB)
5. Hrvatska udruga privatnih brodara (HUPB)
6. Udruga brodara Dubrovnik

Brodari plove područjem cijele jadranske obale. Zbog razvedene obale i velikog broja otoka, brodari u svoje itinerare uključuju veliki broj različitih destinacija. Glavne destinacije uz obalu su Dubrovnik, Split, Trogir, Šibenik, Zadar, Rijeka i Opatija te brojna mjesta na otocima poput Cresa, Lošinja, Krka, Raba, Hvara, Brača i dr. Krstarenja najčešće traju sedam dana, a nude se i ona duža u trajanju od 10 dana. Veliku važnost za ovaj oblik nautičko-turističke ponude imaju turističke agencije kao posrednici između brodara i putnika. Brodarima je bitno da na svakom krstarenju ispune minimalne kapacitete kako bi im putovanje bilo ekonomski isplativo, a agencije im pomažu da lakše dođu do novih putnika.

Na internet stranici hrvatske agencije Adriagate može se pronaći nekoliko tipova krstarenja. Nude se jednosmjerna krstarenja duž obale od Opatije do Dubrovnika i obrnuto, zatim krstarenja koja uključuju hrvatske nacionalne parkove i gradove pod zaštitom UNESCO-a te krstarenja južnim Jadranom koja započinju u Zagrebu i uključuju posjetu Plitvičkim jezerima čime se povezuje ponuda unutrašnje i obalne Hrvatske. Također, nude se i tematska krstarenja koja uključuju bicikliranje ili planinarenje u posjećenim destinacijama, ponuda krstarenja za mlade, nudiste i gay parove. Slika 17. prikazuje sedmodnevnu rutu putovanja duž obale Jadrana sa ukrcajem u luci Dubrovnik.

Slika 17: Primjer rute jednosmjernog putovanja jadranskom obalom



Izvor: <http://www.adriagate.com/Hrvatska-hr/Krstarenje-C0002-10>, 03.08.2014.

Ovaj oblik turizma za vrijeme ljetnih mjeseci pridonosi razvoju tih malih mjesta, no s obzirom na sezonski karakter krizinga u Hrvatskoj, u zimskom razdoblju male luke su većinom puste. Dakle javlja se veliki nerazmjer između ljetnih i zimskih mjeseci, što se tiče turističkih posjeta, ali i samog broja rezidenata posebice na otocima jer je povezanost sa kopnom neadekvatna.⁴⁶

Luke, sidrišta i privezišta za prihvat hrvatskih *old timera* imaju izrazitu sezonalnost jer stupanj opremljenosti hrvatskih kruzera ne može amortizirati zimske uvjete na Jadranu, bez obzira na to što su dnevne temperature u zimskom razdoblju neusporedivo blaže nego na kontinentalnom dijelu Europe. U mrtvoj sezoni pripremaju se kruzeri za sljedeću sezonu i komunicira se s turističkim agencijama.⁴⁷

Razvoj krstarenja u Hrvatskoj tek treba očekivati zbog interesa stranih ulagača i velikih kompanija za ovo tržište. Uz razvoj malih hrvatskih kruzera sve više se grade i kruzeri većih kapaciteta. Kako bi se postigao veći uspjeh, potrebno je ulaganje u marketing i brendiranje turističkog proizvoda poput krstarenja *old timerima*, ulaganje u turističku ponudu te bolja suradnja i potpora države za pružatelje ove djelatnosti.

3.4. STRUKTURA PUTNIKA NA KRIZING PUTOVANJIMA

Svake godine milioni turista odlučuju se na odmor u obliku krizing putovanja. Tijekom godina mijenjala se njihova struktura što je utjecalo na promjene u ponudi putovanja brodarskih kompanija koje su im se pokušale prilagoditi. Dogodile su se promjene u trajanju putovanja i planiranju destinacija koje se uključuju u putovanje. Putovanja se nude turistima koji žele vidjeti destinacije diljem svijeta, koje možda ne bi uspjeli ni posjetiti u nekom drugom obliku turističkog odmora, uživajući u opuštenom i zabavnom okruženju na brodu i plovidbi morem te atraktivnostima koje nude destinacije koje se posjećuju.

⁴⁶ Ibidem, str. 49.

⁴⁷ Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, op.cit., str. 246.

Turisti biraju putovanja prema destinacijama koja su im zanimljiva ili im je presudna cijena putovanja koja mora biti prilagođena njihovim prihodima. I dalje postoji zabluda da su kruzing putovanja vrlo skupa i da su dostupna samo privilegiranim bogatašima, međutim cijene aranžmana kreću se već od 500 eura po osobi za sedmodnevno putovanje pa do nekoliko desetaka tisuća eura za egzotična putovanja i kružna putovanja svijetom čime su dostupna velikom broju turista različite platežne moći. Kruzing putovanja su obično malo jeftinija u proljeće ili u jesen zbog ponude i potražnje. Zima je „visoka sezona“ za tropske destinacije poput Kariba, Južne Amerike i Južne Afrike ili Australije, a pojedine destinacije imaju kratku sezonu poput Aljaske, Antartike, Baltika, Fjordova što može predstavljati problem ako turistima ne odgovaraju određena razdoblja za putovanje.

Raspon turista na kruzing putovanjima je velik. Putuju obitelji sa djecom, parovi, grupe prijatelja, umirovljenici i dr. čime kruzing kompanije moraju prilagoditi svoju ponudu kako bi zadovoljili njihove različite ukuse i očekivanja. Mnoge obitelji koji imaju manju djecu ili tinejdžere često kažu da su im kruzing putovanja najbolji obiteljski odmor, a u sve većoj ponudi putovanja obitelji bez djece, mladenci, umirovljenici mogu odabrati putovanje za sebe. Nekoliko razloga zbog kojih krstarenja privlače turiste su:⁴⁸

- mogućnost istraživanja brojnih destinacija, a nije potrebno svaki dan raspakirati kofere
- djeca do 18 godina u kabini s roditeljima krstare besplatno, plaćaju samo lučke pristojbe
- organizirana animacija i programi za sve uzraste tijekom cijelog dana
- uključeni prošireni puni pansion na brodu te kava, čaj i voda na raspolaganju u određenim restoranima (ovisno o brodaru)
- ekskluzivnost i elegancija hotela visoke kategorije
- mnoge usluge uključene u cijenu: fitness, bazeni, jacuzzi, animacija za djecu i odrasle, večernje predstave u teatru, zabava u barovima, diskoteka i dr.
- najveći broj zadovoljnih gostiju koji su bili na krstarenjima

⁴⁸ <http://www.elitetravel.hr/krstarenja/vodic-za-krstarenja.html>, 05.08.2014.

Promjenom marketinških strategija brodarskih kompanija došlo je i do promjene strukture putnika. Tijekom godina mijenjala se njihova dob, platežne mogućnosti, motivi i način putovanja. Kruzing putovanja postaju masovna pojava namijenjena odmoru i zabavi na brodu. Klasična kruzing putovanja, motivirana mirnom plovidbom u luksuznom ambijentu, posjetom luka i razgledavanjem kulturno-povijesnim znamenitosti posjećenih gradova, s duljim trajanjem putovanja - potiskuju nabijeni program i posve drukčiji putnici koji se u kratkom vremenu i uz relativno malo novca žele dobro zabaviti.

Početakom 70-ih godina putnik na kruzing putovanju imao u prosjeku 65 godina, 1985. godine taj se prosjek smanjio na 58 godina, a devet godina nakon toga prosjek je bio 50 godina. U razdoblju od 1988. do 1990. godine povećao se broj bračnih parova na putovanjima za 6%, a broj obitelji koje odlaze na kruzing putovanje s djecom, za 60%. U istom razdoblju smanjio se broj putnika dobne skupine s više od 60 godina koji su se prvi put odlučili za kruzing putovanje, u odnosu prema putnicima mlađe životne dobi.⁴⁹ Tablica 6. prikazuje sociodemografska obilježja putnika na sjevernoameričkom tržištu prema istraživanju CLIA-e u razdoblju od 2002. do 2011. godine.

⁴⁹ Perušić D.: op.cit, str. 165.

