

# THEORETICAL MODEL OF DESTINATION DEVELOPMENT FOR CRUISING TOURISM IN THE ADRIATIC REGION

---

**Jugović, Alen**

*Source / Izvornik:* **Ekonomska misao i praksa, 2020, 29, 205 - 226**

**Journal article, Published version**

**Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:187:330407>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-17**



**Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet**  
University of Rijeka, Faculty of Maritime Studies

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Maritime Studies - FMSRI Repository](#)



**Alen Jugović, PhD**

Full Professor  
University of Rijeka  
Faculty of Maritime Studies  
E-mail: [ajugovic@pfri.hr](mailto:ajugovic@pfri.hr)

## **THEORETICAL MODEL OF DESTINATION DEVELOPMENT FOR CRUISING TOURISM IN THE ADRIATIC REGION**

UDC / UDK: 338.48:656.61

JEL classification / JEL klasifikacija: Z31, Z32

Review / Pregledni rad

Received / Primljeno: February 25, 2020 / 25. veljače 2020.

Accepted for publishing / Prihvaćeno za tisak: June 8, 2020 / 8. lipnja 2020.

### ***Abstract***

*The development of tourist destinations in the context of cruise lines requires an understanding of the various interests and influences that shape the cruise market. In order to achieve a common strategy for all participants involved in the management of tourist destinations of a particular region, a unique model of destination management is proposed with sustainable development goals at local, regional and national level. This would enable the development of tourist destinations through joint planning and organization of the tourist offer and quality control of all segments of the service provided. This scientific paper analyzes the introduction of destination management as a unique system to promote the development and management of cruise lines in the Adriatic region.*

***Keywords: destination management, cruising tourism, strategy, Adriatic region, regional development***

### **1. UVOD**

Kružna putovanja su pokretačka snaga gospodarskog i društvenog razvoja svake destinacije koja je uključena u itinerar ukoliko se njome upravlja u skladu sa smjernicama održivog razvoja. Turistički proizvod destinacije sastoji se od niza elemenata koji su posljedica djelovanja brojnih subjekata, a koje čine predstavnici javne vlasti i privatnog sektora (Buhalis and Spada, 2000). Problemi koji su prisutni u svim jadranskim destinacijama tiču se nekvalitetne suradnje između privatnog i javnog sektora, odnosno nedostatka prikladne organizacijske strukture koja bi omogućila integralno upravljanje destinacijom, kao i njezinim turističkim proizvodom. Osim toga

ne postoji ni zadovoljavajuća suradnja na razini više luka koje po teritorijalnom i funkcionalnom kriteriju pripadaju istom tržištu.

Potreba za jedinstvenom organizacijom javlja se u obliku (*World Tourism Organization*, 2007):

- 1) organizacija i koordinacija svih subjekata koji sudjeluju u ponudi na razini pojedinih luka radi formiranja kvalitetnijeg proizvoda te
- 2) organizacija i koordinacija na razini luka koje po teritorijalnom i funkcionalnom kriteriju pripadaju istom tržištu radi definiranja zajedničke strategije nastupa na tržištu, ali i prikupljanja informacija u funkciji unapređenja turističkog proizvoda.

Turistički proizvod koji se nudi brodovima i turistima na kružnim putovanjima sastoji se od niza usluga te uključuje brojne privredne i neprivredne subjekte (brodska agentura, turistička agentura, lučke djelatnosti, opskrba brodova, itd.). Suradnja na ovoj razini podrazumijeva:

- 1) bolji protok informacija te razmjenu znanja i iskustva;
- 2) koordinirano formiranje cijena pojedinih usluga;
- 3) zajednički marketinški nastup.

Dok suradnja na razini više luka znači:

- 1) zajedničku marketinšku strategiju i marketinški nastup;
- 2) zajedničku opću strategiju formiranja cijena i pružanja usluga;
- 3) veću kompetentnost u lobiranju za zajedničke interese;
- 4) bolji protok informacija te
- 5) razmjenu znanja i iskustava.

Trenutno ne postoji „organizacija“ jadranskih kružnih putovanja, no s obzirom na svjetske trendove te zagušenost nekih jadranskih luka kao što su to Dubrovnik i Venecija, otvara se mogućnost i potreba za uspostavljanjem „organizacije“ takve vrste. Na taj način stvorili bi se preduvjeti za implementaciju fleksibilnijih turističkih paketa koji bi uz dosadašnje i uz dobro poznate destinacije poput Venecije i Dubrovnika uključivali i posjete ostalim manjim poznatim mjestima. Na taj način bi se proširila ponuda i poticao gospodarski razvitak tih novih mjesta. Na kružnim putovanjima na Jadranu trenutno se pojavljuje veliki problem vršnih opterećenja u istim danima tijekom tjedna jer putovanja najčešće započinju u dane vikenda, a prema uhdanom itinereru destinacije posjećuju istog radnog dana. Prijedlogom „novog“ načina vođenja kružnih putovanja na Jadranu u ovom znanstvenom radu autori ukazuju na načine koji bi pridonijeli većoj iskoristivosti kapaciteta postojećih destinacija u ostalim danima tjedna, a s uključivanjem novih odredišta rasteretili problematične dane zagušenja najposjećenijih luka.

U skladu s navedenim, predmet istraživanja ovog znanstvenog članka je: istražiti temeljne značajke o destinacijskom menadžmentu kao jedinstvenom sustavu kojim bi se unaprijedio razvoj i vođenje kružnih putovanja u jadranskoj regiji. U skladu s problematikom i predmetom istraživanja postavljena je radna hipoteza: znanstvenim spoznajama o kružnim putovanjima općenito, posebno o destinacijskom menadžmentu u turizmu, moguće je definirati teorijski model uvođenja destinacijskog menadžmenta u svrhu održivog razvoja kružnih putovanja. Tako postavljena temeljna znanstvena hipoteza implicira više pomoćnih hipoteza: a) kruzning destinacija predstavlja fizički prostor na kojem turisti provode vrijeme od najmanje nekoliko sati s ciljem zadovoljavanja svojih potreba za odmorom i razbibrigom, b) destinacijski menadžment kao model upravljanja kruzning destinacijama zahtijeva suradnju svih tvrtki, ustanova i organizacija koji su uključeni u lanac pružanja usluga brodu i putnicima na kružnim putovanjima i c) za uvođenje destinacijskog menadžmenta treba osigurati uvijete te potaknuti razvoj regionalnog gospodarstva, transporta, turizma i turističkih destinacija.

U daljnjem tekstu prikazan je pregled dosadašnjih istraživanja na temu destinacijskog menadžmenta u turizmu s posebnim osvrtom na kružna putovanja i kruzning destinacije. Istražen je teorijski model uvođenja destinacijskog menadžmenta kroz definiranje osnovnog cilja, analizu primijenjene metodologije te implementaciju predloženog modela s konačnom svrhom postizanja održivog razvoja kružnih putovanja na Jadranu. U zadnjem dijelu rada navedeni su predviđeni rezultati uvođenja destinacijskog menadžmenta te prezentiran zaključak provedenog istraživanja sa smjernicama za daljnji razvoj kružnih putovanja na Jadranu.

