

საზღვაო საპრუიზო ბაზრის ბენეფისი და ფორმირება

ნინო ფუტყარაძე

სტუ დოქტორანტი

კრუიზები არა მხოლოდ მოგზაურობის სახეობაა, არამედ მთელი ინდუსტრიაა, რომელიც აერთიანებს საკრუიზო ბიზნესით, გემთმშენებლობით, საკრუიზო გემებისთვის და მათი მგზავრებისთვის საქონლის და მომსახურების მიწოდებით, საკრუიზო ნაწარმის წინ წაწევით და რეალიზაციით დაკავებულ კომპანიებს. სამრეწველო რევოლუციამ, რომელმაც მასობრივი ტურისტული ბაზრის ჩამოყალიბების წინაპირობა შექმნა, უფრო ხელმისაწვდომი გახდა ფართო მასებისთვის საზღვაო მოგზაურობები. თუმცა დღესდღეობით უმეტესობა აღიქვამს მათ როგორც დასვენების ელიტარულ სახეობას. ტურისტული ბაზრის გლობალიზაცია, გემთმშენებლობაში და საკრუიზო სერვისის პრაქტიკაში მეცნიერების და ტექნიკის მიღწევების დანერგვა საშუალებას აძლევს საზღვაო მოგზაურობებს უფრო წარმატებული კონკურენცია გაუწიონ ჩვეულებრივ სახმელეთო ტურებს. აშშ-სა და ევროპაში საზღვაო კრუიზების პოპულრობის პიკი გასული საუკუნის 70-80-იან წლებზე მოდის. ამჟამად მოდა დასვენების ამ სახეობაზე რუსეთშიც და თანამეგობრობის სხვა ქვეყნებშიც შემოვიდა.

XIX საუკუნემდე დასვენების და გართობის მიზნით მოგზაურობა ხელმისაწვდომი იყო მხოლოდ მოსახლეობის შეძლებული ფენისთვის. ეს ასევე ვრცელდება საზღვაო ვოიაჟებზე. და მხოლოდ XVIII ს. მეორე ნახევარში ინგლისში დაწყებულმა სამრეწველო გადატრიალებამ უფრო ხელმისაწვდომი გახდა ასეთი მოგზაურობები.

ბრიტანული იმპერიის როლი ინდუსტრიულ რევოლუციაში ბევრად განსაზღვრული იყო მისი როგორც საზღვაო და კოლონიალური სახელმწიფოს ლიდერის პოზიციებით. ერთი მხრივ, ახალი მიწების სამეურნეო ათვისება ხელს უწყობდა ვაჭრობის განვითარებას, კაპიტალის პირველადი დაგროვების პროცესს და სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესს. უფრო ვრცელდებოდა დაქი-

რავებული შრომის გამოყენება, ყალიბდებოდა კაპიტალისტური ურთიერთობების მარეგულირებელი სამართლებრივი ნორმები. ყოველივე ამან განაპირობა შრომის მწარმოებლურობის ზრდა, მოსახლეობის შემოსავლების, მათი თავისუფალი დროის მატება და, საბოლოო ჯამში, მოთხოვნა მოგზაურობებზე, მათ შორის დასვენების მიზნით.

პირველი ბორბლიანი გემი, რომელიც მდინარე გუდზონზე დადიოდა, აიგო ამერიკელი გამომგონებლის და მენარმის – რობერტ ფულტონის მიერ 1807 წელს. ორი წლის შემდეგ, ორთქლმავალი გემი “Phoenix”, რომელიც ეკუთვნოდა ჯონ სტივენს, შეასრულა საზღვაო გადასვლა ნიუ-იორკიდან ფილადელფიაში. ხოლო 1819 წელს შედგა სატვირთო ბორბლიანი გემ “Savanna”-ს პირველი სატრანსპორტო გადასვლა ნიუ-იორკიდან ლივერპულში.

1840 წლის 5 თებერვალს წყალზე ჩაშვებული ბორბლიანი გემი “Britannia”, რომელიც მიიჩნევა საკრუიზო ფლოტის პირველშობილად. ის აიგო ჯორჯ ბერენსის, დევიდ მაკივერის და სემიუელ კუნარდის მიერ 1839 წელს დაარსებული კომპანია “British and North American Royal Mail Steamships”-ის დაკვეთით. მოგვიანებით, 1878 წელს, კომპანიას სახელწოდება შეეცვალა და დაერქვა “Cunard Steamship Company Limited”, ხოლო შემდეგ “Cunard Line”. მისი ისტორია იწყება ჩრდილოეთ ამერიკასთან საფოსტო უზრუნველყოფის შესახებ ბრიტანულ მთავრობასთან დადებული კონტრაქტით. კომპანიის პირველი ლაინერებია - “Britannia”, “Caledonia” და “Columbia”, თითოეული 1154 ტ წყალწევით, მათ შეეძლო თითქმის 8.5 კვანძი სიჩქარით გადაეღახა ატლანტიკური ოკეანე ორი კვირის ვადაში. “Britannia” ასრულებდა ტრანსატლანტიკურ რეისებს 1849 წლამდე, მანამ სანამ არ წააწყდა უფრო გვიან აგებული ლაინერების კონკურენციას. ს. კუნარდის მიერ დაფუძნებულმა კომპანიამ ნაოსნობაში გაუშვა 180 სამგზავრო გემი. ოცდაექვსი წლის მანძილზე კუნარდის სანაოსნოს გემებმა ორი ათასჯერ გადაკვეთა ატლანტიკური ოკეანე, არცერთჯერ არ გადაუღია რეისი, არასდროს არ დაურღვევია განრიგი, არ დაუკარგავს არცერთი წერილი, არც ადამიანი და არც გემი მთელი თავისი ნაოსნობის მანძილზე. მაგრამ ამ წარმატების საწინდარი იყო არა მხოლოდ