Tablica 6: Sociodemografska obilježja putnika na sjevernoameričkom tržištu 2002.-2011. godine

	2002.	2004.	2006.	2008.	2011.
Godine %					
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
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Prosjek godina	56	50	49	50	50
Godišnji prihodi %					
20.000-39.999 US\$	13	/	/	/	/
40.000-49.999 US\$	11	9	11	10	10
50.000-59.999 US\$	11	11	11	9	9
60.000-74.999 US\$	19	18	17	15	15
75.000-99.999 US\$	15	23	22	20	19
100.000-199.999 US\$	21	32	31	39	39
200.000-299.999 US\$	3	5	4	5	7
300.000 US\$+	1	2	4	3	1
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Prosjek god. prihoda US\$	84 000	99 000	104 000	109 000	109 000
Spol %					
Muškarci	50	50	49	50	52
Bračni status %					
Oženjeni	78	83	83	86	79
Status zaposlenosti%					
Stalno zaposleni	49	58	57	62	63
Umirovljenici	35	19	16	17	20
Izobrazba%					
Visoko obrazovani	60	65	57	69	76
Rasa %					
Bijelci	93	93	91	91	90
Crnci	3	3	4	5	3
Ostali	4	4	5	4	7

Izvor prilagođeno sa **CLIA Cruise market profile study**, TNS, 2011.,
http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf, 05.08.2014.

Iz tablice može se očitati da se trend povećanja mlađih putnika na kruzing putovanjima posljednjih desetak godina nastavio. Postotak putnika starosti između 25 i 49 godina nastavio je rasti, a postotak putnika iznad 50 godina opada. Značajan je pad broja putnika starijih od 75 godina gdje ih je 2002. godine bilo 14%, a 2011. godine samo 4%. Što se tiče platežne moći putnika, najzastupljeniji su putnici s godišnjim prihodom od 60.000 do 200.000 \$. Postotak putnika koji zarađuju više iznosi 8 %, a onih koji zarađuju manje od 40.000 \$ uopće nema. Većina putnika su visokoobrazovani te je njihov postotak u 2011. godini iznosio 76%. Također, tablica pokazuje da u 2011. godini na putovanjima prevladavaju muškarci sa 52% i 79% putnika je oženjeno. Najviše putuju bijelci, ali broj ostalih je narastao sa 4% 2002. godine na 7% 2011. godine zbog novih putnika sa područja visoko razvijenih zemalja Azije, ponajprije Kine i Japana.

Promjene u sociodemografskim obilježjima putnika utjecale su i na promjene za potražnjom različitih tipova putovanja. Kroz godine smanjila se potražnja za dugotrajnim i skupim putovanjima, a porasla je potražnja za putovanjima koja traju nekoliko dana i koja pružaju zadovoljavajuće sadržaje i zanimljivosti za relativno malo novca.

Tablica 7: Broj putnika prema duljini trajanja kruzing putovanja

Duljina krstarenja (dani)	1980.	udio%	1997.	udio%	2012.	udio%
2-5	347 000	24,3	1 696 000	33,6	3 797 000	33,27
6-8	846 000	59,1	2 784 000	55,2	5 966 000	52,28
9-17	221 000	15,4	550 000	10,9	1 557 000	13,64
18+	17 000	1,2	20 000	0,3	93 178	0,82
Ukupno	1 431 000	100%	5 050 000	100%	11 413 052	100%

Izvor: prilagođeno prema: Peručić D.: **Doprinosi marketinga razvoju pomorskih krstarenja u drugoj polovici 20. stoljeća**, Ekonomska misao i praksa, Zagreb, 2006, str 168, tablica 9. i CLIA Passenger Carrying Reports Q4, 2012., <http://cruising.org/regulatory/clia-statistical-reports>, 05.08.2014.

U tablici 7. prikazan je broj putnika u odnosu prema trajanju putovanja u danima. Tu se vidi trend zainteresiranosti putnika za kraća putovanja i malog broja putnika na dugim putovanjima. Vidljivo je da je u razdoblju od 1980. do 2012. ukupan broj putnika znatno porastao. Povećao se udio kratkih putovanja u trajanju do 5 dana sa 24,3% na 33,27%, a najveći broj putovanja traje između 6 i 8 dana i njihov udio je iznosio 52,28% u 2012. godini.

Obilježja putnika koji odlaze na kraća putovanja bitno se razlikuju od onih na duljim putovanjima.⁵⁰

Na kraćim putovanjima putnici su:

- mlađe životne dobi,
- niže platežne sposobnosti,
- manje obrazovani,
- uglavnom zaposleni puno radno vrijeme,
- zainteresirani za destinacije masovnog turizma, poput Karipskog otočja,
- prvi put na krstarenju.

Na duljim putovanjima putnici su:

- starije životne dobi,
- više platežne moći,
- obrazovaniji,
- vjerojatno umirovljeni,
- zainteresirani za destinacije koje se smatraju egzotične. kao npr. Južna Amerika,
- već su bili na krstarenju.

Kako bi se prilagodili potrebama i očekivanjima putnika, kruzinge kompanije proširuju svoju ponudu koju specijaliziraju prema potrebama određenih skupina. Takva specijalizirana kruzinge putovanja poznata su pod nazivom Niše ili *Niche Cruising*. Kruzinge kompanije utvrđuju tržišne niše prema specifičnim potrebama putnika, želeći udovoljiti njihovim potrebama i interesima kao što su: hobiji, upoznavanje različitih kultura, kulinarsstvo, učenje, slušanje glazbe, festivali, kazališne predstave i dr. Ova putovanja zapravo su alternativna ponuda standardnom kruzingu, koja nude puno više od samog sunca i mora, posjeta destinacijama i kupovini suvenira. Ova putovanja naglašavaju odredište i otkrića te privlače već iskusne putnike. Niše i specijalna kruzinge putovanja su velika

⁵⁰ Ibidem, str. 168.

vrijednost i zgodan i udoban način da se vidi svijet. Vrste brodova, smještaj i sadržaji razlikuju se prema destinacijama. Putnički brodovi za specijalna krusing putovanja su najčešće manji, sa manjim brojem putnika i nije vjerojatno da će ponuditi mnoštvo restorana i barova, spa tretmana ili trgovačkih centara.

Uz zabavna krstarenja kao dominantan oblik ove vrste turizma, ističu se i analiziraju posebne vrste usmjerene najrazličitijim interesima putnika, a obuhvaćaju: krstarenja oko svijeta, tematska krstarenja, pustolovna krstarenja (ekspedicijsko-istraživačka, krstarenja jedrenjacima, krstarenja ostalim specijaliziranim brodovima), mini krstarenja i segment "incentive" krstarenja i konferencija.⁵¹ Zabavna krstarenja obuhvaćaju krstarenja kojima je temeljni cilj odmor, razonoda, zabava, razgledavanje i posjet usputnim lukama pristajanja i na kojima je okruženje na brodu neformalno i opušteno. Tematska krstarenja usmjerena su na putnike koji povezuju zajednički interesi kao što su kultura, arheologija glazba, sport, kulinarstvo i dr. Pustolovna se krstarenja najčešće dijele na tri segmenta – ekspedicije / istraživanja, krstarenja jedrenjacima i krstarenja ostalim specijaliziranim brodovima. Ekspedicijsko-istraživačkih krstarenja uglavnom se vezuje za teško dostupna područja, a najpopularniji su itinerari svakako Sjeverni i Južni pol.⁵² „Incentive” i konferencije čine zaseban segment krstarenja i novina su na tržištu. Putovanje se može rezervirati nekoliko mjeseci prije te se može rezervirati cijeli brod gdje se smještaju delegati za vrijeme održavanja konferencija i sastanaka.

⁵¹ Vojvodić K.: **Tržišne niše u krstarenjima morem**, Naše more, 2005, str.157.

⁵² Ibidem, str, 160.

