

Dr. Ivo Ban

Izvanredni profesor na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik

E-mail: iban@ftvt.hr

SVJETSKO TRŽIŠTE POMORSKIH KRSTARENJA (II.)

(ponuda na tržištu pomorskoprijevoznih i turističkih usluga)

UDK/UDC: 656.6

Izvorni znanstveni rad

Primljeno/Received: 3. ožujka 1998.

Prihvaćeno za tisak/Accepted for publishing: 10. lipnja 1998.

Sažetak

U radu se raspravlja o ponudi na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja. Analiziraju se kretanja na tom tržištu i ističe kako se i dalje bilježi oscilirajući ali i dinamičan rast. Navodi se da je u eksploataciji sve više brodova i to brodova s preko tisuću odnosno dvije tisuće putnika, što znači da se nastavlja s gigantizmom u toj grani brodarstva.

Na tržištu pomorskih krstarenja po kapacitetima, prihodima i financijskoj moći dominira mali broj velikih kompanija. Izrazit je proces globalizacije, kojoj pridonosi i sve veći stupanj liberalizacije, a značajnu ulogu imaju i multinacionalne kompanije koje pokrivaju skoro sva područja na kojima se krstari tijekom cijele godine ili u sezoni.

Naglašava se da je ponuda pomorskih krstarenja, mjerena posteljama u putničkim kabinama/danima, kakvu nude broderske kompanije ili turoperatori, rasprostranjena po čitavom svijetu. Ali po širem obuhvatu nositelja ponude, s oko 3/5, dominira Sjeverna Amerika unutar koje prevladava karipsko područje. Na drugom je mjestu Europa s dominacijom Sredozemlja. To je samo nešto više od 1/5 svjetske ponude, dok "ostatak svijeta" nudi tek nešto ispod 1/5 postelja/dana.

Posebna pozornost poklonjena je ulozi morskih luka u krstarenjima i njihovim uslugama, koje zajedno sa sadržajima u okruženju, tj. pripadajućim gradovima, čine itekako važan dio tog pomorskoprijevoznog i turističkog proizvoda - krstarenja.

Ključne riječi: pomorska krstarenja, svjetsko tržište, ponuda.

UVOD

Koncem 1995. u časopisu "Ekonomski misao i praksa" (vol. 4, br. 2, str. 179.-202.) objavljen je članak autora pod naslovom "Svjetsko tržište pomorskih krstarenja (I)". U tom je članku pored nekih općih razjašnjenja, pojmovne raščlambe, definiranja svjetskog tržišta pomorskih krstarenja u užem i širem smislu, objašnjenja međuovisnosti krstarenja i ekonomije te ekonomskih kretanja, poseban naglasak dan na potražnju, njezina obilježja i prostorni razmještaj. Ponuda je na tržištu pomorskih krstarenja u tom radu spomenuta tek marginalno s naznakom samo nekih bitnih elemenata i značajki, ali s napomenom da će se taj segment tržišta posebno obraditi.

Vremenski otklon od gotovo tri godine ostavljen je namjerno jer je trebalo potvrditi ili opovrgnuti tada (polovica 1995.) u zaključku postavljenu tezu "nije li ovo već razdoblje zrelosti, što slijedi poslije?".

Trogodišnje razdoblje u životu propulzivne djelatnosti, tj. pomorskoprijevoznih i turističkih usluga, i suviše je kratko da bi se mogle uočiti neke značajnije strukturne promjene, osobito na strani ponude.

Očito je iz prikaza u radu da su krstarenja još uvijek u drugoj fazi životnog ciklusa, tj. u fazi rasta te da je zasad nepredvidiva treća faza - faza zrelosti

Dinamičan rast potražnje i ponude uz sve izrazitiju neravnotežu između tih dviju kategorija, što utječe na oscilirajuće ali i opadajuće korištenje brodskih kapaciteta, uvođenje u eksploataciju velikih brodova vision i eagle kategorije, globalizacija i koncentracija financijske, prijevozne i tržišne moći, otvaranje novih područja krstarenja, nastavak skraćivanja prosječnog trajanja putovanja i masovnosti, zatvaranje u vlastite okvire i oligopolizacija te povezivanje luka s ciljem aktivnog učešća u zajedničkom proizvodu - krstarenjima, temeljne su značajke svjetskog tržišta pomorskih krstarenja, odnosno ponude na tom tržištu.

KRETANJA

Svjetsko tržište pomorskih krstarenja i dalje obilježavaju izrazita promjenljivost i dinamika. To znači da se po pravilu izmjenjuju godine relativno visokih stopa rasta s godinama relativno niskih stopa rasta u kojima se smanjuje broj putnika na krstarenjima uz prosječni godišnji rast u posljednjih šesnaest godina (razdoblje 1980.-1996.) iznad 8 %.

Pouzdanih podataka na globalnoj razini nema, a postojeći se razlikuju ovidno o tome koja je institucija vršila procjene, u koje vrijeme i u kojem opsegu.¹

1 Cf. Seatrade Review (1992.), Cruise Shipping, March 1992, 81.-123.; Seatrade Review (1995.), Cruise Shipping, March 1995, 77.-109.; Lloyd's Annual Cruise Review 1991 (1992.), Demand side developments, 41.-53.,

Na tržištu Sjeverne Amerike, a ono obuhvaća karipsko otočje, meksičku rivijeru, Panamski kanal, zapadnu obalu, Alasku, istočnu obalu i Bermuda, redovito se prati i pomno analiziraju krstarenja.² Budući da sjevernoameričko tržište čini oko 4/5 svjetskog tržišta pomorskih krstarenja (mjereno brojem putnika)³, kretanje na tom tržištu, globalno gledajući, pokazuje "pravo stanje stvari" iako se na drugim područjima,⁴ a poglavito Sredozemlju i Dalekom istoku od polovice 90-ih ostvaruju više stope rasta uz ponešto drukčija temeljna obilježja (trajanje putovanja, kategorija brodova, ponuda na brodu, struktura putnika).⁵

U usporedbi s međunarodnim turizmom (dolasci inozemnih turista) i međunarodnom pomorskom trgovinom (količine) svjetsko tržište pomorskih krstarenja ostvarilo je u proteklom šesnaestogodišnjem razdoblju (1980.-1996.) najveći rast. Od 1,8 mln. putnika-turista na krstarenjima u 1980. taj je broj narastao na više od 6,5 mln. u 1996. ili više od 3,6 puta, tj. uz prosječnu godišnju stopu iznad 8,4 %.⁶ U istom razdoblju dolasci inozemnih turista veći su za nešto više od dva puta (indeks 1996./1980. = 203,8), a prosječni godišnji rast iznosio je 4,5 %.⁷ Takva su kretanja na

Marketing the industry, 55.-65.; Cruise Shipping: Industry Prospects 1992/2005 (1992.), Ocean Shipping Consultants, 57.-58., 75.-77.; Hader, A. (1986.), The World Cruise Market, ISL, Bremen, 16.-27.; Lloyd's List (1995.), Cruise Shipping, Forecasters disagree over speed of growth, February 1995, 23.; Lloyd's List (1995.), Cruise & Ferry, Sail of the century, May 1995, 15.-16.; Cruise + Ferry 97 (1997.), Global and regional influences on the cruise market, Conference Papers, Vol. 1, Session 1, BML, London, s.p.; Lloyd's Cruise International (1996.), Iss. 1, 2; Lloyd's Cruise International (1997.), Iss. 13, 16, 17, 18, 19.

- 2 U istraživanju tržišta pomorskih krstarenja i objavljivanju dragocijenih podataka o ponudi i potražnji posebno se ističe CLIA (Cruise Lines International Association) iz New Yorka koja inače okuplja 35 brodarskih kompanija koje se bave krstarenjima.
- 3 Cf. Lundberg, D.E., Krishnamoorthy, M., and Stavenga, M.H. (1995.), Tourism Economics, John Wiley & Sons, New York (etc.), 117.
- 4 Cf. Holloway, J.C. (1994.), The Business of Tourism, 4th edn, Longman, Harlow, 90.-91.
- 5 Na Sredozemlju broj putnika na krstarenjima od polovice 90-ih raste prosječno godišnje iznad 10%. Slično je i na Dalekom istoku iako 1/3 otpada na krstarenja samo preko noći (cf. Cruise + Ferry 97 (1997.), Vol. 1, Session 1, s.p.; Lloyd's Cruise International (1997.), Iss. 18, November 1997, 13.; "The Mediterranean attraction" (1997.), Technologie & Trasporti Mare, 28 (4), p. 68.)
- 6 Izračunano na temelju podataka iz Cruise + Ferry 97 (1997.), Session 1, s.p.; Dickinson, B. And Vladimir, A. (1997.), Selling the Sea: An Inside Look at the Cruise Industry, John Wiley & Sons, New York (etc.), 133. i procjena autora.
- 7 Izračunano prema podacima iz Yearbook of Tourism Statistics (1996.), Vol. I, ed. 48, WTO, Madrid, 2. i procjena autora.

svjetskom tržištu pomorskih krstarenja i svjetskom turističkom tržištu utjecala na porast udjela putnika na krstarenjima u međunarodnom turizmu od 0,6 % u 1980. na 1,1 % u 1996., što je valjan argument za tvrdnju da tržište pomorskih krstarenja postaje sve važniji segment turističkog tržišta s realnim izgledima da njegov udio u buduću bude još i veći.⁸

Za razliku od tih dvaju tržišta međunarodna pomorska trgovina kretala se drukčijim smjerom i dinamikom. Naime, početkom promatranog razdoblja (1980.-1996.) i to četiri godine uzastopce (1980.-1983.) zabilježen je pad obujma pomorske trgovine, da bi narednih godina kretanje bilo pozitivnog smjera s iznimkom godine 1985. u kojoj nije bilo pomaka, tj. u kojoj je pomorska trgovina stagnirala. Od 1980. do 1996. obujam međunarodne pomorske trgovine, odnosno pomorskoprijevoznih usluga na sektoru robe, povećan je samo za 32,6 % ili prosječno 1,8 % godišnje.⁹

Navedeni su podaci jak argument tvrdnji da je svjetsko tržište pomorskih krstarenja, mjereno brojem putnika koji traže upravo tu vrstu pomorskoprijevoznih i turističkih usluga, po nekim značajkama vrlo dinamično u odnosu na ekonomsko-prijevozne sektore (motivi, sadržaji, prometni medij). Spomenute značajke su bliske uslugama pomorskog prijevoza u funkciji odmora, zabave, razonode, zadovoljstva.

Tako dinamičan razvoj potražnje na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja praćen je brzim razvojem ponude. Naime, potražnja je poticala ponudu, a ponuda je agresivnim marketingom i prilagodbama zahtjevima putnika-turista itekako utjecala na stalan rast potražnje - tog veoma kompleksnog dijela turističkog i pomorskoprijevoznog tržišta.¹⁰

-
- 8 Cf. Morrison, A.M., Yang, C.-H., Nadkari, N. (1996.), Comparative profiles of travelers on cruises and land-based resort vacations, *The Journal of Tourism Studies*, 7 (2), December 1996, 27.; Moscardo, G., Morrison, A.M., Cai, L., Nadkarni, N., O'Leary, J.T. (1996.), Tourist perspectives on cruising: multidimensional scaling analyses of cruising and other holiday types, *The Journal of Tourism Studies*, 7 (2), 54.-5., 61.-2.
- 9 Izračunano prema podacima iz *Shipping Statistics Yearbook 1996* (1996.), ISL, Bremen, 113. i *Shipping Statistics and Market Review* (1997.), No. 10, ISL, Bremen, 4.
- 10 CLIA redovito istražuje obilježja potražnje na sjevernoameričkom kontinentu. Kao "prepreke" odlasku na krstarenja najčešće se ističu četiri činitelja: cijena, prostorna stješnjenost, dosada, morska bolest (cf. Dickinson, B., Vladimir, A. (1997.), o.c., 203.-14.)

2. BRODOVI ZA KRSTARENJA

Sve je više brodova preuređenih,¹¹ namijenjenih¹² ili izgrađenih upravo za krstarenja.¹³ Od početka 80-ih broj se takvih brodova povećao za oko 45 % (indeks 1997./1980. = 144,9), što je znatno manje od povećanja kapaciteta, postelja u brodskim kabinama - dakle putnika i prosječne veličine broda (tabl. 1. i 2.).

Tablica 1.

Brodovi za krstarenja

Godina	Brodovi samo za krstarenja		Brodovi za linijski prijevoz i krstarenja		Ukupno		
	broj	gt (tis.)	broj	gt (tis.)	broj	gt (tis.)	postelja (tis.)
1980.	119	1.618	28	427	147	2.045	...
1981.	115	1.658	17	267	132	1.925	...
1982.	124	1.788	15	263	139	2.051	...
1983.	127	1.889	12	194	139	2.083	...
1984.	128	1.951	16	249	144	2.200	...
1985.	133	2.031	14	210	147	2.241	...
1986.	133	2.089	16	232	149	2.321	95
1987.	130	2.102	17	266	147	2.368	96
1988.	135	2.312	9	165	144	2.477	98
1989.	138	2.432	6	123	144	2.555	101
1990.	164	2.893	6	120	170	3.013	114
1991.	176	3.338	4	98	180	3.436	129
1992.	177	3.493	7	136	184	3.629	133
1993.	194	3.946	7	130	201	4.076	143

Nastavak na slijedećoj stranici

- 11 Danas na tržištu pomorskih krstarenja plove i brodovi građeni još davnih 50-ih za prijevoz tereta ili drugu namjenu koji su kasnije preuređeni za krstarenja (cf. Trade Wind (1997.), Vol. 8. No. 10, Marsh 7 1997, 28.)
- 12 Brodovi građeni za linijski putnički prijevoz 60-ih kasnije su uz stanovite preinake uključeni na tržište pomorskih krstarenja (cf. Trade Wind (1997.), Vol. 8, No. 6, February 7 1997, 25.)
- 13 Od druge polovice 80-ih grade se veliki brodovi koji mogu primiti preko tisuću putnika namjenjeni masovnim krstarenjima u kraćem razdoblju s mnogo raznovrsnih sadržaja na samom brodu (cf. Lloyd's Ship Manager (1997.), Vol. 18, No. 2, May 1997, 71.-4.)

Nastavak tablice 1.

1994.	210	4.257	7	135	217	4.393	151
1995.	215	4.839	7	130	222	4.969	160
1996.	219	5.268	3	96	222	5.364	166
1997.	211	5.487	2	92	213	5.579	169

Opaska: Obuhvaćeni brodovi od 1.000 gt i više

Izvor: Obradeno prema Shipping Statistics Yearbook 1989 (1989.), ISL, Bremen, 78.; Shipping Statistic and Market Review (1997.), No. 7, ISL, Bremen, 36.

Tablica 2.

Kretanje kapaciteta (ukupno) svjetske flote za krstarenja

Godina	Index 1980. = 100		Ležajevi (1986.=100)	Ø veličina broda	
	Broj brodova	gt		gt	1980.=100
1980.	100	100	-	13.912	100
1981.	89,8	94,1	-	14.583	104,8
1982.	94,6	100,3	-	14.755	106,1
1983.	94,6	101,9	-	14.986	107,7
1984.	98,0	107,6	-	15.278	109,8
1985.	100,0	109,6	-	15.245	109,6
1986.	101,4	113,5	100	15.577	112,0
1987.	100,0	115,8	101,1	16.109	115,8
1988.	98,0	121,1	103,2	17.201	123,6
1989.	98,0	124,9	106,3	17.743	127,5
1990.	115,6	147,3	120,0	17.724	127,4
1991.	122,4	168,0	135,8	19.089	137,2
1992.	125,2	177,5	140,0	19.723	141,8
1993.	136,7	199,3	150,5	20.279	145,8
1994.	147,6	214,8	158,9	20.244	145,5
1995.	151,0	243,0	168,4	22.383	160,9
1996.	151,0	262,3	174,7	24.162	173,7
1997.	144,9	272,8	177,9	26.192	188,3

Izvor: Izračunano prema podacima iz tabl. 1.

Iz nesrazmjera rasta broja brodova i njihovog kapaciteta može se zaključiti da je jedna od temeljnih značajki ponude na tržištu pomorskih krstarenja izgradnja, odnosno uvođenje u promet sve većih brodova. Polovicom 80-ih počeli su se graditi brodovi od oko 50.000 gt s nešto manje od 1.500 postelja u putničkim kabinama, početkom 90-ih od oko 70.000 gt i oko 2.000 postelja, polovicom 90-ih od preko 100.000 gt i više od 2.500 postelja,¹⁴ a koncem 90-ih u eksploataciji su brodovi veći od 130.000 gt s više od 3.000 postelja.¹⁵

U SAD se već dulje vremena razrađuju idejni nacrti broda za krstarenja ranije nazvanog Phoenix World City, a danas pod imenom America World City koji bi imao kapacitet od 250.000 gt s 2.800 putničkih kabina ili maksimalno 6.200 putnika, dok bi se posada sastojala od 2.000 članova. Matičnom brodu pripadala bi četiri katamarana kapaciteta po 400 putnika s kojima bi se prometovalo između broda matice i luka.¹⁶

Projekt World City još je daleko od ostvarenja. Doduše, nema konstrukcijskih i tehničkih ograničenja u izgradnji takvog i tolikog broda, ali prepreke su znatna novčana sredstva koje bi trebalo investirati u taj projekt (oko 1 mlrd. USD) i komercijalni rizik vezan za eksploataciju, tj. punjenje raspoloživih kapaciteta.