ეფექტური მენეჯმენტი, არამედ სამგზავრო ფლოტის შემდგომი ტექნიკური დახვეწა. “წევის ბორბლები”, რომლებიც ჯერ კიდევ რომაელების დროიდან იყენებოდა, ორთქლიანი გემების ექსპლუატაციის დროს მრავალ პრობლემას ქმნიდა. მძიმე ბორბლები, რომლებიც დიამეტრში 14 მ აღწევდა, ვერ უზრუნველყოფდა გადაადგილების საკმარის სიჩქარეს და გემის ექსპლუატაციის ეკონომიურობას იალქნიან გემებთან კონკურენციის გასაწევად. ბორბლის სანაცვლოდ შემოდის წევის ხრახნი, რომლის, როგორც მამოძრავებელი ძალის გამოყენების იდეა, ჯერ კიდევ 1752 წელს გამოითქვა შვეიცარიელი ფიზიკოსისა და მათემატიკოსის — დანიელ ბერნულის მიერ. ამავე დროს ჯონ ერისკონმა ააგო წევის ხრახნიანი გემი “Stockton”, გემის მანქანის სიმძლავრით 70 ცხენის ძალა, რომლითაც განახორციელა ატლანტიკის გადასვლა. შემდეგ გამოჩნდა პროგრესულობიანი ხრახნები, გრიფიტის, გირშის, მანჟენის ხრახნები. ბოლოს, 1852 წელს მოდსლეიმ შემოიღო ბრუნავფრთიანი წევის ხრახნი, რომელმაც საბოლოოდ გადაწყვიტა დავა ბორბლიანი და ხრახნიანი გემების მომხრეებს შორის ამ უკანასკნელთა სასარგებლოდ.

შემდეგ ახალი მექანიზმის მონტაჟი გადაწყდა 1845 წელს ნეალზე გაშვებულ გემ “Great Britain”-ზე. ხრახნმა შემდეგ ბევრი ცვლილება განიცადა — ჯერ იყო ექვსფრთიანი, შემდეგ (1846 წ.) ის შეცვალეს ოთხფრთიანით. ძრავის სიმძლავრე აიყვანეს 1000 ცხენის ძალამდე. ლაინერი გამოიყენებოდა მგზავრების ინგლისიდან ავსტრალიაში გადასაყვანად. ორთქლიანი ძრავის გამოყენება გემის ხის კორპუსისთვის დამანგრეველ ვიბრაციას ქმნიდა, ამიტომაც ხის კორპუსი შეიცვალა რკინით. პირველი გემი რკინის კორპუსით “Aaron Manby” — აიგო 1822 წელს. მოგვიანებით რკინა გემის კორპუსების მშენებლობისთვის შეიცვალა ფოლადით, ჯერ პუდლინგური, ხოლო XIX საუკუნის 70-იან წლებში — მარტენულით. ამან გამოიწვია ლითონის კორპუსის მასის 20% ეკონომია, რკინის კორპუსთან შედარებით, და გაზარდა გემების ტვირთამწეობა და მგზავრების ტევადობა.

გემთმშენებლობაში დაწყებული გიგანტომანიის მწვერვალი გახდა მშენებლობა ინგლისში 1858 წელს სამგზავრო ლაინერის

“Great Eastern”, მთლიანად ლითონის კორპუსით. მას შეეძლო ბორტზე აეყვანა 4.0 ათასი მგზავრი, მათ შორის 800 — I კლასის კაიუტებში, 2.0 ათასი — II კლასის კაიუტებში და 1.2. ათასი — III კლასის კაიუტებში. მგზავრთა ასეთი ტევადობა 100 ათას ტონაზე მეტი წყალწყვის თანამედროვე ლაინერებისთვისაც დიდ მაჩვენებლად ითვლება, ხოლო იმ დროისთვის ის კოლოსალური იყო.

შეიძლება ითქვას, რომ ეს იყო საოკეანო სამგზავრო გემის პირველი რეისი, რომელიც შესრულდა მგზავრების გასეირნების მიზნით, და არა მათ ერთი წერტილიდან მეორე წერტილში გადასაცვანად.

1870 წელს საზღვაო კრუიზების ბაზარზე გამოვიდა კომპანია “White Star Line”. მისი ხრახნიანი გემები “Britannic”, “Atlantic”, “Baltic”, “Germanic” და “Republic” ანვითარებდნენ იმ დროისათვის მაღალ სიჩქარეს — 21 კვანძს.

