

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вищого навчального закладу
Укоопспілки “Полтавський університет
економіки і торгівлі”

08 липня 2015 року № 152-Н

Форма № П-4.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
“ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”**

Навчально-науковий інститут
харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри

„_____” _____ 2020 р. Г.П. Скляр

МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА

На тему “ОРГАНІЗАЦІЯ І РОЗВИТОК КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ”

***зі спеціальності 242 “Туризм”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Триус Єлизавета Олександрівна

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр. н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2020

ЗМІСТ

| | |
|--|-----|
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ | 6 |
| 1.1. Соціально-економічне значення сфери туризму для розвитку сучасного суспільства | 6 |
| 1.2. Зміст круїзного туризму та його види | 15 |
| 1.3. Світовий досвід розвитку круїзного туризму | 28 |
| РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ | 41 |
| 2.1. Оцінка потенціалу ринку круїзного туризму | 41 |
| 2.2. Інфраструктурне забезпечення круїзного туризму | 50 |
| 2.3. Ринок круїзного туризму в Україні та його сучасні тренди | 65 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ | 78 |
| 3.1. Організаційно-економічні заходи формування ринку круїзного туризму в Україні | 78 |
| 3.2. Інформаційні та інноваційні технології в організації круїзного туризму . | 87 |
| ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ | 98 |
| ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ | 102 |
| ДОДАТКИ | 112 |

ВСТУП

Туризм є однією з галузей світової економіки, що найбільш динамічно розвивається. Морські та річкові подорожі, як елемент туризму, не є виключенням. Морське перевезення пасажирів є важливим елементом міжнародного торговельного мореплавства і набуло активного поширення. Морський круїз – це туристична поїздка морем, як правило з заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна, у базову вартість якої включене комплексне обслуговування на борту судна. Ринок круїзів росте набагато швидше, ніж інші види транспортних подорожей (біля 6% на рік за числом пасажирів), а середнє завантаження морських круїзних суден у світі складає у середньому 88%.

У магістерській роботі розглянуто сучасні тенденції розвитку світового круїзного ринку. Аналізується стрімкий розвиток круїзного туризму в світі в останні десятиліття. Впродовж останніх десятиліть ринок морських круїзів демонстрував значне збільшення і стабільний приріст. На світовому круїзному ринку спостерігається дуже висока концентрація флоту в руках небагатьох круїзних компаній, які контролюють майже 85% ринку круїзних послуг. Світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, у свою чергу, належать до 4 великих груп.

Розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки: збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів; створення нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства; рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому); розширення можливостей для міжнародного співробітництва; залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури тощо.

Дослідженні круїзної туристичної діяльності переважно викладені в спеціальній літературі, яка детально розглядає транспортні, а в даному випадку морські перевезення, а також деякі періодичні видання та інтернет-джерела. Проблема морських перевезень детально розкрита в працях М.Б. Біржакова, В.І.Нікіфорова, О.Я. Осіпової. Специфікою круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географією круїзних маршрутів займалися А.Ю.Александрова, Г.М. Долматов, В.Г. Надточій. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та Україні вивчали М.М. Данчик, Є.Ю.Кізілова, Є.А. Тіщенко, Н. О. Зацепіна, А. Г. Дем'янченко, А.А. Соловійов, О.В. Тищенко, А. О. Филипенко, І.Я. Антоненко, І. Л. Мельник та ін.

Метою дослідження є вивчення стану розвитку круїзного туризму в світі, аналіз шляхів його сучасного розвитку, окреслення перспектив розвитку круїзного туризму в нашій країні.

Для досягнення поставленої мети визначено такі дослідницькі завдання:

- розкрити соціально-економічне значення сфери туризму для розвитку сучасного суспільства;
- виявити зміст круїзного туризму та його види;
- дослідити світовий досвід розвитку круїзного туризму;
- проаналізувати потенціал ринку круїзного туризму;
- охарактеризувати інфраструктурне забезпечення круїзного туризму;
- вивчити ринок круїзного туризму в Україні та його сучасні тренди;
- запропонувати організаційно-економічні заходи формування ринку круїзного туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси дослідження розвитку круїзного туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти дослідження розвитку круїзного туризму у світі та Україні.

Для дослідження було використано наступні методи: загальнонаукові та

спеціальні методи дослідження, зокрема абстрагування, узагальнення, аналіз і синтез, індукція й дедукція, системний аналіз. За допомогою аналітичного методу здійснено підбір інформації. Використовувалися методи економіко-статистичного аналізу та теоретичного моделювання.

Робочими матеріалами для підготовки магістерської дипломної роботи стали дані статистичних щорічників Всесвітньої туристичної організації, Міжнародної асоціації круїзних ліній (CLIA), актуальні матеріали Інтернету.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах кафедрального круглого столу студентів та аспірантів “Туризм і молодь – 2020” (м. Полтава, 2020 рік).

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел, додатків. У роботі міститься 5 таблиць, 12 рисунків, 3 додатки (в них 2 таблиці, 1 рисунок), список використаних джерел складає 98 найменувань.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1. 1. Соціально-економічне значення сфери туризму для розвитку сучасного суспільства

Туризм – це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно охарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самотійно розв'язати комплекс його проблем. Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туризм є похідним від французького *tour* (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку [10].

Закон України "Про туризм" визначає туризм як тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [60].

За Н.Ф.Реймерсом, туризм – це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами, а О.О. Бейдик пояснює туризм як форму масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [6].

Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки,

розвиваючи такі галузі як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого попиту, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних надходжень і засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни.

Окрім прибутку, туризм став значущим чинником посилення престижу країни. А також туризм сприяє підвищенню освітнього рівня жителів країни. Саме поняття «туризм» стало формуватися завдяки масовому переміщенню досить значної кількості людей, які поставили собі за мету змістовно проводити своє дозвілля. Хоча не можна заперечувати того факту, що подорожування завжди було притаманне людині як біологічній істоті.

Як соціально детерміноване явище, туристична діяльність потребує глибокого наукового осмислення та пов'язана з реалізацією двох основних завдань:

- 1) економічного – отримання прибутків від комерційної діяльності з надання туристичних послуг;
- 2) соціального – надання соціальних благ і послуг туристського та рекреаційного характеру.

Соціально-економічна природа туризму пов'язана з особливим принципом прямої та зворотної трансформації. Економічний розвиток туризму сприяє (через податки) поповненню доходної частини бюджету, що стимулює (через реалізацію соціальних програм) підвищення рівня та якості життя, а також платоспроможного попиту населення. Одночасно з цим збільшуються інвестиційні ресурси галузі й «туризм розвиває туризм». На черговому оберті засобів обсяг доходів від туризму зростає сукупно за рахунок зростаючого туристського потоку та за рахунок впливу інвестиційного фактору. При цьому, одночасно з економічною функцією, в аналогічній пропорції реалізовується соціальна функція туризму, спрямована на фізичне й духовне оздоровлення

нації, в тому числі на підвищення якості людських ресурсів. Це, у свою чергу, трансформується через підвищення продуктивності праці та збільшення доходної частини бюджету в економічну складову.

Даний принцип працює й у зворотному напрямку: соціальні інвестиції в людину через туризм сприяють підвищенню якості людських ресурсів, що відтак трансформується в економічну складову. На кожному оберті економічна складова туризму трансформується в соціальну, а соціальна основа – в економічну. Таким чином, туризм можна класифікувати як складну багатofакторну соціально-економічну систему, в якій економічна та соціальна підсистеми повинні бути в гармонічній єдності, доповнюючи одна одну.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що розвиток туризму може мати найрізноманітніші наслідки на національному, регіональному і особливо місцевому рівнях, спектр яких – від надзвичайно сприятливих до руйнівних. На кожному з цих рівнів економічні, екологічні й соціальні наслідки туризму можуть істотно відрізнитися залежно від його масштабів, ступеня розвитку й диверсифікації місцевої економіки, культурних особливостей країни чи регіону. Крім цього, дуже важливим моментом є характер і тип природного туризму, який розвивається в регіоні.

Необхідно чітко уявляти потенційні можливості та негативні соціально-економічні ефекти, які можуть виникати при розвитку туризму, та враховувати їх при плануванні та управлінні туристичною діяльністю. Розглянемо найбільш важливі соціально-економічні аспекти, пов'язані з розвитком туризму, і наведемо приклади як позитивного, так і негативного впливу та деякі характеристики, представлені в таблиці А. 1 [76, с. 254-256].

Підприємства, що обслуговують туристів, взаємопов'язані й будь-які зміни у величині витрат туристів призведуть до змін у рівні виробництва, доходів, зайнятості, обмінного курсу.

Для оцінки економічного впливу туризму часто розраховують

мультиплікатор туризму, що являє собою відношення зміни одного з економічних показників (зайнятості, доходу, рівня виробництва) до зміни величини витрат туристів, тобто мультиплікатор виражається відношенням нових інвестицій (у вигляді туристичних витрат) до зміни рівня виробництва, доходів, зайнятості. Величина мультиплікатора показує, скільки обертів робить кожний долар, витрачений туристом у локальній економічній системі до того, як повністю розчиниться через різні канали вилучення. Чим більша величина мультиплікатора, тим сильніші зміни відбуватимуться в економічній системі. Ефект мультиплікатора ґрунтується на тому, що доходи, отримані суб'єктами економічної системи, приводять до багаторазового збільшення величини сукупного доходу, отриманого в економічній системі.

Економічні переваги туризму в деяких країнах, особливо тих, що розвиваються, нерідко завищуються, оскільки включають істотні «відпливи» доходів із країни. Це пов'язано з використанням імпортованих товарів для забезпечення туристів, переважанням іноземних туроператорів і фірм на туристичному ринку, низькою часткою місцевого населення серед зайнятих у сфері туризму.

Туристична діяльність, беззаперечно, стимулює розвиток інших галузей економіки, сприяє диверсифікації економіки. В туристичних регіонах активніше розвиваються сільське господарство, транспорт, зв'язок, будівництво. Все це сприяє розвитку економіки, створенню робочих місць для місцевого населення, підвищенню їхнього рівня життя. Особливо це стосується слаборозвинених, гірських, сільських місцевостей.

Проте, з іншого боку, збільшення кількості туристів призводить до того, що місцевим жителям починає бракувати продуктів харчування, предметів вжитку, тобто починається конкуренція між туристами й місцевими жителями. Це, у свою чергу, зумовлює підвищення цін на основні групи товарів.

У багатьох випадках туризм поповнює бюджети багатих верств

населення, тобто збагачує багатих і збіднює бідних, посилюючи тим самим соціальну нерівність суспільства. Деякі місцеві жителі заздять очевидному добробуту туристів і заради задоволення своїх зростаючих запитів можуть здійснювати протиправні й аморальні дії, які зовсім не притаманні їх «дотуристській» культурі. Контакт із туристами інколи породжує у місцевих жителів незадоволеність своїм життєвим рівнем, особливо, якщо вони не бачать для себе реальної вигоди від грошей, витрачених туристами. Участь місцевих жителів передбачається в таких сферах туризму, як сфера гостинності, виробництво і збут сувенірної продукції, виробництво і постачання продуктів харчування, обслуговування туристських маршрутів, участь в анімаційних заходах, виконання охоронних функцій. Надання роботи місцевим жителям дозволяє не тільки підвищити рівень їх зайнятості, але й сприяє їх закріпленню на споконвічних територіях, а також – поверненню з міст. Діє і так званий фактор прискорення, чи ланцюгова реакція. Успішне створення і розвиток місцевої бази туризму буде сприяти привабленню в розвиток туризму нових інвестицій із національних та іноземних джерел. Навіть, може бути створена місцева промисловість із виробництва продукції, якої потребує туризм і яку раніше доводилося імпортувати. Все це не тільки збереже іноземну валюту, поліпшить платіжний баланс, але й забезпечить великі можливості працевлаштування місцевого населення і, як наслідок, – збільшення доходів від податків. З'являється можливість частину бюджетних надходжень спрямовувати на фінансування розвитку інфраструктури, реставрацію та відновлення пам'яток історії й культури, здійснення природоохоронних програм, програм соціального розвитку.

У результаті можна дійти висновку, що, по-перше, туризм виконує низку важливих соціально-економічних функцій, особливо на регіональному рівні. По-друге, туризм має як позитивні, так і негативні наслідки. По-третє, для того, щоб мінімізувати негативні соціальні й економічні ефекти розвитку туризму,

необхідно ретельно планувати, моніторити та вчасно коригувати його розвиток [76, с. 256-258].

Соціальна складова туризму – це багатоаспектне явище, що має подвійну природу. З одного боку, це соціальні ресурси, засоби здійснення туристичної діяльності, з іншого – це соціальні результати, що роблять потужний зворотній вплив на соціально – економічний розвиток суспільства. Соціальна роль туризму розкривається широким колом соціально- економічних ефектів, а саме:

- сприяння росту економіки: сферу рекреації та туризму вигідно відрізняють такі чинники: невеликі початкові інвестиції; короткий термін окупності й досить високий рівень рентабельності; постійний та швидкозростаючий попит на послуги. Завдяки цьому темпи зростання туризму значно перевищують середньорічні темпи піднесення світової економіки в цілому і становлять 9-10 % на рік. Туризм здійснює мультиплікативний ефект на суміжні галузі і економіку у цілому;

- зростання зайнятості – згідно з розрахунками експертів ЮНВТО, 1 турист створює 10 робочих місць в індустрії туризму і суміжних галузях, що забезпечують виробництво і споживання товарів і послуг для туристів;

- підвищення рівня життя прямо (зокрема, через виплату зарплати працівникам цієї сфери) і опосередковано (через пожвавлення суміжних галузей – транспорту, комунального господарства, громадського харчування, виробництва спорядження, супутніх товарів, сувенірів);

- сприяння відновленню здоров'я населення, фізичних і психічних сил працівників, тобто – підвищенню продуктивності праці;

- поповнення державного і місцевих бюджетів через сплату податків і зборів суб'єктами підприємницької діяльності;

- сприяння покращенню інфраструктури і благоустрою міст і селищ;

- розвиток людського потенціалу – індивідуального і сукупного (спільнот, регіонів, країн і людства в цілому) [51, с. 172-174].