Opće poznato je pravilo da se efikasnost pomorskog prijevoza mjeri prevezenim brojem putnika (ili tereta) u određenom vremenu i na određenoj dužini morskog puta uz postignutu cijenu (vozarinu) i ostvarene troškove na dotičnom putovanju broda (u plovidbi i lukama). Veći brod može prevesti više putnika i to uz niže troškove prijevoza (fiksne i varijabilne) po "jedinici prijevoza" - u ovom slučaju putniku - turistu ili putničkoj milji (economy of size). Po ekonomskoj logici takav brod može ponuditi jeftinije aranžmane a osim toga ostvariti veće prihode i dobit. Ali, veći brod znači i veći rizik u poslovanju jer znatno povećava trošak uloženog kapitala i traži stalnu zaposlenost, tj. visoki stupanj iskorištenosti raspoloživih kapaciteta.¹⁷

14 Brodovi od 70.000 - 100.000 gt pripadaju kategoriji (klasi) brodova koja se u stručnim krugovima naziva "VISION" klasa (projekt) - cf. Maritime Reporter and Engeneering News (1996.), 58 (2), 84.

15 Početkom 1997. poznato brodarsko poduzeće Rojal Caribbean Cruise Line (SAD) naručilo u finskom brodogradilištu Kvaerner-Masa dva broda s više od po 130 000 gt i 3 100 postelja u putničkim kabinama, koja spadaju u kategoriju-klasu (projekt) "EAGLE". Cijena svakog broda je oko 500 mln. USD (cf. Tecnologie & Trasporti Mare (1997.), 28 (1-2), 36. Ta je kompanija u 1996. ostvarila prihod u isnosu od 1,36 mlrd. USD i profit 150,9 mln. USD (cf. Trade Wind (1997.), 8 (6), 24.)

16 O projektu America World City više u Lloyd's Cruise International (1997.), Iss. 18, November 1997, 10.-11.; Trade Wind (1997.), 8 (33), 23.

17 Glavan, B. (1990.), Dosadašnji razvoj i stanje pomorstva Hrvatske, u Znanstvene osnove dugoročnog razvoja pomorstva Hrvatske do 2010. godine, Fakultet za pomorstvo i saobraćaj, Rijeka, 1990., 100.

Pojavi gigantizma u morskom brodarstvu na sektoru pomorskih krstarenja, što se vidi iz strukture svjetske flote prema veličini brodova (tabl. 3.) i kretanja svjetske knjige narudžaba brodova za krstarenja (tabl. 4.), pridonijeli su prvenstveno ekonomski razlozi. Naime, radi "ušteta zbog opsega"¹⁸ na tržištu dominantni i ekonomski moćni brodari grade sve veće brodove. Rizik popunjenosti tako velikih kapaciteta rješavalo se dosad uglavnom uspješno agresivnim marketingom, tj. temeljitom obradom i komuniciranjem s tržištem na visokosofisticirani način ulaganjem više

Tablica 3.

Svjetska flota za krstarenje prema veličini brodova

Veličina broda (gt)	1985.		1990.		1997.	
	broj brodova	udjel (%)	broj brodova	udjel (%)	broj brodova	udjel (%)
1.000 - 5.000	22	3,5	24	2,8	31	2,1
5.000 - 10.000	37	12,3	43	11,1	31	4,3
10.000 - 15.000	25	14,1	25	10,9	26	5,9
15.000 - 20.000	25	19,5	24	14,0	23	7,0
20.000 - 30.000	26	27,3	29	22,8	35	14,9
30.000 - 40.000	6	9,3	10	11,4	18	11,3
40.000 - 50.000	4	7,9	9	13,8	13	9,9
50.000 - 60.000	-	-	1	1,8	8	7,8
60.000 - 70.000	1	3,0	2	4,3	7	8,5
70.000 - 80.000	1	3,1	3	7,1	20	26,5
80.000 - 90.000	-	-	-	-	-	-
90.000 - 100.000	-	-	-	-	-	-
100.000 +	-	-	-	-	1	1,8
Ukupno	147	100	170	100	213	100

Izvor: obrađeno prema podacima iz *Shipping Statistic and Market Review* (1997.), No. 7, ISL, Bremen, 38.

18 Cf. Salvatore, D. (1993.), *Ekonomija za menadžere u svjetskoj privredi*, 2. Izd., MATE (prijevod), Zagreb, 1994., 284.-5-

Tablica 4.

Svjetska knjiga narudžaba brodova za krstarenja

GT	Broj naručenih brodova - stanje (godina, dan)							
	1990. (31.3.)	1992. (1.2.)	1994. (30.9.)	1995. (30.9.)	1996. (31.1.)	1996. (30.6.)	1996. (31.10.)	1997. (31.1.)
- 1.000	8	...	7	7	7	7	5	5
1.000 - 10.000	11	5	4	5	6	3	2	3(2)
10.000 - 15.000	3	3	4	1	3	2	2	2
15.000 - 20.000	3	3	1	1	2(1)	2(1)	2(1)	1
20.000 - 30.000	-	1	1	2	4(1)	5(1)	5(1)	6
30.000 - 50.000	4	4	2	2	5(3)	3(2)	3	3
50.000 - 70.000	4	5	3	2	2	1	3	3
70.000 - 100.000	6	3	11	17	17	16	15	13
100.000 +	-	-	2	3	3	3	2	5 ¹
Ukupno	39	24	35	40	49(5)	42(4)	39(2)	41(2)
Nedefinirane velič.	2	3	10	4(3)	2(1)	1(1)
Sveukupno	39	24	37	43	59(5)	46(7)	41(3)	42(3)

Opaska: U zagradama su brodovi (od navedenog broja) za koje narudžba još nije bila završena.

1) od toga dva broda po 132.000 gt.

Izvor: Obradeno i izračunano na temelju podataka iz: Fairplay (Newbuildings - NBs) (1990.), 309 (5557), 10.; Seatrade Review, March 1992, 167.; Fairplay (NBs) (1994.), 323 (5788), 22.; Fairplay (NBs) (1995.), No. 1, pp. 40.-1.; Fairplay (NBs) (1996.), Issue No. 5, pp. 31.-2.; Fairplay (NBs) (1996.), Issue No. 10, pp. 33.-4.; Fairplay Solutions, December 1996, Issue No. 3, with Newbuildings, Issue No. 14, p. 21.; Fairplay Solutions, March 1997, Issue No. 6, with Newbuildings, Issue No. 17, pp. 20.-1.

desetaka milijuna USD godišnje.¹⁹ Sustavno praćenje tržišta stoji velike kompanije između 2% i 4 % njihovih godišnjih prihoda.²⁰ U "industriji" pomorskih krstarenja dolazi do punog izražaja ekonomija razmjera i to

19 Cf. Trade Wind (1995.), 6 (23), 40.; Moutinho, L. (1989.), Marketing of tourism, u Witt, S.F., Moutinho, L. (eds.), Tourism Marketing and Management Handbook, Prentice Hall, New York (etc.), 259.-62.

20 To su primjerice Carnival, Royal Caribbean i P&O koje "drže" preko polovine (50,7 % u 1997.) postelja u brodskim kabinama (izračunano prema Shipping Statistics and Market Review (1997.), No. 7, ISL, Bremen, 3.)

rastuća ekonomija razmjera.²¹ Ta se tvrdnja može argumentirati činjenicom da prihodi rastu iznadproporcionalno u odnosu na novac uložen u novi brod većeg kapaciteta.

Istraživanja pokazuju da brod građen 1970. koji raspolaže s 1.000 postelja u putničkim kabinama stvara manje od 1/5 tijeka novca od broda građenog 1992. kapaciteta 2.300 postelja. To bi "u prijevodu" značilo da samo 2/5 veći kapacitet "proizvodi" za 4/5 veći novčani učinak. Ili još je uvjerljiviji primjer koji pokazuje da brod iz kategorije "VISION" izgrađen 1996. ostvaruje tri puta veći prihod sa samo 80 % većim kapacitetom (postelje) od spomenutog broda s 1.000 postelja izgrađenog 1970.²²

Da se rastuća ekonomija razmjera potvrdila u izgradnji velikih brodova potvrđuje i primjer koncem 1996. u talijanskom brodogradilištu Ficantieri izgrađenog broda "Carnival Destiny" za Carnival Cruise Lines kapaciteta 102.000 gt s 1 321 kabinom i 2.642 postelje. Skeptici su se pitali da li će tako veliki brod preživjeti, ali je odgovor tržišta bio iznad očekivanja, što je ohrabrilo kompaniju da odmah naruči još jedan takav brod koji bi trebao biti isporučen u 1999. te da potpiše pismo namjere o izgradnji trećeg broda iste veličine koji bi bio isporučen u 2000. godini po cijeni od 430 mil. USD.²³

Dinamičan rast potražnje na tržištu pomorskih krstarenja u posljednjem desetljeću, tj. od druge polovice 80-ih do danas, na svim područjima svijeta poticao je brodare, a osobito velike, financijski i marketinški najjače, da grade nove veće brodove. To su im omogućavali ostvareni prihodi i profit zarađen upravo s tim novim, brojnim sadržajima obogaćenim brodovima, koji upravo zbog svoje raznolikosti i bogatstva ponude na brodu privlače putnike-turiste i bilježe dodatne prihode.²⁴

Natprosječnu dinamiku na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja pokazuje i kretanje bruto tonaže naručenih brodova za krstarenja u

21 Cf. Samuelson, P.A. and Nordhaus, W.D. (1998.), *Economics, International Edition*, 16th ed., IRVIN/McGraw-Hill, Boston (etc.), 97.

22 Prema International Shipping Survey, Nat West Securities. Odnosi se na brodove RCCL's (Royal Caribbean Cruise Line); navedeno u *Trade Wind* (1995.), 6 (23), 40.

23 Cf. *Lloyd's Ship Manager* (1997.), 18 (1), 27.; *Lloyd's Ship Manager* (1997.), 18 (2), 71., 73.-4.; *Trade Wind* (1997.), 8 (6), 24.

24 Istraživanja pokazuju da putnici na brodu troše nešto iznad 10 % cijene aranžmana. Potrošnja je ovisna o trajanju putovanja i dobi putnika; više se troši ako je putovanje dulje, a najviše troše putnici iz dobne skupine ispod 45 godina, zatim iz dobne skupine 45 - 65 godina, a najmanje putnici iznad 65 godina. Na kopnu putnici troše oko ukupne dodatne potrošnje (potrošnja na brodu + potrošnja na kopnu), a to je prosječno manje od 20 USD (cf. "New survey of passenger expenditure" (1997.), *Conference Papers, Cruise' Ferry 97 Conference*, s.p.; Dickinson, B. And Vladimir, A. (1997.), *Selling the Sea*, o.c., 135.)

usporedbi s narudžbama teretnih brodova. Takvu tvrdnju potkrijepljuju podaci iz tablice 5., odnosno činjenica da je od početka 1990. stanje narudžaba brodova za krstarenja poraslo za više od dva puta, dok je stanje narudžaba teretnih brodova veće samo za 14 %.

Tablica 5.

Stanje narudžaba brodova u svijetu

Godina	Komercijalni brodovi ¹		Brodovi za krstarenja ²	
	dwt (tis.)	Indeks (1990.=100)	gt (tis)	Indeks (1990.=100)
1990. (31.3.)	66.588,7	100	962,1	100
1991. (30.6.)	68.463,7	102,9	727,1	75,6
1994. (30.9.)	71.425,7	107,3	1.379,7	143,4
1995. (30.9.)	77.764,4	116,9	1.856,3	192,9
1996. (31.1.)	78.744,8	118,3	2.078,7	216,1
1996. (30.6.)	75.043,7	112,8	1.893,6	196,8
1996. (31.10.)	74.865,6	112,5	1.819,7	189,1
1997. (31.1.)	75.881,3	114,0	2.039,3	209,9

1) obuhvaćeni brodovi za prijevoz tereta i putnika te brodovi za druge razne namjene od 1.000 dwt i više, osim ribarskih brodova

2) brodovi od 500 gt (bruto tonaža) i više

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima iz: Fairplay (NBs) (1990.), 309 (5557), VIII, 10.; Fairplay (NBs) (1991.), 313 (5621), VI, 11.; Fairplay (NBs) (1994.), 323 (5788), 4., 22., 27; Fairplay (NBs) (1995.), No. 1, 40.-1.; Fairplay (Nbs) (1996.), Issue No. 5, p. 17., 31.; Fairplay (NBs) (1996.), Issue No. 10, p. 19.,33.-4.; Fairplay Solutions, December 1996, Issue No. 3, with Newbuildings, Issue No. 14, p.5. 21.; Fairplay Solutions, March 1997, Issue No. 6, with Newbuildings, Issue No. 17, p 5. 20.-1.

Tvrdnju o izuzetnoj dinamici ponude na tržištu moguće je potkrijepiti komparativnim podacima kretanja bruto tonaže svjetske trgovačke mornarice, nosivosti teretnih brodova i kapaciteta brodova za krstarenja iz kojih se vidi da je u proteklom sedamnaestogodišnjem razdoblju stopa rasta kapaciteta turističkih brodova bila višestruko veća od ostala dva segmenta (tabl. 6.).

Analiziraju li se dinamički (po godinama) brodovi za krstarenja prema godini izgradnje i prosječnom kapacitetu broda u pojedinim dobnim razredima, uočavaju se naročito već naprijed istaknute činjenice da su kasnije građeni brodovi većeg kapaciteta, da je u svjetskoj floti sve manje "metuzalema" te da se u krstarenja uključuju preuređeni brodovi u početku građeni za druge namjene (tabl. 7.).

Tablica 6.

Kretanje tonaže trgovačke mornarice, teretnih brodova i brodova za krstarenja

Godina	Trgovačka mornarica ¹		Teretni brodovi ²		Brodovi za krstarenja ³	
	gt (tis.)	indeks	dwt (tis.)	indeks	gt (tis.)	indeks
1980.	419.911	-	...		1.618	-
1981.	420.835	100,2	...		1.658	102,5
1982.	424.742	100,9	...		1.788	107,8
1983.	422.590	99,5	...		1.889	105,6
1984.	418.682	99,1	...		1.951	103,3
1985.	416.269	99,4	...		2.031	104,1
1986.	404.910	97,3	...		2.089	102,9
1987.	403.498	99,7	...		2.102	100,6
1988.	399.462	-	620.519	-	2.312	110,0
1989.	404.898	101,4	628.683	101,3	2.432	105,2
1990.	426.021	105,2	659.265	104,9	2.893	119,0
1991.	436.926	102,4	672.897	102,1	3.338	115,4
1992.	445.169	102,0	680.281	101,1	3.493	104,6
1993.	457.915	102,9	695.877	102,3	3.946	113,0
1994.	475.859	103,9	704.011	101,2	4.257	107,9
1995.	490.662	103,1	717.514	101,9	4.839	113,7
1996.	507.873	103,5	739.721	103,1	5.268	108,9
	ind. 96./88. 127,1		ind. 96./88. 119,2		ind. 96./88. 228,8	
	Ø stopa 3,1%		Ø stopa 2,2%		Ø stopa 10,9%	

1) brodovi od 100 gt i više; do 1987. stanje 30.6., od 1988. stanje 31.12.

2) stanje 31.12.

3) brodovi od 1.000 gt i više; stanje 30.6., u 1996. uključeni i brodovi koji su stavljani u promet do konca te godine

Izvor: Obradeno i izračunano na temelju podataka iz: Shipping Statistic Yearbook 1989, ISL, Bremen, 15. (za trgovačku mornaricu do 1987.), World Fleet Statistics 1993, LR, 43., World Fleet Statistics 1996, LR, 43. (za trgovačku mornaricu od 1988.-1996.); World Fleet Statistics 1993, 44., World Fleet Statistics 1996, 44. (za teretne brodove); Shipping Statistics Yearbook 1989, 78. (za brodove za krstarenja od 1980. do 1989.), Shipping Statistics and Market Review. No. 7/1996, ISL, Bremen, 38. (za brodove za krstarenje od 1990. do 1996.)

Ta se konstatacija može argumentirati podacima, koji se mogu izračunati iz tablice 7., da je u 1985. 51,7 % brodova bilo starije od 20

godina, odnosno 44,3 % bruto tonaže. U 1990. zabilježeno je stanovito dobnopogoršanje jer je u istoj dobi, tj. starije od 20 godina, bilo 54,7 % brodova i 46,4 % kapaciteta mjerenih gt. Tezu itekako potvrđuje dobnostuktura brodova za krstarenja u 1995., jer je manje od polovine brodova (47,4 %) bilo starije od 20 godina, a zbog prisutnosti na tržištu sve većeg broja brodova iz klase "VISION" među "starim" je tek 33,8 % bruto tonaže.

Tablica 7.

Brodovi za krstarenja prema godini izgradnje i prosječnom kapacitetu (gt)

Godina izgradnje	1985.		1990.		1997.	
	broj brodova	Ø gt (tis.)	broj brodova	Ø gt (tis.)	broj brodova	Ø gt (tis.)
prije 1946.	5	12,6	5	11,5	2	9,2
1946. - 1950.	4	16,1	4	16,2	4	14,5
1951. - 1955.	18	12,2	17	12,5	8	16,0
1956. - 1960.	24	11,4	19	14,2	14	16,3
1961. - 1965.	25	14,9	24	16,9	19	18,5
1966. - 1970.	19	17,5	24	16,1	23	18,1
1971. - 1975.	28	15,2	27	15,3	23	15,6
1976. - 1980.	6	12,6	6	12,3	12	10,4
1981. - 1985.	18	21,7	14	25,6	17	26,4
1986. - 1990.	-	-	30	25,7	37	27,2
1991. - 1995.	-	-	-	-	37	39,7
1996. i kasnije	-	-	-	-	17	57,1
Ukupno	147	15,2	170	17,7	213	26,2

Opaska: obuhvaćeni brodovi od 1.000 gt i više

Izvor: Shipping Statistics and Market Review, No. 7/1997, ISL, Bremen, 37.