XIX საუკუნის ბოლოსთვის კრუიზების კონცეფციამ ახალი გამოხატულება მიიღო. საკრუიზო კომპანიები აღარ მისდევდნენ მგზავრების ტევადობის მაჩვენებელს. კონკურენციის საფუძველი გახდა კომფორტულობა. მაგალითად 1891 წელს წყალზე ჩაშვებულ ლაინერი. “La Touraine”-ს გააჩნდა ზონები სხვადასხვა კლასის მგზავრებისთვის. პირველი კლასის სივრცეები გამოირჩეოდა ინტერიერის დახვეწილობით. მგზავრები სარგებლობდნენ რესტორნებით, სადაც მსოფლიოს გურმანებისთვის მიმზიდველ ფრანგული სამზარეულოს კერძებს და დელიკატესებს სთავაზობდნენ. თუმცა მესამე კლასის მგზავრებსაც, სხვა ლაინერებისგან განსახვევებით, არ უჭირდათ ღამის გასათავი ადგილის პოვნა, მათთვის შექმნილი იყო მეორე დ მესამი კლასის შეთავსებული კაიუტები — პატარა ზომის, მაგრამ მოსახერხებელი და მოთხოვნადი.

1907 წელს აიგო არანაკლებ ცნობილი სამგზავრო გემი “Mauretania”. ლაინერ “Mauretania”-ზე პირველად მოეწყო რესტორანი ღია გემბანზე. დიდი ყურადღება დაეთმო უსაფრთხოების საკითხებს, კერძოდ, გემზე დამონტაჟებული იყო წყალშეუღწევი კარები.

XX საუკუნის დასაწყისის გემთმშენებლობის მწვერვალი გახდა ლაინერები “Olimpic” და “Titanic”. მათი წყალწყვა 45 ათას ტ. აღემატებოდა, ხოლო სიჩქარე 21 კვანძს აღწევდა. ლაინერზე მოწყო-

ბილი იყო ძვირფასი კიბეები, ფლოტზე ყველაზე დიდი 500 მეტ კლიენტზე გათვლილი რესტორნები, მოსაწვეი ოთახები, გასასეირნებელი გემბანები, მაგიდის თამაშებისთვის განკუთვნილი დარბაზები, სატრენაჟორო დარბაზი, თურქული აბანოები, მუსიკალური სალონი.

კაიუტების კლასების მიხედვით მგზავრებს შესვლის უფლება ჰქონდათ ლაინერის სხვადასხვა ზონებსა და გართობის გარკვეულ ინფრასტრუქტურებში. აისბერგთან შეჯახების შედეგად “Titanic”-ი ჩაიძირა და თან იმსხვერპლა 1.5 ათასი ადამიანის სიცოცხლე. ამ ტრაგიკულმა შემთხვევამ სერიოზული ზიანი მიაყენა კომპანია “White Star Line”-ის რეპუტაციას და მთლიანობაში საკრუიზო ბიზნესსაც. ამასთან, ლაინერ “Titanic”-ის დაღუპვამ კიდევ ერთხელ დააფიქრა საკრუიზო კომპანიები მგზავრების უსაფრთხოების საკითხებზე. ბევრი ლაინერი ხელახლა აღიჭურვა: დამონტაჟდა მაუნყებლობის ახალი სისტემა, გაიზარდა სამაშველო ნავეების რაოდენობა, შემოღებულ იქნა საგანგებო სიტუაციებში ეკიპაჟის მოქმედების პროგრამები.

1914 წელს დაწყებულმა პირველმა მსოფლიო ომმა ახალი საფრთხე შეუქმნა საზღვაო ნაოსნობას. კრუიზებზე მოთხოვნა დაეცა. მრავალი ლაინერი “გაიწვიეს” სამხედრო სამსახურში. ისინი გამოიყენებოდნენ სამხედრო სატრანსპორტო გემების და ჰოსპიტალების სახით. მარტო კომპანია “Cunard Line”-მა ომის წლებში დაკარგა 22 ლაინერი.

პირველი მსოფლიო ომის დასრულების შემდეგ, საკრუიზო ინდუსტრიის განვითარებაში ორი ტენდენცია დაისახა.

ერთი მხრივ, გამარჯვებულმა ქვეყნებმა ჩამოართვეს გერმანიას ძვირფასი ლაინერები, მათ შორის დაუსრულებელიც. მეორე მხრივ, ბაზარზე გამოსული ახალი მოთამაშეები მზად იყვნენ რისკზე წასულიყვნენ და ახალი გემების მშენებლობაში ინვესტიციები ჩაედოთ.