4. OSNOVNE OPERATIVNE ZNAČAJKE KRUZING PUTOVANJA

Za brodarske kompanije na kruzingu putovanjima postoje dvije važne destinacije – prva je sam kruzer koji predstavlja destinaciju sam za sebe, a druga je luka pristajanja i odredište. U ovom poglavlju opisane su osnovne operacije na brodu i kopnu, objašnjena je hijerarhija zaposlenika brodarskih kompanija i posade broda te su definirani pojmovi turističkih agencija i turopredvođača i objašnjena je njihova važnost za prodaju kruzingu putovanja kao turističkog proizvoda.

4.1.GLAVNE OPERACIJE I HIJERARHIJA ODGOVORNOSTI NA KRUZERIMA

Tržište kruzingu karakterizira visoka koncentracija nekoliko brodarskih kompanija koje su vrlo jake na ovom tržištu. Ova koncentracija na tržištu je pojačala konkurenciju među glavnim igračima, koji traže načine kako da osvoje konkurentsku prednost. U tom kontekstu četiri su glavne dimenzije za međusobno natjecanje:⁵³

- brod
- vrijeme kruzingu
- itinerar
- proces rezervacija

Kompanije se natječu gradnjom novih, većih i luksuznijih brodova, nudeći različite brodske usluge poput kasina, kina, kazališta kako bi privukli i zadovoljili putnike različitih ukusa i platežne moći. Sezona kruzingu jedan je od glavnih čimbenika koji utječu na strategiju brodarskih tvrtki. Tvrtke pokušavaju napraviti svoju ponudu konkurentnijom nudeći putovanja u različitim vremenima tijekom godine. Planiranje itinerara također je

⁵³ Vaggelas G.K., Lagoudis I.N.: **Analysing the Supply Chain Strategy of the Cruise Industry: The case of a small Cruise Company**, Paper presented at International Association of Maritime Economists Conference, Lisboa, Portugal, 2010. str. 3.

važan faktor konkurencije koji se ogleda u dužini putovanja, broju odredišta koja se posjećuju i ponudi izleta. Kompanije stvaraju konkurenciju ulaganjem u nove komunikacijske tehnologije kojima lakše dolaze do novih putnika i olakšavaju im proces rezerviranja karata.

Kruzeri predstavljaju dio kruzing industrije u okviru koje čine zasebnu cjelinu. Za upravljanje brodom i pružanje usluga putnicima za vrijeme putovanja bitna je posada broda. Broj članova posade ovisi o veličini broda i broju putnika. Generalno govoreći, broj članova posade najčešće je upola manji od broja putnika (odnos 1:2), pa broj može varirati od nekoliko desetina članova posade do nekoliko tisuća članova posade kod velikih brodova. Kruzing industrija mjeri i klasificira veličine brodova prema bruto registarskoj tonaži (BRT) i broju putnika. Prema tome brodovi mogu biti klasificirani kao:⁵⁴

- Jako mali: ispod 10 000 BRT i ispod 200 putnika
- Mali: 10 000–20 000 BRT i 200–500 putnika
- Srednji: 20 000–50 000 BRT i 500–1200 putnika
- Veliki: 50 000–70 000 BRT i 1200–2000 putnika
- Mega-brodovi: 70,000 BRT i više i 2000 putnika i više

Posada na kruzerima je vrlo heterogena: sadrži mješavinu posade različitih nacionalnosti, različitih dobnih skupina, s različitom pozadinom i prethodnim znanjem. Novi članovi posade na brodu moraju proći određeni stupanj obuke prije nego što su se pridružili brodu, te moraju prihvatiti disciplinu i razna ograničenja (npr. ne ulaziti u putnički prostor dok nisu na dužnosti). Njihovi nadređeni će očekivati od njih da naporno rade sa stalnim osmijehom na licu. Kruzeri su poput hotela na vodi i operacije na brodu su slične onima na kopnu. Organizacija uloga i poslova je tradicionalna i grupirana je po funkcijama i odjelima s više razina vertikalne hijerarhije.⁵⁵ Postoji isti hijerarhijski režim posade kao što je posada na tankerima i teretnim brodovima za navigaciju, ali razlika je u tome što je većina zaposlenih na kruzerima povezana sa usluživanjem putnika. Zbog toga mali postotak posade spada u profesionalne pomorce. Iz tog razloga, posada broda za krstarenje može se podijeliti u dvije skupine. To su:

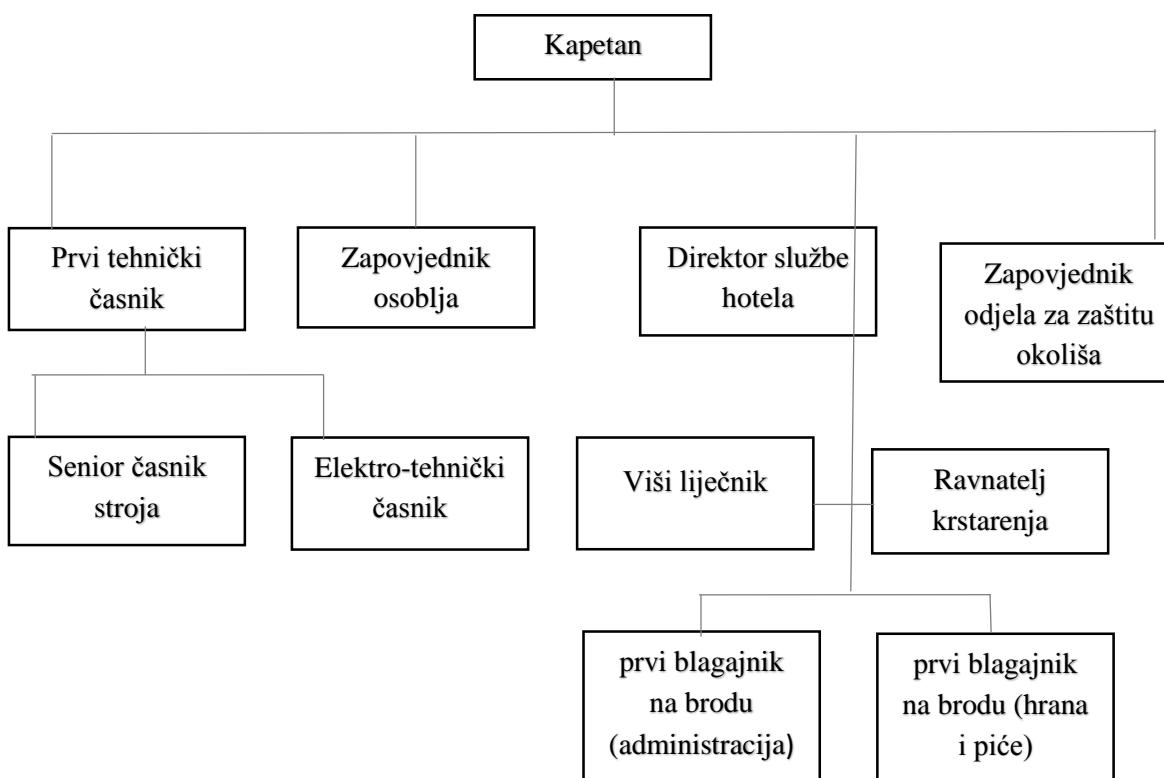
⁵⁴ Dowling Kingston R.: op.cit., str. 46.

⁵⁵ Ibidem

- posada za plovidbu (tehničke operacije i navigacija)
- posada hotela (operacije povezane sa usluživanjem putnika)

Na vrhu hijerarhije nalazi se kapetan koji je glavna odgovorna osoba zadužena za sve na brodu. U modernom krstarenju, zaposlenici su podijeljeni u tri kategorije: kao časnici, posada i osoblje. Časnici su zaposlenici sa specifičnim ovlastima te su raspodijeljeni u četiri odjela: služba palube, služba inženjeringa, radio služba i služba hotela. Posada je također podijeljena između ta četiri odjela, ali po brojnosti ova skupina predstavlja najveći segment. Osoblje kao posljednja skupina uključuje i osoblje, kao što su trgovci, frizeri, kozmetičari, zabavljači, kazino osoblje i fotografi od kojih mnogi od njih mogu biti ugovoreni za rad na brodu od strane koncesionara.⁵⁶ Organizacijska struktura posade na brodu prikazana je na Shemi 2.