Kao posljedica dinamičnog rasta svjetske flote za krstarenja, odnosno uvođenja u promet uglavnom novogradnji, stalno se smanjuje prosječna dob brodova. U 1994. prosječna starost brodova za krstarenja bila je 20,1 godinu, 1995. 20,0 godina, 1996. 19,4 godine a 1997. 19,1 godinu.²⁵

25 Prema podacima iz Shipping Statistics and Market Review (1994.), No. 7, ISL, Bremen, 39.; SSMR (1995.), No. 7, 38.; SSMR (1996.), No. 7, 38.; SSMR (1997.), No. 7, p. 36.

Kao što je slučaj s teretnim brodovima tako je i većina brodova za krstarenja upisana u pogodovne (jeftine) registre. Razlozi su ekonomski jer na taj način brodari zapošljavaju jeftinije posade i plaćaju niže poreze i takse, što jača njihovu konkurentnost.

Domicilne zemlje vodeće po broju brodova i kapacitetima pod vlastitom zastavom gotovo da i nemaju brodova. To su primjerice SAD,²⁶ dok su neke "zadržale" samo dio flote (tabl. 8.).

Tablica 8.

Brodovi za krstarenja prema vodećim matičnim zemljama (1997.)

Zemlja	Broj brodova	Udjel (%-gt)	Udjel (%-postelje)	Ø starost brodova (godina)	Ø vel. broda (tis. gt)	Zastava koja se koristi
SAD	51	30,7	28,9	16,0	33,6	BAH, LIB, PAN
Norveška	21	19,0	19,2	11,1	50,4	NIS, BAH
V. Britanija	25	16,2	14,4	19,1	36,2	VB, LIB, BAH
Grčka	21	9,0	10,0	26,2	24,0	GR, BAH, CIP, LIB
Japan	8	4,1	3,1	10,5	28,5	JAP, BAH
Njemačka	10	3,0	2,8	13,8	17,0	NJE, BAH, LIB
Ukrajina	11	3,0	2,7	22,0	15,0	UKR, LIB, MAL
Malezija	4	2,3	3,5	11,0	32,0	PAN
Finska	7	2,0	2,6	10,9	16,3	FIN, BAH, PAN
Švicarska	6	2,0	2,3	35,0	18,3	PAN
Cipar	7	1,6	2,5	39,1	13,0	CIP
Rusija	11	1,4	1,3	19,4	7,3	RUS
Ostali	31	5,7	6,7	22,7	10,2	
Ukupno	213	100	100	19,1	26,2	LIB, BAH, PAN ¹

Opaska: BAH=Bahama, LIB=Liberija, PAN=Panama, NIS=Norveški međunarodni registar, VB=V. Britanija, GR=Grčka, CIP=Cipar, JAP=Japan, NJE=Njemačka, UKR=Ukrajina, MAL=Malta, FIN=Finska, RUS=Rusija; obuhvaćeni brodovi od 1.000 gt i više

1) tri vodeće zastave

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima iz *Shipping Statistic and Market Review*, No. 7/1997, ISL, Bremen, 37.

26 Pod zastavom plovi samo jedan brod "Independence", sagrađen 1950., preuređen 1994., kapaciteta 20.220 gt, 390 kabina, 750 postelja, 350 članova posade; pripada kompaniji American Hawaii Cruises (prema ISL World Cruise Fleet Register 1997/98, SSMR, No. 7, p. 1.)

Više od polovice svjetske flote brodova za krstarenja i preko 2/3 bruto tonaže tih brodova "pobjeglo" je iz nacionalnih registara ili se još tijekom izgradnje upisalo u pogodovne registre, što je znatno iznad udjela brodova svjetske trgovačke mornarice i njihove nosivosti (dwt)²⁷ koji su "iznajmili" zastavu zemlje koja im omogućuje poslovanje s manjim troškovima a time prodaju pomorskoprijevoznih i turističkih usluga po nižim cijenama.²⁸

Danas (1997.) najviše brodova za krstarenja (55,4 % brodova, 65,3 % gt i 64,5 % postelja) plovi pod zastavama Liberije, Bahama i Paname, dok preostali manji dio vije zastavu jedne od 23 uglavnom domicilne zemlje (tabl. 9.).²⁹

Tablica 9.

Najzastupljenije zastave (brodovi od 1.000 gt i više) na tržištu pomorskih krstarenja

Zastava (gt-rang 1997.)	1985.		1990.		1997.	
	broj brodova	udjel (%-gt)	broj brodova	udjel (%-gt)	broj brodova	udjel (%-gt)
Liberija	8	6,1	20	17,5	37	26,2
Bahama	12	8,6	40	28,3	46	21,5
Panama	22	15,5	19	7,9	35	17,6
Norveška ¹	16	15,5	11	7,4	14	10,2
V. Britanija	10	13,9	8	8,1	10	6,1
Nizozemska ²	4	4,8	3	3,5	4	3,3
Japan	-	-	9	3,8	6	2,3
Grčka	25	7,3	18	4,8	10	2,0
Ukrajina	-	-	-	-	7	1,9
Ostale (17)	50	28,3	42	18,7	44	8,9
Ukupno (26)	147	100	170	100	213	100

Opaska: u zagradama je broj zemalja (zastava)

1) uključen i NIS

2) uključeni i Nizozemski Antili

Izvor: Obradeno i izračunano na temelju podataka iz izvora navedenog u tabl. 8., c.1.

27 Odnosi se na brodove od 1000 gt i više (prema Shipping Statistics and Market Review (1997.), No. 4, ISL, Bremen, 21.; SSMR (1997.), No. 7, 36-7.

28 Cf. Dickinson, B. And Vladimir, A. (1997.), o.c., 65-9.

29 Izračunano prema Shipping Statistics and Market Review (1997.), No.7, p.36.

No, zastava druge zemlje na krmi broda stvara organizatorima (operatorima) krstarenja velike probleme u slučaju da krstarenje počinje i završava u istoj zemlji, a brod koji pruža te pomorskoprijevozne i turističke usluge ne vije zastavu zemlje kojoj pripadaju luke ukrcaja i iskrcaja, bez obzira da li je sjedište matične kompanije u toj zemlji i da li je to nacionalna kompanija. Razlog tome su protekcionističke mjere, jer propisi gotovo svih zemalja ne dopuštaju kabotažu, tj. prijevoz između nacionalnih luka brodovima pod stranim zastavama.

Velik je iskorak u razbijanju tih protekcionističkih okvira koji su anakronizam u suvremenim ekonomskim uvjetima, karakterističnim po globalizaciji svih polja ekonomije, deregulaciji na svim područjima života, a osobito u prometu, i ukidanju prepreka tijekomima robe, usluga, ljudi, znanja, tehnologija, informacija, kapitala, ideja, učinila Europska unija, u kojoj od 1999. članice više ne bi imale monopol u kabotaži. To vrijedi i za prijevoz putnika na krstarenjima, pa će se tako brodari u Europskoj uniji suočiti s konkurencijom kompanija iz zemalja članica.³⁰

Razumno je postupila i vlada Australije jer je od siječnja 1998. ukinula ograničenja u kabotažnom prometu za brodove na krstarenjima koji plove pod stranim zastavama i pripadaju drugim zemljama. Taj će čin deregulacije u pomorskom prometu pridonijeti bržem razvoju krstarenja i turizma općenito na australskom kontinentu.³¹

Problem "nacionalne luke - strane zastave" dolazi naročito do izražaja u SAD - zemlji iz koje je najviše putnika na krstarenjima, u čijim se lukama ukrca i/ili iskrca najviše putnika koji krstare morima sjevernoameričkog kontinenta, čije domicilne kompanije imaju najveću flotu (tabl. 8.), ali koja je sva, osim jednog prekooceanskog broda (cf. bilj. 26.) upisana u pogodovne registre.

Razlog tome je Passenger Services Act iz 1896., koji se često pogrešno "krsti" kao Jones Act, a po kojem se zabranjuje brodovima registriranim izvan SAD prijevoz putnika između dviju američkih luka bez međuvremenskog pristajanja u stranoj luci.³²

U vrijeme svog donošenja zakon je sigurno trebao štiti američke brodove od strane konkurencije u kabotažnom prijevozu. Međutim, danas je on apsurdan, jer štiti nepostojeću američku flotu za krstarenja od

30 Odluka o deregulaciji kabotaže donesena je u Bruxellesu polovicom 90-ih, a primorat će kompanije iz svih zemalja članica EU koje se bave krstarenjima, što osobito vrijedi za Grčku, inače s nacionalnom zastavom značajno prisutnu zemlju na tržištu pomorskih krstarenja, na restrukturiranje i prilagodbu konkurentskim uvjetima (cf. 1996 Greek Shipping & Ports Directory (1996.), Lloyd's Ship Manager, June 96, 17.)

31 Cf. "Cabotage abolition is welcomed" (1998.), Lloyd's Cruise International, Iss. 21, March 1998, 44.

32 Cf. Dickinson, B. And Vladimir, A. (1997.), Selling the Sea ... , o.c., 350.

konkurencije zapravo američkih brodova koji su upisani, iz isključivo ekonomskih razloga, u pogodovne registre. To donosi američkoj ekonomiji "... milijarde dolara gubitaka i desetke tisuća manje radnih mjesta".³³

Anakronizam Passenger Service Act-a potvrđuje se najočitije na vrlo popularnim krstarenjima uz obalu Alaske. Naime, zbog izgrađene infrastrukture (luka, terminali, aerodrom) bilo bi normalno da je Seattle (savezna država Washington - SAD) polazna ili polazna i završna luka za krstarenja u vodama Alaske. Zbog PSA to nije moguće, pa se putnici koji stignu zrakoplovom u Seattle prevoze autobusom 240 km do Vancouvera (British Columbia - Kanada) ukrcajne luke odakle uglavnom brodovima američkih kompanija, ali pod stranim zastavama, plove prema lukama Alaske gdje putovanje završava, ili se vraćaju u polaznu luku budući su kanadski propisi razumniji.³⁴ Tako Seattle u korist svog sjevernog susjeda gubi velike prihode, a nositelji brojnih i raznovrsnih poslova vezanih za krstarenja ostaju zakinuti.³⁵

3. ZNAČAJKE BRODOVA ZA KRSTARENJA

Ako bi se kao temeljna značajka brodova za krstarenja označila njihova veličina, što je, kako je to objašnjeno u prethodnom odjeljku, očita pojava u posljednjih petnaestak godina, onda se ne bi ukazivalo na bit promjena koje su se, dakako, i mogle dogoditi samo na/u znatno većem zatvorenom i otvorenom prostoru broda.

Temeljna značajka suvremenih brodova za krstarenja, iz koje proizlaze svi sadržaji, je činjenica da brod nije samo način prijevoza ili plovni objekt kojim se prevoze putnici - turisti, nego je on kompletna destinacija u/na "koju se putuje".³⁶ Ne ide se na brod - destinaciju s namjerom da bi se na njemu - u njoj boravilo na jednom mjestu, već da bi se plovilo po zanimljivim područjima, ali i da bi se doslovce imalo sve na brodu. Danas sve više prevladavaju brodovi zabave (fun ships) - zadovoljstva za svakoga, jer je struktura putnika izrazito raznovrsna po svim obilježjima (spol, dob, sklonosti, motivi, zanimanja, prihodi, bračno stanje, cijele obitelji s malom djecom, pratnja, nazori, zdravstveno stanje).

Atmosfera na brodu se potpuno promijenila. Ranije su je diktirali putnici milijunaši uglađena ponašanja, a bila je strogo formalna. Danas je raspoloženje posve drukčije. Nema više krutih formalnosti i odvojenosti

33 Ibidem, 68.; Trade Wind (1995.), 6 (23), 41., V. stupac.

34 Cf. Welkom aan boord (1997.), Cruise Word International, 55.-9.; Cruise Atlas 1997 (1997.), Holland America Line, 36.-40.; Vaarrakanites Januari - December 1996 (1996.), Royal Caribbean, 24.-5-

35 Dickinson, B. and Vladimir, A. (1997.), o.c., 68.-9-

36 The Economist, A Survey of Travel and Tourism (1998.), 346 (8050), 3.

pojedinih "kategorija" putnika vezanih za vrstu kabine koju koriste. Bez obzira gdje su smješteni, koliko plaćaju i gdje, u društvenom smislu pripadaju, putnici se druže, komuniciraju svi - mladi, stariji, djeca, invalidi, hendikepirani. Takvi nekonvencionalni odnosi stvaraju posebno, srdačno i privlačno raspoloženje, pa su važan poticatelj putnicima - turistima da se opredjeljuju baš za ovakav oblik odmora i rasonode.³⁷

Masovna krstarenja, tj. krstarenja s velikim brojem putnika, pod kojim se podrazumijeva oko ili više od 2.000 ljudi, sve su zastupljenija. Neke su danas velike kompanije, kao što su primjerice vodeće Carnival korporacija, Royal Caribbean Cruise Line te P&O (Peninsular and Oriental Steam Navigation Company), gradile svoj komercijalni uspjeh upravo na konceptu masovnosti, pa im je ona, ali i financijska uspješnost, glavno obilježje. Usputne luke pa čak i medij kojim brodovi plove, tj. more, postali su gotovo uzgredni - "nužno zlo". Skoro sve što se tiče putnika (zabava, rasonoda, rekreacija, raznovrsne ugostiteljske usluge) organizirano je na brodu. Putnicima ostaje jedino da izaberu ono što im odgovara u mnogobrojnoj, raznovrsnoj, originalnoj, maštovitoj i po cijenama pristupačnoj ponudi prilagođenoj upravo konceptu masovnosti. Od tradicionalne atmosfere krstarenja pravi se ciljano - aranžirano velika, zapravo "luda i nezaboravna" visokosofisticirana zabava.³⁸

Takav koncept praktički znači pristajanje u što je moguće manje luka i kraći boravak u njima te samo uzgredan osjećaj mora. Tome su svakako pridonijele i rastuće lučke pristojbe koje primoravaju operatore da u uvjetima pritisaka tržišta na snižavanje cijena aranžmana (konkurencija, putnici s nižim prihodima) nastoje smanjiti tu vrstu troškova i što je više moguće ukupnu potrošnju ostvariti u vlastitom krugu, tj. na brodu.

U ponudi na tržištu pomorskih krstarenja sve je prisutnija orijentacija na sadržaje slične turističkim sadržajima na kopnu, primjerice ponudi u zabavnim parkovima (theme parks) ili turističkim kompleksima američkog tipa.^{39,40} Vodi se itekako računa o konkurentnosti ne samo na tržištu krstarenja nego i u usporedbi s ponudom na kopnu.⁴¹

37 Daniels, Benet and Else (1989.), *Vacation at Sea, A Travel Guide for Cruises*, Acropolis Books Ltd., Washington, D.C., 22-7.; "Disabled - welcoming all aboard" (1998.), *Lloyd's Cruise International*, Iss. 22, April 1998, 36-7.

38 Fairplay (1994.), 323 (5784), *Cruise Supplement*, 4.

39 Ibidem, c.l.

40 Cf. supra, bilješka ispod teksta br.3, p. 124.; Corze, Z-C. (1989.), *Theme and leisure parks*, pp. 459-62., u Witt, S.F. and Moutinho, L., *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, New York (etc.)

41 Komparativna analiza dnevne potrošnje za dvije osobe na brodu i kopnu pokazuje da, unatoč razlikama u pojedinim stavkama, nema znatnih razlika u ukupnoj potrošnji (cf. Dickinson, B. and Vladimir, A. (1997.), o.c., 144.-46

Brodovi zabave, odnosno masovnost, su, dakako, rastući oblik ponude na tržištu pomorskih krstarenja, ali nisu jedina značajka tog tržišta. Štoviše, taj koncept pridonosi vidljivoj podjeli ponude na dva dijela: 1. ponuda koja je više usmjerena na zabavu i same sadržaje na brodu i 2. ponuda koja se toga "kloni", tj. koja je više okrenuta klasičnom stilu krstarenja, što znači više raskoši, pristajanja u lukama, razgledanja kulturnih i povijesnih znamenitosti, uživanja u krajolicima, umjerenijeg dnevnog ritma.