Соціальна роль туризму реалізується через гуманітарно-соціальні функції, основні з яких подано на рисунку 1.1.1.

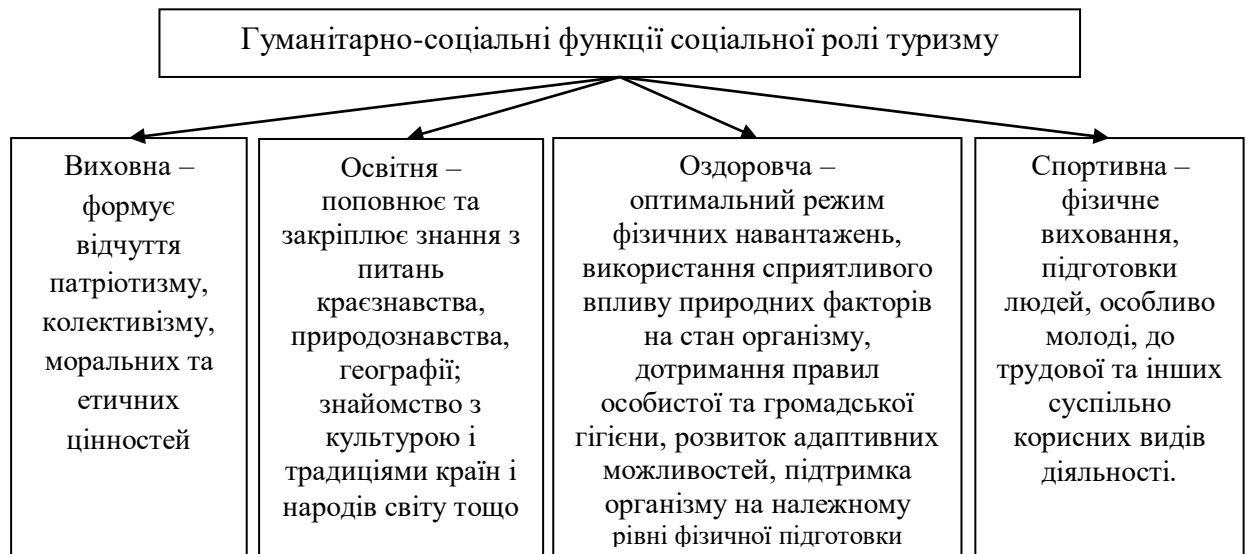


Рис. 1.1.1 Гуманітарно-соціальні функції, через які реалізується соціальна роль туризму, складено автором

Як свідчать дослідження, оздоровлення дає змогу скоротити витрати на тимчасову непрацездатність одного зайнятого на 3-4 дні щорічно, знизити втрати робочого часу від скорочення смертності у працездатному віці на 6-7 днів щорічно, зменшити перебування на лікуванні в стаціонарі на 2-3 дні, підвищити продуктивність праці на 3 % [51, с. 174-175].

Туризм є дієвим фактором забезпечення якості життя, що проявляється не тільки у збільшенні доходів і споживання, але й свідомій трансформації структури потреб, їх зміщення в бік соціальних, культурних і духовних потреб людини; цільовій орієнтації не лише на комфортність життя та доступність до зростаючої сукупності благ, але й на гармонійне існування людини в складному та мінливому економічному, соціальному і природному середовищі [25, с. 21].

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети.

Вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він виконує функції представлені на рисунку 1.1.2.

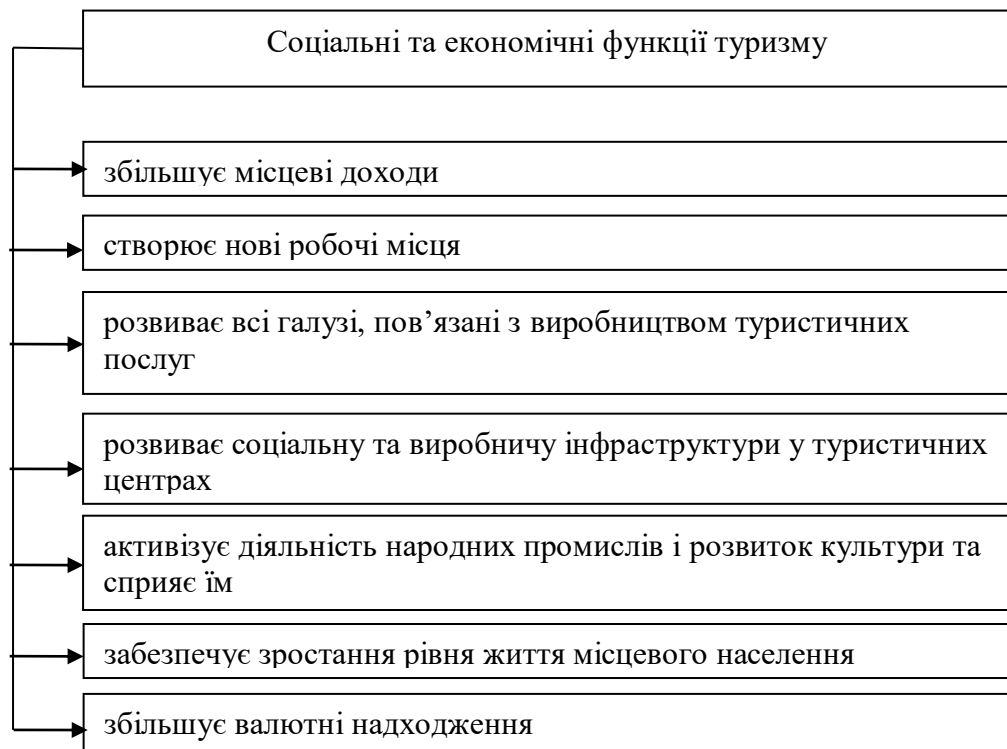


Рис. 1.1.2 Соціальні та економічні функції туризму, складено автором

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення

доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу [96, с. 28-30].

Отже, на початковому етапі даного дослідження розглянуто особливості соціально-економічного значення туристичної діяльності для розвитку суспільства. Туристична діяльність пов'язана з реалізацією двох основних завдань: економічного – отримання прибутків від комерційної діяльності з надання туристичних послуг; соціального – надання соціальних благ і послуг туристського та рекреаційного характеру.

Круїзний туризм є універсальним видом туризму, який поєднує у собі практично всі його форми, а також об'єднує різні види сервісу та організації дозвілля (у т.ч. готельне обслуговування, ресторанний бізнес, екскурсійну діяльність). Як і наземний туризм, круїзний поділяється на в'їзний та виїзний, кожний із яких передбачає наявність та використання різних об'єктів туристичної, портової та міської інфраструктури.

Наступний етап дослідження буде присвячено висвітленню змісту круїзного туризму та його витокам.

1.2. Зміст круїзного туризму та його витоки

Спочатку слово «круїз» (запозичене з англійської мови (to cruise – «здійснювати подорож»)) мало значення тільки навколосвітньої морської подорожі. Зараз – це звичайна туристична поїздка морем, річкою або будь-яким іншим водоймищем, що має певний маршрут [23, с. 232].

Автори «Словника-довідника туристських термінів» визначають поняття «круїз» «як туристську поїздку з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але й як засобів розміщення, харчування та обслуговування. У туристській практиці реалізується програма круїзів на морських і річкових маршрутах» [5, с. 83]. Науковець О. Бабкін зазначає, що «під круїзом слід розуміти подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських та річкових лайнерів». На його думку, «круїзний туризм належить до спеціальних видів туризму, оскільки є досить трудомістким, капіталомістким видом туризму, що поєднує в собі кілька видів туризму – рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний» [4, с. 80].

На погляд А. Захаріної, у поняття «круїзний туризм» вкладено набагато більше особливостей. Розуміння сутності круїзного туризму надасть можливість глибше дослідити особливості та специфічні риси розвитку цього виду туризму. Круїзний туризм вона розглядає, як вид туризму, що характеризується економічними відносинами суб'єктів діяльності: надавача турпослуги, який представлений туристичним підприємством, що володіє рядом необхідних засобів для створення та реалізації турпослуги – круїзу, та супутніх установ, які обслуговують туристичну сферу; споживачем турпослуги та державним апаратом, який регулює діяльність надавача та споживача нормативно-правою базою, міжнародними актами та під впливом міжнародних організацій [22, с.

39].

Туризм поділяється на морські круїзи – зазвичай подорожі замкненим колом із радіальними поїздками з портів до внутрішніх районів країн; та річкові круїзи – подорожі водним транспортом внутрішніми водними артеріями (річками, озерами, каналами (див. рис. 2.1.1) [2, 4, 20]. Організацією морських і річкових подорожей та круїзів займаються спеціалізовані туристичні компанії й бюро, більшість із яких створюється при пароплавствах або комерційних судноплавних компаніях.

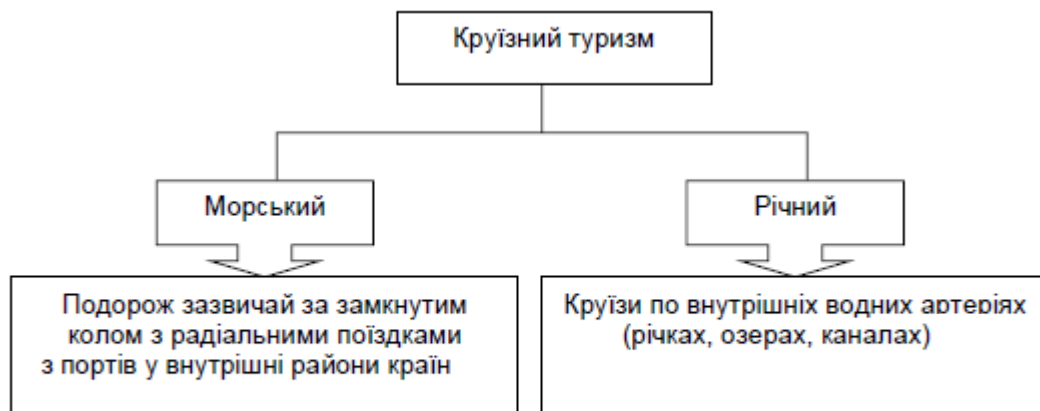


Рис. 2.1.1 Види туристичних круїзів за характеристикою водного простору, складено за [2, 4, 20]

Перші річкові екскурсії на човнах Темзою (Англія) були організовані ще Томасом Куком ще у 1843 р. Майже у той самий час у Північній Америці компанія American Express розпочинає регулярні екскурсії Міссісіпі на колісному пароплаві Mississippi.

Впродовж останніх десятиліть ринок морських круїзів демонстрував значне збільшення і стабільний приріст. На світовому круїзному ринку спостерігається дуже висока концентрація флоту в руках небагатьох круїзних компаній, які контролюють майже 85% ринку круїзних послуг. Їх представництва розташовані у всіх країнах світу [28]. Розглянемо основні показники та сучасні тенденції розвитку світового ринку круїзів.

Морський круїзний туризм розвивається надзвичайно швидко. Якщо ще в 1975 р. на світовому ринку були присутні всього 2 трансатлантичні лайнери, то в даний час їх кількість перевищує 500 одиниць. В структурі світового круїзного ринку 39% обсягу всіх подорожей займають США, Китай та Індія, 42% – країни Європи, 12% азіатські країни.

Круїз являє собою туристську поїздку на борту спеціального пасажирського судна. Спочатку під круїзом розуміли морську подорож на одному і тому ж судні за замкнутим маршрутом із зупинками в портах, які представляють інтерес, іноді з короткочасними радіальними екскурсіями у внутрішні райони. Пізніше до категорії круїзів стали відносити і подорожі по річках. Відповідно на сьогодні, під круїзом слід розуміти подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів (табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

Класифікація засобів пасажирських водних перевезень, [27]

| Види засобів пасажирських водних перевезень | Характеристика |
|---|---|
| Пасажирські лайнери регулярних ліній | Перевезення у межах прибережних територіальних вод держави |
| Пасажирські лайнери регулярних ліній міжнародних рейсів | Міжнародні рейси між портами різних держав або між портами однієї держави, але із заходом у порт іноземної держави |
| Круїзні судна | 5-15-денні та більш тривалі рейси із заходом у кілька портів різних держав та з короткочасною (1-2 дні) зупинкою |
| Високошвидкісні судна | Пасажирські поромні перевезення – судна на повітряній подушці, катамарані, судна на підводних крилах; парусні судна, у тому числі навчальні й екскурсійні |

Характерні риси круїзних подорожей:

1. Корабель використовується не тільки як засіб транспортування пасажирів, а й може виконувати практично всі функції курорту на суші. Тут є

все: і басейни, і SPA-центри, і ресторани та ще багато іншого. Таке поєднання подорожі акваторією з курортним відпочинком дозволяє пасажиром відчувати особливу насолоду від круїзу.