Shema 2: Primjer organizacijske strukture posade na krzeru



Izvor: prilagođeno sa Gibson F.: **Cruise Operations Management**, Elsevier, Oxford, 2006., str. 92

⁵⁶ Gibson F.: op.cit., str. 92.

Kapetan broda zadužen je za rukovođenje brodom i svim pripadnim službama na brodu. On provodi politiku kompanije, odgovoran je za provedbu međunarodnih propisa te za sigurnost broda, posade i putnika.

Zapovjednik osoblja nalazi se jedino na putničkim brodovima i prva je osoba po rangu ispod zapovjednika broda. Nadređen je službi palube, službi sigurnosti, službi palubnog održavanja, službi zaštite okoliša, radio službi, ukoliko se nalaze unutar tog odjela te direktno odgovara zapovjedniku za rad tih odjela ili službi. Zapovjednik mora imati istu osposobljenost i znanje kao kapetan jer mora biti sposoban zamijeniti zapovjednika tijekom plovidbe.

Služba palube obično je organizirana u nekoliko odjeljaka koji su podređeni zapovjedniku osoblja. Ovaj odjel nadgleda plovidbu i brine o brodu. Službu palube čine časnici palube i članovi plovidbene straže. Broj časnika ovisi o veličini broda pa se mogu pojaviti drugi, treći ili četvrti časnik. U sastavu se nalazi i osoblje za sigurnost, (pomoćno osoblje). Članove službe palube može se prepoznati po njihovim prugama, koje su obično zlatne boje. Kapetan ima četiri pruge, glavni časnik ima tri pruge, prvi časnik ima dvije i pol pruge, drugi časnik ima dvije pruge, treći časnik ima jednu i pol prugu, i četvrti časnik ima jednu traku. Kadeti često imaju ili pola ili jednu traku. Simbol za službe palube je dijamant. Osoblje za sigurnost može se prepoznati po njihovim smeđim prugama i njihovim simbolom, kapitalnim "S." Većina brodova na kružnim putovanjima imenuje zapovjednika za zaštitu okoliša. Ta je osoba odgovorna kapetanu i prepoznatljiv jer on ili ona nosi zelene i zlatne pruge.⁵⁷

Služba inženjeringa ili služba stroja sastoji se od odjela za održavanja i elektro odjela. Zadužen je za održavanje elektro sustava, sustava rasvjete, klimatizacije, ventilacije, dizala, hladnjača i ostale elektro opreme. Na čelu službe se nalazi upravitelj stroja, a odjele čine časnici stroja i članova straže u stroju. Posao na palubi ili u strojarnici je obično teško dobiti, osim ako državljanstvo je isto kao i nacionalnost časnika. Većina časnika su grčki, norveški, talijanski, britanski ili američki državljani, ali tu su i poljski i hrvatski časnici na nekim brodovima. Mnogi Filipinci su zaposleni na palubi i u strojarnici.⁵⁸

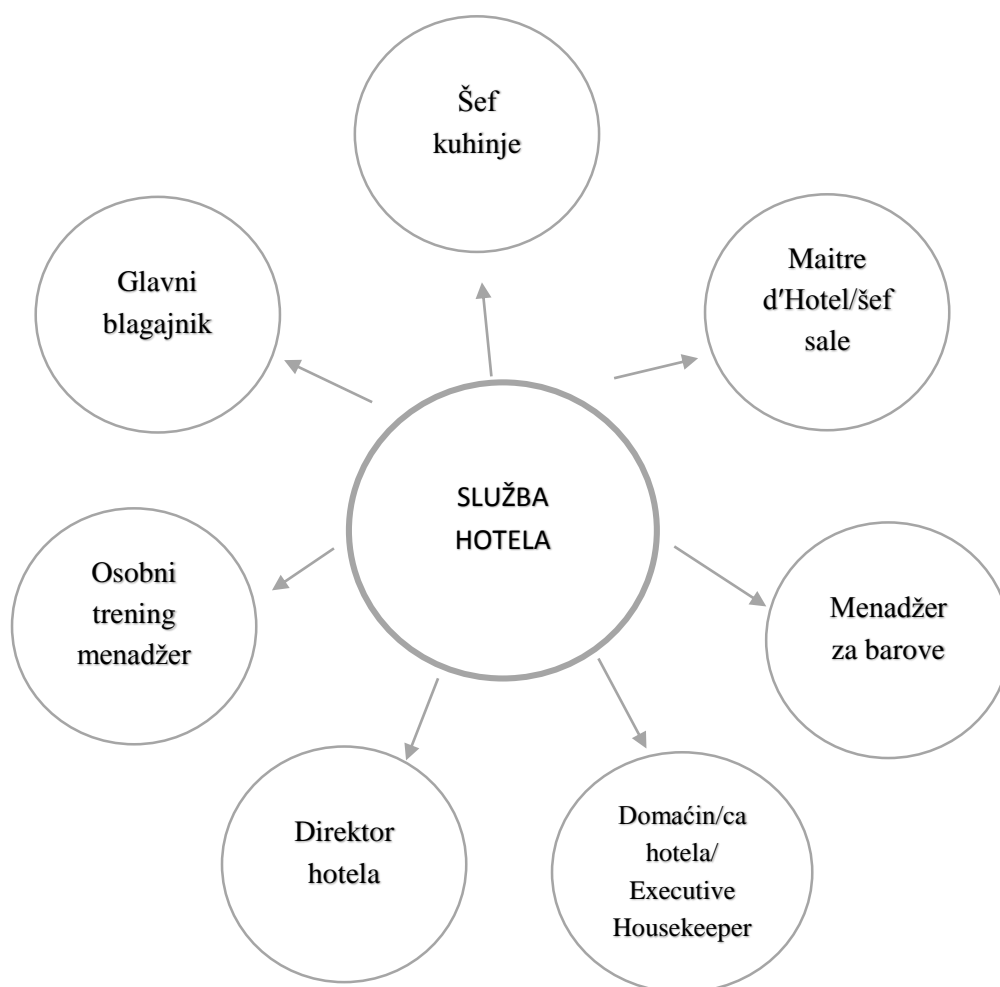
⁵⁷ Ibidem, str. 93.

⁵⁸ <http://www.cruiselinesjobs.com/employees/>, 10.08.2014.

Radio službom upravlja glavni časnik radio službe koji se može dopuniti dodatnim časnicima, ovisno o uvjetima na brodu. Radio ured podržava sve komunikacije, uključujući radio, teleks, brzopis, telefon, internet i satelitsku komunikaciju. Časnici i asistenti (koji pomažu časnicima) povezani su sa tehničarima i inženjerima, ali oni rade i vrlo blisko sa navigatorima zbog čega se u pravilu nalaze u neposrednoj blizini brodskog mosta.⁵⁹

Služba hotela je najbrojnija služba na putničkom brodu koju vodi zapovjednik hotela. Obično se sastoji od odjela za hranu, odjela recepcije, administrativnog odjela i zdravstvenog odjela. Upravljanje službom hotela organizirana je na sličan način kao i upravljanje hotelima na kopnu u kojima je specifičan velik broj osoblja koje ne treba posjedovati posebne pomorske isprave. Organizacijska struktura službe hotela prikazana je na shemi 3.

Shema 3: Struktura službe hotela na kruzeru



Izvor: prilagođeno sa <http://img837.imageshack.us/img837/2585/capture12dc.jpg>, 10.08.2014.

⁵⁹ Gibson F.: op.cit., str. 92.

Direktor hotela provodi svoj posao na sličan način kao i direktor hotela na kopnu. Glavna područja njegove odgovornosti uključuju zadovoljstvo putnika, ljudske resurse, sigurnost, prihode i rashode.

Glavni blagajnik ili *chief purser* je osoba koja je odgovorna za raspolaganje novcem na brodu. On je također odgovoran za svu administraciju i opskrbu na brodu. Njegove dužnosti uključuju nadzor blagajne na brodu, nadzor obračuna plaća, upravljanje dozvolama za rad i vizama članova posade, mjenjačinca i sl.