Takva je ponuda posljedica raznovrsne potražnje i zrelosti nositelja pomorskih krstarenja koji u tržišnoj utakmici nastoje udovoljiti svim zahtjevima. U prilog toj tvrdnji je i činjenica da se sve više nude tematska krstarenja. Taj oblik ponude nije, doduše, novina na tržištu, ali je sve prisutniji i raznovrsniji. Bridž turniri, golf akademije, džez glazba, potpuna pomrčina sunca (kakva je bila 27. veljače 1998. na dijelu karipskog područja), istraživanja podmorja, razni oblici obrazovanja, putovanje na koncu 1999. i početku 2000. godine (na prijelazu stoljeća - milenija), prolaz kroz Panamski kanal 31. prosinca 1999. samo su dio "tematiziranih krstarenja" (themed cruise) koja se nude i ostvaruju ili već sada najavljuju.⁴²

Organizacija života na brodovima vision kategorije, tj. plovećim objektima kapaciteta 70.000 - 100.000 gt, dužine oko 260 m, širine oko 35 m s 15-ak paluba, brzine veće od 20 nm, koji mogu primiti oko ili preko 2.000 putnika u 1.000 kabina, o kojim se izravno i neizravno brine gotovo 1.000 članova posade, izuzetno je zahtjevna. Zato urbanizmu broda projektanti moraju poklanjati iznimnu pozornost, budući da na ipak ograničenom prostoru život treba bezprijekorno funkcionirati.⁴³

Razumljivo je da prije svega projektanti moraju osigurati prostornu i funkcionalnu povezanost svih aktivnosti vezanih za plovidbu. S estetskog stajališta bitna je i linija broda, što se svakako odražava i na tržišnu probitačnost. Zato i nije čudo što s brodogradilišnih navoza u posljednjih petnaestak godina silaze pravi ljepotani - brodovi savršenih aerodinamičnih linija koji izazivaju divljenje. Kako estetika i svrhovitost ne idu uvijek ruku pod ruku, lijepe linije te savršeni vanjski i unutrašnji izgled u stanovitoj mjeri idu na uštrb stabilnosti broda.⁴⁴

Velik izazov za kreatore brodskog urbanizma je koncipiranje u prostornom, estetskom i funkcionalnom smislu pet temeljnih vrsta sadržaja namjenjenih putnicima. Ti su sadržaji međusobno povezani ali i potpuno

42 Cf. "Public passions" (1998.), Lloyd's Cruise International, December 1997/January 1998, Iss. 19, pp. 20-1.

43 Cf. *Tecnologie & Trasporti Mare* (1997.), 28 (4), 52.-3.

44 Takva je konstatacija izrečena na konferenciji Miami Seatrade 1997 održanoj 12. ožujka 1997. na Floridi (SAD) - cf. *Tecnologie & Trasporti Mare* (1997.), 28 (4), 53.

zasebni, što posebno "komplicira" rješenja. Radi se, dakako, o smještaju, ugostiteljstvu, zabavi, rekreaciji i odmoru "duše".⁴⁵

Naime, na brodu je veliki broj putnika šarolike strukture, pa je za "svakoga" potrebno predvidjeti prostor i sadržaje koji mu u danom trenutku odgovaraju, gdje je atmosfera intimna i u kojoj se gubi osjećaj masovnosti.⁴⁶ Da brodovi ne bi puno zaostajali za egzotičnim ambijentom područja kojim plove na njima je sve više biljnog svijeta o kojem se brinu vrtlari profesionalci. Tako primjerice kompanija Royal Caribbean Cruise Line na svojih pet najvećih brodova ima već blizu 7 500 sadnica. Uzgoj živih biljaka na brodovima dosta je rizičan jer oni plove po različitim klimatskim zonama, a na brodu je i dosta zatvorenih prostora koji ne osobito pogoduju biljnom svijetu. No, pravo zelenilo je ipak sadržaj koji obogaćuje ambijent broda, pa se ta investicija drži elementom itekako važnim za unaprijeđenje ponude.⁴⁷

Osobita pozornost poklanja se sportskim sadržajima, pa se pored dobro opremljenih prostora za raznovrsne tjelovježbe i trčanje na brodu sve više mogu naći teniska i mini golf igrališta.⁴⁸ Sportske aktivnosti nisu prepuštene samim putnicima već se za njih organiziraju aktivnosti uz stručno vodstvo, a prema njihovim mogućnostima i sklonostima zainteresiranih. Tu su još i moderno opremljene saune te visokosofisticirani uređaji za vodenu i zračnu masažu.⁴⁹

Putnicima je na raspolaganju više bazena koji se pune morskou vodom ili slatkom vodom, knjižnica, kino, video, kazališna dvorana, prostorije za raznovrsne igre, kockarnice, specijalizirani restorani i barovi, prostrani vidikovci, prostori za šetnju. Pružaju im se brojne i raznovrsne osobne usluge - od uljepšavanja do zdravstvene zaštite.⁵⁰

Prema razini usluge na brodu, kuharskim umijećima, raspoloživim sadržajima, prostorima, kvaliteti i veličini prostorija za smještaj, boravak, posluživanje i razonodu putnika određuje se kategorija broda. Berlitz Guide to Cruising za 1995. i 1996. dijeli flotu za krstarenja u pet kategorija i to:⁵¹

45 The Sun Princess (1995.), A Lloyd's List profile, December 1995, 12.; "Wind comfort for cruise/passenger vessels" (1997.), Cruise + Ferry 97, Conference Papers, Vol. 10, BML, s.p.

46 Cf. Maritime Reporter and Engeneering News (1996.), 58 (2), February 1996, 84., stupac I.

47 Cf. Making Waves (1995.), The newsmagazin for employees of Royal Caribbean Cruise Ltd., July/August 1995, 19.

48 Cf. "Winning formula" (1997.), Lloyd's Cruise International, Iss. 13, May 1997, 28.-31.

49 Cf. Technologie & Trasporti Mare (1996.), 27 (10), November 1996, 82.

50 Cf. "Carnival Destiny" (1996.), Technologie & Trasporti Mare, 27 (10), 36., 38.; Worldwide Cruise and Ports of Call 1997 (1996.), Fodor's Travel Publications, Inc., New York (etc.), 32.-9.

SUPERDELUX	★★★★★ +	(pet zvjezdica plus)
DELUX PLUS	★★★★	(pet zvjezdica ili
	★★★ +	četiri zvjezdice plus)
DELUX	★★★★	(četiri zvjezdice)
STANDARD	★★★ +	(tri zvjezdice plus
	★★★	ili tri zvjezdice)
ECONOMY	manje od ★★★	

U odnosu na raniju kategorizaciju uočavaju se promjene,⁵² jer je uvedena kategorija superdelux (pet zvjezdica plus) u koju su svrstani manji luksuzno uređeni i opremljeni brodovi⁵³ i economy kategorija (manje od tri zvjezdice) koja "okuplja" starije i, s današnjeg stajališta skromnije uređene brodove.

Do širenja kategorija brodova za krstarenja, tj. uvođenje novih - dodatnih kategorija nije došlo bez razloga. To je rezultat razvoja pomorskih krstarenja, naglog rasta flote i uključivanja u promet različitih brodova s raznovrsnom ponudom prilagođenoj potražnji. U tako širokim okvirima ponude bilo je potrebno izvršiti razgraničenja kako bi putnici - turisti - kupci aranžmana (putovanja) mogli prepoznati kvalitetu i procijeniti da li joj cijena odgovara.

Bez obzira na kategoriju broda, gotovo na svakom, a osobito na većim i novijim brodovima, ima više vrsta - kategorija kabina s obzirom na broj ležajeva, površinu, opremljenost, položaj. Nude se kraljevski apartmani s raskošnom opremom ali i skromnije kabine s više postelja i/ili posteljama

51 Cf. Lloyd's Cruise International (1996.), Iss. 1, March 1996, 27., stupac I

52 Prema Berlitz Guide to Cruising za 1992. Brodovi su kategorizirani u tri kategorije i to: delux plus, delux i standard (cf. Lloyd's Ship Manager, Supplement, Cruise and Ferry Review, March 1993, 13., stupac II.)

53 Kao dokaz iznesenoj tvrdnji daje se popis brodova koji imaju superdelux kategoriju. Vidi se da su u toj kategoriji brodovi manjeg kapaciteta kao što su: **Europa**, 37.012 gt, 610 postelja u putničkim kabinama kompanije Hapag-Lloyd Seetouristik; **Sun Viking**, 18.455 gt, 726 postelja kompanije Royal Caribbean Cruise Line, zatim tri broda kompanije Carnival - Seabourn Cruises - **Seabourn Pride**, 9.975 gt, 204 postelja, **Seabourn Spirit**, 9.975 gt, 204 postelje i **Seabourn Legend**, 9.961 gt, 204 postelje, kao i dva broda kompanije Cunard-Norwegian Cruises - **Sea Goddess I**, 4.253 gt, 116 postelja i **Sea Goddess II**, 4.260 gt, 116 postelja. Tu još spada i brod **Vistafjord**, 24.492 gt, 670 postelja kompanije Cunard Line, London (obrađeno prema Welkom aan boord (1997.), Cruise International, 2; Shipping Statistics and Market Review (1997.), No. 7, ISL Register, 5., 7., 9., 14.)

na kat.⁵⁴ Najčešće se putnici mogu opredijeliti za jednu od desetak ili dvadesetak kategorija, ali na brodu je ipak najviše kabina (oko 3/4) koje spadaju u srednju kategoriju.

Da bi se "našlo" ponešto za svakoga na brodovima gornje granice vision klase (primjerice Grand Princess od 109.000 gt i 2.600 postelja u kabinama) ili eagle klase (preko 130.000 gt i 3.100 postelja, koji su još u izgradnji, projektirano je više od 30 kategorija kabina.⁵⁵ To pokazuje kako se brodari trude da privuku što je moguće više segmenata potražnje i tako popune brodske kapacitete.

Budući da kapaciteti brodova za krstarenja, mjereni posteljama u putničkim kabinama, brže rastu (indeks 1996./1989. = 164,4; prosječna stopa 7,4 %) od potražnje, mjerene putnicima na krstarenjima (indeks 1996./1989. = 154,1; prosječna stopa 6,4 %) moglo bi se zaključiti da se brodski kapaciteti slabije koriste.⁵⁶ No, na temelju tih dvaju elemenata može se donijeti samo globalna ocjena o korištenju kapaciteta, jer je za potpuno utemeljeni sud potrebno znatno više elemenata, koji su, kada se ocjenjuje i procjenjuje svjetsko tržište pomorskih krstarenja, uglavnom nepouzdana zbog različitog pristupa, obuhvata, kriterija, primjenjivanih metoda, odnosno upitnosti objavljenih podataka. Na globalnoj razini trebat će uložiti dosta napora i strpljenja kako bi se statistika pomorskih krstarenja ustalila, ujednačila i bila sveobuhvatna. Sve do tada objavljivat će se različiti podaci za ista obilježja, a njihovi korisnici, već prema svojoj profesionalnoj savjeti i kritičnosti, koristit će ih i donositi zaključke.⁵⁷ Pri tome, doduše, bitne tendencije i odnosi ne bi trebali biti upitni, što znači da su eventualna odstupanja ipak u granicama tolerancije, poglavito kada se analizira svjetsko tržište pomorskih krstarenja.

Već prema tome da li se uzima nominalni kapacitet brodova za krstarenja, realni kapacitet ili pak na tržištu stvarno ponuđeni kapaciteti izraženi u posteljama/danima (bed-days) u određenom vremenskom razdoblju (najčešće godini) i stvarno prevezeni putnici, tj. ostvareni putnici/dani (pax - days) izračunava se iskorištenost brodskih kapaciteta. Često se stavljaju u

54 Springer, M. (1994.), Frommer's Comprehensive Travel Guide Cruise '95 - '96, Macmillan Travel, New York, 116.-17-

55 Na brodu Grand Princess kompanije P & O koji se gardi u talijanskom brodogradilištu Ficantieri, a trebao bi biti predan naručitelju u svibnju 1998., projektirano je 34 kategorije kabina (cf. Lloyd's Cruise International (1997.), Iss 13, May 1997, 9., stupac IV.)

56 Indeksi i prosječne stope izračunani su na temelju podataka iz izvora danih (navedenih) u odjeljku 1. i 2. ovoga rada.

57 Pogledaju li se primjerice podaci koje objavljuju CLIA - SAD, G.P. Wild (International) Ltd. i PSA (Passenger Shipping Association) - UK, ShipPax Informauiou - Švedska ili pak ISL (Institute of Shipping Economics and Logistics) - Njemačka, uočavaju se razlike koje proistječu iz različitog obuhvata, kriterija i metoda.

odnos prosječno raspoloživi kapaciteti i prosječni putnici/dani,⁵⁸ pa su zbog svega toga podaci različiti a ponekad i upitni.

Uz sve dvojbe i različite pristupe u procjeni uočava se da se kapaciteti brodova za krstarenja od početka 90-ih slabije koriste, tj. da je prisutna negativna tendencija korištenja raspoloživih kapaciteta, što je posljedica neravnoteže ponude i potražnje (tabl. 10.).

Tablica 10.

Putnici na krstarenjima i korištenje brodskih kapaciteta

Godina	Putnici (tis.)		Korištenje kapaciteta (%)	
	svijet	Sj. Amerika	svijet	Sj. Amerika
1980.	1.800	1.431	62,2	96,0
1985.	2.818	2.152	60,3	93,0
1986.	3.314	2.618	82,2	95,0
1987.	3.599	2.879	87,6	96,0
1988.	4.074	3.180	89,2	97,0
1989.	4.212	3.286	59,6	93,0
1990.	4.550	3.640	59,8	88,9
1991.	5.073	3.979	57,0	87,0
1992.	5.225	4.136	57,0	87,6
1993.	5.695	4.480	62,0	88,0
1994.	6.065	4.448	60,0	84,3
1995.	6.004	4.378	58,0	79,6
1996.	6.500	4.597	59,5	80,6

Izvor: priredeno prema podacima iz *Lloyd's Annual Cruise Review 1991*, 52.-3.; *Travel and Tourism Analyst*, No. 3/1996, 73.-5.; *Dickinson, B. and Vladimir, A. (1997.), Selling the Sea...*, o.c. 133.-4. i procjena autora

Slabija iskorištenost brodskih kapaciteta na razini svijeta u usporedbi sa Sjevernom Amerikom proizlazi iz najmanje tri činjenice: 1. sjevernoamerički je kontinent područje s kojim i prema kojem je usmjerena

58 Kada se za korištenje kapaciteta uzimaju prosjeci onda se polazi od toga da se pojedini brod u godini koristi 350 dana. Putnici/dani se izračunavaju tako što se ukupni broj putnika na krstarenjima pomnoži s prosječnim trajanjem krstarenja (u danima) u pojedinoj godini. To je primjerice za Sj. Ameriku oko šest dana, a za svijet oko 6,5 dana (cf. *Travel & Tourism Analyst (1995.), No. 2, 7.; Lloyd's Annual Cruise Review 1991, 52.-3.*)

najveća potražnja - oko 4/5 krstarenja (putnici) u svijetu otpada na Sjevernu Ameriku, 2. "industrija" krstarenja je daleko najrazvijenija u Sjevernoj Americi (kompanije, institucije, promet, infrastruktura) i 3. što je na karipskom području i meksičkoj rivjeri zajedno s Panamskim kanalom, koje predstavlja oko 3/4 sjevernoameričkog tržišta, moguće, zbog povoljnih klimatskih i vremenskih uvjeta, krstarenje tijekom cijele godine.⁵⁹

Veliki brodovi za krstarenja vision klase izuzetno su složeni plovni objekti koji ne pružaju putnicima samo vrhunski estetski dojam, raznovrsne sadržaje, izniman komfor, već i visoki stupanj zaštite reguliran prema strogim međunarodnim te nacionalnim standardima i propisima (IMO standardi, International Safety Management Code - IMS Code).⁶⁰ Na svim je takvim brodovima instaliran vrlo učinkovit integralni sustav zaštite putnika, posade, mora, okoline (Safety Management System - SMS).⁶¹

Prigodom projektiranja velikih brodova za krstarenja ne postavlja se samo zadatak osmišljavanja prostora, sadržaja, uređaja, instalacija, strojeva koji će zadovoljiti sve zahtjeve putnika i najviše standarde plovidbenih svojstava broda, već i omogućiti vrhunsku organizaciju svih poslova i eksploataciju uz što je objektivno moguće niže troškove. To se odnosi na komuniciranje putnika i menadžmenta broda, putnika međusobno, posade između sebe, prihvat i otpremu prtljage, smještaj u kabine, posluživanje općenito, posluživanje u kabinama, kolanje dokumenata, evidenciju i plaćanje konzumacija, narudžbe. Stvaranje prostornih i tehničkih uvjeta koji omogućavaju učinkovitu organizaciju poslova te sama uspostava i provedba dobre organizacije u velikoj mjeri pridonose smanjenju troškova.⁶²

Dobra tehnička, tehnološka i eksploatacijska rješenja samog broda te inovacije koje se ugrađuju u brodove nove generacije također su u funkciji profitabilnijeg poslovanja.⁶³

Veliki su brodovi privlačni putnicima jer istraživanja pokazuju da dosta njih žele biti na što većem brodu.⁶⁴ No, takve "grdosije" prčinjaju

59 Cf. *supra*, bilješka ispod teksta br. 4.; Yearbook of Tourism Statistics (1992.), Vol. I, 44 ed., WTO, Madrid, 141.-2.

60 Cf. "Safety management and the cruise industry" (1997.), *Tecnologie & Trasporti Mare*, 28 (4), 49.

61 Cf. "Dawn Princess" (1997.), *Tecnologie & Trasporti Mare*, 28 (4), 7.

62 Batts, D.C. (1993.), Maximising profitability and operational efficiency with a complete shipboard cruise management system, *Cruise + Ferry 93*, Conference Papers and Speakers Profiles, Vol. 1, BML, s.p.

63 Cf. "Azipod propulsion breakthrough for large cruise ship" (1997.), *Cruise + Ferry 97*, Conference Papers, s.p.; "Ventilation system design and maintenance for air quality on passenger ships (1997.), *Cruise + Ferry 97*, s.p.; "New concept of passenger elevator for cruise ships", *Cruise + Ferry 97*, s.p.

64 Cf. *Maritime Reporter and Engineering News* (1996.), 58 (2), 84.; *Maritime Reporter and Engineering News* (1996.), 58 (7), 40.-7.

operatorima dosta problema. Ti su post-panamaks brodovi manje fleksibilni. Ne mogu prolaziti Panamskim kanalom, pa ih se ne može izravno koristiti - "prebacivati" s krstarenja po karipskom području na krstarenja uz zapadnu obalu SAD i Kanade i u vodama Alaske.⁶⁵ Zbog svojih dimenzija ne mogu pristajati u mnoge luke na karipskim otocima pa se moraju sidriti ispred njih, a putnici se onda čamcima prevoze na kopno i s kopna na brod, što oni u pravilu ne prihvaćaju rado. Sve to je znatan nedostatak na takvim putovanjima.

Stalno punjenje brodova vision kategorije nije moguće na tržištima na kojima je potražnja manja, a to su zapravo sva područja izvan američkog mediterana (Meksički zaljev i Karipsko more).⁶⁶ To je i osnovni razlog što se takvi brodovi usmjeravaju na masovna tržišta kao što je primjerice karipsko.