## 2. PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA

U stalno rastućoj industriji pomorskih krstarenja turističke destinacije i njihove luke su pred velikim izazovima, budući da se kontinuirano moraju prilagođavati prihvatu i opsluživanju sve većih brodova koji dolaze s tisuće putnika raznih struktura i zahtjeva. Nemogućnost ili nesposobnost uzvraćanja tržišnim izazovima znači za turističke destinacije izostanak s financijski snažnih kruzning tržišta i ostvarivanje manjih prihoda (Ban, 1999). Zbog toga luke moraju konstantno ulagati u nove objekte i kvalitetniju uslugu ukoliko žele zadržati status privlačne turističke destinacije (Ban & Vojvodić, 2004). Sličnog stajališta je i grupa autora (Jugović, Mudronja i Krista, 2020.) koji u radu s naslovom „*Port of Rijeka as cruise destination*” ističu potrebu konstantnog udovoljavanja zahtjevima putnika i brodova na kružnim putovanjima. Iz spomenutoga proizlazi da međunarodno kruzning poslovanje može postati pokretačka snaga gospodarskog i društvenog razvoja svake turističke destinacije, ukoliko gospodarski subjekti i lokalna zajednica pravodobno prilagode ukupnu ponudu visokovrijednoj potražnji kruzning turizma (Brešković & Novaković, 2002).

Glavni pokretači kružnih putovanja su kruzinge kompanije koje prodaju svoje itinerere, a ne odredišta, što podrazumijeva otvorenu mogućnost u odabiru turističkih destinacija (Rodrigue & Notteboom, 2013). Osim toga zagušenost pojedinih turističkih destinacija izravno utječe na uključivanje većeg broja novih destinacija i ponudu novih itinerera (Santos et al., 2019). Također privlačnost i atraktivnost turističke destinacije pozitivno utječe na privlačenje kruzinge turista, dok vrlo važnu ulogu ima i ukupno zadovoljstvo posjetitelja te ispunjavanje njihovih zahtjeva u pogledu turističkih sklonosti (Gračan and Stipanović, 2006). Razvoj novih koncepta krstarenja koje nude odmor i opuštanje uz razne aktivnosti i zabavu na brodu predstavlja prioritet u prilagođavanju kruzinge kompanija zahtjevima korisnika kružnih putovanja (Gračan, 2016).

Osnovni razlog zbog kojeg se neke destinacije posjećuju u većoj mjeri od drugih je prepoznatljiv imidž i „brand“ lokacije (Manhasa et al., 2016). Zbog toga je destinacijski menadžment vrlo važan u kreiranju turističkog proizvoda jer izravno utječe na percepciju turista o pojedinoj turističkoj destinaciji. Značajke turističkog proizvoda poput kvalitete usluge, oglašavanja te političke situacije na lokaciji mogu snažno pridonijeti boljem razumijevanju ponašanja turista u odabiru turističke destinacije (Seddighi & Theocharous, 2002). Ujedno destinacijski menadžment može biti i važan čimbenik u promociji i razvijanju lokalnog turizma koji je utemeljen na naslijeđenoj kulturnoj baštini. Isto je temeljeno na činjenici da su kulturne znamenitosti locirane na periferiji turističkih destinacija gdje ne postoje adekvatni transportni i infrastrukturni objekti (Košćak et al., 2017).

Studije upravljanja destinacijama naglašavaju uključivanje većeg broja različitih subjekata i funkcija te potrebu da se oni integriraju i koordiniraju, ali pri čemu se malo pažnje posvećuje pitanjima njihove funkcionalne međuovisnosti. Način na koji se oni međusobno nadopunjuju i podržavaju predstavlja izazov za održivo upravljanje turističkim odredištima (Pearce, 2016). Struktura i vrsta destinacijskog menadžmenta varira ovisno o pojedinoj turističkoj destinaciji, ali njihova primjena je neupitna ukoliko se želi zadržati dugoročna održivost odredišta (Neha and Varghese, 2014). Turističke destinacije definirane su kao skup institucija i subjekata koji su smješteni u fizičkom ili virtualnom prostoru u kojem se odvijaju različite vrste transakcija i aktivnosti. One se mogu promatrati s ekonomskog, geografskog, marketinškog, kulturološkog i potrošačkog aspekta (Saraniemi and Kylänen, 2010). Međutim, problematika troškova i koristi koju stvaraju kružna putovanja u odnosu prema turističkoj destinaciji te njihova generalna raspodjela između institucija i poslovnih subjekata moraju zauzeti važno mjesto u analiziranju ove industrije. Okvir za procjenu ekonomskih utjecaja, osim na međunarodnoj razini, potrebno je provesti na nacionalnoj razini, kao i na geografskim pod regijama (Dwyer, 1998).

Sagledavanje kompleksnosti destinacijskog menadžmenta te njegovih podsustava omogućuje primjenu različitih modela upravljanja s obzirom na zahtjeve i potrebe pojedine turističke destinacije (Rudančić, 2018). Svaka turistička destinacija ima svoje konkurentne prednosti i nedostatke, pa strategija pozicioniranja na tržištu kružnih putovanja ima iznimnu važnost. Stoga sposobnost prilagođavanja u određivanju

strateških prioriteta u investiranju i marketingu izravno utječe i na privlačenje krizing turista (Karlis & Polemis, 2018).

Dostupnost novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija i organizacijskih modela može pozitivno utjecati na povezivanje turista i olakšati njihovu komunikaciju s pružateljima usluga te prikupiti stečena iskustva s putovanja (Ammirato et al., 2014). Potreba za stalnim tehnološkim poboljšanjima i inovacijama u upravljanju turističkim destinacijama je stalno prisutna (Sammy et al., 2017). Potencijal informacijskih i komunikacijskih tehnologija pruža neograničene mogućnosti koje se mogu iskoristiti u razvoju i istraživanju krstarenja, poput predloženog programa e-krstarenja (Papathanassis, 2017). Osim toga, najveći izazov turističkim destinacijama je kako privući krizing kompanije/turiste, a jedan od najraširenijih modela su atraktivne web stranice i internetski alati gdje posjetitelji mogu promatrati, čitati i učiti o turističkim destinacijama (Delgado, 2017).

Uvažavajući cjelokupno promatranu i analiziranu literaturu na temu destinacijskog menadžmenta i kružnih putovanja, u daljnjem tekstu bit će prikazan teorijski model uvođenja destinacijskog menadžmenta s ciljem održivog razvoja kružnih putovanja na Jadranu.

### **3. TEORIJSKI MODEL UVOĐENJA DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA U SVRHU ODRŽIVOG RAZVOJA KRUŽNIH PUTOVANJA NA JADRANU**

Turistička destinacija predstavlja fizički prostor na kojem turisti provode vrijeme od najmanje nekoliko sati s ciljem zadovoljavanja svojih potreba za odmorom i razbibrigom. Uključuje različite turističke proizvode i usluge koje privlače posjetitelje i okupiraju njihovo vrijeme i pažnju (Saraniemi & Kylänen, 2010). Destinacijski menadžment kao model upravljanja turističkim destinacijama zahtijeva suradnju tvrtki i organizacija koji rade na ostvarivanju zajedničkog cilja, a to je postizanje održivog razvoja turističkih destinacija (World Tourism Organization, 2007). S tim ciljem se u daljnjem tekstu navode osnovne smjernice uvođenja teorijskog modela destinacijskog menadžmenta koji ima za svrhu održivi razvoj turističkih destinacija kao odredišta kružnih putovanja na Jadranu.