საკრუიზო ინდუსტრიის განვითარების მეორე მიმართულების მაგალითია ლაინერი “Ile de France”, რომელიც ეკუთვნოდა სანაოსნო კომპანია “French Lines”. ტექნიკის ახალი მიღწევების გათვალისწინებით საფრანგეთში აგებული ლაინერი გაიშვა 1927 წელს. ლაინერი “Ile de France” მგზავრებს მათი გემოვნებისამებრ

სთავაზობდნენ სხვადასხვა სახის კაიუტებს, ხოლო მესამე კლასის ადგილების რაოდენობა უფრო მცირე იყო, ვიდრე პირველ და მეორე კლასში ერთად აღებული (646 1140 წინააღმდეგ). ლაინერ “Ile de France”-სზე საფოსტო თვითმფრინავიც კი იყო, რომელსაც შეეძლო ჰაერში აფრენა ნაპირიდან 20 მილში, რაც უზრუნველყოფდა კონტინენტებს შორის ფოსტის ყველაზე სწრაფ მიწოდებას. მაგრამ სანაოსნო კომპანიების და გემთმშენებლების მთავარი მიზანი გახდა პირველი კლასის მგზავრებისთვის მაქსიმალური კომფორტის გაწევა. ეს ადამიანები უმეტეს შემთხვევაში თავის მთავარ მიზნად არ ისახავდნენ ერთი წერტილიდან მეორეში გადასვლას და განიხილავდნენ კრუიზს, როგორც გასართობ მგზავრობას, როდესაც საკრუიზო ლაინერების ძირითადი მგზავრები იყვნენ ცნობილი მსახიობები, მხატვრები, ბიზნესმენები და არისტოკრატები. ბორტზე სადღესასწაულო განწყობა სუფევდა. ბარში ალკოჰოლის გაყიდვა იწყებოდა აშშ-ს სანაპიროდან 12 მილის დაშორებით.

მეორე მსოფლიო ომმა, ისევე როგორც პირველმა, სერიოზული ზიანი მიაყენა საკრუიზო ინდუსტრიას. მრავალი ლაინერი ისევ გამოიყენებოდა საომარი მიზნებისთვის და ხდებოდა გერმანული სუბმარინების და თვითმფრინავების სამიზნე. ასე მოუვიდა კომპანია “Cunard Line”-ის ლაინერ “Queen Elizabeth”-ს. ის გარდაიქმნა სამხედრო სატრანსპორტო გემად, რომელსაც ბორტზე აყავდა 5 ათასი ჯარისკაცი და ოფიცერი, რამაც “Queen Elizabeth”-ი გერმანიის სამხედრო-საზღვაო და საჰაერო ფლოტის მთავარი სამიზნე გახადა.

მიუხედავად ომისშემდგომი მძიმე ვითარებისა, ტრანსატლანტიკურ მგზავრთა ნაკადი დიდი იყო — 1 მლნ. მგზავრი წელიწადში. მაგრამ 1950 წელს სიტუაცია სწრაფად შეიცვალა. ეს უკავშირდებოდა ავიამშენებლობის განვითარებას. იმ მომენტამდე, სანამ გაჩნდა ატლანტიკის ჰაერით გადაკვეთის შესაძლებლობა, საზღვაო გზა რჩებოდა კონტინენტებს შორის მიმოსვლის ერთადერთ ხერხად. ავიაგადაფრენები უფრო ნაკლები ჯდება და ნაკლებ დროს იკავებდა, ვიდრე საზღვაო ვოიაჟები.

მიუხედავად იმისა, რომ ლაინერები აღჭურვილი იყო კონდიციონერების სიტემებით, აუზებით, დამატებითი გასასეირნებელი გემ-

ბანებით, საზღვაო მგზავრების მოცულობა მცირდებოდა. 1961 წელს ატლანტიკის გადასაკვეთად ლაინერებით ისარგებლა 750 ათასმა ადამიანმა, ხოლო თვითმფრინავებით — უკვე 2 მილიონმა.

საზღვაო სამგზავრო გადაზიდვები თითქმის განიდევნა საჰაერო ტრანსპორტის მიერ და ძირითადად დარჩა რეკრეაციული კრუიზების სახით. XX საუკუნის ნახევარში არავინ იფიქრებდა იმაზე, რომ საზღვაო სამგზავრო ფლოტი ძირითადად წარმოდგენილი იქნებოდა საკრუიზო გემებით და ასეთი მოგზაურობების წამყვანი მოტივი იქნებოდა დასვენება და გართობა.

საზღვაო სამგზავრო გადაზიდვების სტრუქტურაში კრუიზების წილის ზრდის ობიექტური წინაპირობა გახდა: უპირველესად, შრომის მწარმოებლურობის ზრდა და მასთან დაკავშირებული მოსახლეობის შემოსავლების და თავისუფალი დროის ზრდა, მეორე რიგში, თვით საზღვაო სამგზავრო ტრანსპორტის, გემთმშენებლობის და სანავსადგურო მეურნეობის განვითარება, ამ სფეროში მეცნიერების და ტექნიკის მიღწევების დანერგვა. შესაბამისად, საკრუიზო გემების მშენებლობაში სპეციალიზაცია და სერვისის კარდინალური ზრდა. და მესამე - ტურიზმის სფეროში შრომის მორიგი დანაწილების შედეგად ტურიზმის განვითარება, რომელიც წარმოდგენილი იყო მოგზაურობების ორგანიზებასა და გაყიდვაზე სპეციალიზებული საწარმოებით, რომლებსაც შეეძლო არა მხოლოდ დაკვეთით ემუშავა, არამედ შემოეთავაზებინა მზა ტურპროდუქტი, ანუ “საპაკეტო ტური”(package tour).