Domaćin/ca hotela ili *Executive Housekeeper* organizira i koordinira radom brodskog domaćinstva (sobe, higijena zajedničkih prostora i restorana, javnih prostora i vanjskih dijelova broda). Također, vodi brigu o rasporedima rada i vodi evidenciju o radu radnika domaćinstva.

Šef kuhinje kontrolira pripremu i servisiranje sve hrane i pića na brodu. Nadzire rad kuhara, asistenata i ostalih zaposlenika u kuhinji.

Šef sale i menadžeri za barove odgovorni su za nadzor zaposlenika u restoranima, salama i barovima. Dočekuju goste za dobrodošlicu, brinu o rezervacijama i općenito o zadovoljstvu gostiju.

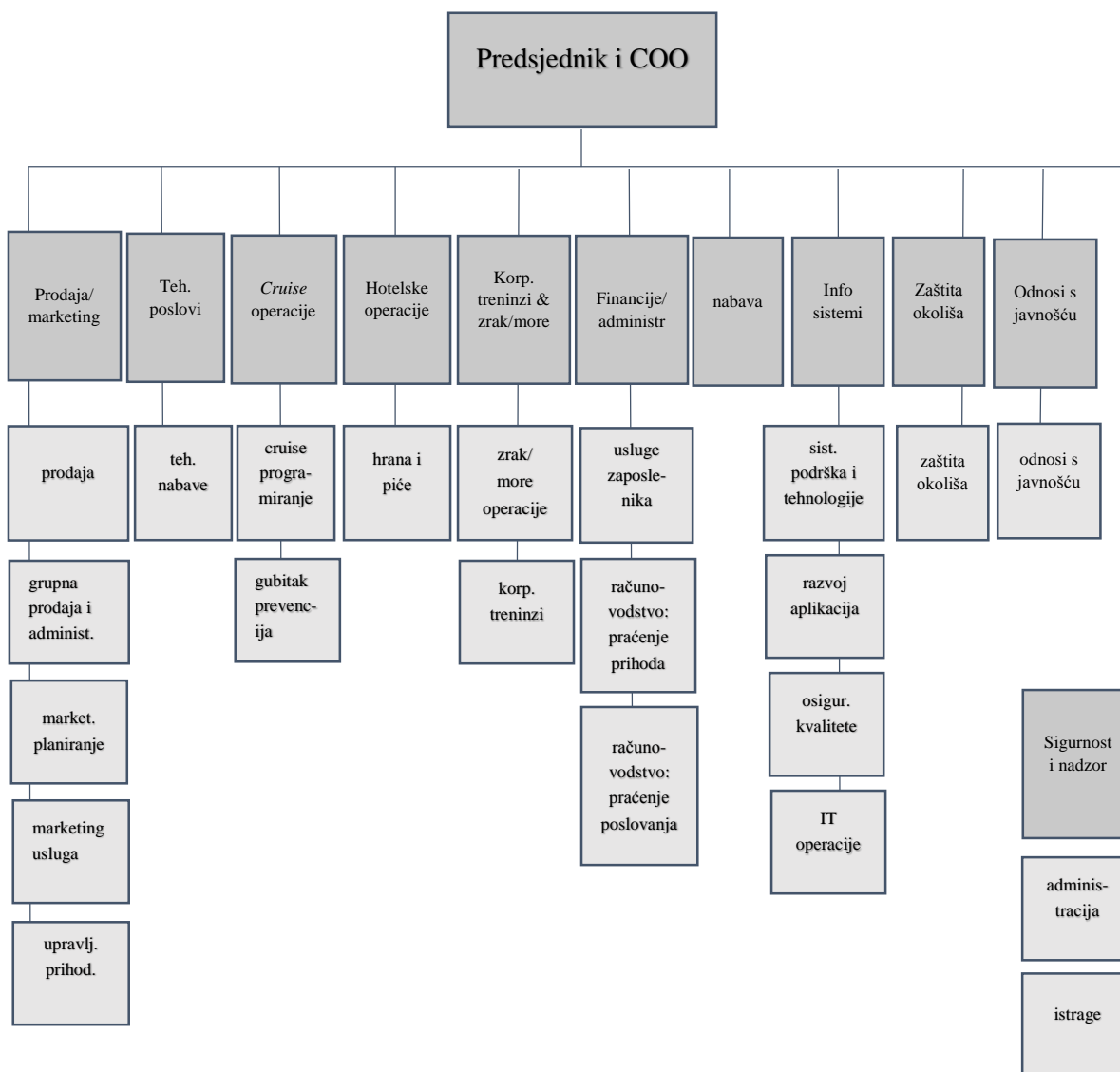
Zdravstvena služba može biti samostalna ili dio službe hotela. Sastoji se od zdravstvenog i sanitarnog odjela. Zdravstveni odjel čine doktori i medicinsko osoblje, a sanitarni inspektori zaduženi su za provjeru sanitarnih mjera na putničkim brodovima.

4.2.DJELOVANJE BRODARSKIH KOMPANIJA NA KOPNU I NJIHOVA SURADNJA SA TURISTIČKIM AGENCIJAMA

Sumirati operacije brodarskih kompanija na kopnu nije lako. Neke kompanije su male i imaju manje od 100 zaposlenika, a druge su velike i imaju tisuće zaposlenika. Iznenađujuće, ali organizacija upravljanja je često ista i slična je organizacijskoj strukturi u

drugim velikim korporacijama.⁶⁰ Na vrhu hijerarhije kompanije može biti predsjednik upravnog odbora (*Chairman*). Može biti vlasnik kompanije ili predsjednik kompanije. Također, često se ista osoba naziva CIO (glavni izvršni direktor - *chief executive officer*) Glavnom direktoru odgovaraju izvršni predsjednici i potpredsjednici koji upravljaju različitim sektorima i odjelima poput prodaje, financija, marketinga i dr. Shema 4. prikazuje primjer organizacijske strukture brodarske kompanije.

Shema 4: Organizacijska struktura kruzing kompanije



Izvor: prilagođeno sa Mancini M.: **The CLIA Guide to the Cruise Industry**, Delmar USA, 2010. str. 73.

⁶⁰ Mancini M.: **The CLIA Guide to the Cruise Industry**, Delmar USA, 2010. str.

Radna mjesta koje zaposlenici brodarskih kompanija obavljaju su širokog raspona te uključuju radna mjesta unutar same industrije ili poslova usko vezanih uz nju kao što su konzultant za ljudske resurse, voditelj marketinga, računovođa, agent za rezervacije, prodajni predstavnik i dr. Također, svaka flota brodova za krstarenje obično ima svoj privatni prostor u svakoj luci, gdje je uspostavljeno posebno naselje ili centar za aktivnosti, tako da gosti imaju poznato i prijateljsko mjesto za izlazak kad dođu do obale. Od tamo mogu ići na izlete u gradove, razgledavanje, uživati na obali u aktivnostima poput ronjenja, jedrenja i još mnogo toga. Većina radnih mjesta u odredišnim lukama su usmjerena na zabavu, kao i posluživanja hrane i pića.⁶¹

Kako bi lakše prodali svoja putovanja, kruzinge kompanije usko surađuju sa turističkim agencijama i turoperatorima. Turoperator je gospodarski subjekt koji sjedinjenjem usluga različitih proizvođača, u svoje ime i za svoj račun, stvara i organizira nepoznatim kupcima paušalna putovanja na veliko, i to mu je glavni izvor prihoda. Glavna funkcija turoperatora je organizatorska, dok je glavna funkcija turističke agencije posrednička.⁶²

Razlika između turoperatora i turističkih agencija:⁶³

TUROPERATOR:

- trgovac na veliko
- poduzetnik i posrednik
- kupuje usluge u vlastito ime i za vlastiti račun
- kreira vlastiti proizvod
- osnovni izvor prihoda je prodaja vlastitih proizvoda
- snosi rizik za neprodane kapacitete
- u pravilu nema izravni kontakt s klijentima
- prodaju svojih proizvoda vrši najčešće koristeći posrednike
- lokacija nije presudna za uspješno poslovanje
- glavna funkcija je organizatorska

⁶¹ http://www.cruisejobfinder.com/JobDescriptions/land_based.php, 11.08.2014.