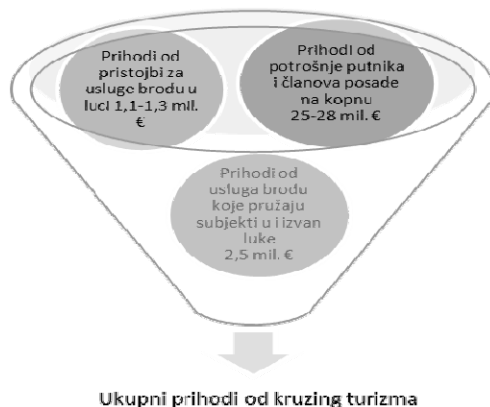
#### **3.1. Cilj uvođenja destinacijskog menadžmenta**

Opći cilj uvođenja destinacijskog menadžmenta trebao bi biti osigurati uvjete te potaknuti razvoj regionalnog gospodarstva, transporta, turizma i turističkih destinacija kroz modeliranje i implementaciju jedinstvenog sustava razvoja i vođenja kružnih putovanja u Jadranskoj regiji.

Uz navedene opće ciljeve uvođenja destinacijskog menadžmenta u kružna putovanja na Jadranu postoje uvijek i pojedinačni ciljevi koje čine (Magaš et al., 2018):

- 1) organizacija koordinacijskog tijela na lokalnoj razini čija je temeljna zadaća:
  - upravljanje lokalnim turističkim destinacijama,
  - provođenje jedinstvene politike održivog razvoja uspostavom rada koordinacijskog tijela,
  - istraživanje i razvoj te stvaranje teorijsko-iskustvene pozadine za pristup rješavanju problema turističkih destinacija (prometna gužva, sezonalnost, i sl.),
  - uspostavljanje edukacijskog poslovnog centra usmjerenog na koordiniranu suradnju svih sudionika tržišta kružnih putovanja,
  - formalni ustroj i organizacija rada,
  - organizacija konferencija, radnih tematskih sastanaka i edukacijskih programa te
  - razmjena informacija i iskustava;
- 2) uvođenje kružnih putovanja koja će rasteretiti postojeće destinacije i afirmirati nove;
- 3) uvođenje informatičkog sustava za planiranje i organizaciju kružnih putovanja kojim se olakšava i optimizira „booking“.

Razlozi uvođenja destinacijskog menadžmenta radi kontroliranog upravljanja dolaskom brodova i putnika na kružnim putovanjima su brojni (smanjenje prometne zagušenosti, ekološka devastacija prostora, zakrčenost luka i dr.), ali najznačajniji je ipak onaj gospodarski. Stoga je na crtežu 1 prikazan gospodarski utjecaj brodova i putnika na kružnim putovanjima u destinacijama u Republici Hrvatskoj.



Crtež 1. Gospodarski utjecaj kruzning turizma na destinaciju

Izradio: Autor

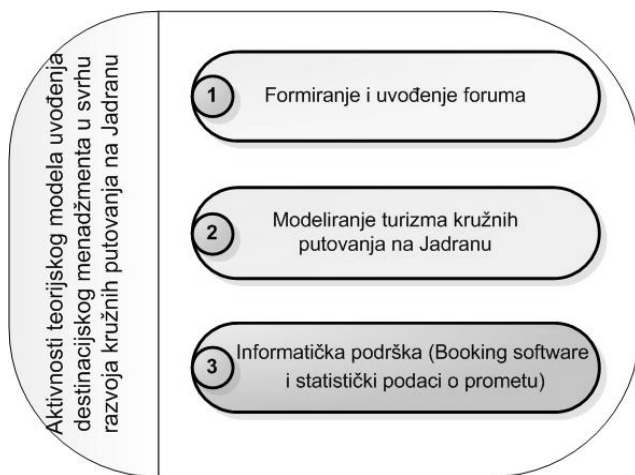
Iako crtež 1 daje samo generalni prikaz gospodarskog utjecaja, točnije prihoda, koji se ostvaruje od kružnih putovanja u Republici Hrvatskoj (Horak et. Al., 2007), vidljivo je da su navedeni prihodi u pojedinim destinacijama, kao što je to Dubrovnik, već tada premašivali iznose od 21 do 23 milijuna eura, Split oko 3 do 3,5 milijuna eura te Korčula i Zadar oko milijun eura. Potrebno je napomenuti da bi navedeni prihodi mogli biti i znatno veći jer isti putnici koji posjete naše destinacije troše u drugim svjetskim destinacijama između 55 € (u lukama ticanja) i 110 € (u lukama polazišta), dok u Hrvatskoj potrošnja se po putniku kreće oko 39 € (u lukama ticanja), a polazne luke trenutno i nemamo. Sve spomenuto govori o važnosti implementacije jedinstvenog sustava upravljanja kružnim putovanjima na Jadranu.

### 3.2. Metodologija uvođenja

Uvođenje teorijskog modela destinacijskog menadžmenta u kružna putovanja na Jadranu zahtijeva realizaciju nekoliko različitih, ali međusobno povezanih aktivnosti, koje su operativno podijeljene u tri područja, i to:

- 1) formiranje i uvođenje foruma (Destination Cruise Management - DCM),
- 2) modeliranje i uvođenja jadranskih kružnih putovanja te
- 3) uvođenje jedinstvenog informatičkog sustava.

Ostvarivanje gore navedenih aktivnosti potrebno je planirati putem provođenja nekoliko nužnih koraka implementacije (Shema 1).



Shema 1. Aktivnosti uvođenja teorijskog modela destinacijskog menadžmenta u svrhu razvoja kružnih putovanja na Jadranu

Izradio: Autor



Početne aktivnosti u svrhu formiranja i uvođenja foruma su: a) definiranje suradnje, b) formiranje nacionalnog i regionalnog strateškog foruma te c) formiranje operativnih foruma po turističkim destinacijama. Za realizaciju sljedećeg koraka potrebne su aktivnosti provođenja istraživanja postojećeg stanja, modeliranje alternativnih itinerara kružnih putovanja po Jadranu te njihova tržišna promocija. Posljednja aktivnost koja se odnosi na stvaranje i uvođenje zajedničkog informatičkog sustava uključuje uspostavljanje jedinstvene aplikacije „bookiranja“ i primjenu zajedničkog programa za statističku obradu podataka. U provođenju spomenutih koraka potrebno je kombinirati nekoliko različitih metodologija, od kojih su najznačajnije:

- 1) istraživačke metode za identifikaciju postojećeg stanja i dobre svjetske prakse, prikupljanje podataka, analiza i filtriranje prikupljenih podataka, standardiziranje, itd.;
- 2) razvoj koncepata za definiranje standarda, tehničkog dijela informatičkog sustava, itd.;
- 3) formiranje stručnih mreža i povjerenstava za povezivanje stručnjaka i institucija;
- 4) informatičko programiranje za razvoj baza podataka, web sučelja i testova s korisnicima;
- 5) koncipiranje strategije za kratkoročno, srednjoročno i dugoročno planiranje;
- 6) edukacija kroz treninge i radionice;
- 7) definiranje strategija u dijelu koncipiranja administrativne, financijske i tržišne politike razvoja;
- 8) promocija kroz izravne i neizravne metode (konferencije, članci, TV, Internet itd.).