საზღვაო ტურისტული მოგზაურობები საკმაოდ ძვირი სიაზონება იყო, მაგრამ მათზე მოთხოვნა შეძლებული მომხმარებლებისგან მოდიოდა. ამ მოთხოვნების შესაბამისად, სანაოსნო კომპანიებს თავისი სერვისის მომსახურების უფრო მაღალ კლასამდე აჰყავდა. უფრო დახვეწილი სერვისისკენ მისწრაფება, თავის მხრივ, იწვევდა მოგზაურობის ღირებულების გაძვირებას. საერთო ჯამში, საკრუიზო პროდუქტის ზრდის პირობებში ვერ ხერხდებოდა მასობრივი ბაზრის უპირატესობის სრული რეალიზაცია, რომელიც გათვლილი იყო საშუალო კლასის გადახდისუნარიან მომხმარებელზე. არჩევანი პრესტიჟულ და მასობრივ პროდუქტებს შორის უნდა გაეკეთებინა საკრუიზო ბაზრის მონაწილე ახალ თაობას.

საკრუიზო კომპანიების ხელმძღვანელობა საფიქრალში ჩავარდა, თუ როგორ დაებრუნებინა მგზავრები.

1972 წლის იანვარში ლაინერი “Empress of Canada” შეიძინა საკრუიზო კომპანიამ “Carnival Cruise Lines”, რომელიც არც თუ ისე დიდი ხნის წინ აშშ-ში ჩამოაყალიბა ტედ არისონმა. ლაინერს დაერქვა “Mardi Grass”. ეს იყო კომპანია “Carnival Cruise Lines”-ს პირველი ლაინერი.

კომპანია იყენებდა ლაინერს მხოლოდ კარიბის ზღვაში შესრულებული კრუიზებისთვის, ანუ იმ რაიონში, რომელიც ერთის მხრივ ხასიათდებოდა ტროპიკებში საზღვაო დასვენების ყველა უპირატესობით, და, მეორეს მხრივ, მაქსიმალურად მიახლოებული იყო აშშ ტერიტორიასთან, როგორც გადახდისუნარიანი მომხმარებლის მთავარ ცენტრთან. ეს იყო პრინციპული მომენტი, ვინაიდან 1960 წლამდე საკრუიზო მარშრუტები ძირითადად აკავშირებდა ევროპას ამერიკასთან და ავსტრალიასთან, ანუ ლაინერები მიჰყვებოდნენ სამგზავრო გადაზიდვების ხაზის მარშრუტებს. გარდა ამისა, ახალ პირობებში უფრო აქტიურად დაიწყო მექსიკის, ალიასკის, კანადის ნაპირებთან, ასევე ხმელთაშუა ზღვის და ჩრდილოეთ ევროპის გარშემო მარშრუტების ათვისება. 10 მლნ. დოლარამდე დაიხარჯა “Mardi Grass”-ის გადაკეთებაზე, რომელიც მოიცავდა სამგზავრო ადგილების ზრდას 1240-მდე, ინტერიერების დიზაინის შეცვლას, უფრო მკვეთრი ფერების და შუქური ეფექტების დამატებას შიდა განწყობაში, ბორტზე რამდენიმე დისკოტეკის და კაზინოს მოწყობას. 1975 წელს ლაინერი უკვე ასრულებდა კრუიზებს 100%-იანი დატვირთვით. კრუიზების გაყიდვები ხორციელდებოდა ერთდროულად აშშ-სა და კანადაში. ფასები ამ კომპანიის კრუიზებზე რეგიონში ყველაზე დაბალი იყო, რამაც დიდი პოპულარობა მოუტანა მათ.

ამით კომპანია “Carnival Cruise Lines”-მა საკრუიზო დასვენების ახალი კონცეფციის საფუძველი ჩაუყარა, რომელიც შემდეგ პრინციპებს ეფუძნებოდა:

- კრუიზი — არის გასართობი მოგზაურობა, რომლის მონაწილეები არ ისახავენ უპირველეს მიზნად ერთი წერტილიდან მეორეში მოხვედრას;

- კრუიზები სრულდება კომფორტაბელურ გემებზე, რომლებსაც ბორტზე აჰყავს მგზავრების მაქსიმალური რაოდენობა და სთავაზობს მგზავრებს გართობის მდიდარ ინფრასტრუქტურას;
- ყველა ტურისტს აქვს ერთნაირი შესვლის უფლება ლაინერის ყველა ზონაში, ისინი არ იყოფებიან კლასებად, თავისუფლად სარგებლობენ გემის ბორტზე არსებული მთელი ინფრასტრუქტურით;
- საკრუიზო ლაინერი გზაში აკეთებს მაქსიმალური რაოდენობის გაჩერებებს, რომლის დროსაც ტურისტებს შეუძლიათ ნაპირზე ჩასვლა და დროის გატარება;
- კრუიზების ღირებულება შეესაბამება ანალოგიური მომსახურების კლასის სახმელეთო დასვენებას ან უფრო დაბალია.

ახალმა კონცეფციამ შეცვალა კრუიზებზე წარმოდგენა. ახლა მოსახლეობის ფართო ფენებისთვის ხელმისაწვდომი გახდა ის, რაც ადრე შესაძლებელი იყო მხოლოდ შეძლებული ადამიანებისთვის. ფასის ხელმისაწვდომობამ კრუიზებისადმი ახალი კატეგორიის მომხმარებლის ყურადღება მიიპყრო. საერთო ჯამში, გეოგრაფიის, სერვისის კონცეფციის და საფასო პოლიტიკის შეცვლით, ამ კომპანიამ გაიყვანა საზღვაო კრუიზები მასობრივი მოთხოვნის ბაზარზე და შეუნარჩუნა მას პოზიციები ელიტარული მოხმარების სეგმენტშიც.