Kompanija P&O Princess Cruise (SAD) namjerava napraviti iznimku te svoj najveći brod "Grand Princess" od 109.000 gt i 2.600 postelja u putničkim kabinama,⁶⁷ koji će početkom ljeta 1998. biti isporučen u talijanskom brodogradilištu Ficantieri, ponuditi na sredozemnom tržištu.⁶⁸ Potražnja na europskom tržištu pomorskih krstarenja je doista u usponu, a poglavito za krstarenja Sredozemljem. Međutim, prema dosadašnjoj praksi i specifičnostima sredozemnog tržišta, koje je naglašeno privlačno za putnike zbog kulturnih i povijesnih znamenitosti, a ne masovne zabave, iznimka P&O će "potvrditi pravilo", pa će "najveći" ipak trajno "završiti" na Karibima.

Rastuća ekonomija razmjera, odnosno "uštede zbog opsega" omogućuje da veliki, luksuzno opremljeni brodovi, koji pružaju visoku razinu usluge, nude prosječno niže cijene krstarenja u odnosu na brodove približno iste razine ukupne usluge ali manjeg kapaciteta.⁶⁹

65 Brod "Down Princess" (77.000 brt) najveći je putnički brod, odnosno brod općenito, koji je prošao kroz Panamski kanal tako da je sa svake strane ostalo samo po 20 cm (cf. Lloyd's Cruise International (1997.), Iss. 13, May 1997., 29.

66 Izraz za ovaj geografski pojam preuzet je iz knjige Nikole Stražičića (1984.), Pomorska geografija svijeta, Školska knjiga, Zagreb, 206.

67 "Grand Princess" će biti i najveći brod za krstarenja (pored "Carnival Destiny" kapaciteta 102.000 brt koji je isporučen u listopadu 1996. također u Ficantieri-ju). U svemu tome ima i želje za prestižom, što je odavna prisutno u putničkom morskom brodarstvu (cf. Shipping Statistics and Market Review (1997.), No. 7, ISL Register, 6., 18.)

68 Lloyd's Ship Manager (1997.), Vol. 18, No. 2, May 1997, 73., stupac I.

69 Kao dokaz iznesenoj tvrdnji mogu poslužiti prosječne dnevne cijene (uz sav rizik koji prosjeci "nose") po osobi ponuđene za 1997. na bazi sedmodnevnog krstarenja, u što nije uključen prijevoz zrakoplovom do/iz luke ukrcaja/iskrcaja ni lučke takse u luci ukrcaja, koje nude tri utjecajne kompanije na velikim brodovima (1) i tri poznata operatora na manjim brodovima (2) približne razine ukupne usluge (prostor, sadržaji,

To, međutim, nije jedini "činitelj cijena", jer na cijene krstarenja, tj. aranžmana utječe niz raznovrsnih okolnosti kao što su: konkurencija na tržištu, stupanj potražnje, duljina (dani) krstarenja, područje krstarenja, sezona (vrijeme) krstarenja, kategorija broda, kompanija (operator), vrsta kabine, uključenost (ili ne) prijevoza zrakoplovom, dodatne usluge na kopnu prije i poslije plovidbe.

Po službeno objavljenim cijenama u katalogima i brošurama koje izdavaju kompanije prodaju se samo dio brodskih kapaciteta. Znatno dio postelja "pođe" po nešto ili znatno nižim cijenama zbog različitih vrsta popusta. Tako se primjerice odobrava popust ako se rezervacija izvrši 45 - 75 dana prije putovanja uz uplatu depozita od oko 20 %.⁷⁰ Popust se odobrava i za grupna putovanja, a "rasprodaja" se vrši i u kratkom vremenu (samo nekoliko dana) prije isplivljavanja ako prethodno kapaciteti nisu prodani.⁷¹

Da bi se privukli putnici daju se i druge primamljive povlastice kao primjerice "dva za jedan" (two for one offer), što znači plaća se za jednu osobu a dva krstarenje odlaze dvije osobe, odnosno partner putuje besplatno.⁷²

U tom "moru" različitih cijena, popusta, povlastica, besplatnih putovanja među organizatorima putovanja (kompanijama, operatorima, tuoperatorima) se stalno postavlja pitanje što je ekonomski povoljnije - pun brod uz pola cijene ili poluprazan brod uz punu cijenu. Odgovor daje praksa a to je fleksibilnost i raznovrsnost u cijenama s ciljem da se popune kapaciteti broda.

I ta se poslovna (prodajna) filozofija temelji na "računici". Naime, od pune cijene koju plaća putnik uz dodatnu potrošnju na brodu (nešto iznad 10 %) gotovo polovina (45,5 %) je ekonomski profit (prihodi umanjeni za eksplicitne i implicitne troškove).⁷³ To pokazuje da kompanije imaju širok

posluživanje):

(1) Carnival Cruise Lines	211-220 USD
Royal Caribbean Cruise Line	254-310 USD
Princess Cruises	275-356 USD
(2) Seaburn Cruise Line	885 USD
Windstar Cruises	456 USD
Cunard Line	457-571 USD

Obradeno prema Worldwide Cruises and Ports of Call 1997 (1996.), Fodor's, New York (etc.), 62., 170., 151., 190., 210., 99.

70 Cf. *supra*, bilješka ispod teksta br. 69, p. 20.

71 Cf. "RCCL revolutionised cruise pricing" (1995.), Making Waves, September 1995, 4.

72 Ibidem, c.l.

73 Odnosi se na procjenu prosječnog prihoda (2.200 USD) i ekonomskog profita (1.000 USD) po putniku u 1994. godini za članice CLIA (cf. Dickinson, B. and Vladimir, A., o.c., 135.-6.)

prostor za upravljanje prihodima, odnosno davanje kojekakvih cijena i uvjeta s ciljem da se kapaciteti broda bolje koriste.

U novije vrijeme mega brodovi za krstarenja izazivaju posebnu pozornost i kao veliki "proizvođači" otpada. Procjene pokazuju da se na tim brodovima s oko 3.500 ukrcanih osoba (putnici + posada) na desetodnevnom putovanju "proizvede" oko 760 m³ raznovrsnog otpada - suhog sagorivog, hrane, stakla, lima. Zato nova pravila MARPOL-a, koja stupaju na snagu polovicom 1998., nalažu da svaki brod ima pismeno definiran način (plan) postupanja s otpadom (garbage management plan), a to je postupak zbrinjavanja, reciklaže, sabijanja i čuvanja na brodu te predaje u lukama pristajanja. To praktički znači da upravljanje otpadom traži prostor i opremu na brodu, ali i spremnost luka da taj otpad prihvate. Brodovi eagle kategorije tom će problemu, zbog velikog broja putnika i posade; trebati pokloniti dodatnu pozornost i izgraditi prostor te instalirati opremu za preradu i čuvanje otpada, jer ništa od otpada ne smije biti bačeno u more.⁷⁴ Rastuća briga za zaštitu mora od zagađivanja s brodova proteže se eto i na otpad koji nastaje osobito u velikim količinama na brodovima zabave.⁷⁵

Danas se gotovo svi brodovi za krstarenja naručuju u europskim brodogradilištima ili preciznije u brodogradilištima četiriju europskih zemalja - Italije, Finske, Njemačke i Francuske.⁷⁶

Naime, prema svjetskoj knjizi narudžaba (stanje koncem veljače 1997.) brodova za krstarenja od 300 i više gt 17 brodova s 42,0 % od ukupne bruto tonaže naručeno je u talijanskim brodogradilištima, a od toga preko 95 % u Ficantieri-ju, osam brodova na koje otpada 27,8 % gt u finskom brodogradilištu Kvaerner-Masa, sedam brodova sa 17,2 % gt u njemačkim brodogradilištima (oko 70 % u Meyer Werft-u), šest brodova s 11,4 % gt u Francuskoj, od kojih svi osim jednog (1 560 gt) u brodogradilištu Antlantique, jedan brod (26.000 gt) na kojeg otpada 1,3 % gt u Japanu i jedan (1.500 gt) koji "nosi" simboličnih 0,1% gt u Egiptu.⁷⁷

Europska su se brodogradilišta doista specijalizirala za izgradnju tih izuzetno zahtjevnih i složenih plovniha objekata tako da im druga brodogradilišta u svijetu, a poglavito na Dalekom istoku, ni ne pokušavaju

74 Cf. "Clear and green" (1998.), Lloyd's Cruise International, Iss. 19, December 1997/January 1998, 23.-4.

75 Prema istraživanjima CLIA jedna osoba na brodu vision kategorije "proizvede" dnevno: 1 kg suhog sagorivog otpada, 0,6 kg ostataka hrane, 1 kg staklenih boca i 0,034 kg limenki (cf. Lloyd's Cruise Internatiobal, Iss. 10., 23.)

76 Cf. Hansa (1998.), Nr. 1, 34.-40.; Lloyd's Ship Manager (1997.), Vol. 18, No. 2, May 1997, 71.

77 Izračunano prema podacima iz Fairplay Solutions (1997.), April 1997, Iss. No. 7, Supplement - Fairplay Newbuildings, March 20 th 1997, Iss. No. 18, 20.-1.

ozbiljnije konkurirati. Doduše, velike kompanije, kao što je npr. Royal Caribbean Cruise Lines, namjeravaju naručivati brodove i izvan Europe. Razgovori su vođeni s japanskim Mitsubishi Heavy Industries (MHI) koji ima iskustva u izgradnji brodova za krstarenja,⁷⁸ ali do danas te namjere nisu ostvarene, pa se ugovori još uvijek sklapaju samo s poznatim i potvrđenim europskim brodogradilištima.⁷⁹ Prednost europskih brodogradilišta je i tome što se još uvijek njihova proizvodnja subvencionira, a to svakako utječe na konkurentnost.⁸⁰

Na tržištu pomorskih krstarenja sve je više velikih, funkcionalno projektiranih, dobro i raznovrsno opremljenih brodova. Velike kompanije diktiraju "tempo", a njihova poslovna strategija je usmjerena cilju koji se zove "QVI" (quality, variety and innovation) - kvaliteta, raznolikost i inovacije.⁸¹ Svaki novi brod mora odgovarati tim zahtjevima. To je uvjet za konkurentnost na tržištu i uspješno poslovanje.

4. ORGANIZACIJA

Na tržištu pomorskih krstarenja dominira po kapacitetima, prihodima i financijskoj moći malen broj velikih kompanija. Takva koncentracija rezultat je triju činjenica: 1. razvoja pojedinih kompanija, 2. pripajanja velikima manjih i financijski slabijih kompanija i 3. stvaranja multinacionalnih kompanija koje nastaju osnivanjem novih podružnica u drugim zemljama i/ili uključivanjem tvrtki iz drugih zemalja u "strateški savez".⁸²

Svoje usluge nude i brojne manje i sasvim male kompanije koje raspolažu sa samo nekoliko brodova ili čak jednim brodom. One uglavnom popunjavaju tržišne niše samostalno, što je sve teže i rizičnije, ili kooperiraju s velikima na raznovrsne načine; popunjavaju po potrebi ponudu velikih, davaju im brodove u charter.⁸³ Takva poslovna suradnja završava često nepovoljno za male kompanije, jer se vremenom potpuno "utope", izgube svoj identitet i nestanu sa "scene".⁸⁴

Šarolikost ponude prema kriteriju raspoloživih kapaciteta i s tim u svezi financijske moći može se potkrijepiti primjerom SAD koje su stvarno i formalno domicil najvećeg broja kompanija.

78 Cf. Hansa (1995.), Nr. 4, 20., stupac III.

79 Cf. The Motor Ship (1995.), Vol. 75, No. 898, May 1995, 58., stupac I.

80 Cf. Technologie & Trasporti Mare (1997.), Vol. 28, No. 4., 52.

81 Ibidem, c.l.

82 cf. "Princess may lanch bid for Crystal" (1997.), Trade Wind, Vol. 8, No. 29, July 18 1997, 26.

83 Ibidem, c.l.

84 Cf. Lloyd's Ship Manager (1997.), Vol. 8, No. 2, May 1997, 71.

Naime, od 42 kompanije iz SAD koje su se 1995. bavile pomorskim krstarenjima 14 ih je imalo samo po jedan brod, ali različitog kapaciteta i broja postelja u putničkim kabinama. Primjerice najmanji brod kapaciteta 1.200 gt i 80 postelja imala je jedna od takvih tvrtki, a druga je posjedovala brod od 69.053 gt s 1.850 postelja. Između te donje i gornje granice veličine broda 12 je tvrtki raspolagalo brodom u rasponu od 2.537 gt sa 174 postelje do 14.533 gt s 1.444 postelje. Devet kompanija imalo je po dva broda, a njih šest po tri od kojih je jedna raspolagala s tri broda ukupnog kapaciteta od svega 294 gt i 256 postelja. Po pet brodova imale su tri kompanije, njih dvije po šest, po sedam brodova imale su dvije, po osam jedna, po devet tri, a dvije su matične kompanije bile "bez" brodova.⁸⁵

Organizacija je na tržištu pomorskih krstarenja izrazito fleksibilna i promjenljiva. Tvrtke se kupuju i prodavaju, pripajaju, razdvajaju, ulaze i izlaze iz velikih korporacija, utapaju se u njih, idu u stečaj, javljaju se opet pod drugim imenima. Mijenjaju se i udjeli u poduzeću a time poslovna i razvojna politika i položaj na tržištu. Na tržištu se pojavljuju i nove kompanije koje ulaze u zajednička ulaganja (joint venture) s velikima, kao što je primjerice Carnival korporacija, nastupaju samostalno s novim brodovima.⁸⁶ Tako je učinila Disney Cruise Line (SAD) naručivši u Italiji (Ficantieri) dva broda od po 85.000 gt s po 1.760 postelja u putničkim kabinama i ponudivši (za polovicu 1998.) specifične sadržaje i programe namjenjene obiteljima s djecom - tržišnom segmentu čija je potražnja u usponu.⁸⁷ Sličan pristup ima i Star Cruises sa sjedištem u Singapuru za koju se u Njemačkoj (Meyer Werft) grade dva broda od po 75.000 gt i 2.000 postelja namjenjena (za konac 1998. i početak 1999.) specifičnom tržištu Dalekog istoka i jugoistoka Azije.⁸⁸

Vodeći britanski turoperator Airtours odlučio se pak uključiti na tržište masovnih krstarenja kupnjom dva broda s kojima namjerava na Sredozemlju ostvarivati svoj, po niskim cijenama, fly-cruise program.⁸⁹ Sličnu poslovnu orijentaciju imaju još dva velika britanska turoperatora -

85 Izračunano prema podacima iz Seatrade Review (1995.), Supplement, Seatrade Report Cruise Shipping, Cruise Line Directory, March 1995, 133.-9.

86 Cf. Trade Wind (1997.), Vol. 8, No. 10, March 1997, 20

87 "Disney World goes to sea" (1995.), Cruise&Ferry, July/August 1995, LSM, 2.; Lloyd's Cruise International (1997.), Iss. 18, November 1997, 5.; "Disney's Magic formula" (1998.), Lloyd's Cruise International, Iss. 22, April 1998, 30.-1.

88 Cf. *supra*, bilješka ispod teksta br. 80, p. 73.; "Star performer" (1997.), Lloyd's Cruise International, Iss. 16, September 1997, 11., 13.; "Star sets its sights on 100 000 gt cruiseships (1997.), Trade Wind, Vol. 8, No. 31, August 1997, 22.

89 "Airtours goes for mass market" (1995.), Cruise & Ferry, March/April 1995, LSM, 27.-8.

Thomson i First Choise. Zasad su se odlučili uzeti u vremenski najam brodove od manjih kompanija (Louis Cruise Line, Premier i Festival Cruise) za krstarenje Sredozemljem po sistemu prijevoz zrakoplovom do luke ukrajca, krstarenje, povratak zrakoplovom.⁹⁰

Dinamičnost i promjenljivost ponude na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja otežava sustavno i dugoročno praćenje nositelja toga posla, odnosno organizaciju tržišta, poglavito ako se želi utvrditi njihov domicil. Jedna činjenica, međutim, dolazi do izražaja. To je sve veća koncentracija kapaciteta u manjem broju velikih kompanija, zapravo korporacija koje su utjecajne na više sektora kao što je hoteljerstvo, turizam, robni i putnički pomorski prijevoz, zračni prijevoz, trgovina, industrija, morske luke.

Takvu tvrdnju najbolje potkrijepljuju podaci u tabl. 11. i 12. iz kojih se jasno uočava trend izrazite dominacije manjeg broja kompanija.

Tablica 11.

Deset vodećih kompanija na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja (1994.)

Kompanija	Broj brodova	GT		Ø gt (tis.)	Putničkih postelja	Ø starost brodova (godina)
		tis.	%			
Carnival (SAD)	22	863	19,7	39,2	25.314	9,7
P&O (SAD)	12	446	10,2	37,2	12.806	20,5
Royal Caribbean (SAD)	9	412	9,4	45,8	14.334	12,0
Klosters (SAD)	12	350	8,0	29,2	11.660	15,5
Costa (Italija)	10	276	6,3	27,6	8.957	26,0
Cunard (V. Britanija)	8	198	4,5	24,7	5.533	16,9
Black Sea S.C. (Ukrajina)	12	176	4,0	14,6	5.484	17,8
Chandris (SAD)	5	167	3,8	33,5	5.354	28,2
Lelakis (SAD)	6	100	2,3	16,7	4.149	33,2
Genting Int. (Singapur)	2	80	1,9	40,0	4.000	4,5
Ukupno 10-orica	98	3.068	70,0	31,3	97.591	17,5
Ostali	119	1.324	30,0	11,1	52.981	...
Sveukupno	217	4.392	100	20,2	150.572	20,1

Opaska: u zagradama su domicilne zemlje kompanija ili njihovog većeg dijela

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima iz *Shipping Statistics and Market Review*, No. 7/1994, ISL, Bremen, 4.