Iako bi se moglo zaključiti da s obzirom na značaj kružnih putovanja za destinaciju i regiju u Republici Hrvatskoj postoje već tijela koja upravljaju tim destinacijama barem na lokalnoj razini, u tablici 1 prikazana je analiza postojanja takvih „tijela“ po pojedinoj značajnijoj kruzning destinaciji u RH.

Tablica 1.

Prikaz organizacije tijela koja upravljaju najznačajnijim destinacijama za kružna putovanja u RH

Destinacija/luka	Ticanja		Organizacija kružnih putovanja i dodatnih usluga putnicima	Jedinstveno tijelo koje Upravlja destinacijom
	Broj	%		
Dubrovnik	514	41	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Split	251	20	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Zadar	120	9	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Korčula	108	9	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Hvar	99	8	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Šibenik	74	6	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Rovinj	58	5	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
Rijeka	22	2	Tri paritetni ugovor između LU Rijeka, TZ grada Rijeke i TZ PGŽ	-
Pula	20	2	Lučka uprava i Turistička zajednica	-
UKUPNO	1.266	100,0		

*Izradio: Autor*

Prema podacima iz tablice 1 vidljivo je da postojanje jedinstvenog „tijela“ koje upravlja kruzing destinacijom nema nijedna naša destinacija. Sve se većinom oslanjaju na rad i promociju lokalnih i županijskih turističkih zajednica s potporom lučke uprave (koja pak ingerenciju ima samo na lučkom području). Ono što je značajno je da su i same turističke zajednice aktivne samo na lokalnoj razini te da ne postoji njihova međusobna suradnja ni po jednom čimbeniku, od dijeljenja informacija, iskustva ili pak zajedničke promotivne organizacije. Navedeno samo potvrđuje nužnost i potrebu za uvođenjem „tijela“ koje bi osiguralo njihovu povezanost te maksimiziralo koristi od brodova i putnika na kružnim putovanjima.

### 3.3. Prekogranični utjecaj

Predloženi teorijski model destinacijskog menadžmenta predviđa postizanje pozitivnog učinka u dvije razine. Prvu razinu čini pokretanje novog turističkog proizvoda na Jadranu u obliku jadranskih kružnih putovanja, a drugu razinu određuje razvoj *Destination Cruise Managementa* (DCM) koji uključuje stvaranje, pokretanje i uhodavanje jedinstvene mreže stručnjaka i institucija koja bi u budućnosti trebala omogućiti održivi razvoj jadranskog turističkog sustava kružnih putovanja u cjelini. Obje razine zahtijevaju prekograničnu suradnju niza institucija i osoba, a trenutno niti jedna od tih razina ne postoji. Pogotovo je to

naglašeno u razvoju DCM-a gdje je potrebno razviti tri potpuno nove i funkcionalno operativne mreže (strateški regionalni forum, strateški nacionalni forum i operativni forum). To su mreže koje bi trebale na Jadranu povezati nekoliko područja, kao što su turizam, ekologija, održivi razvoj, gospodarski sektor (udruženja ugostitelja, muzeja, turističkih destinacija, itd.), i dr. Prekogranični doprinos tih novih mreža je višestruk, od međusobnog povezivanja do zajedničkog rješavanja strateških i drugih pitanja u području turizma, zaštite okoliša, transporta i održivog razvoja.

### **3.4. Implementacija teorijskog modela**

Implementacija teorijskog modela uvođenja destinacijskog menadžmenta u svrhu razvoja kružnih putovanja na Jadranu uključuje tri međusobno povezane cjeline:

- 1) formiranje i uvođenje foruma,
- 2) modeliranje i uvođenje jadranskih kružnih putovanja te
- 3) uvođenje jedinstvenog informatičkog sustava.

#### **3.4.1. Formiranje i uvođenje foruma**

Proizvod turističke destinacije sastoji se od niza elemenata koji su posljedica djelovanja brojnih subjekata, od predstavnika javne vlasti do privatnog sektora. Problemi koji su u većoj ili manjoj mjeri prisutni u svim jadranskim destinacijama tiču se nekvalitetne suradnje između privatnog i javnog sektora, odnosno nedostatka odgovarajuće organizacijske strukture koja bi omogućila integralno upravljanje turističkom destinacijom, kao i njezinim proizvodom.

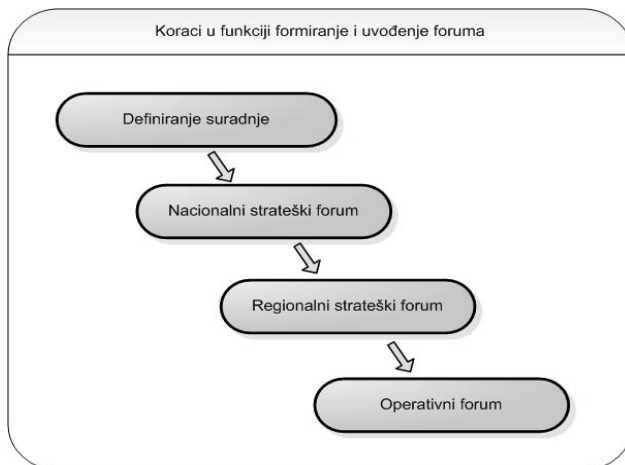
Potreba za jedinstvenom organizacijom javlja se u dva osnovna oblika:

- 1) organizacija i koordinacija svih subjekata koji sudjeluju u ponudi na razini pojedinih luka radi formiranja kvalitetnijeg turističkog proizvoda te
- 2) organizacija i koordinacija na razini luka koje po teritorijalnom i funkcionalnom kriteriju pripadaju istom tržištu radi definiranja zajedničke strategije nastupa na tržištu.

S ciljem unapređenja suradnje svih sudionika na ovim dvjema međusobno povezanim razinama teorijski model destinacijskog menadžmenta planira uključiti:

- 1) bolji protok informacija te razmjenu stečenih znanja i iskustava,
- 2) koordinirano formiranje opće strategije cijena pojedinih usluga,
- 3) zajednički marketinški nastup te
- 4) veću kompetentnost u lobiranju za zajedničke interese.

Kako bi se uspješno provela ova aktivnost koja ima za svrhu formiranje i uvođenje zajedničkog foruma, nužno je provesti korake navedene u shemi 2.