თანამედროვე საკრუიზო ინდუსტრიამ ჩამოყალიბება დაიწყო 1960 წლებში, როდესაც მაიამიდან სრულდებოდა ყოველწლიური რეისები კარიბიის ზღვის მიმართულებით, ხანგრძლივობით ერთი-ორი კვირა.

1974 წელს მაიაში გახდა აშშ-ს მსხვილი სამგზავრო ნავსადგური და გაუსწრო ნიუ-იორკს. საკრუიზო ინდუსტრია პარალელურად ალიასკაზე და მექსიკის დასავლეთ სანაპიროზე ვითარდებოდა. ანალოგიური პროცესები მიმდინარეობდა ევროპაშიც.

ამერიკულ ბაზარზე ნამდვილი “საკრუიზო ბუმი” 1977 წელს დაიწყო. საბოლოო ჯამში, მისი მიზეზი გახდა საკრუიზო პროდუქტის ადეკვატური წინადადება შეფარდებაში ფასი-ხარისხი. მაგრამ ამ წარმატებას ბევრი შემადგენელი ჰქონდა. იცვლებოდა არა მხოლოდ მარშრუტების გეოგრაფია. შენდებოდა მგზავრების უფრო

დიდი ტევადობის და დიდი წყალწყვის გემები. ეს ბოლო მაჩვენებელი, რომელიც 1970 წელს, როგორც წესი 4 ათას ტ. შეადგენდა, 1980 წლისთვის 70 ათას, ხოლო 1990 წლებში — 100 ათას ტონამდე გაიზარდა. მგზავრების ტევადობის ზრდამ და პროგრესიული ტექნოლოგიების დანერგვამ ხელი შეუწყო ერთ სამგზავრო ადგილზე გათვლილი ხვედრითი დანახარჯების შემცირებას, რამაც საშუალება მისცა საზღვაო კრუიზებს წარმატებული კონკურენცია გაენია სახმელეთო ტურებისთვის, ხოლო საკრუიზო ბიზნესს ფინანსურ სიმყარეს ანიჭებდა.

საკრუიზო ინდუსტრიის ახალ აღმავლობაში საკმაოდ დიდი როლი ითამაშა უფრო აქტიურმა საკრუიზო კომპანიების მარკეტინგულმა პოლიტიკამ, მათ შორის რეკლამის გამოყენებამ. 1985 წელს კომპანია “Carnival Cruise Lines”-მა წყალზე ჩაუშვა ლაინერი “Holiday”, წყალწყვით 46 052 ტ, 1986 და 1987 წლებში - ლაინერები “Jubilee” და “Celebration”, თითოეული 47 262 ტ წყალწყვით. 1991 წელს აშენდა 76000-ტონიანი ლაინერი “Carnival Ecstasy”, 1993 წელს - “Carnival Sensation”, 1995 წელს — “Carnival Imagination”, 1996 წელს - “Carnival Inspiration” და “Carnival Destiny” (პირველი ლაინერი წყალწყვით 100 000 ტ მეტი), 1998 წელს — “Carnival Elation” და “Carnival Paradise”, 1999 წელს - “Carnival Triumph”. 2000 წლიდან 2005 წლამდე კომპანია “Carnival Cruise Lines” წელიწადში თითო ლაინერს უშვებდა: “Carnival Victory”, “Carnival Spirit”, “Carnival Pride”, “Carnival Conquest”, “Carnival Valor”, “Carnival Liberty”. 2007 წელს ხმელთაშუა ზღვაში ის შეცვალა ახალმა ლაინერმა “Carnival Freedom”, რომელსაც 2008 წელს შეუერთდა ლაინერი “Carnival Splendor”, წყალწყვით 113 ათას ტ. მეტი. 2009 წელს აშენდა ლაინერი “Carnival Dream”, წყალწყვით 128 ათასი ტ., ხოლო 2011 წელს კომპანიამ წყალზე ჩაუშვა ანალოგიური პროექტის ლაინერი “Carnival Magic”.

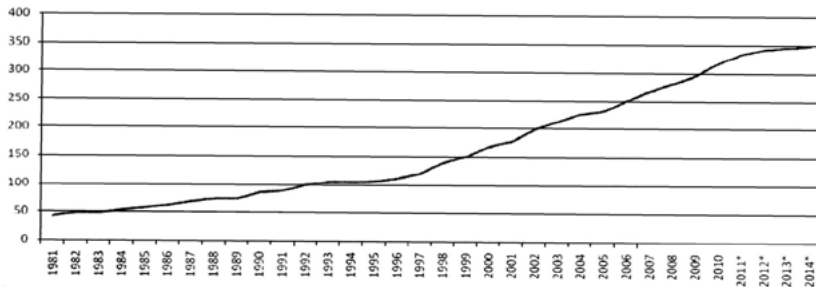
სინამდვილეში ამ ბოლო ათწლეულის მანძილზე საკრუიზო პროდუქტში მომხდარი ცვლილებები ბევრად უფრო ღრმა არის. ესენია: დამატებითი ფასიანი რესტორნები; ვაკუუმური ტუალეტები; აუქციონების ჩატარება და ბორტზე საიუველირო მაღაზიების არსებობა; ძირითად საკრუიზო კომპანიებში ონლაინ რეჟიმში რეგის-