2. Круїзні маршрути прокладаються через найцікавіші та найпопулярніші місця усієї планети, що в принципі й обумовлює поділ на круїзні регіони.

3. Стоянки здійснюються саме в таких портах, де турист може насолодитись сонцем, екзотичною природою та найкращими пляжами (американська система) або провести час на екскурсіях в місто з метою ознайомлення з його населенням, найцікавішими місцями тощо (європейська система). Туристам обов'язково запропонують цікаву програму та досвідченого гіда. Можна здійснити прогулянку самостійно, але слід пам'ятати, що повернутись на корабель потрібно не пізніше визначеного терміну, інакше пасажир просто забудуть, і це призведе до ряду проблем.

4. Обслуговування на борту лайнера проводиться за системою «все включено у вартість», оплачуються лише окремі товари і послуги, про які пасажирів обов'язково попереджають.

5. Також слід попередити, що під час заходу в порти може знадобитись віза тієї країни в якій пасажир зупиняється. Все це вказується в турпакеті.

Важливою особливістю круїзних турів є організація розваг на борту. На круїзних кораблях працюють різні клуби, запрошуються актори для виступів, проводяться шоу, діють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі "все включено", це розповсюджується на харчування, користування спортивними залами і інвентарем, розважальну програму. Однією з переваг круїзних турів є їх безвізовість. Пасажири можуть знаходитися в портах і здійснювати екскурсії протягом 48-72 годин без візи. Найбільший недолік круїзів – їх досить висока ціна. Але останнім часом з'явилися бюджетні круїзні компанії.

На сьогодні круїзи – один з найбільш швидкозростаючих секторів туристичного ринку. Зростає круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських судів, підвищується їхня комфортабельність, розробляються нові маршрути.

Більшістю суден володіють великі круїзні компанії. В світі налічується більше 150 морських круїзних компаній – грецьких, італійських, іспанських, американських, данських, норвезьких. До найбільш відомих перевізників у сфері морських круїзів відносяться Carnival Cruise Lines, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines.

Кількість круїзних судів зростає з початку 1980-х рр. У 1985 р. налічувалося 120 морських круїзних судів, в 1994 р. – 175, в 2003 р. – 327, а в 2019 р. кількість морських круїзних судів склала понад 400. Наприклад, компанії Carnival Cruise Line належить 11 круїзних суден, Royal Caribbean (9 океанських лайнерів), Holland America Line (8 круїзних суден), Windstars Cruises (3 круїзних судна). Сучасні круїзні лайнери забезпечують комфортабельне проживання, якісне харчування, організоване дозвілля. Вони обладнані басейнами, спортмайданчиками, полем для гольфу, ресторанами, кінозалами, музичними салонами, приміщеннями для дискотек, вертолітними майданчиками та іншими приміщеннями і спорудами для різноманітного і комфортабельного відпочинку.

Великі круїзні лайнери – дорогі суда, середня вартість лайнера доходить до 90 млн. дол. Одне з найдорожчих суден – Queen Odyssey – 235 млн доларів.

Одна з найбільших організаторів круїзних маршрутів – корпорація Carnival Corp. Корпорація пропонує на ринку близько 20 тис. місць на круїзних суднах. Лише незначно відстає корпорація Royal Caribbean, що володіє 19 тис. місць на круїзних суднах на 550 круїзних маршрутах. Royal Caribbean працює на туристському ринку понад 25 років. Вона має у своєму розпорядженні власний

флот з 9 круїзних океанських лайнерів вищого класу. Має в Карибському морі власний острів, призначений для відпочинку учасників круїзних турів.

Останнім часом стали популярні морські круїзи на невеликих парусних яхтах. Існує дві форми прокату яхт: без екіпажа (бербоут-чартер) і з екіпажем (тайм-чартер). Для подорожей на яхтах при заході в будь-який іноземний порт не потрібна віза. Яхту приймають на добу за так званим паспортом судна, оформленому на господаря судна або шкіпера.

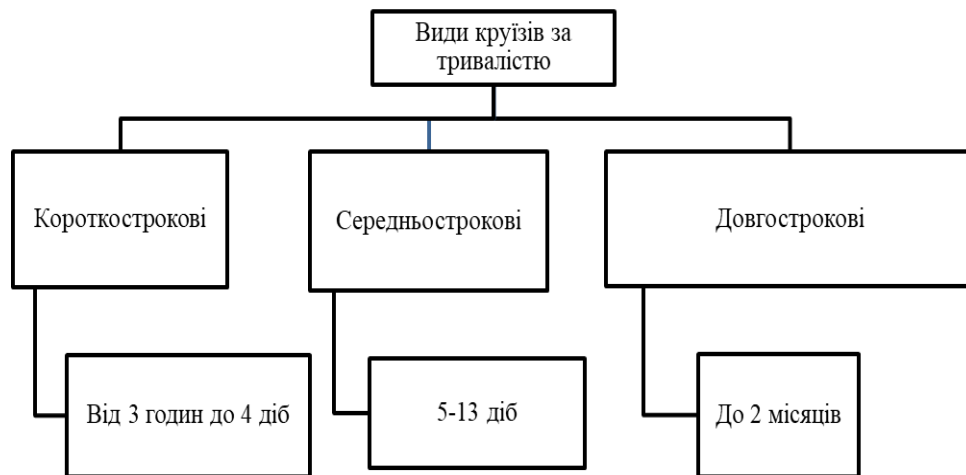


Рис. 2.1.2 Види круїзів за тривалістю, за [35]

Морські круїзні маршрути розрізняються за особливостями їх організації на (рис. 2.1.2):

- кільцеві маршрути в певному басейні, наприклад, Середземного моря, із заходом в 8-12 портів різних приморських країн і популярних морських курортів;

- маршрути open jaw (відкрита паща), наприклад, навколо Європи, Скандинавії та інші, коли туристи доправляють з початкової крапки маршруту до кінцевої без зворотнього повернення на судні;

- короткочасні виходи в море на 2-3 дні. Нерідко такі рейси використовуються для спеціальних цілей, наприклад, для організації грального бізнесу. Так, в Ізраїлі гральний бізнес заборонений, але на судах, що залишають

територіальні води країни, такі азартні розваги припустима.

- прибережні морські екскурсії і прогулянкові рейси;
- тривалі маршрути і кругосвітні подорожі тривалістю до 140-180 днів.

Прийнята наступна цінова класифікація круїзних маршрутів (табл. 2.1.2):

Таблиця 2.1.2

Типи круїзів, складено за [4,5, 23, 27]

| Тип круїзу | Характеристика |
|-----------------------------|---|
| Сучасні (класичні) круїзи | Переважають на міжнародному ринку. Кораблі тут або нові, або переобладнані, повністю відповідають сучасним вимогам із дизайну, комфорту й сервісу: з просторими каютами, великими відкритими палубами, басейнами, соляріями, спортивними майданчиками та залами, салонами краси, магазинами, нічними клубами й казино |
| Круїзи преміум-класу | Орієнтовані на вимогливих клієнтів, які ставлять підвищені вимоги до сервісу й комфорту. Туристам пропонується персональне обслуговування |
| Круїзи люкс-класу | Призначені для дуже багатих туристів, які займають високе положення в суспільстві. Це своєрідні закриті клуби |
| Ексклюзивні круїзи | Найвища якість виявляється тут у всьому: обслуговування за формулою ultra all inclusive («усе включено»), кількість персоналу рівна кількості пасажирів, просторі каюти, інтер'єри, оформлені кращими дизайнерами, колекції дорогого живопису, персональна турбота про кожного пасажера. Географія круїзів цієї категорії тяжіє до екзотичних напрямів. Відпочинок на круїзних лайнерах класу люкс оцінюється вище за відпочинок у будь-якому фешенебельному готелі |
| Особливі (тематичні) круїзи | Відповідають певній тематиці, тематичні круїзи створюються за бажаннями клієнтів |

- економ (75 - 150 дол. на людину в добу);
- класичні (100-200 дол. на людину в добу);
- преміум (150- 400 дол. на людину в добу);
- люкс (700 - 1000 дол. на людину в добу);
- ексклюзивні (більше 1000 дол. на людину в добу).

За географією круїзної діяльності виділяються наступні найбільш розвинені туристські круїзні регіони світу:

- Карибський басейн (Мексиканська затока, Карибське море і Панамський

канал). Головною перевагою Карібського басейну є те, що круїзи можна проводити цілий рік. Тривалість круїзних маршрутів коливається від 3 днів до 2 тижнів, маршрути класифікуються по наступних напрямках: Західні Каріби, Східні Каріби, Південні Каріби;

- басейн Середземного моря (найстаріший круїзний район світу - круїзні маршрути охоплюють відразу декілька європейських країн - Іспанія, Франція, Італія, Греція - і країн Північної Африки - Марокко, Туніс, Єгипет.),

- круїзи навколо Скандинавії з заходом у глибокі норвезькі фіорди,

- круїзи навколо Європи з відвідуванням столичних міст;

- круїзи по Балтійському морю;

- тривалі круїзи з Північної Америки навколо мису Доброї Надії в Індійський океан і далі в Південно-Східну Азію і Австралію;

- круїзи в Океанії та Австралії;

- льодові круїзи - круїзні маршрути до берегів Антарктиди і до Північного полюса. Круїзи здійснюються цілий рік: влітку маршрути пролягають до Арктики, взимку основний напрям - Антарктида.

З великих портових центрів, де розвинена круїзна справа, виділяються Майамі (США), Акапулько (Мексика), Генуя (Італія), Сінгапур, Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада), Гонолулу (Гавайські острови, США).

З'явилися льодові круїзні маршрути у високих широтах. Так на Алясці обслуговують до 400 тис. круїзних туристів на рік. Найбільш екзотичними є круїзи в Арктиці та Антарктиці. Популярні круїзи і до льодовика Гренландії та Ісландії.

В Антарктиці туристи з круїзних лайнерів на вертольоті або катері відвідують узбережжя Антарктиди. Для подібних круїзів використовуються російські науково-дослідні судна («Академік Йоффе»).

Серед морських круїзів виділяються: кругосвітні, прибережні, експедиційні круїзи та трансатлантичні переходи. Тривалість кругосвітньої

круїзу становить від шести місяців і більше. Особливістю цього виду круїзу є висока вартість путівки, яка пов'язана з довготривалим терміном перебування на борту.

Круїзний туризм характеризується вмілим поєднанням різнопланових потреб споживача, що є дуже важливим на конкурентному ринку. Можна зазначити, що експедиційні круїзи на криголамах вздовж Антарктиди є специфічним підвидом круїзного туризму. Ці круїзи користуються попитом, що підтверджує попереднє бронювання туру. Керівникам компаній пропонуються корпоративні круїзи та тренінги, семінари для працівників, що надасть можливість вирішувати ділові питання в екзотичній місцевості.

Водою прибережних круїзів є те, що подорож здійснюється по водах, прилеглих до берегів основних материків. Подорожуючі на трансатлантичних круїзах здійснюють перехід через Атлантику (3000 миль / 4800 км). Під час експедиційного круїзу здійснюється подорож у малодоступні місця: акваторію Північного Льодовитого океану, райони Північного Полярного кола, Антарктичного півострова, Фолклендських островів або Південної Георгії або Меланезії.

Круїзи на паромах як різновид морських круїзів отримали розаїток в основному через короткостроковість і економічність. Сучасні пароми, що використовуються в круїзних цілях, є багатопалубними кораблями. Особливо популярними є подорожі на комфортабельних поромах компаній Viking Line, Silja Line, DFDS Seaways, Fjord Line, Smyril Line, Color Line, Superfast series. Безперечними лідерами попиту є комфортабельні поромні круїзи, що здійснюються по Балтійському морю компаніями Silja Line і Viking Line.

Круїзи внутрішніми водними артеріями (річках, озерах, каналах) прийнято називати річковими круїзами. Подорожі по річках і озерах найбільш розвинені в державах, багатих судноплавними річками. Річкові круїзи можуть проводитися в одному напрямку або мати кільцевий маршрут. Річкові круїзні

маршрути в залежності від умов перевезень, їх тривалості і протяжності, якості надаваних послуг поділяються на транспортні, туристичні, екскурсійно прогулянкові. Транспортні маршрути забезпечують транспортне сполучення між окремими населеними пунктами і працюють, як правило, за заздалегідь опублікованим розкладом. Річкові судна, які експлуатуються на транспортних маршрутах, здійснюють транзитні (протяжністю понад 400 км), місцеві (довжиною менше 400 км), приміські та внутрішньоміські перевезення туристів. До транспортних маршрутів відносяться також переправні і поромні лінії. Туристські перевезення організовуються за традиційним і спеціальними маршрутами тривалістю більше 24 годин. Екскурсійно прогулянкові маршрути являють собою перевезення екскурсантів тривалістю менше 24 годин, як правило, це внутрішньоміські і приміські річкові маршрути. На відміну від морських, річкові круїзи менш схильні до впливу погоди, більш інформативні, так як мають берегової огляд, є прекрасна можливість користуватися зеленими стоянками.