Shema 2. Koraci u funkciji formiranja i uvođenja foruma

*Izradio: Autor*

U skladu sa shemom 2, unutar prvog koraka, odnosno definiranja suradnje, potrebno je odrediti temeljni model funkcioniranja svih razina foruma i organizacije kružnih putovanja s glavnim ciljevima:

- (a) definirati tri razine odlučivanja, suradnje i komunikacije u obliku tri međusobno povezana foruma. Prva razina je Nacionalni strateški forum čiji će članovi biti predstavnici nacionalnih udruženja destinacija i nacionalnih vlasti. Drugi forum predstavlja Regionalni strateški forum kojeg formiraju predstavnici nacionalnih strateških foruma. Treću razinu foruma čine predstavnici udruženja destinacija i oni ujedno predstavljaju i operativnu razinu, odnosno Operativni forum. Njihovi predstavnici su svi subjekti koji, ovisno o destinaciji, sudjeluju u formiranju i provođenju tržišno atraktivnog turističkog proizvoda (Lučke uprave, Turističke zajednice, javni sektor - gradovi, muzeji, galerije, ..., privatni sektor - udruženje ugostitelja, udruženje prijevoznika, suvenirnice, ...);
- (b) izraditi procedure za „bookiranje“, ugovaranje, koordiniranje i provođenje organizacije kružnih putovanja na Jadranu. Procedure služe organizatorima kružnih putovanja i nadležnim institucija po turističkim destinacijama, a nužne su kako bi se jasno postavile i definirale obveze, prava i odgovornosti radi koordiniranog i održivog provođenja kružnih putovanja na Jadranu.

U radu Nacionalnog strateškog foruma sudjeluju predstavnici nacionalnih udruženja turističkih destinacija i vlasti (ministarstva prometa,

turizma, zaštite okoliša, itd.), a temeljni ciljevi foruma su:

- izraditi strateški plan razvoja te prezentirati smjernice razvoja kružnih putovanja na Jadranu,
- odlučivati o formiranju itinerara jadranskih kružnih putovanja,
- nadzirati provođenje jadranskih kružnih putovanja,
- nadzirati i koordinirati rad udruženja turističkih destinacija te
- poticati udruženja turističkih destinacija na stalni napredak u formiranju turističkog proizvoda, organizaciji posjeta destinaciji i lokanog otklanjanja poteškoća.

U radu Regionalnog strateškog foruma bi trebali sudjelovati predstavnici Operativnih destinacijskih foruma i Nacionalnih strateških foruma, a temeljni ciljevi rada ovog foruma bi bili sljedeći:

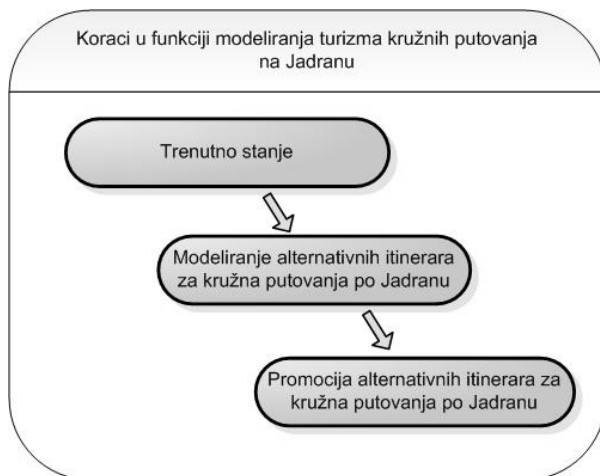
- 1) izraditi strategiju razvoja turizma kružnih putovanja na Jadranu,
- 2) pratiti prometne i ekonomske pokazatelje i razvojne trendove,
- 3) definirati elemente imidža jadranskih destinacija te način za njihovo postizanje i održavanje,
- 4) organizirati zajedničke promotivne aktivnosti,
- 5) definirati osnovne smjernice za uspostavljanje tarifne politike,
- 6) definirati osnovne smjernice za uspostavljanje standarda kvalitete proizvoda destinacije,
- 7) davati upute za izradu nacionalnih strateških planova te razvojnih smjernica i projekata koji se tiču razvoja turizma kružnih putovanja,
- 8) organizirati razmjenu iskustava i znanja u vezi problematike kružnih putovanja na razini destinacija i na nacionalnoj razini te
- 9) koordinirati i nadzirati i poticati rad nacionalnih strateških foruma.

U radu Operativnog foruma sudjeluju predstavnici pojedinih udruženja turističkih destinacija. Osnovni cilj rada Operativnog foruma je:

- 1) provoditi strateški plan razvoja kružnih putovanja na Jadranu,
- 2) sudjelovati u analizi i formiranju itinerara jadranskih kružnih putovanja,
- 3) organizirati osnivanje i rad udruženja destinacija,
- 4) organizirati provođenje i nadzirati provođenje jadranskih kružnih putovanja,
- 5) davati mišljenja i koordinirati rješavanje problema u provođenju jadranskih kružnih putovanja,
- 6) predlagati nadležnim nacionalnim institucijama nužne aktivnosti vezane za kružna putovanja,
- 7) nadzirati koordinirani rad svake od udruženja destinacija te
- 8) pomagati novim udruženjima destinacija u osnivanju i stabilizaciji rada.

### 3.4.2. Modeliranje i uvođenje jadranskih kružnih putovanja

Organizacija jadranskih kružnih putovanja trenutno ne postoji. Međutim, potreba za njezinim organiziranjem je neosporna. Zagušenost poznatih turističkih destinacija na Jadranu, snažna konkurencija ostalih tržišta kružnih putovanja te zahtjevi korisnika za uključivanjem novih atraktivnih turističkih destinacija nedvojbeno pozitivno utječu na uspostavu međusobne suradnje svih sadašnjih i budućih sudionika u odvijanju kružnih putovanja. Kako bi se uspješno provela ova aktivnost, nužno je provesti korake navedene u shemi 3.



Shema 3. Koraci u funkciji modeliranja jadranskih kružnih putovanja

*Izradio: Autor*

Unutar prvog koraka koji uključuje analizu trenutnog stanja potrebno je provesti istraživanja i prikupiti podatke o:

- 1) lučkoj infrastrukturi - kapacitet prihvata brodova (dužina, gaz, infrastruktura za vezivanje, itd.), kapacitet prihvata putnika (dostupnost carinskog i policijskog ureda, propusni kapaciteti rampi za ulazak u lučko područje, kapacitet cestovne infrastrukture, itd.),
- 2) turističkim znamenitostima i kapacitetima pojedinih destinacija,
- 3) problemima s kojima se susreću turističke destinacije kružnih putovanja na Jadranu (sezonalnost, gradske gužve, imidž destinacije, itd.) te
- 4) načinima i prilikama za prevladavanje uočenih problema.