ტრადიციის შესაძლებლობა; აივნიანი, ფრანგული აივნიანი კაიუტები; საკრუიზო გემები, რომლებზეც არ დაიშვება ბავშვები; საბავშვო და მოზარდთა კლუბები; უნაღდო ანგარიშსწორების სისტემა გემის ბორტზე; კაიუტების ელექტრონული გასაღები; დამატებითი სპა-მომსახურება; პერსონალური სეიფები კაიუტებში; ექსკლუზიური დახურული ზონები; მრვალოთახიანი კაიუტები; ბორტზე თანამგზავრული კავშირის არსებობა; ბორტზე ინტერაქტიული ტელევიზიის არსებობა; კვების წერტილების და ვარიანტების ფართო არჩევანი; მაღალტექნიკური გასართობი შოუ; ბორტზე ინტერნეტის არსებობა; დიდი კაზინოები, თემატური ლონჟები და ბარები; “შვედური მაგიდის” პრინციპით მომუშავე დიდი რესტორნები; გაუმჯობესებული ინფრასტრუქტურა შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობების პირთათვის; გაფართოებული სპორტული ინფრასტრუქტურა, მაგალითად კედლები ცოცვისთვის, საციგურაო მოედნები, გოლფ-სიმულატორები, სარბოლო ავტომობილების სიმულატორები და სხვა.

უნდა აღინიშნოს, რომ თვით საკრუიზო პროდუქტის ასორტიმენტი უფრო მრავალფეროვანი გახდა, საკრუიზო ბაზარი — უფრო სეგმენტირებული, ხოლო საკრუიზო გემთმშენებლობა — უფრო სპეციალიზებული.

მსოფლიო საზღვაო საკრუიზო ფლოტის მგზავრთა ტევადობა ბოლო ოცდაათი წლის მანძილზე თითქმის რვაჯერ გაიზარდა და 2010 წელს 317,9 ათას მგზავრს მიაღწია. CLIA —სა და ევროპის საკრუიზო საბჭოს (European Cruise Council – ECC) პროგნოზით, 2014 წლისთვის ის უნდა გაიზარდოს 349.0 ათას ადგილამდე.

როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ მგზავრების ნაკადზე, უნდა ავღნიშნოთ, რომ CLIA —ს წევრ კომპანიებში ბოლო ოცი წლის განმავლობაში ეს მაჩვენებელი გაიზარდა 3,2 ჯერ და 2009 წელს მიაღწია 13,4 მლნ. ადამიანს. ამასთან საკრუიზო მგზავრთა ნაკადის შემცირება დაფიქსირდა მხოლოდ 1995 წელს -2% დონეზე. მაქსიმალურ მატებას 15% ამ მაჩვენებელმა მიაღწია 2002 წელს, შემდეგ კრიზისულ 2009 წელს დაინია 3%. მისი საშუალოწლიურმა ნამატმა 1991-2009 წწ. პერიოდში შეადგინა 7%. იხ. გრაფიკი №1.

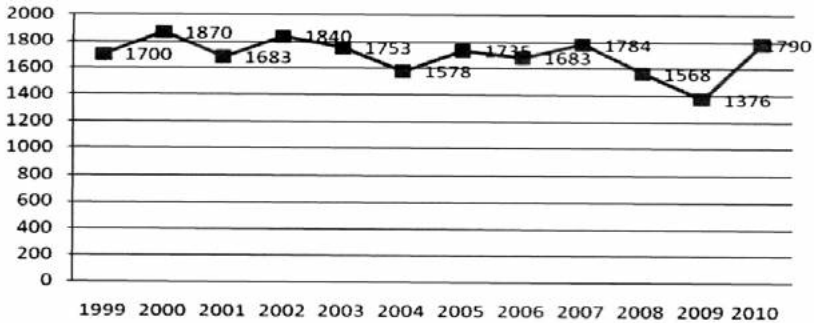


გრაფიკი №1. წყარო CLIA და ECC

შესაბამისად იზრდება საკრუიზო ინდუსტრიის შემოსავლებიც. კრიზისულ 2009 წელს საკრუიზო ბაზრის ბრუნვამ, “Cruise Market Watch”-ის ექსპერტების შეფასებით, 24,9 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, 2008 წ. არსებული 27,6 მილიარდ დოლარის საწინააღმდეგოდ, ანუ 7,7% შემცირდა. 2010 წლის შედეგებით შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ გაყიდვები კრიზისამდე არსებულ მაჩვენებელს მიუახლოვდება, ან, შესაძლოა, გაუსწრებს მას. ამასთან, ჩრდილოეთ ამერიკის ბაზარზე მოდის კრუიზების მთელი გაყიდვების 60%, ხოლო დანარჩენ ბაზრებზე — 40%.