90 Cf. "A wider appeal" (1998.), Lloyd's Cruise International, Iss. 22, April 1998, 12.-3

Tablica 12.

Deset vodećih kompanija na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja (1997.)

Kompanija	Broj brodova	GT		Ø gt (tis.)	Putničkih postelja	Ø starost brodova (godina)
		tis.	%			
Carnival (SAD)	33	1.443	25,9	43,7	39.824	10,4
Royal/Celebrity (SAD)	17	1.045	18,7	61,7	30.074	6,0
P&O (SAD)	14	621	11,1	44,4	15.898	15,6
Norwegian C.L. (SAD)	7	292	5,2	41,7	9.564	13,0
Cunard (SAD)	5	141	2,5	28,2	3.168	17,2
Cruise Holdings (SAD)	5	136	2,4	27,2	4.517	37,0
Star Cruises (Singapur)	4	128	2,3	32,0	5.920	11,0
N.Y.K. Cruises (Japan)	3	128	2,3	42,7	2.504	5,0
V. Ships (SAD)	7	119	2,2	17,0	3.176	21,7
Black Sea S.C. (Ukrajina)	7	111	2,0	15,9	3.296	25,6
Ukupno 10-orica	102	4.164	74,6	40,8	117.941	13,9
Ostali	111	1.415	25,4	12,7	51.255	...
Sveukupno	213	5.597	100	26,2	169.196	19,1

Opaska: isto kao tabl. 11.

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima iz *Shipping Statistics and Market Review*, No. 7/1997, ISL, Bremen, 3.

U 1994. na deset vodećih kompanija otpadalo je 45,2 % broja brodova, 70,0 % bruto tonaže i 64,8 % postelja u putničkim kabinama. Tri vodeće kompanije "nosile" su 19,8 % brodova, 39,2 % bruto tonaže i 34,8 % ukupnih postelja.⁹¹

Tri godine kasnije, tj. u 1997. stupanj koncentracije još je veći. U toj godini zapravo na deset vodećih kompanija dolazi 47,9 % broja brodova, 74,6 % bruto tonaže i 69,7 % ukupnih postelja. Vodeća (ista) trojka sada "drži" znatno više nego tri godine ranije, a to je 30,0 % brodova, 55,7 % bruto tonaže i 50,7 % putničkih postelja.⁹²

Smanjuje se i broj zemalja čije su kompanije vlasnici brodova za krstarenja, a glavnina ih je (54,0 %) iz samo tri zemlje - SAD, V. Britanije i Grčke. Najviše je nositelja krstarenja (37,2 %) sa stvarnim i/ili

91 Izračunano prema podacima iz tabl. 11.

92 Izračunano na temelju podataka iz tabl. 12.

fiktivnim sjedištem u SAD. Unatoč pojavi novih kompanija, što je inače ohrabrenje za sve one koje su u financijskim poteškoćama i poticaj drugima da se okušaju u tom, zbog oštre konkurencije, rizičnom poslu, broj se nositelja krstarenja smanjuje zbog prethodno navedenih razloga (tabl. 13.).

Tablica 13.

Zemlje koje posjeduju brodove za krstarenja (bez obzira na zastavu broda) i domicilne kompanije (prema sjedištu) koje se bave tom djelatnošću

Redni br.	Zemlja	Broj kompanija				
		1992.	1995.	rang		razlika 1995.-1992
				1992.	1995.	
1.	SAD	38	42	1	1	+4
2.	V. Britanija	12	9	2	3	-3
3.	Grčka	11	10	3	2	-1
4.	Japan	7	6	4	5	-1
5.	Italija	5	5	5-6	6	0
6.	Njemačka	5	7	5-6	4	+2
7.	Rusija	4	3	7	7-8	-1
8.	Finska	3	2	8-10	9-15	-1
9.	Francuska	3	3	8-10	7-8	0
10.	Singapur	3	4	8-10	6	+1
11.	Australija	2	2	11-16	9-15	0
12.	Cipar	2	2	11-16	9-15	0
13.	Čile	2	2	11-16	9-15	0
14.	Hong Kong	2	2	11-16	9-15	0
15.	Španjolska	2	2	11-16	9-15	0
16.	Ukrajina	2	1	11-16	16-27	-1
17.	Danska	1	-	17-30	-	-1
18.	Ekvador	1	1	17-30	16-27	0
19.	Fidži	1	1	17-30	16-27	0
20.	Filipini	1	-	17-30	-	-1
21.	Hrvatska	1	1	17-30	16-27	0
22.	Indonezija	1	1	17-30	16-27	0

Nastavak na slijedećoj stranici

Nastavak tablice 13.

23.	Kenija	1	-	17-30	-	-1
24.	Kina	1	1	17-30	16-27	0
25.	Nizozemski Antili	1	-	17-30	-	-1
26.	Norveška	1	1	17-30	16-27	0
27.	Nova Gvineja	1	1	17-30	16-27	0
28.	Portugal	-	1	17-30	16-27	+1
29.	Tajland	1	1	17-30	16-27	0
30.	Tajvan	1	1	17-30	16-27	0
31.	Turska	1	1	17-30	16-27	0
	Ukupno kompanija	117	113			-4
	Ukupno zemalja	30	27			-3

Izvor: *Obradeno i izračunano na temelju podataka iz Seatrade Review, March 1992, Cruise Line Directory, 191.-7.; Seatrade Review, March 1995, Cruise Line Directory, 133.-9.*

Proces globalizacije, što znači povezivanja općenito na svjetskom tržištu jasno se uočava i na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja. Tome, dakako, pridonosi opći trend liberalizacije u svjetskoj ekonomiji, a veliku ulogu imaju i multinacionalne kompanije koje već sada pokrivaju gotovo sva područja na kojima se krstari tijekom cijele godine ili samo u sezoni. Proces osnivanja ili pripajanja već postojećih kompanija se nastavlja na svim područjima - od karipskog, preko sredozemnog do dalekoistočnog, jugoistočnog i pacifičkog.⁹³

Velike kompanije pod svaku cijenu žele ponuditi nešto novo, originalno, što će privući putnike upravo na njihove brodove, jer je to što oni nude (prema marketinškom sloganu) inače "neponovljivo". Tako primjerice Holand America, Disney Cruise Line, Royal Caribbean, Celebrity, Costa kupuju i uređuju svoje vlastite otoke u bahamskom i antilskom arhipelagu ili zakupljuju privatne otoke na koje dovode svoje putnike i nude im raznovrsne usluge po vlastitom marketinškom odabiru i za svoj račun. Takva se vrsta brodsko-otočne ponude pokazala uspješnom. Potražnja raste jer se na te "zatvorene" otoke jedino i može doći kao putnik na krstarenjima brodovima kompanija koje ih posjeduju. Taj vid ponude izaziva posebnu znatiželju, a to, dakako, potiče organizatore krstarenja na kupnju

93 Cf. "The globalization of the cruise industry" (1997.), Cruise + Ferry 97, Conference Papers, Market Scope, Inc., s.p.

novih otoka i njihovo uređenje u funkciji tog, s tržišnog stajališta, ipak "zatvorenog kruga".⁹⁴

S ciljem da što uspješnije plasiraju svoj "proizvod" kompanije nude uobičajene (klasične) i/ili nove (s drukčijim sadržajima) programe krstarenja za sve segmente potražnje - potrošača, tj. putnika koji su već bili na krstarenjima (starim kupcima) kao i onim mogućim (novim kupcima). Njihova je poslovna filozofija i razvojna strategija usmjerena na ponudu:

- a) novog proizvoda novim kupcima,
- b) novog proizvoda starim kupcima,
- c) starog proizvoda novim kupcima,
- d) starog proizvoda starim kupcima.

Glavna se tržišna strategija temelji na kombinacijama tih četiriju opcija (slika 1.).⁹⁵ Takvim se pristupom globalno "pokriva" cijela potražnja, a njezini pojedini segmenti posebnostima i raznovrsnostima unutar toga. Svim nositeljima pomorskih krstarenja u turističke svrhe sasvim je jasno da nema mirnog sna ni spavanja "na lovorikama". Budućnost je krstarenja u rukama tržišno orijentiranih, inventivnih, dobro organiziranih i visoko-sofisticiranih "igrača".

TRŽIŠTE			
		NOVO	STARO
P R O I Z V O D	NOVO	Prodaja novog proizvoda novim kupcima	Prodaja novog proizvoda starim kupcima
	STARO	Prodaja starog proizvoda novim kupcima	Prodaja starog proizvoda starim kupcima

Slika 1. Temeljne strategije na tržištu pomorskih krstarenja

Izvor: Cruise + Ferry 97, Market Scope, Inc. (1997.)

⁹⁴ "Fantasy islands" (1997.), Lloyd's Cruise International, Iss. 13, May 1997, 14.-5.

⁹⁵ Cf. *supra*, bilješka ispod teksta br. 93, s.p.

5. PROSTORNI RAZMJESTAJ

Ponuda pomorskih krstarenja, izražena posteljama/danima, brodarskih kompanija, operatora i turoperatora rasprostranjena je po cijelom svijetu. Ali i krstarenja su, kao i turizam općenito, regionalno orijentirana, što znači da se najviše ide krstariti na bliža područja - mora.⁹⁶ Zato je najviše Amerikanaca na krstarenjima po Karibima, Europljana po Sredozemlju, sjeverozapadnim područjima i Baltičkom moru, stanovnika zemalja Dalekog istoka i jugoistoka Azije po morima, otocima i područjima Dalekog istoka i jugoistoka Azije.

I u ovom vidu turizma, znatno skupljem od prosječnog hotelskog,⁹⁷ dolaze do izražaja mogućnost i spremnost ljudi u užem i nešto širem okruženju da izdvoje novac i plate takve usluge - aranžmane.⁹⁸

Ponuda je pokretljiva, pa brodovi bez obzira na zastavu i državnu pripadnost matične tvrtke krstare područjima u kojima je sezona krstarenja i koja su atraktivna za ovaj vid pomorskoprijevoznih i turističkih usluga. Kompanije, prema potražnji, dimenzioniraju ponudu i njezinu strukturu po kategorijama i sadržajima.

Prepreka većoj fleksibilnosti i pokretljivosti ponude su već spomenuta ograničenja kabotažnog prijevoza. Zasad se takve poteškoće prevladavaju programom plovidbe, a i manje ih je zbog većeg stupnja liberalizacije u pružanju pomorskoprijevoznih usluga.

96 Gotovo 3/4 (74,0%) putnika-turista iz Sjeverne Amerike (SAD, Kanada) krstarilo je 1994. po morima tog kontinenta; po Karibima i Bahamskom otočju 52,0%, Alasci 7,8%, Meksičkoj rivjeri 5,3%, Bermudima 3,0%, kroz Panamski kanal 5,9%, dakle po bližim morima. Tek je 9,2% Amerikanaca krstarilo po Sredozemlju, 3,8% po sjevernoj Europi, 2,2% po južnom Pacifiku i 10,8% po drugim područjima u svijetu (prema Travel & Tourist Analyst (1995.), No. 2, p. 9.)

97 Istraživanja pokazuju da je glavni razlog što se ne ide na krstarenja visoka cijena tih aranžmana. Naime, 52,8% ispitanika navodi cijenu kao razlog što nisu bili na krstarenjima, odnosno što nisu odabrali krstarenja kao način korištenja godišnjeg odmora (cf. Dickinson, B. and Vladimir, A. o.c., 157.)

98 Ljudi s nižim prihodima (do 40.000 USD godišnje) češće ističu (50,5 - 67,6% ispitanika) cijenu kao razlog zbog kojeg se nisu opredijelili za krstarenja kao vid godišnjeg odmora. Međutim, za samo 24,6% anketiranih s preko 75.000 USD godišnjih prihoda cijena je najvažniji razlog što još nisu bili na krstarenjima (prema izvoru navedenom u prethodnoj bilješci, p. 156.)

Najveća je koncentracija ponude (oko 3/4 - prema CLIA, što znači užem obuhvatu)⁹⁹ na području Sjeverne Amerike,¹⁰⁰ a unutar njega na Karibima i Bahamima (oko 1/2). Udjel tog, sa stajališta krstarenja najrazvijenijeg kontinenta, postupno opada na račun Europe i "ostatka svijeta" (tabl. 14.).

Tablica 14.

Prostorni razmještaj ponude pomorskih krstarenja (postelja/dana)

Područje	1989.		1993.		1997.	
	post./dana (tis.)	udjel (%) svijet = 100	post./dana (tis.)	udjel (%) svijet = 100	post./dana (tis.)	udjel (%) svijet = 100
SJEVERNA AMERIKA	18.867	77,3	25.349	78,1	29.182	74,8
Karibi i Bahama	11.522	47,2	14.398	44,3	19.102	49,0
Meksička rivijera	3.572	14,3	5.582	17,2	1.887	4,8
Panamski kanal	980	4,0	1.626	5,0	2.817	7,2
Istoč. obala i Bermuda	1.173	4,8	1.420	4,4	1.652	4,2
Alaska i zap. obala	1.620	6,6	2.323	7,2	3.724	9,6
EUROPA	3.061	12,6	4.858	14,9	6.827	17,5
Sredozemlje	1.880	7,7	3.005	9,2	3.287	8,4
NW Europa i preko Atlantika	1.181	4,9	1.853	5,7	3.540	9,1
OSTATAK SVIJETA	2.475	10,1	2.266	7,0	2.988	7,7
Daleki istok i jugoistok Azije	446	1,8	479	1,5	729	1,9
Havaji i južni Pacifik	1.219	5,0	969	3,0	914	2,4
Južna Amerika i Antark.	475	2,0	280	0,9	498	1,3
Oko svijeta	175	0,7	368	1,1	672	1,7
Afrika i Indik	160 ¹	0,6	170 ¹	0,5	175	0,4
SVIJET	24.403	100	32.473	100	38.997	100

Opaska: Obuhvat ponude prema CLIA (uži obuhvat)

1) procjene autora

Izvor: Obradeno i izračunano na temelju podataka iz Lewis (1993.), s.p. i Charlier (1997.), s.p.

99 CLIA (Cruise Lines International Association) obuhvaća uglavnom ponudu svojih članica (pretežito iz SAD) koje su doista dominantne, ali ne i jedine, na tržištu i samo dio "bliskih" nečlanica. U 1997. obuhvaćen je 121 brod na koji otpada glavnina ponude, ali je u svjetskoj floti bilo 213 brodova. To pokazuje da CLIA obuhvat nije potpun; to je uži obuhvat (cf. Charlier, J. (1997.), Cruise + Ferry 97, Session 1, Conference Papers, s.p.)

100 Uključena je i Srednja Amerika.

Tablica 15

Kretanje ponude (postelja/dana) pomorskih krstarenja u svijetu

Godina	Sjeverna Amerika			Europa			"Ostatak svijeta"			Ukupno (svijet)		
	Postelja/ dana (tis.)	indeks 1989. = 100	udjel (%) svijet = 100	Postelja/ dana (tis.)	indeks 1989. = 100	udjel (%) svijet = 100	Postelja/ dana (tis.)	indeks 1989. = 100	udjel (%) svijet = 100	Postelja/ dana (tis.)	indeks 1989. = 100	udjel (%) svijet = 100
1989.	18.867	100	79,6	3.061	100	12,5	2.859	100	10,6	24.517	100	100
1993.	25.349	134,4	76,8	4.858	158,7	14,7	2.798	107,7	8,5	32.996	134,6	100
1997.	29.182	154,7	74,8	6.827	223,0	17,5	2.988	115,4	7,7	38.997	159,1	100
Ø stopa rasta (%) (89.-97.)		5,6			10,6			1,8			6,0	

Opaska: isto kao u tabl. 14.

Izvor: Ibidem tabl. 14

U razdoblju od konca 80-ih do konca 90-ih (1989.-1997.) prosječna godišnja stopa rasta ponude na razini svijeta, mjerena posteljama/danima, iznosila je 6,0 %. Ispodprosječna stopa zabilježena je u Sjevernoj Americi, a "ostatak svijeta", koji se tek značajnije uključuje na tržište pomorskih krstarenja, ostvario je više nego trostruko nižu stopu u odnosu na prosjek (tabl. 15.).

Sukladno potražnji formira se i ponuda ovisna o kategoriji brodova. Tako npr. na svim područjima osim Sredozemlja i južne hemisfere prevladavaju delux plus (pet zvjezdica ili četiri zvjezdice plus) i delux (četiri zvjezdice) kategorije. Na Sredozemlju i južnoj hemisferi zastupljenije su standard (tri zvjezdice plus ili tri zvjezdice) i economy (manje od tri zvjezdice) kategorije, iako se i na tim područjima uočava tendencija preorijentacije na brodove više kategorije, što će u većoj mjeri doći do izražaja uvođenjem u promet novoizgrađenih i rashodovanjem već isluženih brodova, kao posljedica globalizacije i politike velikih kompanija, te sve veće konkurencije na tržištu (tabl. 16.).

Tablica 16.