Na temelju prikupljenih podataka iz prethodnog koraka, moguće je modelirati nekoliko itinerara kružnih putovanja. Oni će zavisiti o predviđenom trajanju putovanja (3, 4, 5, 7, 10 ili 14 dana), znamenitostima u destinacijama, infrastrukturnim kapacitetima i spremnosti destinacije za prihvata turista. Svaki od

itinerara trebao bi imati definiran plan putovanja, plan razgledavanja destinacija (središta i okolica - dislocirani izleti), plan dodatnih aktivnosti u destinaciji (biciklizam, pješačke staze, itd.) te definirane obveze i odgovornosti organizatora putovanja i udruženja destinacije. Sve navedene modelirane itinerare trebalo bi analizirati Cost-Benefit analizom te izraziti dodanu vrijednost na gospodarstvo u pojedinim destinacijama. Provedene analize trebale bi pokazati isplativost infrastrukturnih ulaganja te opravdanost angažiranja sredstava i rada u stvaranju jedinstvenog turističkog proizvoda - jadranskih kružnih putovanja. Unutar ovog koraka važno je uključiti organizatore kružnih putovanja i turističke subjekte i to radi analiziranja moćnosti razvoja tematskih kružnih putovanja (npr. putevima Marka Pola, putevima venecijanskih umjetnika, tragom bračkog kamena, itd). Definirane scenarije potrebno je zatim prezentirati Operativnom i Strateškom forumu koji će donijeti odluku o provedivosti i realizaciji pojedinog scenarija.

Prema definiranoj suradnji unutar prve aktivnosti i rezultatima prethodnog koraka (lista itinerara) potrebno je provesti aktivnosti promocije jadranskih kružnih putovanja. Promocija bi se trebala vršiti prema organizatorima kružnih putovanja i turističkim agencijama u regiji i svijetu i to:

- 1) provođenjem promocije na sajmovima i prigodnim manifestacijama,
- 2) distribucijom potencijalnih itinerara prema organizatorima kružnih putovanja,
- 3) provođenjem promocije na nacionalnim info točkama,
- 4) izradom TV spotova i prezentacijom na televizijama, sajmovima i prigodnim manifestacijama,
- 5) promocijom putem interneta te povezivanjem sa specijalističkim web stranicama te
- 6) promocijom putem članaka u posvećenim časopisima, itd.

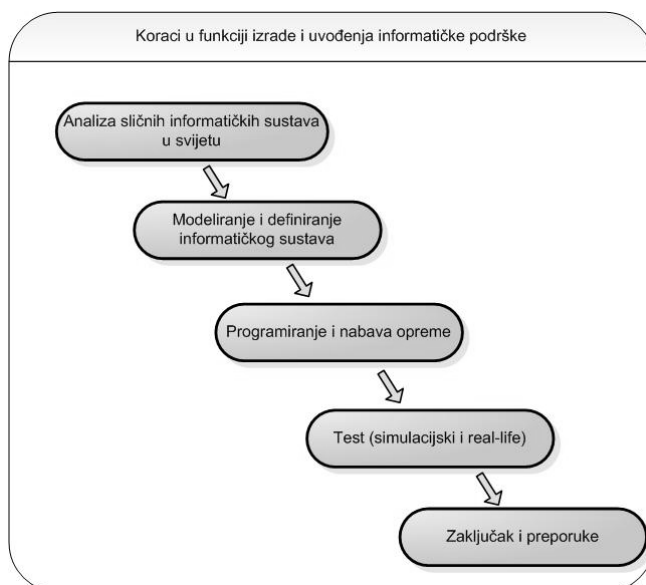
Cilj navedene promocije je privući što veći broj organizatora kružnih putovanja koji bi uz pomoć udruženja turističkih destinacija organizirali kružna putovanja na Jadranu prema dogovorenim itinerarima. Potencijalnim organizatorima kružnih putovanja trebalo bi prezentirati analize isplativosti za svaki itinerar i omogućiti jedinstvenu pomoć u realizaciji, organizaciji i rješavanju potencijalnih problema kroz udruženja pojedinih turističkih destinacija. Na ovaj način maksimalno bi se olakšala organizacija kružnih putovanja kao turističkog proizvoda te minimizirao poslovni rizik.

### **3.4.3. Uvođenje jedinstvenog informatičkog sustava**

Predloženi teorijski model destinacijskog menadžmenta teži razvoju jadranske regije kao jedinstvenog tržišta kružnih putovanja. Iz tog razloga nužno je razviti i softverska rješenja koja će na jedinstven i standardiziran način objediniti procedure za „booking“ i obrađivati zajedničke statističke podatke.

Osnovni cilj ovako organiziranog sustava je pružiti jedinstven uvid u stanje rezervacija po destinacijama na cijelom području jadranske regije, omogućiti odabir alternativnih turističkih destinacija te pojednostaviti procedure rezervacije smještaja. Osim toga, vrlo je važno organizirati jedinstvenu izvještajnu bazu podataka sa svim potrebnim statističkim podacima o prometu putnika i brodova, prvenstveno radi dobivanja kompletnog uvida u sam proces odvijanja kružnih putovanja na Jadranu.

Za implementaciju informatičkog sustava i podrške, potrebno je provesti pod-aktivnosti navedene u shemi 4.



Shema 4. Koraci u funkciji izrade i uvođenja informatičke podrške

Izvor: Autor

Analiza sličnih informatičkih sustava potrebna je kako bi se na temelju dosadašnjih iskustava olakšalo planiranje samog sustava, postigla zadovoljavajuća razina njegove funkcionalnosti, dizajnirao primjeren hardver i softver, pojednostavile procedure pri bookingu te izbjegli nepotrebni koraci u početnom razvoju i pokretanju softvera, a izgledi za neuspjeh smanjili na minimum.

Prema trenutnom stanju, među sudionicima kružnih putovanja po jadranskim destinacijama u dokumentacijskom smislu vrlo je slaba suradnja i koordinacija te funkcionalna uređenost. Premda postoje vrlo dobre tehničke pretpostavke za kreiranje jedinstvene baze podataka, u praksi je situacija takva da



svaki pojedini subjekt ima vlastiti sustav evidencije događaja i izdavanja dokumenta, a izvori podataka su također neujednačeni i loše definirani.

### 3.5. Predviđeni rezultati provođenja modela

Implementacijom svih predviđenih aktivnosti teorijski model uvođenja destinacijskog menadžmenta u kružna putovanja na Jadranu rezultirat će sljedećim doprinosom:

- formiranjem Nacionalnih strateških foruma unutar kojih će se definirati:
  - organizacijski model i način djelovanja Nacionalnog strateškog foruma,
  - edukacija u vezi implementiranja Nacionalnih strateških foruma,
  - statut tijela/organizacije,
  - plan i program rada i radne procedure;
- formiranjem Regionalnih strateških foruma unutar kojeg će se definirati sljedeće:
  - ustroj i način djelovanja Regionalnog strateškog foruma,
  - statut tijela/organizacije,
  - plan i program rada i radne procedure;
- formiranjem Operativnih foruma unutar kojih će se donijeti:
  - model ustroja i način rada Operativnih foruma,
  - edukacijske i savjetodavne aktivnosti u vezi implementiranja;
- formiranjem Operativnog sustava unutar kojeg će se donijeti/provesti:
  - zaključci u svezi stanja lučke infrastrukture potencijalnih destinacija na Jadranu,
  - zaključci o turističkim znamenitostima i kapacitetima pojedine destinacije,
  - lista potencijalnih itinerara s analizom isplativosti i izvodljivosti potencijalnih itinerara,
  - popis itinerara koji su odabrani za provedbu,
  - lista potencijalnih organizatora kružnih putovanja,
  - aktivnosti za promocija na sajmovima i manifestacijama te na nacionalnim info točkama,
  - prezentirati TV spot na regionalnim TV postajama, sajmovima i prigodnim manifestacijama,
  - promocija putem Interneta i specijalističkim časopisima,
  - edukacije;
- implementacijom regionalnih informatičkih sustava unutar kojeg će se donijeti:

- zaključak o funkcionalnostima i tehničkim rješenjima sličnih sustava u svijetu,
- koncept i dizajn softverskog i hardversko dijela sustava,
- zaključak i preporuke za širenje i nadogradnju sustava.