⁶² <http://dodig.info/2013/01/razlika-između-turistické-agencije-i-turoperatora/>, 11.08.2014.

⁶³ Puljić A: **Turističke agencije i selektivni oblici turizma**, diplomski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2013., str. 23., <http://e-lib.efst.hr/2013/2101955.pdf>, 11.08.2014.

- na tržištu ima specifičnu informativnu – savjetodavnu funkciju
- promocijska funkcija vrlo izražena

TURISTIČKA AGENCIJA:

- trgovac na malo
- posrednik
- prodaje usluge u svoje ime ali za tuđi račun
- plasira na tržište tuđe proizvode
- osnovni izvor prihoda je provizija
- ne snosi rizik za neprodane kapacitete
- ima izravan kontakt s klijentima
- glavna funkcija je posrednička
- prevladava opća informativno – savjetodavna funkcija
- propagandna funkcija je vrlo izražena

Iako putnici danas imaju mogućnosti da putem interneta samostalno rezerviraju krstarenje, to može biti komplicirana operacija zbog čega se ipak većina putnika odlučuje rezervirati krstarenje putem putničkih agencija. Također, i kompanije radije taj posao prepuštaju agencijama i zapravo vole takve aranžmane. Pretežno kompanije imaju malobrojno osoblje za izravne rezervacije, oslanjajući se tako na agencije za većinu prodaja aranžmana.

4.3.LUKE ZA PRIHVAT KRUZERA

Prema svojoj definiciji, luka je mjesto gdje pristaju brodovi i gdje se vrši ukrcaj, iskrcaj ili prekrcaj putnika i tereta te se temeljem toga dijele na putničke i teretne luke. Pomorsko-putničke luke jedan su od bitnih preduvjeta za razvitak prometa, turizma i gospodarskih djelatnosti u funkciji turističke ponude i zadovoljenja potreba putnika za transportom. Optimalan razvitak putničkoga lučkog sustava moguće je ostvariti jedino pravilno vođenom lučkom politikom usklađenom s ciljevima i mjerama ukupne gospodarske

politike. Posebnost je luka u tome da nisu same sebi svrha, već su u funkciji korisnika usluga, pa za njihovo poslovanje i razvitak trebaju biti zainteresirani svi koji od luka imaju koristi.⁶⁴ U pogledu brodova koje opslužuju razlikujemo luke i terminale za prihvat:

- brodova u linijskom prijevozu
- brodova za krstarenja (*cruiseri*)

U težnji da se postigne konkurentnost na izrazito dinamičnom tržištu kružnih putovanja, turističke destinacije u svojim razvojnim planovima moraju uzeti u obzir obilježja trenda kruzinga, od kojih su najznačajnija:⁶⁵

- masovnost i dostupnost sve širim ekonomskim slojevima,
- povećanje dimenzija brodova – sve veći udio brodova duljine do 330 m, kapaciteta preko 3.000 putnika, zapremine više od 100 000 BT,
- relativno kratko trajanje prosječnoga turističkog *cruise*-aranžmana – manje od 7 dana,
- veoma definiran i sofisticiran paket usluga koji podrazumijeva „*all – inclusive*“ izletničke aranžmane, prilagođene relativno kratkom boravku u destinaciji (oko 5 sati),
- prilagođavanje lučke infrastrukture mega-brodovima gradnja putničkih terminala.

Upravo povećanje veličina brodova i broja putnika koji time istovremeno pristižu u luku, predstavlja glavni problem za luke i odredišta. Kako bi se mogli prilagoditi tim trendovima, bitno je da luke ulažu u razvoj terminala. Održivi prihvatni kapacitet u broju putnika na kruzerima u lukama, ovisi o nekoliko kriterija kao što su:

- dubina mora
- širina akvatorija luke
- mogućnosti za neometano manevriranje

⁶⁴ Jugović A., Kesić B., Jakomin I.: **Organizacija i razvoj pomorsko putničkih luka**, Informatologia 40, 2007., str. 146.

⁶⁵ Đurković V.: op.cit., str. 33.

- broj sidrišta za sidrenje i privez broda u luci
- veličina i opremljenost operativne obale

U velikim i dobro opremljenim terminalima, kruzeri se mogu usidriti na operativnoj obali koja je bliža centru odredišta. Ukoliko veliki kruzeri zbog premale dubine mora ne mogu uploviti blizu, sidre se na većoj udaljenosti od centra odredišta čime se otežava prelazak turista sa broda do gradskih odredišta. Hrvatska ima taj nedostatak u pogledu lučke infrastrukture za prijem kruzera, posebno onih velikih. Veliki kruzeri sidre se koju milju od centra, a putnici se prevoze čamcima do obale što znatno skraćuje vrijeme koje putnici provode u odredištu. U slučaju kada brod ne može pristati uz terminal, putnici se na obalu prebacuju posebnom vrstom broda koji se nazivaju tenderi. Ti čamci na putničkim brodovima služe kao brodice za spašavanje i kao čamci za prevoženje velikog broja putnika. Oni su veliki, dobro opremljeni i brzi. Mogu zaprimiti 100 do 150 putnika i plove brzinom od 12 čv.

Slika 18: Tender – brodica za prijevoz putnika



Izvor: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/47/Lifeboat_tender.jpg, 12.08.2014.

Funkcija luke za kružna putovanja je dvojaka ovisno o tome radi li se o: polaznoj luci (engl. *home port*) za kružna putovanja ili luci ticanja (engl. *port of call*).⁶⁶ Od polaznih luka očekuje da udovolje sljedećim osnovnim zahtjevima:

⁶⁶ Jugović A., Kesić B., Jakomin I.: op.cit, str. 149.

- prihvate brodove na kružnim putovanjima,
- osiguraju carinske i policijske formalnosti,
- organiziraju izlete na okolna znamenita mjesta ili raznovrsne lokacije (muzeji, restorani, kockarnice i sl.),
- usluge i servisi za popravak i opsluživanje broda
- ugostiteljski objekti, restorani i prodavaonice

Polazna luka, osim što mora optimalno poslužiti brod, mora omogućiti putnicima i brodovima dodatne sadržaje i usluge kao što su:

- dobra povezanost sa svim prometnim granama i učestalost veza (cesta, željeznica, brodske linije)
- prostor za parkiralište osobnih vozila i autobusa;
- budući da putnici dolaze s udaljenih emitivnih tržišta, najčešće zrakoplovom, neophodno je da terminal bude lociran u blizini zračne luke;
- kako putnici mogu biti u situaciji da dulje čekaju na početak putovanja (raniji letovi, razgledavanje grada i sl.), terminali se ponudom sadržaja i vizualnim doživljajem oblikuju na način da turisti već i boravak na terminalu doživljavaju kao sastavnicu turističkog proizvoda;
- u prednosti su lokacije terminala u centru grada jer su turistima na raspolaganju i sadržaji u samom gradu pa će zahtjevi za osiguranjem turističkih usluga na terminalu biti manji, a sama ponuda raznovrsnija i kvalitetnija;
- siguran i stalan vez

Problemi mogu nastati i u odnosu luka-grad . Problem nastaje kod onih destinacija gdje luka i grad dijele suživot na ograničenom, uskom području. Luka kao zasebni element fokusirana je na svoju produktivnost i razvoj poslovanja, ekonomičnost i tržišnu konkurentnost. S druge strane, grad kojeg čine građani orijentiran je na održavanje kvalitete zdravog života, vizualne ljepote grada i ekološke osviještenosti. Upravo luka u pogledu ekologije i uništavanja vizualne ljepote grada ima djelomično negativan trend. Međutim, luka je vrlo bitna za gospodarski sektor razvoja grada zbog čega je potrebna gradu i prepreke je potrebno ublažiti boljom suradnjom luke i grada.