Річковий круїзний туризм найбільшою мірою розвинений в європейських країнах (Франція, Німеччина, Румунія, Угорщина, Італія). Популярні круїзні маршрути Луарі, Рейну, Рони, Сені, Ельбі. Судна, що застосовуються на річкових маршрутах в Європі, відносяться до преміум класу. Голландська круїзна компанія Sea Cloud експлуатує два річкових круїзних судна класу "люкс". У Росії, як правило, експлуатуються річкові судна, побудовані в 1980-і рр. Теплоходи проектів 301 і 302, як правило, три- або чотирихпалубні і обладнані комфортабельними каютами, призначеними для одномісного, двомісного, тримісного і чотиримісного розміщення. Рівень комфорту – це критерій з кількох складових: кількість і розташування місць в каюті, місце розташування каюти по довжині і висоті судна, площа і форма каюти, наявність зручностей і санітарно-технічних приміщень, вид освітлення. На борту теплоходів до послуг туристів ресторани, кафе, бари, кінозал, магазини. Перше місце в річкових

круїзах утримує Німеччина, далі йдуть Великобританія, Нідерланди, Швейцарія, Австрія, Франція.

З неєвропейських річок популярними географічними напрямками є круїзи по Нілу (Єгипет), Янцзи (Китай), річці Святого Лаврентія, Міссісіпі (США), Амазонці (Бразилія). Річкові круїзи є найбільш популярними у країнах, які мають потужні річкові та озерні системи, а також системи каналів (США, Канада — Великі озера (загальна протяжність траси по річках, озерах і каналах — понад 40 тис. км). Популярні також і маршрути по річках Росії – Волзі, Неві і Дону, озерах – Ладозі та Онезькому, по Єнісею, Обі, Іртишу, Лені, Амуру.

Річкові круїзи різноманітні за протяжністю, тривалістю маршрутів, тематикою. Як правило, пропонуються круїзи від 7 до 15 днів. Є пізнавальні, спортивні, гастрономічні круїзи і т.д. Попит на річкові круїзи підвищується з кожним роком. Особливим інтересом користуються короткочасність круїзи до п'яти днів. Це обумовлено тим, що більшість туристів воліють захопити в період поїздки вихідні дні, щоб не пропускати робочі. За цей час туристи встигають відвідати багато місць, жодного разу не змінивши готель. Особливо привабливі річкові круїзи для людей середнього та похилого віку: сушу видно весь час, а морська хвороба відсутня [8, с.115].

Особливістю круїзного туризму є те, що транспортний засіб бере безпосередню участь в обслуговуванні туристів під час здійснення круїзу, крім того, цей транспортний засіб виступає не тільки засобом переміщення туристів з однієї точки туристичного маршруту в іншу, а й місцем проживання, харчування, оздоровлення, освіти, отримання розваг туристом. Водний вид транспорту у круїзному туризмі виступає базисним елементом туристичного продукту, тому що під час круїзу туриста не тільки транспортують, а й надають повний спектр додаткових послуг.

Основними споживачами на ринку морських і річкових круїзів є люди з високим рівнем доходу, за віком від 40 років і найчастіше, які подорожують з

сім'єю. Сукупний прибуток від круїзної індустрії у 2019 р. склав понад 40 млрд. дол. США. Кожний круїзний пасажир витрачає в середньому до 1,700 дол. США, найбільшу частку з яких складає вартість квитка. Очікується, що у 2022 р. чисельність круїзних пасажирів досягне 30 млн. осіб. Проте 70% круїзних пасажирів здійснили подорож впродовж останніх 10 років і лише 40% – останніх 5 років. Такі дані свідчать про зменшення купівельної спроможності населення. За даними КЛПА, щорічний дохід круїзного пасажирів становить близько 114 тис. дол. США.

Круїзи поєднують морський та береговий відпочинок, у т.ч. екскурсії. Пасажири морських круїзних суден не користуються послугами готелів і ресторанів та вважаються екскурсантами з особливим імміграційним паспортним режимом. У більшості випадків для країн транзиту, де пасажир виходить на берег, віза не вимагається, однак строк їх перебування, як правило, не перевищує 72 години. Слід враховувати, що круїзні кораблі мають найвищі оперативні видатки в індустрії туризму. Щоб покрити витрати, кораблі мають мати завантаження не менше 80-90%, авіалінії – 60-65%, готелі 50-60%. Тому круїзні послуги залишаються одними з найдорожчих у сфері туристичного обслуговування.

Рівень доходів споживачів круїзних послуг обумовлює їх розподіл на сегменти, що можуть дозволити собі круїзну послугу бізнес-, середнього та економ-класу. У середньому споживачі круїзної послуги бізнес-, середнього та економ-класу щодня впродовж подорожі витрачають близько 500, 300 і 100 дол. США, відповідно [14, с. 43].

Купівельна спроможність є дуже важливим чинником. П.Р. Пуцентейло зазначає, що вартість туристичної поїздки не повинна перевищувати платоспроможний рівень, тому що пропонований турпродукт залишиться невикористаним [61]. Н. Є. Кудла наводить класифікацію груп споживачів, поділяючи останніх на три групи: споживачі з низьким, середнім та високим

рівнем доходу [32].

Враховуючи високу вартість круїзів, можна зробити висновок, що споживачем цього виду туризму буде споживач з високим рівнем доходу. Потрібно підкреслити, щодохід споживача відіграє в туризмі вагомую роль. Це пов'язано з тим, що турист обирає рівень туристського обслуговування та вид подорожі, виходячи з вартості та своїх матеріальних можливостей.

Турист має потреби не тільки в розвагах, відпочинку, оздоровленні, а й в налагодженні зв'язків з колегами та партнерами по бізнесу. Туристичне підприємство, розробляючи такий турпродукт, враховує потреби цієї категорії споживачів: фітнес-зали, тренажерні зали, басейни, м'які зали, здорову й органічну їжу на борту. Безпека споживача-туриста виступає важливою та невід'ємною складовою менеджменту туристичної фірми.

Важливою складовою круїзного туризму є регулювання держави та міжнародних організації круїзного туризму. Існує ряд міжнародних організацій, які об'єднуються з метою розвивати круїзний бізнес по всьому світу. У 2012 р. була створена Міжнародна асоціація круїзних ліній (КЛІА) – організація міжнародного рівня, що об'єднує та представляє інтереси компаній, турагентств та асоціацій, задіяних у глобальному круїзному секторі [80]. Важливими також є: European Cruise Council (ЕСС) – Європейське круїзне об'єднання, Association of Cruise Experts (АСЕ) – Асоціація експертів з круїзної справи, The Passenger Shipping Association (PSA) – Об'єднання пасажирів водного транспорту. Ці організації співпрацюють та постійно вдосконалюють круїзний туризм.

Таким чином, у круїзів є свої недоліки і переваги. Наприклад, високий рівень комфорту і можливість поєднати різні види туризму – це, без сумніву "великий плюс", а "мінусом" тут є: висока вартість круїзу, низька швидкість пересування і у деяких людей "морська хвороба".

Наступним буде розкрито світовий досвід розвитку круїзного туризму.

1.3. Світовий досвід розвитку круїзного туризму

На сьогодні десятки круїзних компаній по всьому світу експлуатують сотні пасажирських суден місткістю від 70 до 2000-3000 пасажирів і пропонують захоплюючі поїздки практично в будь-який регіон світу.

У базову вартість круїзу включають комплексне обслуговування на борту судна. Зокрема: проїзд на судні, проживання в каюті (у залежності від обраного класу), триразове харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борту судна (свята, фестивалі, конкурси, концерти та ін.).

Ідея подорожей по системі круїзу належить американцеві Бобу Дикенсон, службовцю компанії Ford Motors. Їм в 50-х рр. минулого століття розроблена концепція круїзного відпочинку, що передбачає потужну індустрію розваг на теплоходах: кіноконцертні зали, басейни, казино, ресторани, бари, тренажерні зали, бібліотеки, солярії, тенісні корти, майданчики для гольфу, а також різні шоу. Круїзний туризм отримав найбільш бурхливий розвиток з кінця 50-х рр. ХХ ст. Цивілізований ринок круїзів виник після 1960 р. До 1980 р круїзний бізнес стали здійснювати вже 15 великих світових компаній.

Перевезення туристів водним транспортом включає в себе: морські перевезення і круїзи; річкові подорожі і річкові круїзи; подорожі на поромах, катамаранах, яхтах, човнах; морські і річкові прогулянки; інші види водних подорожей.

Водні туристські подорожі мають цілий ряд переваг: найвищий рівень комфорту; значний обсяг одноразової завантаження; можливість реалізації різних видів і цілей туризму; можливість повноцінного відпочинку; повний комплекс життєзабезпечення. Недоліками водних подорожей є: невисока швидкість руху (але це лише відносний недолік); синдром замкнутого простору; обмежена мобільність; в ряді випадків високі тарифи.

Регулярні круїзні подорожі з'явилися в 50-і рр. ХХ ст. Але відпочинок в

морські подорожі був відомий ще в Давньому Світі. Східне Середземномор'я, багате численними островами і зручними бухтами для захисту ненадійних судів, представляло ідеальне місце для відпочинку на воді. Епоха великих географічних відкриттів (XV-XVI ст.) Зробила привабливими плавання в далекі країни. Багаті люди в пошуках пригод і для відпочинку знімали каюти суден, що відправляються в далекі експедиції, а іноді навіть споряджали в далекі країни і власні кораблі. У XIX в. вдосконалення морських суден, підвищення безпеки плавання призводять до зростання популярності морських подорожей. В цей час, незважаючи на появу пароплавів, для круїзів нерідко використовувалися «чайні» кліпери. Ці найшвидші парусні судна курсували на лініях з Китаю, Індії та Австралії, перевозячи чай і шерсть. Тривалість таких рейсів становила 100 і більше діб.

Активний розвиток круїзів відбувається з середини XIX ст. в епоху становлення туризму. Початок морському відпочинку було покладено в Англії, тут в 1835 р були організовані регулярні прогулянкові рейси в Ірландію. У цей час з'являються спеціалізовані круїзні компанії. Велику роль в організації перших круїзних подорожей зіграв Томас Кук: з Англії в Америку через Атлантичний океан, з Англії – в Чорне море, по Середземномор'ю, кругосвітні подорожі. Кінець XIX ст. знаменується швидким прогресом в області морського судноплавства, обумовленим появою пароплавів і потребою в масових перевезеннях мігрантів з Європи в Америку. Конкурентна боротьба змушує судновласників будувати все більші і швидкохідні лайнери: «Лузітанія», «Титанік», «Олімпік», «Імператор», «Фатерланд», «Куїн Мері». Ці гігантські суду використовувалися для перевезення в Америку на нижніх палубах бідних людей і одночасно – для круїзних подорожей на верхній палубі забезпечених осіб. Круїзний туризм в ті часи став модним та динамічним видом туризму. Але круїзні маршрути були дорогі і тому залучали лише заможні верстви населення.

Трагічні події початку ХХ ст. привели до спаду в розвитку круїзів і суднобудування: катастрофа «Титаніка» при зіткненні з айсбергом, загибель пароплава «Лузітанія» з туристами на борту, обстріляної німецьким підводним човном на початку Першої світової війни.

Істинний розквіт круїзного туризму припадає на 70-ті роки ХХ ст. В цей час в США була реалізована ідея круїзних подорожей, насичених розвагами, щодо недорогих, орієнтованих на середній клас. Стали будуватися однотипні круїзні судна, що спростило їх експлуатацію. Удосконалювалася технологія наземного обслуговування, створювалися портові термінали з високою пропускнуою здатністю.

Круїзний туризм – один із найдинамічніших видів туризму у ХХІ ст. за визначенням ЮНВТО. Його відрізняють високі темпи розвитку – 9% річних за останні 25 років проти 4% всього туризму. Привабливість круїзного туризму полягає в тому, що він надає можливість поєднати комфортну морську (або річкову) подорож з різноманітними розвагами та ознайомленням з природою, історією, культурою країн, які відвідують під час подорожі. Україна останніми роками намагається відродити круїзний туризм у своїх акваторіях, зокрема в Чорному морі, на Дніпрі, Дунаї. Певні досягнення мали місце в реалізації планів країни увійти до міжнародних круїзних маршрутів. На жаль, анексія Криму Росією призвела до ускладнення в цій справі. Незважаючи на несприятливу геополітичну ситуацію в регіоні, Україна може стати конкурентоспроможним суб'єктом на ринку круїзного туризму за умови чіткого визначення цільових сегментів і своїх конкурентних переваг.

Кількість круїзних пасажирів у світі становить нині майже 28 млн. осіб на рік (рис. 1.3.1). Навіть у складні теперішні часи темпи зростання круїзного туризму не знижуються. Особливістю ринку круїзного туризму є те, що він – олігополістичний з домінуванням трьох світових круїзних компаній – «The Carnival Group» (США), «The Royal Caribbean International Group» (США) та

«Norwegian Cruise Line/ Star Cruises» (Норвегія-Малайзія), на частку яких припадає за різними оцінками 73-81% пасажиромісткості всього круїзного флоту світу. «The Carnival Group» є найбільшою круїзною компанією світу з штаб-квартирами в Майямі та Лондоні. Їй належать так круїзні бренди, як «Carnival Cruise Lines», «Holland America Line», «Princess Cruises», «Seaborn» у Північній Америці, «P&O Cruises» та «Cunard» у Великій Британії, «AIDA Crises» у Німеччині, «Costa Cruises» в Італії, «Iberocruiseros» в Іспанії та «P&O Cruises» в Австралії. Флот компанії складають понад 100 суден кораблів. Кількість круїзних туристів – понад 10 млн. осіб щорічно (45,5 % світового потоку круїзних туристів).