დამახასიათებელია ასევე ისიც, რომ მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის პირობებში საკრუიზო კომპანიებმა ფასების დაკლების პოლიტიკით შეძლეს შეენარჩუნებინათ მგზავრების ნაკადი. Bureau of Labor Statistics (BLC) მონაცემებით, რომელიც აშშ შრომის დეპარტამენტის ქვედანაყოფია, 2009 წ. ამერიკულ ბაზარზე კრუიზზე საშუალო ფასი “წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით დაიწია 9,3%. ფასების დაკლებამ ხელი შეუწყო არა მარტო ლაინერების დატვირთვას, არამედ ნავსადგურის და სხვა, კრუიზებთან დაკავშირებულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას”.

ეს ფასი ნამდვილად შეესაბამება ევროპულ კურორტზე 5 ვარსკვლავიან სასტუმროში გაჩერების ღირებულებას იმ განსხვავებით, რომ ლაინერი კიდევაც მოძრაობს და ერთი კვირის მანძილზე რამდენიმე ქალაქის და ქვეყნის დათვალიერების საშუალებას იძლევა. ანუ საზღვაო კრუიზებს, საფასო კონკურენციის თვალსაზ-



გრაფიკი №2. წყარო Resort Development Organisation

რისით, ტურისტულ ბაზარზე საკმაოდ ძლიერი პოზიციები უკავია.

1987 წელს საკრუიზო კომპანია “Norwegian Caribbean Cruise Lines” –ს დაერქვა “Norwegian Cruise Lines”, ხოლო 1996 წელს გარდაიქმნა კორპორაციაში “Norwegian Caribbean Cruise Line, Ltd, NCL”. კომპანია “Norwegian Cruise Lines”-სგან განსხვავებით, NCL ნაკლებ ახალ გემებს აშენებდა, მაგრამ აქტიურად ახდენდა ძველი ლაინერების მოდიფიცირებას.

2000 წელს NCL შემოიღო კონცეფცია “Freestyle Cruising” (კრუიზები თავისუფალ სტილში).

მოცემული კონცეფცია გულისხმობდა საკრუიზო დასვენებაში შემდეგი ელემენტების დანერგვას:

- Freestyle Dining (თავისუფალ სტილში კვება) — ჭამის შესაძლებლობა ნებისმიერ დროს, ნებისმიერ რესტორანში, ნებისმიერ მაგიდასთან;

- Freestyle Accomodation (თავისუფალ სტილში განთავსება) — განთავსების არჩევის შესაძლებლობა შიდა პატარა კაიუტით დაწყებული და დიდი ვილით დამთავრებული;

- Freestyle Attire (თავისუფალ სტილში ჩაცმა) — ძველი დრეს-კოდის არარსებობა, ასევე სხვა ელემენტების, რომლებიც ნაკლებად ფორმლურ და უფრო კომფორტულს ხდის მოგზაურობას,

2001-2002 წწ. NCL ფლოტს დაემატა ოთხი ლაინერი, ხოლო

ყველა ძველი ლაინერი გადაკეთდა ახალი კონცეფციის “Freestyle Cruising” დასაწერგავად. 2004 წელს შეიქმნა ბრენდი “NCL America” ჰავაისა და კარიბის ზღვის კუნძულებზე სამოგზაუროდ, პარალელურად შეიქმნა ქვედანაყოფი ევროპულ ქვეყნებთან მუშაობისთვის და დაინერგა ონლაინ-დაჯავშნის სისტემა.

საკრუიზო კორპორაციების სწრაფ განვითარებას მოჰყვა ახალი დონის დიდი ლაინერების მშენებლობა. დღეისათვის მსოფლიო საკრუიზო ხაზების ლიდერი ფლოტი უმეტეს ნაწილად ახალი თაობის სუპერ ლაინერებისგან შედგება. საკრუიზო ტურიზმის განვითარების ძირითად ტენდენციად შეიძლება ჩაითვალოს კონცეფცია “გემი — მცურავი კურორტი”, რომელშიც ჩადებულია ერთი გემის ბორტზე დასვენების და ტურიზმის სხვადასხვა სახეობების შერწყმის პრინციპი. ფაქტობრივად ეს არის ოკეანეში განთავსებული საკურორტო ქალაქი თავისი მომსახურებების ფართო სპექტრით.

თანამედროვე ლაინერებზე შესრულებული კრუიზები შესაშური მოთხოვნით სარგებლობს მთელ მსოფლიოში, ამიტომ საკრუიზო კომპანიები მომავალი განვითარებისკენ და ახალ ბაზრებზე გასვლისკენ მიისწრაფვიან.

გამოყენებული ლიტერატურა და ელექტრონული რესურსები:

1. С.П. Шпилько, Н.В. Андропова, Р.В. Чударев, Морские круизы;
2. С.П. Шпилько, Теория и практика классификации видов туризма;
3. Я. Кочмарек, А. Стасяк, Туристический продукт.
4. Berlitz. Complete guide to cruising and cruise ships, 2010, Douglas Ward;
5. Cruise Line International Association. URL: <http://www/cruising.org>;
6. URL: <http://www/carnivalcorp.com>;
7. URL: <http://www/cruisemarketwatch.com>.