Struktura (%) kapaciteta brodova za krstarenja po kategorijama i područjima

Područje krstarenja	Godine	Broj brodova	Kategorija ¹				Ukupno	
			SD1X	D1x+	D1x	Std/Ec	%	broj postelja ²
Karibi ³	1995.	82	3,6	44,0	34,8	17,6	100	77.936
	1996.	81	5,2	37,8	45,4	11,6	100	78.793
Ist. Karibi ⁴	1997.	60	1,0	53,9	30,6	14,5	100	63.698
Alaska i zap. obala ⁵	1997	42	10,1	55,3	23,7	10,9	100	37.662
Sredozemlje ⁶	1995.	78	10,6	21,8	21,3	46,3	100	40.192
	1996.	36	14,5	38,1	24,9	22,5	100	27.319
Azija ⁷	1997.	44	13,1	32,9	24,1	29,9	100	22.548
	1996	79	15,2	28,9	19,5	36,4	100	30.742
Južna hemisfera ⁸	1996	79	15,2	28,9	19,5	36,4	100	30.742
	1997.	64	12,0	23,3	18,8	45,9	100	36.441

Opaska: kategorija SD1x = superdelux, D1x+ = delux plus, D1x = delux, Std/Ec = standard/economy

1) odnosi se na kategoriju broda

2) kapaciteti = postelje u brodskim putničkim kabinama

3) obuhvaćeni i otoci istočnog, zapadnog i južnog dijela Karipskog mora i Bahama

4) obuhvaćeni otoci Malih Antila

5) odnosi se na Alasku, zapadnu obalu Sjeverne i Srednje Amerike

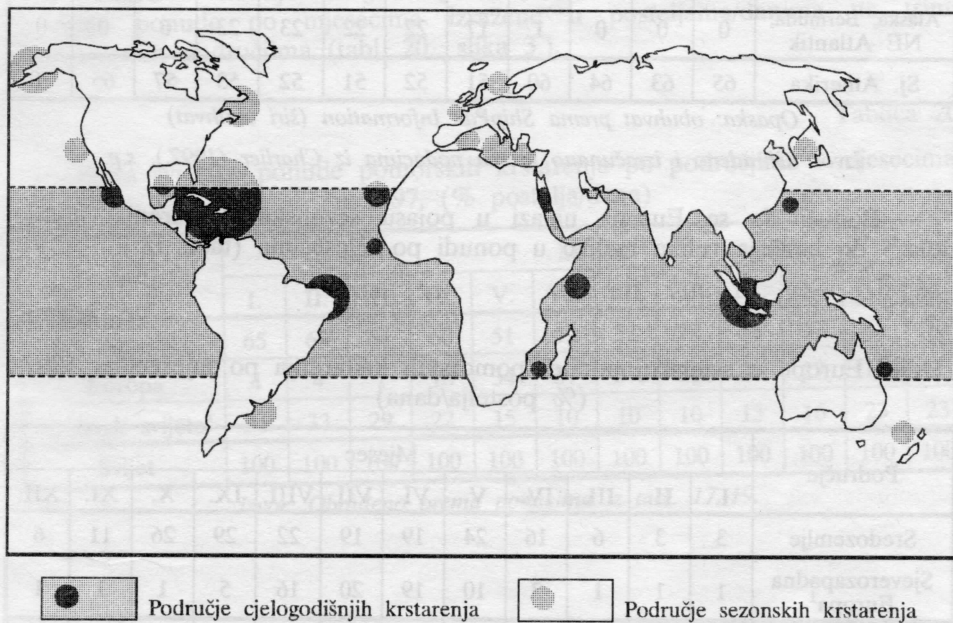
6) europski dio Sredozemlja, Kanarski otoci i Levantske zemlje

7) odnosi se na Daleki istok, jugoistok Azije i Indijski ocean

8) obuhvaća Južnu Ameriku, Antarktiku, južni Pacifik, Afriku, zap. dio Indijskog oceana, dio jugoistočne Azije, krstarenja oko svijeta (1/3)

Izvor: Obradeno i izračunano na temelju podataka iz: *Lloyd's Cruise International (LCI) (1996.), Iss. 1, p.25.; LCI (1997.), Iss. 16, p. 27.; LCI (1997.), Iss. 13, p. 21.; Cruise & Ferry (1995.), July/August 1995, LSM, 11.; LCI (1997.), Iss. 18, p. 15.; LCI (1997.), Iss. 17, p. 23.*
(sve obuhvat prema G.P. Wild (International) Ltd., London

Zbog klimatskih i vremenskih prilika na nekim se područjima, a to su mora uglavnom između sjeverne i južne obratnice - Karibi, Srednja Amerika, veći dio Južne Amerike, veći dio Afrike, jugoistok Azije, može krstariti tijekom cijele godine. Neka područja nisu pogodna za krstarenja u zimskom razdoblju i u ranom proljeću te kasnoj jeseni, pa se krstari samo u sezoni koja traje negdje dulje a drugdje kraće. To su zapadna obala Sjeverne Amerike, Alaska, Bermuda, istočna obala Sjeverne Amerike, jug Južne Amerike, Sredozemlje, sjeverna Europa, Baltičko more, Daleki istok, Južna Australija, Novi Zeland (slika 2.).



Slika 2. Glavna područja krstarenja u svijetu

Ovisno o klimatskim elementima meteorološke naravi i geografskim činiteljima moguće je ili pak nije moguće sa stajališta i interesa putnika "normalno" krstariti pojedinim područjima ili djelovima tih područja. Tim

okolnostima prilagođava se i ponuda, pa su tijekom godine očite oscilacije u kapacitetima (postelje/dani) koji se nude.

U Sjevernoj Americi kao cjelini razlika između vršnih mjeseci i mjeseci s najnižom ponudom u odnosu na svijet tek je nešto viša od 1/3 (34,6 % u 1997.), dok su na pojedinim užim područjima rezlike izrazito velike (tabl. 17).

Tablica 17.

Udjel Sjeverne Amerike u svjetskoj ponudi pomorskih krstarenja po mjesecima 1997. (% postelja/dana)

Područje	Mjesec											
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Karibi, Bahama	57	55	56	50	30	26	26	26	27	44	57	63
Meksička rivijera, Panamski kanal	8	8	8	9	4	3	3	3	3	7	8	7
Alaska, Bermuda, NE Atlantik	0	0	0	1	17	22	22	23	23	6	0	0
Sj. Amerika	65	63	64	60	51	52	51	52	53	57	65	70

Opaska: obuhvat prema ShipPax Information (širi obuhvat)

Izvor: Obradeno i izračunano prema podacima iz Charlier (1997.), s.p.

Budući da se Europa nalazi u pojasu sezonskih krstarenja, u njoj dolaze do izražaja velike razlike u ponudi po mjesecima (tabl. 18.).

Tablica 18.

Udjel Europe u svjetskoj ponudi pomorskih krstarenja po mjesecima 1997. (% postelja/dana)

Područje	Mjesec											
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Sredozemlje	3	3	6	16	24	19	19	22	29	26	11	6
Sjeverozapadna Europa ¹	1	1	1	2	10	19	20	16	5	1	1	1
Europa	4	4	7	18	34	37	39	38	34	27	12	7

1) uključena i krstarenja preko Atlantika

Izvor: Ibidem tabl. 17.

Sezonske oscilacije ponude u "ostatku svijeta" nešto su veće nego na sjevernoameričkom kontinentu, a znatno su manje od europskih sezonskih promjena (tabl. 19.).

Tablica 19.

Udjel cjelogodišnje i sezonske ponude na "ostatku svijeta" u svjetskoj ponudi pomorskih krstarenja po mjesecima 1997. (% postelja/dana)

Ponuda	Mjesec											
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Cjelogodišnja	15	16	15	13	12	9	9	9	11	13	14	13
Sezonska	16	17	14	9	3	1	1	1	2	3	9	10
Ukupno ¹	31	33	29	22	15	10	10	10	13	16	23	23

1) uključena i krstarenja oko svijeta

Izvor: Ibidem tabl. 18.

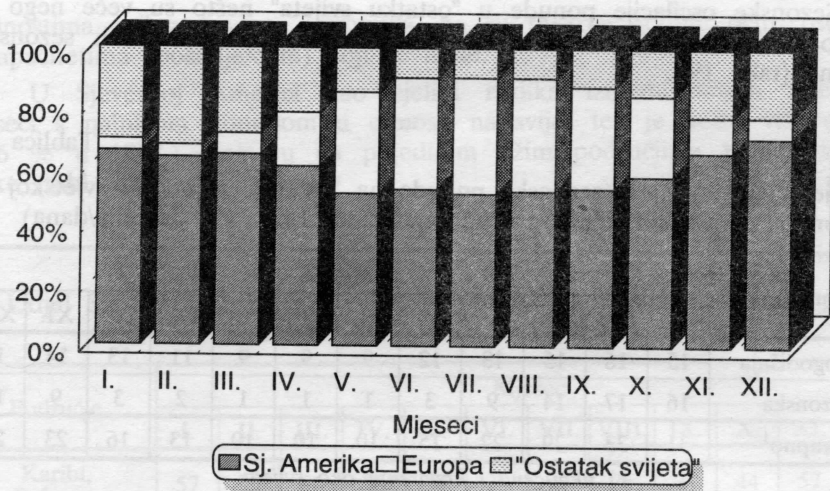
Takvu tvrdnju moguće je potkrijepiti usporednim pokazateljima kretanja ponude po mjesecima izražene u posteljama/danima na trima promatranim područjima (tabl. 20., slika 3.).

Tablica 20.

Struktura svjetske ponude pomorskih krstarenja po područjima i mjesecima u 1997. (% postelja/dana)

Područje	Mjesec											
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Sj. Amerika	65	63	64	60	51	52	51	52	53	57	65	70
Europa	4	4	7	18	34	37	39	38	34	27	12	7
"Ostatak svijeta"	31	33	29	22	15	10	10	10	13	16	23	23
Svijet	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Izvor: Obradeno prema podacima iz tabl. 17.-19.



Slika 3.

Svjetska ponuda pomorskih krstarenja u 1997. (% postelja/dana, po mjesecima)

Izvor: izrađeno prema podacima iz tabl. 20.

Očito je, da se ponuda u Europi za ljetnih mjeseci (lipanj - rujanj) donekle približava (na 71,2 %) lipanjsko-rujanskoj ponudi u Sjevernoj Americi, dok je u istom razdoblju 3,4 puta veća od ponude u "ostatku svijeta". U ostalim mjesecima razlika se između ponude Europe i Sjeverne Amerike povećava na štetu Europe, tako da se smanjuje razlika između Europe i "ostatka svijeta" u korist tog područja, da bi u razdoblju studeni-ožujak "ostatak svijeta" nadmašio Europu za 4,1 put.

S europskog stajališta, u zimskim mjesecima te mjesecima ranog proljeća i kasne jeseni na svjetskom tržištu pomorskih krstarenja dominira ponuda na području Sjeverne Amerike s od nešto ispod 2/3 do preko 2/3. Visok udjel u istom tom razdoblju ima i "ostatak svijeta" (od 1/4 do 1/3), dok je ponuda na europskom kontinentu u tom vremenu znatno slabije zastupljena, čak samo simbolično.

Prema takvom, znači širem, obuhvatu (ShipPax Information) prosječni udjel Sjeverne Amerike u svjetskoj ponudi 1997. iznosio je je oko 3/5 s dominirajućim karipskim područjem, dok je Europa s prevladavajućim Stredozemljem bila na drugom mjestu s nešto više od 1/5, a "ostatak svijeta" na trećem i udjelom manjim od 1/5.

6. ULOGA LUKA

I pored nastojanja nekih kompanija da putnicima pruže "sve" na brodu, vrlo važnu ulogu u pomorskim kriterijima imaju morske luke koje su u pravilu dio urbanog, tj. gradskog područja zanimljivog i privlačnog putnicima - turistima. Zato su luke u koje na svom putovanju brodovi pristaju itekako bitan dio sadržaja koji se nude putnicima.

Osim toga u polaznim se lukama obavlja prihvat i ukrcaj putnika, a u krajnjim lukama njihov iskrcaj i otprema, iako je često luka ukrcaja na kraju putovanja i luka iskrcaja.

Prihvat i ukrcaj, odnosno iskrcaj i otprema putnika su složeni i zahtjevni poslovi, pogotovo kada se prihvaćaju, ukrcavaju, iskrcajavu i otpremaju tisuće putnika na i/ili s više mega brodova.

Evidencija putnika, naplata lučkih taksa, prihvat prtljage, razvrstavanje putnika i prtljage te druge formalnosti su poslovi koji zahtijevaju vrhunsku organizaciju, brzo i sigurno postupanje, jer svaki propust usporava proces i nepovoljno utječe na razinu cjelokupne usluge, tj. na opći dojam o putovanju.

Zato se sve luke, a posebno polazne i završne, trude stvoriti uvjete za pružanje usluga prihvatljivih brodarskim kompanijama, turoperatorima, putnicima i posadama brodova.¹⁰¹

Luke investiraju velik novac u objekte, terminale, infrastrukturu, parkirališta, opremu kako bi putnicima, brodovima, posadama i drugim sudionicima pružile usluge na visokoj razini i na taj način postale privlačne za sve čimbenike koji odlučuju o poslovima krstarenja ili omogućavaju njihovo ostvarenje.¹⁰²

To je i glavni razlog što luke, u nastojanju da budu što je moguće više prisutne i uključene na tržištu krstarenja, idu uvijek "ruku pod ruku" s brodovima koji u njima pristaju, odnosno njihovim matičnim kompanijama

101 Svjetske rekorde po prometu putnika na krstarenjima i opremljenosti postižu i nude luke na Floridi. Miami ima deset dobro opremljenih terminala na koje pristaju brodovi pet najvećih kompanija; u 1997. preko tih terminala prošlo je 3,2 mln. putnika. Everglades ima deset terminala, a u 1997. u luku je pristalo 1.636 brodova na krstarenjima ili svakog dana gotovo pet brodova. Vrhunskom i sofisticiranom opremom prihvaćeno je i otpremljeno 2,5 mln. putnika. Canaveral ima šest izvrsno opremljenih terminala, a u 1997. zabilježen je promet od 1,4 mln. putnika (cf. Lloyd's Cruise International, Iss. 21, March 1997, 17).

102 Talijanska luka Livorno je uložila oko 124 mln. USD za izgradnju i uređenje putničkog dijela luke; Hamburg namjerava uložiti 22,2 mln. USD za izgradnju terminala za prihvat brodova na krstarenjima; Bremerhaven gradi terminal koji će stajati oko 38,8 mln. USD; Harwich (GB) je uložio u terminal oko 2 mln. USD (prema izvoru navedenom u bilješci 101, p. 3., 7., 9., 32.)

ili turoperatorima koji organiziraju putovanja i utvrđuju kojim će pravcima brodovi ploviti i u koje će luke pristajati.¹⁰³

Svi objekti, oprema i organizacija u funkciji sudionika krstarenja važni su merketinški instrumenti. Na prvo mjesto dolaze, prije svega, terminali - ključni objekti za brodove i putnike o kojima uvelike ovisi image luke. Zbog toga se danas izvode investicijski zahvati u svim lukama, koje pretendiraju da nešto znače na tržištu krstarenja. Zahvati su usmjereni u izgradnju novih terminala i/ili rekonstrukciju postojećih.¹⁰⁴

U nastojanju da privuku što više brodova, odnosno da ih organizatoti krstarenja (brodarske kompanije, komercijalni operatori, turističke agencije) uvrste u programe krstarenja luke se međusobno povezuju i tako zajednički nastupaju na tržištu nudeći svoje usluge i sadržaje zanimljive "krajnjim" korisnicima, tj. putnicima oko kojih se ipak sve okreće i za koje se sve i poduzima.

Suradnja među lukama osobito dolazi do izražaja u Europi u kojoj su i započeli skupno organizirani komercijalni turizam (u Engleskoj 1845. agencija Thomas Cook) i prva krstarenja (1844.) u organizaciji britanske, i danas poznate i utjecajne, brodarske kompanije P&O.¹⁰⁵

Cilj je suradnje među europskim lukama ojačati konkurentsku prednost u odnosu na druga područja i utjecati konkretnim aktivnostima da se pozornost svih sudionika u krstarenjima u većoj mjeri usmjeri na sjeverozapadnu regiju, Baltik i Sredozemlje.

S tom namjerom osnovana je **Cruise Europa Organisation** koja okuplja sve luke na europskoj atlantskoj obali, obalama Sjevernog,

103 "In perfect harmony" (1997.), Lloyd's Cruise International, Supplement, Southampton, November 1997, 3., 5.

104 "Centre of attention" (1997.), Lloyd's Cruise International, Supplement, Cruise Rotterdam, September 1997, 6.-7.

105 Upitno je zapravo gdje je i koje godine organizirano prvo pomorsko krstarenje. Spomogne se npr. da je to Sjeverna Amerika u XVII. i XVIII. st. te 1819. (Bannerman, 1986., 13.), relacija Engleska-španjolska 1844. (Dickinson & Vladimir, 1997., 1.), Sredozemlje 1884. (Daniels, 1989., 10.), Europa 1914. (Hader, 1986., 5.). Ove razlike po svemu sudeći proizlaze iz kriterija što se smatra organiziranim komercijalnim krstarenjem u suvremenom smislu, tj. da li je prijevoz brodom do određene luke glavni cilj ili je to samo način da se, uz raznovrsnu zabavu na brodu programirano pripremljenu za putnike tijekom putovanja, posjete i razgledaju opet programirano usputne luke. Jednostavno rečeno, moglo bi se zaključiti da je u pitanju razlučivanje plovidbe radi prekomorskog prijevoza i plovidbe radi odmora i zabave. Potonje je pomorsko krstarenje u turističke svrhe, tj. krstarenje u suvremenom smislu.

Norveškog i Baltičkog mora te V. Britanije i Irske. U tu je organizaciju učlanjeno 60 luka iz 12 zemalja članica EU.¹⁰⁶

Istovjetan cilj ima i **MedCruise Association** osnovana u lipnju 1996. u Rimu, danas sa sjedištem u Genovi, koja okuplja 32 luke iz deset sredozemnih zemalja.¹⁰⁷

Osnovni je zadatak tih dviju udruga temeljito i stalno informirati sve one koji donose odluke o krstarenjima kako bi ih uvjerali da, osim poznatih luka koje mogu ponuditi kvalitetnu uslugu i povijesne, kulturne i druge znamenitosti gradova i područja kojim pripadaju postoje i manje poznate luke koje ponekad nisu naišta manje atraktivne. Pored toga luke članice, različitim oblicima suradnje i potpore, nastoje unaprijediti i ujednačiti razinu usluga koje pružaju brodovima, stvoriti što je moguće bolje navigacijske, manevarske, tehničke, prostorne, sigurnosne i organizacijske uvjete za prihvat i otpremu brodova, odnosno ukrcaj i iskrcaj putnika.