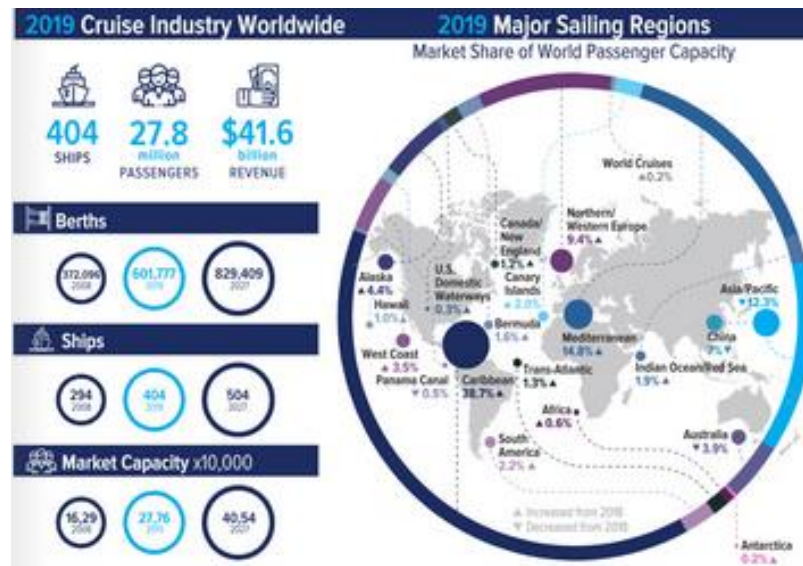


Рис. 1.3.1 Круїзний туризм в 2019 р. [79]

«The Royal Caribbean International» – американська круїзна компанія з штаб-квартирою у Майямі, дочірня компанія ТОВ «The Royal Caribbean», що включає бренди ще декількох компаній – «Celebrity Cruises», «Pullmantour Cruises» (з одноіменною авіакомпанією), «Azamara Club Cruises» та «Crouisieres de France». «The Royal Caribbean International» має найсучасніший флот з 42 круїзних суден, два з яких «Oasis of Seas» та «Charm of Seas» є найбільшими в світі круїзними лайнерами (роки будівництва відповідно 2009 та 2010) з числом

круїзних пасажирів кожний 5400 осіб і 2394 та 2384 членів екіпажу, відповідно.

«Norwegian Cruse Line/Star Cruises» – третя за величиною круїзна компанія світу, яка домінує на азійсько-тихоокеанському ринку круїзів. Була заснована в 1993 р., як дочірнє підприємство малайзійської «Genting Group», та має штаб-квартиру у Гонконзі (Сянгані). Компанії належать такі бренди, як «Norwegian Cruse Line», «NGL America», «Cruise Ferries», що експлуатують більше 20 круїзних лайнерів.

Така висока ринкова концентрація зумовила гостру конкуренцію серед учасників світового ринку круїзного туризму з метою досягти конкурентної переваги. В останні роки ця конкуренція концентрувалася головним чином у сферах вертикальної (якість послуг) та горизонтальної (асортимент послуг) диференціації круїзного продукту. На цьому фоні виділилися чотири головні площини конкуренції на ринку круїзних послуг, а саме: круїзний корабель, час круїзу, маршрут круїзу, продаж круїзу (рис. 1.3.2).



Рис. 1.3.2 Логістика круїзу як головна площина конкуренції компанії на ринку круїзних послуг [65]

Так, прикладом конкуренції, заснованої на типі круїзного судна, є інвестиції круїзних компаній у будівництво найновіших, найбільших та найрозкішніших круїзних лайнерів, що можуть надати найширший набір послуг на борту (включаючи кіно, казино, театр, скалодром, каток, серфмайданчик) з метою задовольнити вимоги пасажирів з різними смаками та

фінансовими можливостями. Конкуренція на підставі часу (сезону) круїзної подорожі полягає в диференціації круїзного продукту за сезоном року (наприклад, новорічні та різдвяні круїзи) або за часом події (приміром, Олімпійські ігри, чемпіонати світу з футболу). Також круїзний сезон є одним із головних чинників, що впливають на стратегію круїзної компанії щодо ефективного використання круїзних лайнерів.

Конкуренція на підставі маршруту круїзу – важливий та складний чинник, що включає тривалість круїзу, кількість відвідуваних портів, число пропонованих екскурсій. Нарешті, процес продажу круїзних турів також надає конкурентні переваги тій круїзній компанії, яка швидше впроваджує сучасні комунікаційні технології, продаж через Інтернет.

Круїзи – один з найбільш швидкозростаючих секторів ринку. Зростає круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських судів, зростає їхня комфортабельність, розробляються нові маршрути. Сучасні круїзні лайнери забезпечують комфортне проживання, якісне харчування, організоване дозвілля. Вони обладнані басейнами, спортмайданчиками, полем для гольфу, ресторанами, кінотеатрами, музичними салонами, приміщеннями для дискотек, вертолітними майданчиками та іншими приміщеннями і спорудами для різноманітного і комфортабельного відпочинку. Великі круїзні лайнери – дорогі судна, середня вартість лайнера доходить до 90 млн дол. Найдорожче судно Queen Odyssey – 235 млн доларів. В даний час найбільшим пасажирським судном є Voyager of the Seas, що належить круїзній компанії Royal Caribbean. Його довжина становить 310 метрів, водотоннажність 144 тис. тонн. Переважну частину круїзних туристів дає Північна Америка, переважно США – 61%. Частка Європи впала до 22%, на всі інші регіони припадає лише 17%. Молодий і швидко зростаючий ринок круїзного туризму – Японія та інші країни АТР.

Не втрачають своєї привабливості як круїзні пасажирські судна вітрильники. В нетривалих круїзах для морських подорожей використовуються

великі і малі яхти.

Мотивація «круїзних» туристів на різних маршрутах їх вибору круїзного відпочинку включає: бажання відпочити на воді і провести відпочинок в спокійній, розміреним і комфортній обстановці; потреба побачити нові міста, відвідати музеї, об'єкти культової архітектури та ін.; не мати турбот про організацію відпочинку та розваг; прийнятна ціна. Коментуючи всі перераховані вище мотиви, слід зазначити, що круїзний відпочинок найбільш корисний для здоров'я: повільне пересування водними просторами знімає стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму.

В останні десятиліття круїзний ринок характеризують чотири чинники:

- спеціалізація пропозиції;
- плавання на невеликих комфортабельних теплоходах;
- відповідність розміру теплохода набору послуг;
- автоматизація.

Перші три чинники розвинулися вже в 80-і рр. ХХ ст. в формі круїзів-експедицій, плавань на розкішних яхтах і величезних теплоходах із числом місць більш 2 тис. Однак в наступні роки ці чинники відійшли на другий план, і перше місце зайняла автоматизація. У круїзному бізнесі з'явилася необхідність створення простого управління інформаційною системою.

Сучасний світовий круїзний ринок зазнає значних змін. Перш за все це пов'язано зі значним зростанням популярності морського і океанського відпочинку. Число туристів, що віддають перевагу круїзи, в сезон 2019 р. вперше подолав позначку 27 млн. (для порівняння: у 1999 р. – 10,6 млн), а загальна ємність пасажирського круїзного флоту перевищила 255 тис. кают.

Провідними в світі країнами круїзних подорожей є Великобританія, США і Німеччина. Найбільшою популярністю водні подорожі користуються в США і Німеччині. З початку ХХІ ст. круїзний туризм завоював значні ринки в США, Великобританії та інших країнах Європи і Азії. Найбільшим ринком –

постачальником круїзних туристів є ринок США. Зростання числа круїзних туристів у США почався в 1980 р, і його темпи в цілому перевищують середньорічний показник темпів зростання туризму в США.

Наступним постачальником круїзних туристів є ринок Великобританії, їх середньорічне число становить понад 300 тис. пасажирів. Третє місце в світі на ринку круїзів займає Німеччина із середньорічним числом туристів-круїзерів більше 250 тис. пасажирів. У той час як круїзний ринок Великобританії в останні роки постійно зростає, ринок Німеччини залишався статичним. Великий попит на круїзні плавання відзначається у Франції, Італії, Швейцарії та деяких інших країнах.

Ще одна особливість сучасного круїзного бізнесу – поява кораблів-гігантів. Провідні круїзні компанії влаштували між собою справжню гонку титанів. Вона почалася з недавньої обіцянки компанії Cunard, що здійснює трансатлантичні переходи з Нью-Йорка в Європу, побудувати лайнер Queen Mary II водотоннажністю 150 тис. т. Він повинен істотно перевершити судно компанії Royal Caribbean і стати найбільшим круїзним лайнером у світі. Зрозуміло, Royal Caribbean не залишилася осторонь і заявила, що побудує ще більше судно – водотоннажністю 160 тис. т. Естафету підхопив холдинг Carnival DLC, який обіцяє побудувати лайнер Ultimate Princess водотоннажністю 170-180 тис. т. Крім того, в найближчі кілька років на воду буде спущено ще близько 50 лайнерів нового покоління класу 4-5 зірок водотоннажністю 70-100 тис. т, які замінять судна побудови 80-90-х рр. Нові суперлайнер будуть вмщати 2,5-3 тис. пасажирів, вони обладнуються аркадами магазинів і ресторанів, казино, льодовими катками і полями для гольфу (два таких судна вже з'явилося).

Однією з найпомітніших тенденцій останніх років є деяке зниження середньої вартості круїзів. Пояснюється це тим, що з кожним роком на воду спускається все більше кораблів, які необхідно завантажувати. Зіграли свою

роль у здешевленні круїзного відпочинку трагічні події в США і війна в Іраці. Однією з перших спеціальні ціни для росіян ввела компанія Princess. Наприклад, 12-денний круїз на Golden Princess (4 зірки) коштував 799 дол. проти каталожної ціни 3600 дол. Цьому приклад наслідували Royal Caribbean і Celebrity: аналогічний круїз компанії Celebrity на Millennium (5 зірок) коштував всього 899 дол. В результаті на окремих суднах росіяни займали друге місце після американців, потіснивши англійців, австралійців і канадців.

Круїз – це унікальний туристичний продукт, що поєднує в собі транспортування, розміщення і розважальну програму. Програми круїзних турів дуже різноманітні. Частина з них присвячується певних дат, тем, подій. Наприклад, астрономічний круїз, круїз, присвячений року Колумба, і т.д.

Оскільки морські круїзи одні з найбільш комфортабельних, тому є і найбільш дорогим видом відпочинку. Ціни ж на російські водні подорожі в 3-5 разів нижче загальносвітових через більш низьку фрахтову ставку суден і більш дешевий сервісу. З цієї причини конкуренція на круїзному ринку існує тільки між російськими турфірмами і майже відсутня з іноземними. Займають більш високе положення закордонні круїзні фірми не приймають особливих спроб впровадження на російський ринок.

Більшість одиниць пасажирського флоту України базується в Одесі. Це визначає спрямованість маршрутів морських круїзів, представлених на російському ринку. Найбільш частими пропозиціями є теплоходів подорожі по Середземному морю з заходом у порти Туреччини (Стамбул), Греції (Пірей), Єгипту (Порт-Саїд, Олександрія), Ізраїлю, Італії, Іспанії та інших країн. Мають успіх у туристів круїзні тури по Балтійському і Північному морях, що починаються з Санкт-Петербурга або Калінінграду із зупинками в портах Північної Європи і Скандинавії. Особливо популярний був традиційний морський круїз навколо Європи Одеса – Санкт-Петербург, що дозволяв за одну поїздку побачити практично всі основні країни Старого Світу.

Терміни проведення морських круїзів найрізноманітніші і в залежності від напрямку маршрутів коливаються від одного тижня до одного місяця. Починатися і закінчуватися вони можуть як в одному порту, так і в різних. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплохідними турами, тому що туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком.

По всьому світу налічується кілька десятків спеціалізованих круїзних компаній, що експлуатують від одного-двох до 15-20 пасажирських суден. Велика частина операторів круїзів об'єднана у професійну міжнародну асоціацію CLIA. Вона здійснює координацію круїзного бізнесу в міжнародному плані. CLIA об'єднує близько 33 турфірм і більше 20 тис. туристичних агентств, що займаються продажем круїзних поїздок. З усіх круїзних подорожей 95% продається через туристські агентства CLIA, причому реалізація цього туристського продукту стоїть на другому місці після продажу авіаквитків.

Сегментація споживачів круїзного туристичного продукту відбувається за такими ознаками:

1. За рівнем доходу споживачів. З урахуванням соціального розшарування суспільства учасниками морських (в тому числі елітних) круїзів є люди з високим і надвисоким доходом. Учасники річкових круїзів - люди середнього достатку, в ряді випадків користуються соціальною дотацією.

2. За соціальним складом в круїз відправляються:

- сім'єю (55%);
- з друзями або знайомими (27%);
- поодинці (18%).

3. За віковим складом учасників круїзів:

- до 25 років – 30%;
- від 25 до 40 років – 22%;
- старше 40 років – 48%.

Середній вік учасників морських круїзів за статистикою WTO становить

45-55 років.

4. За національними особливостями туристів. Туристи різних релігій і віросповідань можуть відпочивати і проходити лікування на теплоході. На теплоході можна обговорити меню відповідно до програми лікування і обговорити всі питання, що виникли у туриста. Обслуговуючий персонал радий всім туристам, незалежно від їх релігійних і національних особливостей.

Упродовж останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає (в середньому) 7,4%. Кількість круїзних туристів щорічно збільшується на 1 млн. осіб [9]. Найпопулярнішими з них вже на протязі багатьох років являються басейни Карибського, Середземного, Балтійського та Північного морів. Першість утримує Карибський регіон.