5. BUDUĆNOST KRUZING INDUSTRIJE

U posljednjih tridesetak godina, kruzina industrija doživjela je veliki uspjeh i popularnost, gdje je broj putnika od 1980-ih prosječno rastao 8% godišnje, te se predviđa da će se broj putnika i dalje povećavati. Na kruzina putovanjima je sve više mladih putnika koji zahtijevaju sve više aktivnih i pustolovnih putovanja. Veći broj tržišnih niša će se pojaviti u godinama koje slijede. Jedna od najvećih će biti obiteljska kruzina putovanja. To postaje vrlo popularno te će postati velika niša na tržištu u budućnosti. Analize kruzina tržišta pokazuju da su obitelji važan segment u kruzingu. Dok je supružnik najvjerojatniji suputnik na putovanjima, 16% kruzeraša dovodi zajedno sa sobom djecu ispod 18 godina starosti.⁶⁷

Za brodarske kompanije bilo je bitno da uspostave industriju koja će trajati, u čemu su prema podacima o ovoj industriji i uspjeli. Svaka od nekoliko vodećih kompanija na tržištu je sada dobro pozicionirana da ostavi trag i u budućnosti što će i učiniti uzimajući veće rizike kako bi ostali na trenutnoj poziciji.

Brodovi će nastaviti sa sadašnjim trendovima malih, srednjih i velikih brodova. Mali brodovi će biti visoke kvalitete, luksuzna plovila koja će moći pristupiti većem broju destinacija i ponuditi rastući pustolovni ili ekspedicijski stil putovanja uz maksimalnu udobnost. Srednji brodovi će postati veći „istezanjem“ i dodavanjem srednjih sekcija. Veliki brodovi temelje se na ekonomiji razmjera te će mjeriti više od 100 000 t i moći će primiti više od 3000 putnika.⁶⁸

Kao što se bilježi porast u destinacijama, postoji i paralelno povećanje različitih vrsta krstarenja. To su obalna, krstarenja oko svijeta i pustolovna krstarenja.⁶⁹ Broj obalnih krstarenja raste i prvenstveno je fokusiran na razvoj manjih putovanja i na rekreativni ribolov, ronjenje i jedrenje. Krstarenja oko svijeta su relativno neistražen segment krstarenja gdje na itinerar takvih putovanja utječe faktor klime. Pustolovna krstarenja postaju popularna gdje se malim brodovima mogu posjetiti teško dostupne destinacije poput Artika i Antartike.

⁶⁷ Gibson F.: op.cit., str. 414.

⁶⁸ Ibidem, str. 419.

⁶⁹ Ibidem, str. 421.

Brodarske kompanije ulaze u fazu eksperimentiranja gdje će sa svakim pokušajem pokušati nametnuti sebe kao vodeće inovatore. Nekoliko je ključnih trendova koji će početi voditi ovu industriju u budućnosti. Istraživanja CLIA-e pokazuju da je broj sjevernoameričkih putnika u 2011. godini narastao 1% na 10,1 milijuna, a globalnih putnika 3,3% na 13,4 milijuna. Ovaj podatak pokazuje da se smanjuje broj putnika iz glavne regije kruzinga, prvenstveno zbog brzog rasta azijskog tržišta što će uzrokovati konstantno prestrojavanje brodova i kruzing strategija sa kompanijama koje će pomaknuti više svojih brodova prema europskim i azijskim lukama.⁷⁰ Manji brodovi imaju tendenciju da se više fokusiraju na brendiranje vlastitog potpuno novog iskustva, a veći brodovi i dalje će pokušati gurnuti granice onoga što je moguće na moru.

Noviteti poput plutajućih gradova na oceanima zadobili su pozornost zbog svoje atraktivnosti i dijelom zbog brige oko klimatskih promjena. Nekoliko skupina takvih plutajućih i podmorskih gradova budućnosti u ranoj su fazi razvoja. To bi za kruzing stvorilo potpuno nove, atraktivne destinacije.

Slika 19: Plutajući grad zamišljen od strane arhitekta Vincenta Callebauta



Izvor: <http://www.futuristspeaker.com/2011/01/the-future-of-the-cruise-industry/>, 12.08.2014.

⁷⁰ <http://www.futuristspeaker.com/2011/01/the-future-of-the-cruise-industry/>, 12.08.2014.

Kruzing industrija vrlo je unosna i vodeće tvrtke međusobno se natječu gradeći nečuveno velike i raskošne brodove koji svih očaravaju. Tako su se već pojavile slike i ideje ekstremnih dizajna brodova budućnosti. Slika 20. prikazuje jedan takav nacrt kruzera budućnosti.

Slika 20: Dizajn kruzera „plutajućeg hotela“ budućnosti od strane Remistudio kompanije



Izvor: http://i.huffpost.com/gadgets/slideshows/15542/slide_15542_217193_large.jpg, 12.08.2014.

6. ZAKLJUČAK

Kruzing putovanja kakva poznajemo danas, u svijetu su se pojavila relativno kasno u odnosu na druge oblike turizma. Pravi razvoj započinje šezdesetih godina prošlog stoljeća ponajviše kao odgovor na razvoj zračnog prometa kojim se znatno smanjio opseg pomorskog prijevoza. U početku su bila dostupna samo potrošačima visoke platežne moći kojima su se nudila putovanja bez previše sadržaja i zabave, a danas takva putovanja predstavljaju atraktivan način odmora dostupan širokom tržištu potrošača.

Kruzing je dio nautičkog turizma i predstavlja pomorsko-prijevoznu uslugu sa uključenim turističkim motivima. To je plovidba od mjesta do mjesta na koje putnici odlaze radi zabave i doživljaja putovanja i mjesta na drugačiji i dinamičniji način. Prema dužini putovanja dijele se na duga i kratka, a prema području plovidbe na unutrašnja, obalna, otočna i oceanska. Nude se također tematska i pustolovna krstarenja. Kada govorimo o kruzingu, potrebno je razlikovati njegovu osnovnu podjelu na luke za prihvat kruzera i kruzere. Luke za prihvat mogu biti specijalizirane i nespecijalizirane. Na putovanjima plovi se na kruzer brodovima koji predstavljaju „ploveći hotel“. Kruzing industrijom dominiraju tri velike korporacije: *Carnival Corporation*, *Royal Caribbean Cruises* i *Star Cruises Group*. Brodari se udružuju u različite grupacije, poput američke CLIA-e ili europske ECC-e.

Na strukturu kruzingu putovanja utječu faktori kao geografski činitelji položaja regije, sezonalnost, prirodne predispozicije i turistička ponuda destinacije, infrastruktura i opremljenost odredišnih luka i dr. Prema polaznoj i iskrcajnoj luci kruzingu putovanja mogu biti jednosmjerna i kružna. Glavna geografska područja odvijanja kruzingu putovanja su Sjeverna Amerika, Europa i ostatak svijeta. Vodeća destinacija u svijetu za kruzingu putovanja su Karibi, a slijedi ih putovanja obalom Sjeverne Amerike i Europe, pogotovo Mediterana. Ostatak svijeta čine zemlje Dalekog istoka, Južnog Pacifika, Afrika, Južna Amerika i Antartika koje su potencijalne regije za značajniji razvoj kruzingu.

U svijetu se pojavio trend povećanja malih obalnih krstarenja. Mala obalna krstarenja odvijaju se na ograničenom području gdje se posjećuju bliže destinacije i njihove lokalne znamenitosti unutar granica jedne zemlje. Trajanje putovanja ovisi o broju destinacija koje se posjećuju te u pravilu putovanje traje kratko jer destinacije nisu jako udaljene. Nude se

putovanja koja traju dva, tri dana ili sedam pa čak i više dana za istu destinaciju. Manji brodovi imaju prednost nad većima jer oni mogu posjetiti udaljene destinacije, atraktivne luke i neotkrivena područja koja veliki brodovi ne mogu. U Hrvatskoj se razvio poseban oblik takvog krstarenja, gdje se plovi na drvenim jedrenjacima nazvanim *Old Timeri*.

Kroz godine promijenila se struktura putnika što je utjecalo na potražnju drugačijih tipova kruzing putovanja i njihovog trajanja. Putnici su sve mlađi, većina je visoko obrazovana i oženjena i najviše su zainteresirani za putovanja u trajanju od sedam dana.