#### 4. ZAKLJUČAK

Osnovni cilj uvođenja destinacijskog menadžmenta u kružna putovanja na Jadranu je osigurati uvjete te potaknuti razvoj regionalnog gospodarstva, transporta, turizma i turističkih destinacija kroz modeliranje i implementaciju jedinstvenog sustava razvoja i vođenja kružnih putovanja u jadranskoj regiji. Provođenjem planiranih aktivnosti prezentiranog teorijskog modela osigurava se jedinstvena razina sagledavanja problema na regionalnoj i nacionalnoj razini te strateško planiranje provođenja i razvoja kružnih putovanja na Jadranu. Dok se pojedinačno osiguravaju sljedeći ciljevi: (a) organizacija koordinacijskog tijela na lokalnoj razini (*Destination Cruise Management*), (b) uvođenje jadranskih kružnih putovanja koja će na Jadranu rasteretiti postojeće destinacije i afirmirati nove i (c) uvođenje jedinstvenog informatičkog sustava za planiranje i organizaciju kružnih putovanja kojim se olakšava i optimizira booking te uvodi jedinstveni sustav za prikupljanje statističkih podataka.

Na temelju provedene analize i argumentiranih zaključaka vidljivo je da brojni argumenti podupiru postavljenu temeljnu hipotezu i njezine pomoćne hipoteze, a navode se samo oni najvažniji: (a) izučavanjem privlačnosti i atraktivnosti kruzinge destinacija ukazalo se da oni pozitivno utječu na privlačenje kruzinge turista, (b) argumentiranjem osnovnih postavki o destinacijskom menadžmentu dokazano je da implementacija predloženog teorijskog modela može rezultirati pokretanjem novog oblika turističke ponude na Jadranu, odnosno jadranskih kružnih putovanja, (c) analizom prethodnih istraživanja ustanovljeno je da glavni pokretači kružnih putovanja su kruzinge kompanije koje prodaju svoje itinerere, a ne odredišta, pa je u radu dokazana potreba za posebnom marketinškom strategijom upravo spram brodarskih kompanija, a ne direktno kruzinge turista te (d) strukturnom analizom relevantnih subjekata u pružanju usluge brodovima i putnicima na kružnim putovanjima ukazano je na potrebu uključivanja većeg broja različitih subjekata i potrebu da se svi oni integriraju i koordiniraju.

U skladu sa spomenutim, zaključak je da bi se uvođenjem *Destination Cruise Managementa* po prvi puta započelo sa sustavnim i koordiniranim razvojem nekog turističkog proizvoda čime bi se optimiziralo opterećenje pojedinih turističkih destinacija s aspekta lučkog poslovanja i organizacije funkcioniranja same destinacije (prometna opterećenja, optimizacija razgledavanja atrakcija, itd). Rezultati istraživanja ukazuju i da model rasterecuje trenutne destinacije i uvodi nova turistička mjesta u sustav kružnih putovanja te u isto vrijeme osigurava kvalitetnu organizacijsku podršku na svim razinama.

Kako bi navedeni teorijski model razvoja jadranske regije kao jedinstvenog tržišta kružnih putovanja zaživio, potrebno je osim formiranja pojedinih tijela i provođenja navedenih aktivnosti razviti i softverska rješenja koja će na jedinstven, uniformiran i standardiziran način pojednostaviti i olakšati procedure za booking te omogućiti zajedničku statističku obradu podataka. Glavni cilj ovako organiziranog sustava je pojednostavljeno pružanje uvida u stanje rezervacija po destinacijama na cijelom području jadranske regije, omogućavanje odabira alternativnih turističkih destinacija te jednostavnu proceduru rezervacije smještaja. Sljedeći u nizu rezultata ovog modela je osiguravanje jedinstvene izvještajne baze podataka sa svim potrebnim statističkim podacima o prometu putnika i brodova na kružnim putovanjima na Jadranu. Ujedno, kako bi predloženi destinacijski menadžment mogao donositi kvalitetne i znanstveno opravdane odluke, potrebno je provesti i dodatna istraživanja u vezi s kvalitetom lučke infrastrukture i suprastrukture za prihvat, smještaj i opsluživanje brodova i putnika na kružnim putovanjima u pojedinim destinacijama, ali i provesti istraživanje u svezi perspektive razvoja kružnih putovanja nakon epidemije virusa COVID 19. Ono što je već sada sigurno i što se pokazalo u sprječavanju širenja COVID 19 je potreba sustavnog pristupa te međusobna suradnja svih uključenih sudionika, kako na lokalnoj razini, tako i na državnoj razini među lukama, turističkim zajednicama i tour operaterima. Upravo su to mjere koje predviđa prezentirani teorijski model destinacijskog menadžmenta i mišljenja sam da upravo osnivanjem i operacionalizacijom tog tijela bi se mogla osigurati bolja perspektiva kružnih putovanja u Republici Hrvatskoj.

Iako je u radu istaknuto da glavnu riječ pri odabiru destinacije imaju broderske kompanije, ne treba zanemariti ni želju putnika da posjete određenu destinaciju. Stoga ću u budućim istraživanjima posebnu pozornost posvetiti upravo putnicima s kružnih putovanja i načinu na koji su oni odabrali brod ili pak destinaciju jer ipak prepoznatljivi imidž i brand su osnovni razlog zbog kojeg se neke destinacije posjećuju u većoj mjeri od drugih, a imati brand „*corona free*“ destinacija je trenutno najbolji mogući brand i imidž koji destinacija može imati.

## LITERATURA

Adriatic sea forum (2019) Adriatic sea tourism report 2019, Risposte turismo S.r.l., Venice, Italy.

Ammirato, S., Felicetti, A.M., Della Gala, M. (2014) Tourism Destination Management: A Collaborative Approach, Collaborative Systems for Smart Networked Environments: 15th IFIP WG 5.5 Working Conference on Virtual Enterprises, PRO-VE 2014, Amsterdam, The Netherlands, October 6-8, 2014, pp. 217-226.

Andriotis, K., Agiomirgianakis, G. (2010) Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call, International Journal of Tourism Research, Vol. 12, No. 4, pp. 390-404.

Ban, I. (1999) Promjene na tržištu pomorskih krstarenja i njihov odraz na morske luke, *Suvremeni promet*, Vol. 19, No. 1/2, pp. 56-60.

Ban, I. (1998) Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (II.) (ponuda na tržištu pomorsko prijevoznih i turističkih usluga), *Ekonomski misao i praksa*, Vol. 7, No. 1, pp. 9-61.