Продовжуватиметься круїзний бум в азійському регіоні, де ще 5 років тому ринок був практично нерозвинений. Нині Азія є найбільш швидкозростаючим регіоном у круїзній індустрії. Між 2012-2019 рр. обсяг пасажирських перевезень тут подвоївся – до 1,4 млн чол. Трішки нижчі темпи зростання демонструє Австралія, але й тут за 10 років круїзний ринок виріс майже в 10 разів.

Китай стає другим за величиною джерелом круїзних пасажирів у світі. В 2018 р. 1,72 млн мешканців внутрішніх районів Китаю забронювали турподорожі на круїзних лайнерах, що на 43% більше, ніж у 2013 р. Темпи зростання виявилися на 20% вищими середнього показника у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. У 2016 р. кількість круїзних подорожей Китаєм та за його межами, що здійснювались через 11 головних портів країни, становила понад 4,5 млн (на 84% більше в порівнянні з 2015 р.). На 2018 р. Китай займав восьме місце на світовому ринку круїзних подорожей. За прогнозами експертів, в 2020 р. країна мала стати найбільш динамічним та жвавим круїзним ринком в АТР [35]. На китайському ринку вже присутні найбільші світові круїзні компанії, такі як Carnival, Royal Caribbean, Norwegian, MSC та Genting.

Міцне підґрунття для розвитку китайського круїзного ринку було закладене політикою підтримки владою різних рівнів, особливо в приморських регіонах. Здійснюється розробка загальнонаціональної програми розвитку круїзного туризму [25, 26].

За оцінкою КЛПА, в 2020-х р. на маршрутах зросте кількість ночівель в портах заходу, у пасажирів буде більше можливостей зануритись в місцеве середовище, зросте кількість та різноманітність екскурсій. Продовжить свій розвиток й "мультикультурний" тренд, тобто максимальне представлення національних кухонь, ресторанів, магазинів, шоу та інших елементів розваг і сервісу на борту лайнерів [7].

З метою кращого розуміння класифікації споживачів, їхніх потреб та особливостей необхідно надати характеристику того, що споживачам будуть надавати. У туристичній діяльності споживачі отримують туристичний продукт. Повертаючись до споживачів турпродукту, можна підкреслити, що тільки в разі детального розгляду та вивчення мотивації туристів й основних критеріїв покупців, можна охарактеризувати формування попиту в туристичній індустрії. Дані Європейського круїзного об'єднання свідчать про зростаючий попит на круїзи (див. табл. 1.3.1).

Таблиця 1.3.1

Динаміка кількості пасажирів круїзного туризму, млн. [20, 79]

| Регіон плавання | Роки | | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|------|--------------------------------|
| | 2006 | 2009 | 2010 | 2011 | 2019 | 2019 до 2009, відхилення +-, % |
| Північна Америка | 10,38 | 10,4 | 10,78 | 11,52 | 16,3 | 1,57 |
| Європа | 3,44 | 5,0 | 5,57 | 6,18 | 6,7 | 1,34 |
| Інші регіони | 1,29 | 2,18 | 2,40 | 2,91 | 4,8 | 2,20 |
| Всього | 15,11 | 17,58 | 18,75 | 20,61 | 27,8 | 1,58 |

Щодо трендів у пріоритетах споживачів, то продовжить зростати прагнення туристів до розкоші, все більшої популярності набуватиме такий сервіс, як послуги консьєржа та персонального дворецького, гурман (круїзи та

тури на яхтах. Оскільки круїзи привертають увагу платоспроможних пасажирів, то все більше брендів захочуть відкрити на борту лайнерів свої магазини. Також круїзні компанії запускають все більшу кількість послуг та розваг, націлених на сімейну аудиторію.

Вік сучасних круїзних пасажирів становить 40-50 років. У 2000-х рр. цей показник був на рівні 50-60 років, що свідчить про притік більш молодих споживачів. За прогнозами спеціалістів, щорічно вік споживачів круїзних послуг буде знижуватися і до 2020 р. дорівнюватиме 35-40 рокам [14, с. 40].

Розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки: збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів; створення нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства; рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому); розширення можливостей для міжнародного співробітництва; залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури тощо.

За оцінками експертів, кожний круїзний турист під час транзитного заходу судна у порт в середньому за 10 годин стоянки витрачає в місті перебування від 50 до 100 євро. Отже, круїзний туризм є вельми прибутковою галуззю економіки [9].

Таким чином, для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній компанії консолідують свої ресурси та утворюють холдингові структури. Світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, у свою чергу, належать до 4 великих груп. Відповідно до прогнозів до 2022 р. чотири провідні компанії (Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line) контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку.

У другому розділі буде подано оцінку ринку круїзного туризму у світі.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

2.1. Оцінка потенціалу ринку круїзного туризму

Круїзний туризм є надзвичайно популярним видом міжнародного морського туризму. Морські круїзні маршрути мають особливості використання їх потенціалу та організації. Так розрізняють кільцеві маршрути в певному басейні, наприклад, Середземного моря, із відвідуванням 18-20 портів різноманітних приморських країн і популярних морських курортів. Інший різновид – маршрути «орен jaw», наприклад, навколо Європи, Скандинавії та ін., коли туристи прямують тільки в один кінець маршруту. Існують короткочасні виходи в море на 2-3 дні. Нерідко такі рейси використовуються для спеціальних цілей, наприклад, організації грального бізнесу: так, в Ізраїлі гральний бізнес заборонено, але на судах, які виходять за межі територіальних вод країни, такі азартні розваги дозволено. Мають місце і прогулянкові екскурсії у відкрите море, довгострокові маршрути й навколосвітні подорожі до 1 року (див рис. 2.1.1).

| Region | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Caribbean | | | | | | | |
| Mediterranean | | | | | | | |
| Asia/Pacific | | | | | | | |
| Northern/Western Europe | | | | | | | |
| Alaska | | | | | | | |
| Australia | | | | | | | |
| West Coast | | | | | | | |
| Indian Ocean/Red Sea | | | | | | | |
| South America | | | | | | | |
| Canary Islands | | | | | | | |
| Bermuda | | | | | | | |
| Canada/New England | | | | | | | |
| Trans-Atlantic | | | | | | | |
| Hawaii | | | | | | | |
| Africa | | | | | | | |
| Panama Canal | | | | | | | |
| Domestic Waterways (U.S.) | | | | | | | |
| Antarctica | | | | | | | |
| World | | | | | | | |

Full Data Available to Subscribers Only

Рис. 2.1.1 Головні круїзні регіони у світі, [79]

Найбільшим ринком-постачальником круїзних туристів є США. Дещо поступається йому Великобританія, а третє місце у світі на ринку круїзів посідає Німеччина. Попитом на круїзні плавання відзначаються Франція, Італія, Швейцарія. Останніми роками зростає популярність цього виду туризму в Російській Федерації і, певною мірою, в Україні.

На 2.1.2 визначено структуру попиту на світовий круїзний продукт за регіонами світу у 2019 р. Дві третини глобальних круїзних пасажирів обирають місцем для відпочинку Карибський басейн і круїзи по Середземному морю та Європі.

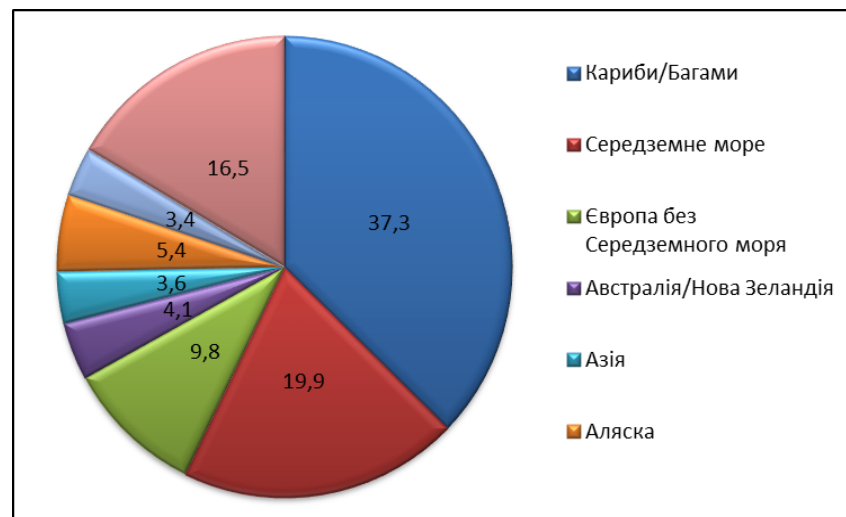


Рис. 2.1.2 Структура світового круїзного туризму, %, за [93]

В середньому один пасажир на добу витрачає 214,44 дол. США, з них 162,69 дол. США припадає на ціну квитка і 51,74 дол. США – витрати на борту (у середньому тривалість круїзу – 8,0 днів) [80].

Попит на круїзний продукт, за даними CLIA, формують регіони Північна Америка та Європа. У 2008-2019 рр. рівень попиту за даними регіонами складав 80-90% від загального по ринку. Це вказує на переміщення попиту на лінії, що пропонуються в регіонах Азії та Австралії.

За останні роки стали популярними круїзні маршрути до берегів

Антарктиди і до Північного полюсу. «Льодові» круїзи здійснюються цілорічно: влітку – до Арктики, взимку основний напрямок – Антарктида. Зокрема, до Арктики круїзи пропонує американська компанія Quark Expedition, яка організовує їх на російському криголамі «Капітан Хлебников» за маршрутом Шпіцберген – Гренландія – Канада – Чукотка – Шпіцберген [4]. Вартість льодових круїзів є високою: від 10 до 18 тис. дол., – однак, щорічний попит стабільно зростає на 2 %, причому здебільшого завдяки російським туристам.

На атомоходах «Росія» і «Ямал» з Мурманська регулярно здійснюється туристичний маршрут до Північного полюса. Маршрут пролягає з Мурманська через землю Франца Йосифа на Північний полюс і далі повертає назад до Мурманська із зупинкою на північному і південному берегах островів Північна Земля. На Північному полюсі для туристів влаштовується одноденна стоянка і пропонується широкий асортимент розваг: барбекю, святкування Нового року, якщо круїз припадає на новорічні свята, і навіть купання в ополонці. Незважаючи на високу вартість круїзу – від 15 тис. дол., – попит на нього є доволі високим.

Популярні також круїзи до льодовиків Гренландії й Ісландії. Згідно з даними цього ж джерела, тільки на Алясці обслуговується близько 400 тис. туристів на рік.

Регулярно проходять і круїзи до Антарктики. В Антарктиді туристи з круїзних лайнерів на гвинтокрилі або катері відвідують узбережжя шостого континенту. Також під час круїзу також туристи мають можливість у спеціальних апаратах зануритися на великі глибини, аби поспостерігати за життям у підводному царстві. Як круїзні лайнери використовуються науково-дослідницькі кораблі, такі як, «Академік Іоффе».

Прикладом подібних підводних експедицій є занурення туристів для огляду «Титаніка». Отже, маємо перший приклад туристичної експедиції: вона здійснюється як факультативна мандрівка з круїзного лайнера, криголама або

науково-дослідницького судна за допомогою спеціального спорядження й автономного транспортного засобу з пізнавальною або пізнавально-розважальною метою.

На відміну від екскурсії, туристична експедиція – це завжди транспортна мандрівка. У контексті круїзного туризму – факультативна подорож зі спеціальним транспортно-технічним забезпеченням. Можливий і інший варіант туристичної експедиції: водні круїзи можна комбінувати з факультативною подорожжю за допомогою повітряного транспорту.

Норвезька компанія Hurtigruten пропонує унікальну подорож на судах MS Fram і MS Nordnorge до Антарктиди, а також до Гренландії і Шпіцбергену. Hurtigruten визначає ці подорожі як дослідницькі круїзи, на відміну від іншого визначення їх як «льодових». Інколи компанія цілий круїз подає як експедиційний. Здебільшого ж експедиційна подорож складає один з етапів круїзу або, може розглядатися як послуга, що надається під час його здійснення.

Так, під час круїзу з промовистою назвою «Царство білого ведмедя» (до Шпіцбергену) передбачено висадки на берег за допомогою спеціального катера. Мета цієї висадки суто пізнавальна: спостереження за білими ведмедями в їх природному середовищі існування. Перед цією висадкою туристам читається цикл лекцій, для чого на час круїзу як експертами на борт експедиційно-круїзного судна MV Polar Star запрошують науковців – фахівців з відповідних галузей природничих наук.

Статус експедиції надається і поїздці з висадкою на острів Скіолдунген під час круїзу компанії Hurtigruten до Східної Гренландії та Ісландії. Мета експедиції подібна: дослідницько-пізнавальна. Об'єкт її інтересу – важкодоступні місцевості незайманої природи.

Усі маршрути дослідницького круїзного туризму компанії Hurtigruten обов'язково передбачають курси лекцій науковців для туристів майже

щоденно. Фахівці також супроводжують туристів під час експедицій, коментуючи процес спостереження природних об'єктів. Подібні лекції та бесіди в круїзі за маршрутами до Антарктики проводять експерти з природничої історії. Туристичні експедиції передбачають відвідування колоній пінгвінів (зокрема, висадку на Браун Блафф – Коричневу скелю на західному узбережжі півострова Табарін), експедицію з метою спостереження за процесом льодоутворення, спостереження дикої природи, відвідування антарктичних станцій, зокрема на острові Петерманн, яка підтримується і співробітниками української станції ім. Вернадського, розташованої неподалік. Передбачаються експедиції з висадкою на мис Горн. Забезпечують ці експедиції спеціальні катери.