Posebno značenje se pridaje bogatstvu, originalnosti, postojanosti, kvaliteti i cijenama sadržaja i usluga koje se nude putnicima u samoj luci i/ili okruženju (gradu). Sve to skupa čini jedinstven proizvod s kojim luke nastupaju na tržištu. Taj je proizvod dio "glavnog" proizvoda, tj. pomorskog krstarenja.

Iz izloženog se može zaključiti da su luke itekako važan dio ponude na tržištu pomorskih krstarenja. O njihovom angažmanu kao i o usklađenosti aktivnosti svih nositelja raznovrsnih sadržaja u okruženju ovisi, dakako, koliko će one i područje kojem pripadaju imati ekonomske koristi od takve vrste pomorskoprijevoznih i turističkih usluga te u kojoj će mjeri na taj način pridonijeti razvoju putničkog brodarstva i turizma.

ZAKLJUČAK

Svjetsko tržište pomorskih krstarenja obilježavaju izrazita promjenljivost i dinamika. Po pravilu se izmjenjuju godine relativno visokih stopa rasta s godinama relativno niskih stopa rasta ili čak opadanja broja putnika na krstarenjima. U proteklom šesnaestogodišnjem razdoblju ostvaren je prosječan godišnji rast iznad 8 %.

Na tržištu je sve više brodova namijenjenih krstarenjima. Kapaciteti, mjereni posteljama u putničkim kabinama, rastu brže od broja brodova, što upućuje na zaključak da su u eksploataciji veliki brodovi u koje se može udobno smjestiti preko tisuću ili dvije tisuće putnika.

106 Cf. "Cruise Europa: Co-operation in marketing drive" (1997.), Cruise + Ferry 97, Conference Papers, Session 3, s.p.

107 Lloyd's Cruise International (1998.), Iss. 20, February 1998, 7., stupac IV.

Temeljna značajka suvremenih brodova za krstarenja je činjenica da brod ne predstavlja samo način prijevoza ili plovni objekt za prijevoz putnika - turista, nego je on kompletna destinacija. Ne ide se na brod - destinaciju s namjerom boravka na jednom mjestu, već radi plovidbe privlačnim područjima, ali i raznovrsnih originalnih sadržaja na njemu. Sve više prevladavaju brodovi zabave - zadovoljstva za svakoga, jer je i struktura putnika izrazito raznolika po svim obilježjima.

Tržištem pomorskih krstarenja danas dominira malen broj velikih kompanija koje raspoložu glavninom najkvalitetnijih kapaciteta, ostvaruju najveće prihode i posjeduju veliku financijsku moć. Koncentracija se nastavlja, pa tržište poprima oligopolni karakter.

Proces se globalizacije uočava i na tržištu pomorskih krstarenja. Tome itekako pridonosi opći trend liberalizacije u svjetskoj ekonomiji uz važnu ulogu multinacionalnih kompanija koje pokrivaju gotovo sva područja kojima se krstari tijekom godine ili u sezoni.

Ponuda pomorskih krstarenja izražena u posteljama/danima rasprostranjena je po cijelom svijetu. Uz naglašene sezonske oscilacije uvjetovane klimatskim i vremenskim prilikama, izrazite su i razlike u obujmu i strukturi ponude po pojedinim širim i užim područjima. Prema širem obuhvatu (ShipPax Information) u 1997. na prvom je mjestu s oko 3/5 od svjetske ponude Sjeverna Amerika s dominirajućim karipskim područjem - daleko najrazvijenijom regijom u pomorskim krstarenjima. Europa je na drugom mjestu s prevladavajućim Sredozemljem, ali sa samo nešto iznad 1/5 svjetske ponude. Ostatak ponude manji od 1/5 rasprostranjen je na ostalim dijelovima svijeta, ali poglavito na Dalekom istoku, jugoistoku Azije, Australiji, Novom Zelandu, Južnoj Americi i Africi.

Vrlo važnu ulogu u pomorskim krstarenjima, unatoč nastojanju nekih kompanija da putnicima pruže sve na brodu, imaju i morske luke koje su dio gradskog tkiva inače zanimljivog i privlačnog putnicima - turistima. Luke pristajanja brodova na putovanjima bitan su dio sadržaja koji se nude putnicima. O njihovom angažiranju, kao i usklađenosti poslova svih nositelja raznovrsnih sadržaja u okruženju, ovisi doprinos luka krajnjem proizvodu - krstarenju. Da bi unaprijedile svoje usluge i tako postale privlačnije svim sudionicima krstarenja, a poglavito putnicima, luke se povezuju, surađuju, zajednički nastupaju prema korisnicima. Takva aktivnost luka u funkciji je njihove afirmacije na tržištu pomorskih krstarenja ali i napretka turizma i ekonomije u okruženju.

LITERATURA

I. Knjige

1. Bannerman, G. : Bon Voyage ! The Cruise Traveler's Handbook, Passport Books, Lincolnwood (SAD), 1986.
2. Daniels, Benet and Else : Vacation at Sea, A Travel Guide for Cruises, Acropolis Books Ltd., Washington, D.C., 1989.
3. Dickinson, B. and Vladimir, A. : Selling the Sea: An Inside Look at the Cruise Industry, John Wiley & Sons, New York (etc.), 1997.
4. Hader, A. : The World Cruise Market, ISL, Bremen, 1986.
5. Holloway, J.C. : The Business of Tourism, 4 th edn, Longman, Harlow, 1994.
6. Lundberg, D.E., Krishnamoorthy, M., Stavenga, M.H. : Tourism Economics, John Wiley & Sons, New York (etc.), 1995.
7. Salvatore, D. : Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, 2. izd., MATE (prijevod), Zagreb, 1994.
8. Samuelson, P.A. and Nordhaus, W.D. : Economics, International Edition, 16 th edn, IRVIN/McGraw-Hill, Boston (etc.), 1998.
9. Springer, M. : Frommer's Comprehensive Travel Guide Cruises '95 - '96, Macmillan Travel, New York, 1994.
10. Stražičić, N. : Pomorska geografija svijeta, školska knjiga, Zagreb, 1984.

II. Članci, monografije, studije

11. "Airtours goes for mass market", Cruise & Ferry, March/April 1995, LSM.
12. "Azipod propulsion breakthrough for large cruise ship", Cruise + Ferry 97, Conference Papers.
13. Batts, D.C. : Maximising profitability and operational efficiency with a complete shipboard cruise management system, Cruise + Ferry 93, Conference Papers and Speakers' Profiles, Vol. 1, BML (Business Meetings Limited), Rickmansworth (UK), 1993.
14. "Cabotage abolition is welcomed", Lloyd's Cruise International, Iss. 19, December 1997/January 1998.
15. "Carnival Destiny", Technologie & Trasporti Mare, 27 (10), Novembre 1996.

16. "Centre of attention", Lloyd's Cruise International, Supplement, Cruise Rotterdam, September 1997.
17. Charlier, J. : Seasonal repositioning strategies - current and future trends for the main cruise market, Cruise + Ferry 97, Conference Papers, Vol. 1, Session 1, Rickmansworth, 1997.
18. "Clear and green", Lloyd's Cruise International, Iss. 19, December 1997/January 1998.
19. Corze, J-C. : Theme and leisure parks, 459.-62. u Witt, S.F. and Moutinho, L., Tourism Marketing and Management Handbook, Prentice Hall, New York (etc.), 1989.
20. "Cruise Europa: Co-operation in marketing drive", Cruise + Ferry 97, Conference Papers, Vol. 1, Session 3, Rickm., 1997.
21. "Demand side developments", Lloyd's Annual Cruise Review 1991, Lloyd's of London Press, Colchester, 1992.
22. "Disney World goes to sea", Cruise & Ferry, July/August 1995.
23. "Down Princess", Tecnologie & Trasporti Mare, 28 (4), Aprile 1997.
24. "Fantasy islands", Lloyd's Cruise International, Iss. 13, May 1997.
25. "Forecasters disagree over speed of growth", Lloyd's List, Cruise Shipping, February 1995.
26. Glavan, B. : Dosadašnji razvoj i stanje pomorstva Hrvatske, u Znanstvene osnove dugoročnog razvoja pomorstva Hrvatske do 2010. godine, Fakultet za pomorstvo i saobraćaj, Rijeka, 1990.
27. "Global and regional influences on the cruise market", Cruise + Ferry, Conference Papers, Vol. 1, Session 1, Rickm., 1997.
28. "In perfect harmony", Lloyd's Cruise International, Supplement, Southampton, November 1997.
29. Industry Prospects 1992/2000, Ocean Shipping Consultants, 1992.
30. Lewis. J.J. : Beyond the per diem - passenger expenditures on ship and on shore, Cruise + Ferry 93, Conference Papers & Speakers' Profiles, Vol 1, Session 8, Rickmansworth, 1993.
31. Lloyd's Annual Cruise Review 1991, Lloyd's of London Press, Colchester, 1992.
32. "Marketing the industry", Lloyd's Annual Cruise Review 1991, Lloyd's of London Press, Colchester, 1992.
33. Morrison, A.M., Yang, C.-H., O'Leary, J.T. and Nadkarni, N.: Comparative profiles of travellers on cruises and land-based resort

- vacations, *The Journal of Tourism Studies*, 7 (2), December 1996, 15.-27.
34. Moscardo, G., Morrison, A.M., Cai, L., Nadkarni, N. and O'Leary, J.T.: Tourist perspectives on cruising: multidimensional scaling analyses of cruising and other holiday types, *The Journal of Tourism Studies*, 7 (2), December 1996, 54.-63.
 35. Moutinho, L.: Marketing of Tourism, 259.-63., u Witt, S.T. and Moutinho, L. (eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, New York (etc.), 1989.
 36. "New concept of passenger elevator for cruise ships", *Cruise + Ferry*, Conference Papers, Vol. 2, Session 10, Rickm. 1997
 37. "New survey of passenger expenditure", *Cruise + Ferry* 97, Conference Papers, 1997.
 38. Preisley, T.: The world cruise industry at the millenium, *Cruise + Ferry* 97, Conference Papers, Vol. 1, Session 1, 1997.
 39. "Princess may launch bid for Crystal", *Trade Wind*, Vol. 8, No. 29, July 18, 1997.
 40. "Public passions", *Lloyd's Cruise International*, Iss. 10, December 1997/January 1998.
 41. "RCCL revolutionized cruise pricing", *Making Waves*, September 1995.
 42. "Safety Management and cruise industry", *Tecnologie & Trasporti Mare*, 28 (4), Aprile 1997.
 43. "Sail of the century", *Lloyd's List*, *Cruise & Ferry*, May 1995.
 44. "Star performer", *Lloyd's Cruise International*, Iss. 16, September 1997.
 45. "Star sets its sights on 100 000 gt cruiseships", *Trade Wind*, Vol. 8, No. 31, August 1, 1997.
 46. "The globalization of the cruise industry", *Cruise + Ferry* 97, Conference Papers, Market Scope, Inc., 1997.
 47. "The Mediterranean attraction", *Tecnologie & Trasporti Mare*, 28 (4), Aprile 1997.
 48. "Ventilation system design and maintance for air quality on passenger ships", *Cruise + Ferry* 97, Conference Papers, Vol. 2, Session 10, BML, Rickmansworth, 1997.
 49. "Wind comfort for cruise/passenger vessels", *Cruise + Ferry* 97, Conference Papers, Vol. 2, Session 10, 1997.
 50. "Winning formula", *Lloyd's Cruise International*, Iss. 13, May 1997.

III. Periodika

51. Cruise Atlas 1997, Holland America Line, 1997.
52. Cruise & Ferry, July/August 1995, LSM.
53. Fairplay, 323 (5784), September 29th 1994, Cruise supplement.
54. Hansa, Nr. 4/1995.
55. Hansa, Nr. 1/1998.
56. Lloyd's Cruise International, Iss. 1, March 1996.
57. Lloyd's Cruise International, Iss. 2, April 1996.
58. Lloyd's Cruise International, Iss. 13, May 1997.
59. Lloyd's Cruise International, Iss. 16, September 1997.
60. Lloyd's Cruise International, Iss. 17, October 1997.
61. Lloyd's Cruise International, Iss. 18, November 1997.
62. Lloyd's Cruise International, Iss. 19, December 1997/January 1998.
63. Lloyd's Cruise International, Iss. 20, February 1998.
64. Lloyd's Cruise International, Iss. 21, March 1998.
65. Lloyd's Ship Manager, Supplement, Cruise & Ferry Review, March 1993.
66. Lloyd's Ship Manager, Vol. 18, No. 2, May 1997.
67. Making Waves, The newsmagazin for employees of Royal Caribbean Cruise Ltd., July/August 1995.
68. Maritime Reporter and Engenering News, 58 (2), February 1996.
69. Maritime Reporter and Engenering News, 58 (7), July 1996.
70. Seatrade Review, Cruise Shipping, March 1992.
71. Seatrade Review, Cruise Shipping, March 1995.
72. Tecnologie & Trasporti Mare, 27 (10), Novembre 1996.
73. Tecnologie & Trasporti Mare, 28 (1-2), Gennaio/Febbraio 1997.
74. Tecnologie & Trasporti Mare, 28 (4), Aprile 1997.
75. The Economist, 346 (8050), January 10th 1998, A Survey of Travel and Tourism.
76. 1996 Greek Shipping & Ports Directory, Lloyd's Ship Manager, June 1996,
77. Trade Wind, 6 (23), June 9 1995.
78. Trade Wind, 8 (6), February 7 1997.

79. Trade Wind, 8 (10), March 7 1997.
80. Trade Wind, 8 (33), August 15 1997.
81. The Motor Ship, 75 (898), May 1995.
82. The Sun Princess, A Lloyd's List profile, December 1995.
83. Travel & Tourism Analyst, No. 2/1995, Travel & Tourism Intelligence, London.
84. Travel & Tourism Analyst, No. 3/1996, Travel & Tourism Intelligence, London.
85. Vaarrakanites Januari - December 1996, Royal Caribbean, 1996.
86. Welkom aan board, Cruise World International, 1997.
87. Worldwide Cruises and Ports of Call 1997, Fodor's Travel Publications, Inc., New York (etc.), 1996.

IV. Statistika

88. Fairplay (Newbuildings Supplement), 309 (5557), April 26, 1990
89. Fairplay, 312 (5621), Newbuildings, July 25, 1991.
90. Fairplay, 323 (5788), Newbuildings, October 27th 1994.
91. Fairplay, Newbuildings, No. 1, October 19th 1995.
92. Fairplay, Newbuildings, Issue No. 5, February 15th 1996.
93. Fairplay, Newbuildings, Issue No. 10, July 18th 1996.
94. Fairplay Solutions, December 1996, Issue No. 3, with Newbuildings, November 21st 1996, Issue No. 14.
95. Fairplay Solutions, March 1997, Issue No. 6, with Newbuildings, February 20th 1997, Issue No. 17.
96. Fairplay Solutions, April 1997, Issue No. 7, Supplement Fairplay Newbuildings, March 20th 1997, Issue No. 18.
97. Seatrade Review, Cruise Line Directory, March 1992.
98. Seatrade Review, Cruise Line Directory, March 1995.
99. Shipping Statistics and Market Review, No. 7/1994, ISL, Bremen.
100. Shipping Statistics and Market Review, No. 7/1995, ISL, Bremen.
101. Shipping Statistics and Market Review, No. 7/1996, ISL, Bremen.
102. Shipping Statistics and Market Review, No. 7/1997, ISL, Bremen.
103. Shipping Statistics and Market Review, No. 10/1997, ISL, Bremen.

104. Shipping Statistic Yearbook 1989, ISL, Bremen, 1989.
105. Shipping Statistics Yearbook 1996, ISL, Bremen, 1996.
106. Shipping Statistics Yearbook 1997, ISL, Bremen, 1997.
107. World Fleet Statistics 1993, Lloyd's Register of Shipping (LR), London, 1994.
108. World Fleet Statistics 1996, LR, London, 1997.
109. Yearbook of Tourism Statistics, Vol. I, 44 ed., WTO, Madrid, 1992.
110. Yearbook of Tourism Statistics, Vol. I, 48 ed., WTO, Madrid, 1996.

Ivo Ban, Ph.D.

Associate Professor

Faculty of Tourism and Foreign Trade, Dubrovnik

E-mail: iban@ftvt.hr

**WORLD MARKETS IN CRUISING
(supply in sea transport and tourist service markets)****Summary**

The paper discusses supply in world cruising markets. An analysis is made of the movements in this market, pointing out a still oscillating, but dynamic growth pattern. More and more ships are being exploited, with capacities of over one thousand or two thousand passengers, implying the continuation of prodigious growth in this branch of shipping.

In terms of capacity, revenue and financial power, a small number of large companies dominate the cruising market. A pronounced process of globalization is present, bringing an ever greater level of liberalization. Multinational companies have a more significant role, covering almost all those regions where it is possible to cruise either year-round or seasonally.

The cruising supply is dispersed world-wide, and is measured by the number of beds in passenger cabins/days offered by shipping companies or tour operators. North America, in terms of the overall organization of supply, dominates by about 3/5, with the Caribbean area being foremost. Europe takes second place, where the Mediterranean is predominant. This is only a little more than 1/5 of the world supply, while the 'rest of the world' offers a little under 1/5 in beds/days.

Special attention is paid to the role of seaports in cruising and their services, which together with the surrounding environment, that is, the cities to which they belong, have a very significant role in this sea transport and tourist product -- cruising.

Key words: *cruising, world market, supply*