Ban, I. (2001) Turistička krstarenja u svijetu, *Suvremeni promet*, Vol. 21, No. 1/2, pp. 20-26.

Ban, I., Vojvodić, K. (2004) Cruises - a great challenge for Dubrovnik, 17th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry 2004 - New trends in tourism and hospitality management, April 14-16, 2004., Opatija, pp. 27-42.

Brešković, J., Novaković, R. (2002) Razvoj turističke destinacije pod utjecajem kruzing turizma, *Naše more*, Vol. 49, No.1/2, pp. 62-69.

Buhalis, D., Spada, A. (2000) Destination Management Systems: Criteria for Success - An Exploratory Research, *Information and Communication Technologies in Tourism 2000*, Barcelona, Spain, pp. 473-484.

Chen, J.M., Nijkamp, P. (2018) Itinerary Planning: Modelling cruise lines' lengths of stay in ports, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 73, No. 1, pp. 55-63.

Delgado, R. (2017) The Cruise Industry: Destinations, Opportunities, Innovations, and Challenges, *Journal of Advanced Management Science*, Vol. 5, No. 5, pp. 387-393.

Dwyer, L., Forsyth, P. (1998) Economic significance of cruise tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, pp. 393-415.

Gračan, D. (2016) The Role Of Strategic Management In The Cruising Tourism Market Offer, *Pomorski zbornik*, Vol. 51, No. 1, pp. 103-116.

Gračan, D., Stipanović, C. (2006) Establishing the Importance of Events in Profiling Tourist Destination Development, 18th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry 2006 - New Trends in Tourism and Hospitality Management, May 03-05, 2006, Opatija, pp. 286-295.

Gračan, D., Zadel, Z. (2013) Kvantitativna i kvalitativna analiza kruzing turizma Republike Hrvatske, *Pomorski zbornik*, Vol. 47-48, No. 1., pp. 51-60.

Horak, S. i dr.: (2007) Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, *Institut za turizam, Zagreb, Hrvatska*.

Jugović, A., Mudronja, G., Krista, E. (2020) Port of Rijeka as Cruise Destination, *Transactions on maritime science*, 9, No. 1; 63-71.

Karlis, T., Polemis, D. (2018) Cruise homeport competition in the Mediterranean, *Tourism Management*, Vol. 68, No. 1, pp. 168-176.

Košćak, M., O'Rourke, T., Bilić, D. (2017) Re-Evaluating a Strategic Model for Tourism Destinations - Practical Implementation of Theories and Concepts, *Informatologia*, Vol. 50, No. 1-2, pp. 38-49.

Luković, T., Asić, A., Šperanda, I. (2015) Destination development for cruising tourism, DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting, October 01-03, 2015, Dubrovnik, Vol. 2, No. 1, pp. 839-850.

MacNeill, T., Wozniak, D. (2018) The economic, social and environmental impacts of cruise tourism, *Tourism Management*, Vol. 66, No. 1, pp. 387-404.

Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018) Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Hrvatska.

Manhasa, P.S., Manraib, L.A., Manraib, A.K. (2016) Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model, *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, Vol. 21, No. 40, pp. 25-29.

MedCruise Association (2019) Cruise Activities in MedCruise Ports: Statistics report 2018, Canary Islands, Spain.

Najafipour, A., A., Marzi, V., Foroozanfar, M., H. (2014) The Future of Cruise Ship Tourism Industry; the Challenges of Cruising Market and Operations Management, *Journal of Social Issues & Humanities*, Vol. 2, No. 7, pp. 213-224.

Neha, I.J.P., Varghese, B. (2014) A literature review on Destination Management Organization (DMO), *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 4, No. 12, pp. 82-88.

Orsini, K., Ostojčić, V. (2018) Croatia's Tourism Industry: Beyond the Sun and Sea, European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, Economic Brief 036, Luxembourg.

Papathanassis, A. (2017) Cruise Tourism Management: State of the art, *Tourism Review*, Vol. 72, No. 1, pp. 104-119.

Pearce, D. (2016) Interdependent destination management functions, *Tourism Recreation Research*, Vol. 41, No. 1, pp. 37-48.

Rodrigue, J.P., Notteboom, T. (2013) The geography of cruises: Itineraries, not destinations, *Applied Geography* Vol. 38, No. 1, pp. 31-42.

Rudančić, A. (2018) Značaj i uloga destinacijskog menadžmenta - Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, *Acta Economica Et Turistica*, Vol. 4, No. 1, pp. 97-118.

Sammy, C.H. Li, Robinson, P., Oriade, A. (2017) Destination marketing: The use of technology since the millennium, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 6, No. 2, pp. 95-102.

Santos, M., Radicchi, E., Zagnoli, P. (2019) Port's Role as a Determinant of Cruise Destination Socio-Economic Sustainability, Sustainability, Vol. 11, No. 17, pp. 1-20.

Saraniemi, S., Kylänen, M. (2010) Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches, Journal of Travel Research, Vol. 50, No. 2, pp. 133-143.

Seddighi, H.R., Theocharous, A.L. (2002) A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis, Tourism Management, Vol. 23, No. 5, pp. 475-487.

Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation - COMCEC (2019) Sustainable Destination Management Strategies in the OIC Member Countries, Ankara, Turkey.

Whyte, L., J., Packer, J., Ballantyne, R. (2018) Cruise destination attributes: measuring the relative importance of the onboard and onshore aspects of cruising, Tourism Recreation Research, Vol. 43, No. 4, pp. 470-482.

World Tourism Organization (2007) A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, Spain.

World Tourism Organization (2004) Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook, Madrid, Spain.

***Dr. sc. Alen Jugović***

Redoviti profesor  
Sveučilište u Rijeci  
Pomorski fakultet  
E-mail: ajugovic@pfri.hr

**TEORIJSKI MODEL UVOĐENJA DESTINACIJSKOG  
MENADŽMENTA U SVRHU RAZVOJA KRUŽNIH  
PUTOVANJA NA JADRANU*****Sažetak***

*Razvoj turističkih destinacija u okviru odvijanja kružnih putovanja zahtijeva razumijevanje različitih interesa i utjecaja koji oblikuju kruzing tržište. U svrhu ostvarivanja zajedničke strategije svih sudionika koji sudjeluju u upravljanju turističkim destinacijama pojedine regije, predlaže se uvođenje jedinstvenog modela destinacijskog menadžmenta kojim bi se implementirali jedinstveni ciljevi održivog razvoja na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Na taj način omogućio bi se razvoj turističkih destinacija kroz zajedničko planiranje i organiziranje turističke ponude te kontrolu kvalitete svih segmenata pružane usluge. S tim ciljem ovaj znanstveni rad teorijski analizira uvođenje destinacijskog menadžmenta kao jedinstvenog sustava kojim bi se unaprijedio razvoj i vođenje kružnih putovanja u jadranskoj regiji.*

***Ključne riječi: destinacijski menadžment, kružna putovanja, strategija, jadranska regija, regionalni razvoj***

***JEL klasifikacija: Z31, Z32.***