І під час менш екстремальних морських круїзів компанія Hurtigruten пропонує туристичні експедиції. Наприклад, окремий тур зі статусом експедиції: «Експедиція за китом-убивцею на Лофотоне».

Тур триває від 2 до 3 днів. Мета – спостереження за дельфінами-касатками в їх природному середовищі існування. Під час експедиції – висадки на берег із ночівлею та пересадкою на човен – туристів супроводжує гід, який і до експедиції, і під час експедиційної подорожі надає послуги з інформаційного забезпечення.

Під час круїзу навколо узбережжя Норвегії на її крайній північній точці – Кіркенесі – для туристів передбачена експедиція на снігоходах. Подібна експедиція пропонується і в Лапландії. Експедиція має статус екстремальної. Туристи екіпіруються теплим одягом і взуттям, оскільки пересуватимуться самотійно і просто неба, «озброюються» відповідним спорядженням. Перед експедицією проводиться обов'язковий інструктаж, інструктори супроводжують туристів і під час подорожі. Утім, передбачається і самотійне керування туристом снігоходом, щоправда для цього необхідно мати водійські права. По закінченні експедиції – пригощання гарячою кавою, сушеним м'ясом

оленя та солодощами.

Крім цього, у цьому виді туризму, читаються пізнавальні лекції стосовно географічних, кліматичних характеристик місцевостей, які передбачається відвідати під час експедиції, а також з етнографії. Ще одна експедиція – на човнах по річці Пасвік у напрямку російського кордону. Вона здійснюється також разом з інструктором і обов'язковим лекційним супроводом.

Під час круїзу в південному напрямі проходить експедиція за морським орлом, дістатися до місць гніздування якого надзвичайно важко. Вона також відбувається на човнах, на яких необхідно пройти вузьку протоку. Але іншої можливості спостерігати за цими птахами в природних умовах немає.

Ще одна експедиція – за Полярне коло – передбачається тоді, коли експедиційно-круїзне судно перетинатиме 66 градус північної широти – арктичне або полярне коло.

Експедиція на землях Арктичного кола проходить по Норд Фьорду вгору до водоспаду Наттморега, що падає з висоти 300 м. Туристів під час експедиції супроводжує гід з лекцією щодо географічних та інших характеристик місцевості та історії війн. Метою є відвідання льодовика Свартисен – другого за розмірами в Норвегії. Принагідно можна поспостерігати за китами і морськими орлами. Екстремальні умови експедиції в тому, що у фьорді може бути надто сильна течія, що інколи призводить до зміни маршруту і запланованої програми.

Крім компанії Hurtigruten, подібні круїзи, зазвичай у північній півкулі навколо Норвегії, здійснюють лайнери компаній Fjord Line, Color Line Cruises, Norwegian Cruises Line (NCL). Щоправда остання компанія більше спеціалізується на традиційних круїзах.

Так, Norwegian Epic 5*, який був виготовлений у червні 2010 р. втілює усе, що досягнуто круїзною компанією за останні роки. Інноваційна концепція Freestyle Cruising – «Круїзи у вільному стилі» – надає туристам можливості

відпочивати так, як хочеться: на борту «дозволено все».

Жодних розкладів, обідніх змін, тим більше вечірної форми одягу за вечерею, складнощів під час висадки, негнучкої системи розміщення. Norwegian Epic позиціюється як лайнер майбутнього, лайнер, де кількість технічних новинок перевищила всі мислимі межі. На лайнері туристам пропонується неймовірний вибір розважальних послуг, яких немає на жодному іншому круїзному кораблі.

Компанія ж Hurtigruten, крім круїзно-експедиційних лайнерів MS Fram, MV Polar Star і MS Nordnorge, залучає інші пасажирські судна, щоправда, лише в північному регіоні: MS Midnatsol, MS Trollfjord, MS Finnmarken, MS Nordnorge, MS Polarlys, MS Nordkapp, MS Nordlys, MS Richard With, MS Kong Harald, MS Vesteralen, MS Lofoten (див. рис. 2.1.2). Її судна менші за розмірами і значно скромніші за набором сервісних пропозицій. Зазвичай, вони оснащені джакузі (в каютах с'ют), з комунікаційних послуг – Інтернет і телебачення. Лише на MS Finnmarken є відкритий басейн, фітнес-зали, салон краси, масажний кабінет, перукарня. Водночас вони характеризуються зручними умовами для огляду завдяки великій кількості вікон.



Рис. 2.1.3 Найбільші круїзні компанії світу [79]

Отже, можна дійти висновку, що потенціал круїзного туризму передбачає т. зв. експедиційний сервіс. На відміну від звичайних екскурсій, експедицію, що здійснюється під час «льодового» або «дослідницького» круїзу, можна розглядати як факультативну подорож з метою спостереження за явищами або об'єктами живої та неживої природи, в якій турист бере участь як активний суб'єкт і яка здійснюється за допомогою додаткового спеціального транспорту і спорядження за умов підвищеної уваги до безпеки подорожі зі сторони спеціально підготовленого персоналу, котрий обслуговує круїз.

Звіт «Стан круїзної індустрії в 2019 році» прогнозує, що 11 ключових тенденцій допоможуть прискорити зростання галузі в 2019 році, а основними рушійними силами будуть соціальні мережі і «оздоровчі» подорожі. Ось ці 11 круїзних трендів [1]:

1. «Інстаграмні» подорожі. Щодня в соцмережі Instagram публікується близько 351 млн. постів з тегом #travel. Круїзери будуть ділитися своїм круїзним досвідом прямо з борту лайнера і заохочувати інших до таких подорожей.

2. «Повне оновлення». Мандрівники шукають способи позбутися від стресу, тому все більше круїзних ліній пропонують оздоровчі заходи, спадосвід, здорові меню і останні фітнес-інновації на борту.

3. Культурне збагачення. Тепер круїзні пасажери хочуть не просто отримати досвід подорожі, але і зануритися в культуру, яку відкривають, вийшовши за рамки звичайних екскурсій.

4. На борту з розумними технологіями. Цифрові браслети, брелоки, намиста – круїзні компанії пропонують гостям корисні інновації, якими можна скористатися як на борту, так і на суші.

5. Осмислені подорожі. Люди хочуть подорожувати по світу більш свідомо, і тепер круїзні компанії співпрацюють з місцевою владою, щоб оберігати культурну спадщину і впроваджувати інновації, які зменшують вплив

лайнерів на навколишнє середовище. Круїзна індустрія також прагне принести користь від туристичної галузі в регіонах круїзів.

6. Унікальні напрямки – це нова розкіш. Мандрівники хочуть відвідати віддалені регіони, такі як Галапагоські острови і Антарктида, і круїзні лінії допомагають отримати доступ до цих напрямків.

7. Покоління Z в морі. Покоління Z (люди, що народилися в період з середини 1990-х до середини 2000-х років) складе чималу частку від числа всіх круїзерів протягом наступних двох років. Ця вікова група набуває реального унікального досвіду, а не матеріальні речі.

8. Пригоди не в «годину пік». Круїз надає мандрівникам можливість отримати незабутні враження в холодні місяці, наприклад, відвідати різдвяні ярмарки в Європі або відправитися до полярного саява.

9. Два в одному: робота і відпочинок. Все більше людей поєднують роботу з відпочинком, тому більше круїзних лайнерів пропонують безкоштовний Wi-Fi і зручні місця для роботи на борту, щоб круїзери змогли залишатися в робочому руслі під час круїзу.

10. Круїзи, орієнтовані на жінок. Кількість жінок, які подорожують збільшується, тому круїзні лінії створюють маршрути, в які можна відправитися в компанії подруг.

11. Соло-подорожі. Google повідомляє про збільшення числа пошуків «подорожей поодиночці» і «соло-подорожей», тому круїзні компанії надають людям прекрасну можливість подорожувати самостійно і заводити нових друзів вже на борту.

Наступним кроком буде дослідження інфраструктурного забезпечення круїзного туризму.

2.2. Інфраструктурне забезпечення круїзного туризму

Сучасні круїзні компанії зосередилися на площинах досягнення конкурентних переваг, і дещо знехтували таким потужним важелем забезпечення корпоративної конкурентної переваги, як логістика та управління ланцюжками поставок.

Логістика та управління ланцюжками поставок є важливою складовою круїзних операцій, незважаючи на той факт, що круїзні компанії майже не займаються питаннями забезпечення потреб потоку круїзних туристів до потрапляння на круїзне судно (до початку круїзу), так і після закінчення круїзної подорожі (хоча деякі круїзні компанії вже почали турбуватися про це шляхом укладання відповідних угод з готелями та авіакомпаніями «на березі»).

Адже круїзна подорож є особливим видом водних перевезень, де метою є не саме перевезення, а забезпечення задоволення круїзним пасажиром від подорожі на круїзному судні. Останнє можна вважати головним пунктом дестинації для круїзних туристів, тому для багатьох з них відвідування портів по маршруту з їхніми туристичними атракціями має другорядне значення. Тобто, головною метою кожної круїзної компанії є гарантоване забезпечення задоволення туристів від подорожі на лайнері, що не так легко досягти, враховуючи, що кожний з них (туристів) має свої специфічні та вибагливі потреби. Але задоволення пасажиром (туриста) є ключем до успіху в круїзному бізнесі.

Нині круїзні компанії все частіше укладають стратегічні угоди з іншими компаніями-партнерами, формуючи в такий спосіб круїзні ланцюги поставок: одні круїзні компанії інвестують у будівництво портів круїзних терміналів (наприклад, Costa Crociere), у той час як інші використовують синергію, об'єднуючи такі послуги «на місці», як трансфери та культурно-пізнавальні тури (приміром MSC).

Останнім часом з'явився навіть термін «терміналізація логістичних ланцюжків» у круїзній галузі, що означає використання круїзних терміналів не тільки як пасажирських «габів» для з'єднання круїзних суден з суходольними та повітряними видами транспорту, але й як місць тимчасового перебування пасажирів з наданням їм різноманітних розваг, а також послуг із розміщення та харчування).

Для круїзних компаній вже недостатньо управляти численними круїзними терміналами у багатьох портах світу: ці компанії прагнуть створити на базі терміналів цілі відпочинкові містечка, щоб мати змогу пропонувати своїм клієнтам комплексний круїзний продукт. Так, компанія «Royal Caribbean Cruises» має свій власний курорт у Гаїті – «Лабаді». Типова структура логістичного ланцюжка круїзної компанії представлена на рис. 2.2.1. Як видно з цього рисунку, типовий ланцюг поставок у круїзному бізнесі включає багато «гравців», кожен з власними інтересами та стратегіями.

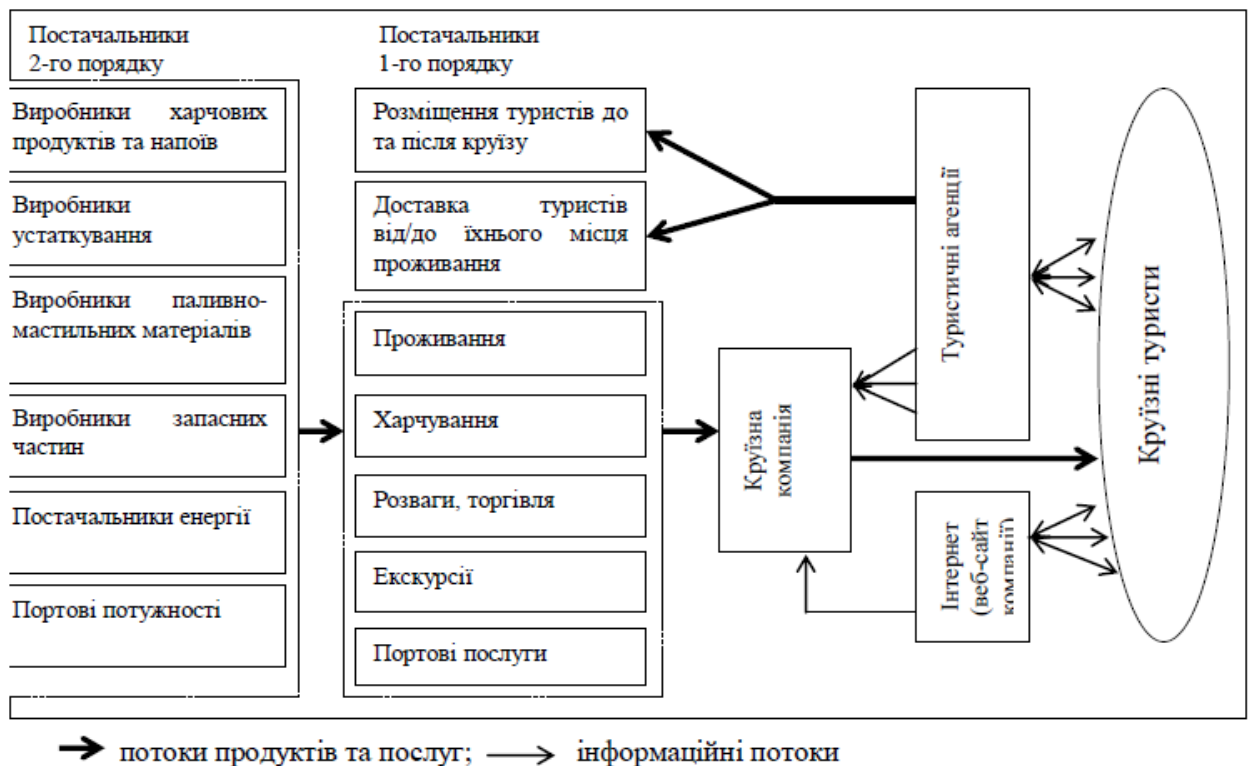


Рис. 2.2.1 Логістична структура круїзного туризму, за [65]

Так, до постачальників першого порядку щодо обслуговування круїзних туристів відносяться структури, що опікуються розміщенням туристів до та після круїзу та доставкою туристів від/до їхнього місця постійного проживання. Як правило, це «головна біль» не круїзної компанії, а туристичних агенцій, які продають путівки на круїзи. Але ці турагенції надають інформацію круїзній компанії про кількість та ціни реалізованих путівок. Подібну функцію виконує і веб-сайт круїзної компанії в Інтернеті, останнім часом популярність цього каналу продажу круїзів зростає. Але до постачальників 1-го порядку, в першу чергу, відносяться структури, які безпосередньо обслуговують круїзних туристів під час подорожі. Це структури круїзного лайнера з проживання, харчування, розваг та торгівлі. Крім цього, є постачальники 1-го рівня за межами круїзного лайнера: екскурс-бюро та портові послуги в портах круїзного маршруту. До постачальників 2-го порядку в круїзному туризмі відносяться виробники харчових продуктів та напоїв, а також виробники устаткування, паливно-мастильних матеріалів, запасних частин, постачальники енергії (під час перебування в порту), портові потужності (круїзні судна потребують спеціальних терміналів у портах).