Operativne značajke povezane sa kruzingom, odnose se na operacije kruzing kompanija na brodu i na kopnu te operacije u luci. Posada broda dijeli se na posadu za plovidbu (kapetan, zapovjednik posade - služba palube, služba inženjeringa, radio služba) i posadu hotela (služba hotela – direktor, šef kuhinje, šef sale, šef barova, glavni domaćin/ca, glavni blagajnik i drugo osoblje). Hijerarhija zaposlenih na kopnu ista je kao kod drugih korporacija (CIO ili predsjednik, izvršni predsjednici i potpredsjednici koji upravljaju sektorima i odjelima).

U lukama za prihvat kruzera potrebno je ulagati u razvoj i opremu terminala kako bi se bilo u korak sa razvojem brodova. Veliki brodovi u neodgovarajućim lukama moraju pristajati nekoliko milja daleko, što otežava dolazak turista u centar grada.

Buduće prognoze za kruzing industriju su vrlo dobre. Predviđa se daljnji rast broja putnika, razvoj novih destinacija i tipova niša gdje veliki potencijal imaju obiteljska kruzing putovanja. Mala obalna krstarenja će i dalje bilježiti rast. Veličina brodova će i dalje rasti te postoje dizajni ekstremnih nacrti kruzera budućnosti i novih plutajućih destinacija /gradova.

LITERATURA

Knjige:

- 1) Dowling Kingston R.: *Cruise ship tourism*, CABI, Australia, 2006.
- 2) Gibson F.: *Cruise Operations Management*, Elsevier, Oxford, 2006.
- 3) Mancini M.: *The CLIA Guide to the Cruise Industry*, Delmar USA, 2010.
- 4) Papathanassis A.: *Cruise Sector Growth*, Gabler GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009.

Članci:

- 1) Đurković V.: *Razvoj Dubrovnika kao luke ticanja u kruzingu-turizmu i projekt razvoja luke Dubrovnik*, Naše more, god. 52., br. 1.-2., 2007., str. 32.-41.
- 2) Gui L.: *Širenje i jačanje sustava kružnih putovanja po čitavom svijetu*, Pomorstvo, god. 24., br. 2., 2010., str. 261.-268.
- 3) Jugović A., Kesić B., Jakomin I.: *Organizacija i razvoj pomorsko putničkih luka*, Informatologia god. 40., br. 2., 2007., str. 146.-152.
- 4) Kos S., Šabalja Đ., Bonato J.: *Analitička struktura disperzije kružnih putovanja po pojedinim plovnim područjima svijeta*, Pomorstvo, god. 27., br. 1., 2013., str. 87.-104.
- 5) Luković T.: *Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje*, Ekonomski pregled, god. 58., br. 11., 2007., str. 689.-708.
- 6) Luković T.: *Analiza razvoja svjetskoga i hrvatskog cruisinga*, Naše more, god. 55., br. 5.-6., 2008., str. 233.-248.
- 7) Peručić D.: *Doprinosi marketinga razvoju pomorskih krstarenja u drugoj polovici 20. stoljeća*, Ekonomska misao i praksa, god. 15., br. 2., Zagreb, 2006., 151.-172.
- 8) Vojvodić K.: *Tržišne niše u krstarenjima morem*, Naše more, god. 52., br. 3.-4., 2005., str. 156.-162.

Ostale publikacije:

- 1) *CLIA Cruise market profile study*, TNS, 2011.
- 2) *CLIA Passenger Carrying Reports Q4*, 2012.
- 3) Luković, T., Gržetić Z.: *Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Hrvatski hidrografski institut, Split, 2007.
- 4) Peručić, D.: *Marketing pomorskih krstarenja i turizam na Mediteranu*, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Osijek, 2008.
- 5) Puljić A.: *Turističke agencije i selektivni oblici turizma*, diplomski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2013.
- 6) Rakuljić A.: *Kabotažna plovila za višednevna krstarenja kao segment nautičko-turističke ponude RH*, diplomski rad, Ekonomski fakultet, Split, 2013.
- 7) Spasić V.: *Američko tržište krizing putovanja na usporednim primjerima Royal Caribbean International i Disney Cruise Line*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2012.
- 8) Vaggelas G. K., Lagoudis I. N.: *Analysing the Supply Chain Strategy of the Cruise Industry: The case of a small Cruise Company*, Paper presented at International Association of Maritime Economists Conference, Lisboa, Portugal, 2010.

Internet izvori:

<http://www.pomorskodobro.com>, (01.07.2014.)

<http://bib.irb.hr/>, (22.07.2014.)

<http://www.elitetravel.hr>, (05.08.2014.)

<http://www.cruiselinesjobs.com>, (10.08.2014.)

<http://www.cruisejobfinder.com>, (11.08.2014.)

<http://dodig.info>, (11.08.2014.)

<http://e-lib.efst.hr>, (11.08.2014.)

<http://www.futuristspeaker.com>, (13.08.2014.)

POPIS TABLICA

Tablica 1: Usporedba krstarenja uz obalu i na kružnim i preookeanskim putovanjima.....	9
Tablica 2: Kruzing kompanije koje djeluju na području Sjeverne Amerike	20
Tablica 3: Interna struktura sjeverno američkog tržišta sa ponudom tijekom cijele godine i tržišta sa sezonalnim karakterom (u % ležaj/dan)	22
Tablica 4: Interna struktura europskog kruzing tržišta u 2004. godini (u % ležaj/dan)	31
Tablica 5: Interna struktura kruzing tržišta u regiji ostatak svijeta u 2004. godini (u % ležaj/dan)	38
Tablica 6: Sociodemografska obilježja putnika na sjevernoameričkom tržištu 2002.-2011. godine	49
Tablica 7: Broj putnika prema duljini trajanja kruzing putovanja.....	50

POPIS SHEMA

Shema 1: Model kruzinga u Hrvatskoj	11
Shema 2: Primjer organizacijske strukture posade na kruzeru.....	55
Shema 3: Struktura službe hotela na kruzeru	57
Shema 4: Organizacijska struktura kruzing kompanije.....	59

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Mjesečni prikaz strukturne ponude kruzinga na osnovnim svjetskim tržištima u 2004. godini	16
Grafikon 2: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Aljaske	25
Grafikon 3: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Zapadne obale SAD-a i Meksika.....	27
Grafikon 4: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje istočne obale SAD-a i Kanade.....	29

Grafikon 5: Prikaz broja ostvarenih putovanja po mjesecima kroz godinu za plovidbeno područje Mediterana	32
--	----

POPIS SLIKA

Slika 1: brod Sunward	6
Slika 2: Razvoj kruzera od 1970.-2009. godine	12
Slika 3: Glavna područja za kruziranje putovanja u svijetu	19
Slika 4: Primjer rute kruziranja putovanja Karibima	23
Slika 5: Primjer itinerara putovanja Aljaskom	26
Slika 6: Primjer itinerara putovanja Meksičkom rivijerom i zapadnom obalom SAD-a. ...	28
Slika 7: Primjer itinerara putovanja zapadnom obalom SAD-a i Kanade.....	30
Slika 8: Primjeri itinerara putovanja zapadnim i istočnim Mediteranom.....	34
Slika 9.: Primjer itinerara putovanja Baltikom.....	36
Slika 10: Norwegian Coastal Voyage – ruta kruziranja putovanja	37
Slika 11: Najvažnije kruziranje destinacije na tržištu jugoistočne Azije i Dalekog istoka	39
Slika 12: Primjer itinerara putovanja Australijom.....	39
Slika 13: Primjer itinerara putovanja Južnom Amerikom.....	40
Slika 14: Primjer rute kruziranja putovanja Južnom Afrikom	41
Slika 15: Primjer rute kruziranja putovanja Antartikom	41
Slika 16: Brodovi za mala obalna krstarenja Hrvatskom	44
Slika 17: Primjer rute jednosmjernog putovanja jadranskom obalom	45
Slika 18: Tender – brodica za prijevoz putnika.....	63
Slika 19: Plutajući grad zamišljen od strane arhitekta Vincenta Callebauta	66
Slika 20: Dizajn kruzera „ plutajućeg hotela“ budućnosti od strane Remistudio kompanije	67