І великі круїзні компанії з потужними круїзними лайнерами та довготривалими круїзами, і невеликі круїзні фірми (як, в Україні) мають за мету забезпечити комфортний відпочинок туристам. Клієнтська база круїзних компаній, як правило, складається з пасажирів усіх вікових груп, які прагнуть відпочити в певному регіоні за певним маршрутом (наприклад, у Середземномор'ї).

Отже, сервіс, що пропонується круїзною компанією має бути кастомізованим з високим рівнем гнучкості у вигляді путівок різної вартості з вибором: а) приміщень для проживання (кают); б) екскурсій, що пропонуються; в) типу харчування (від «шведського столу» до ресторанного «а ля карт») тощо. Надання різноманітних анімаційних програм відповідно до різноманітних

потреб туристів у розвагах на борту круїзного лайнерів є додатковою характеристикою кастомізації високої рівня, що притаманна як окремій круїзній компанії, так і круїзному туризму взагалі.

Круїзні судна сертифікуються за 6 категоріями (зірками). До вищої, шостої, належать судна категорії супер-люкс. Круїзний ринок можна умовно поділити на два сегменти, що паралельно розвиваються: масовий (мегалайнери, довжиною понад 300 м і пасажиромісткістю до 2,000 осіб і більше) та нішовий (індивідуальний туризм на суднах невеликого розміру, пасажиромісткістю до 500 осіб). Для обох сегментів ринку характерна висока диференціація продукту, що надається: для масового сегменту – на борту судна; для нішового сегменту – на березі, під час відвідування круїзних портів [30].

Круїзні судна характеризуються наступними видами:

1. Вітрильні круїзні судна. Вітрильники не втрачають свою привабливість як круїзні пасажирські судна і в наші дні. Активно функціонує компанія «Star Clippers», що здійснює на трьох розкішних вітрильних судах «Royal Clipper», «Star Clipper» і «Star Flyer» круїзи в Середземномор'ї, Карибському басейні, трансокеанські рейси, плавання в районі Далекого Сходу. Регіони плавання визначаються сезонними погодними умовами. Тривалість такого виду круїзів від 7 і 14 діб. Вартість від 2000 до 5000 USD. Каюти поділяються на шість категорій (включаючи клас DeLux з двоспальним ліжком), з ліжками twin або двоярусними ліжками, є тримісні каюти. Всі каюти обладнані душем і санвузлом різної комфортності. Компанія співпрацює з British Airways і здійснює підсадку пасажирів в проміжних портах. Пропонуються спеціальні програми для молодят, організація конференцій, свят. Обслуговування пасажирів вельми елітне, харчування – різноманітне і екзотичне, є салони для некурящих і звичайно ж можливості для заняття водними видами спорту, цікаві екскурсії та ін.

2. Круїзи на старовинних і традиційних вітрильних судах. Цей вид

туризму активно розвивається в Європі і США. У приватному володінні чи володінні різних компаній збереглася велика кількість вітрильних суден класу «В» (які вміщують від 6 до 40 пасажирів), побудованих на початку століття, або в наші дні, але за старовинними кресленнями і з дотриманням традиційних методів побудови. Існує два способи відправитися в подорож: або купити індивідуальний тур і приєднатися до спланованим маршрутом, або орендувати судно з капітаном і самостійно вибрати напрямок і тематику подорожі. Вартість круїзу варіюється в залежності від судна, тривалості плавання і послуг, що надаються: участь в регаті «Катті Сарк-2001» (один перехід, 6 днів), наприклад, коштує для дорослого - 551 USD, для молоді (15-25 років) – 420 USD. Якщо взяти судно в повну оренду, наприклад, вартість добової оренди 24-місцевої шхуни високого класу «Najaden» в Стокгольмському архіпелазі коштує 5700 USD.

3. Круїзний яхтовий туризм. Значна частина вітрильних яхт – приватні суду. Яхта – це дороге придбання, і тому доступна людям заможного класу. Обслуговування яхти – справа клопітка, вимагає спеціальних знань і навичок. Відпочинок на яхті має широке поширення в більшості розвинених країн світу, особливо в Європі, Америці та Австралії. Професійних яхтсменів і любителів об'єднують яхт-клуби, в яких організують спілкування людей, влаштовують змагання, далекі і короткі круїзні плавання. Вартість стоянки катера довжиною 10-12 м обходиться власнику в 10-15 USD на добу. Не всім дістається місце біля причалу, деякі яхти і катери стоять в гавані на буї, з берега до них добираються на невеликому човні типу «Zodiak».

Переважає більшість приватних яхт належать сімейним власникам. Це і визначає специфіку яхтових подорожей. Для сімейних яхтових круїзів характерні короткочасні плавання, на «weekend». Дуже популярні круїзи по внутрішніх водних шляхах тим, що можна відвідати багато цікавих місць за короткий проміжок часу.

4. Чартерний круїз на моторній яхті. Моторна яхта являє собою невелике приватне круїзне судно, де часто екіпаж перевищує число гостей. Власники круїзерів використовують свої судна в двох напрямках: відпочивають самі або здають в чартер спеціальним брокерським чартерним компаніям. Такі типи компаній особливо поширені в США, Великобританії та Австралії. Тривалість круїзу залежить від бажання клієнта і в середньому становить 1-2 тижні. Вартість варіюється від типу і місткості яхти, кількості працюючого екіпажу і тривалості плавання. Зазвичай видається за схемою «все включено», хоча можливі й інші варіанти. Маршрут круїзера буде спланований за бажанням гостей. Незважаючи на високу вартість, чартер таких суден дуже популярний, бронювання яхт, наприклад на Різдво або новорічні свята, відбувається за 1-1,5 року.

5. Круїзи на поромах. У загальному випадку під поромом розуміється спеціальні плавзасоби і судна для регулярного перевезення транспортних засобів і великих потоків пасажирів на невеликі відстані через водні простори між береговими пунктами. На великих озерних і морських переправах активно використовуються великі морські і трансокеанські пороми.

Основними транспортними характеристиками суден є:

1. Мореплавність – сукупність основних характеристик судна: плавучість, стійкість, непотоплюваність, керованість, плавність качки. Важливий показник – міцність корпусу, здатного протистояти впливу масових навантажень, хвиль, льодів, виходу на хвилю. Головні розмірні показники – довжина і ширина корпусу, висота борту і посадки.

2. Масові показники: водотоннажність і повна вантажопідйомність.

3. Об'ємні показники: вантажомісткість і пасажиромісткість (кількість місць, призначених для перевезення пасажирів), а також валова місткість судна.

4. Показники швидкості: в практиці експлуатації суден розрізняють технічну швидкість і середню шляхову експлуатаційну швидкість. Технічна

швидкість – показник, який задається замовником при проектуванні і будівництві судна – максимальна швидкість руху. І експлуатаційна колійна швидкість – досягається в процесі певних умов плавання на маршруті за даний відрізок часу. Ця швидкість залежить від умов плавання, включає затримки а шлюзах, портах, змінюється в залежності від завантаження судна, погодних умов, напрямку вітру, хвилювання, льодової обстановки, глибин.

Морські судна поділяються на такі категорії:

1. Необмеженого морського (океанського) плавання. Це середньо- і великотоннажні судна, з підвищеною міцністю корпусу, високими морехідні якості, технічні характеристики яких гарантують безпеку плавання в океані за будь-яких умов;
2. Обмеженого плавання, зазвичай в межах одного моря, в полегшених навігаційних умовах, як правило, це малотоннажні судна маломірного флоту;
3. Прибережного (місцевого) і рейдового плавання, район плавання обмежений рейдами або акваторією порту;
4. Змішаного «ріка-море», служать для виконання робіт на морських і річкових шляхах і системах;
5. Судна льодового плавання, пристосовані для самостійного плавання в льодових умовах або слідують за криголами. Вони мають підвищену міцність корпусу і захист гвинтів від пошкоджень.

Перевезення туристів морським транспортом регулюється правовими актами міжнародного і національного законодавства. При міжнародних перевезеннях діють договори і конвенції, серед яких слід виділити Афінську конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу, Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі, Міжнародну конвенцію про уніфікацію деяких правил, що стосуються перевезення пасажирів морем, Міжнародну конвенцію про пошук і рятування на морі.

Стабільний попит на круїзний продукт обумовлює й будівництво суден:

сума заявлених за останні роки інвестицій на створення нових океанських лайнерів перевищувала 6,5 млрд дол. У 2015-2019 рр. витрати круїзної індустрії становили щороку майже 120 млрд. дол. США., підтримуючи зайнятість майже 1 млн. осіб [28].

Експерти КЛПА виділили 13 основних трендів розвитку круїзної індустрії на найближчі роки [21]. Серед них – зростання популярності річкових круїзів. Відповідно до прогнозів до 2022 р. на Carnival Corporation припадатиме 42,1% круїзного ринку, а її флот складатиме 113 суден; на Royal Caribbean Cruises відповідно – 22,8% та 53 судна; MSC Cruises – 9,9% та 19 суден; Norwegian Cruise Line – 9% та 27 суден.

Таким чином, ці чотири компанії контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку, а їх загальний флот складатиме 212 суден (табл. 2.2.1).

Таблиця 2.2.1

Найбільші круїзні компанії світу на 2022 р., за [27]

| № | Назва круїзної компанії | Кількість суден | Ліжко-місця, тис. | Пасажиро-місткість, тис місць | Ринкова частка, % |
|---|-------------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------|-------------------|
| | Carnival Corporation | 113 | 273,5 | 13404,0 | 42,1 |
| | Royal Caribbean Cruises | 53 | 144,3 | 7260,9 | 22,8 |
| | MSC Cruises | 19 | 63,0 | 3159,3 | 9,9 |
| | Norwegian Cruise Line | 27 | 59,1 | 2878,3 | 9,0 |
| | Всього | 212 | 539,9 | 26702,5 | 83,8 |

Штаб-квартира найбільшого та найуспішнішого в світі оператора круїзних лайнерів розташована в Майямі (Флорида, США). Круїзні лайнери компанії називають "кораблями розваг". Характерною для всіх суден Carnival є форма труби, що нагадує хвостовий плавник кита. Вперше вона з'явилася в 1981 р. при будівництві нового судна Tropical. В 2007 р. компанія зробила назви суден однотипними, що починаються словом "Carnival".

Друга за величиною круїзна компанія – американо-норвезьке спільне підприємство Royal Caribbean Cruises Ltd., яке офіційно зареєстроване в Монровії (Ліберія) та має штаб-квартиру в Майямі (США).

Royal Caribbean Cruises Ltd. контролює близько 25% світового круїзного ринку. Назви 42 лайнерів компанії закінчуються словами "of the Seas", включаючи 6 найбільших в світі (Harmony of the Seas, Allure of the Seas, Oasis of the Seas та ін.).



Рис. 2.2.2 Найбільший в світі круїзний лайнер Harmony of the seas

Так найбільший в світі круїзний лайнер Harmony of the seas вийшов у своє перше плавання 16 травня 2016 р. Лайнер побудовано на верфі Сент-Назер у Франції, а його будівництво коштувало 1 млрд євро. Довжина судна – 362 м; ширина – 65 м; каютний фонд – 2,747 кают; водотоннажність 227 тис. т. Судно має 18 палуб (з них 16 – пасажирських). Повне завантаження судна – 6,400 гостей (при двомісному розміщенні – 5,497 гостей). Багатонаціональний екіпаж складається з 2,300 осіб. На борту працює понад 20 ресторанів, 23 плавальних басейни і парк з понад 10 тис. рослин і 50 деревами. На кораблі є сім тематичних зон: Центральний парк; СПА та фітнес; відкрита прогулянкова палуба; розваги та шоу; королівський променад; басейни та спортмайданчики; дитяча зона.

Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (Norwegian) є круїзною компанією, що зареєстрована на Бермудських островах, зі штаб-квартирою в окрузі

Майамі-Дейд (Флорида, США). Компанія найбільш відома своєю концепцією Freestyle Cruising ("Круїзи у вільному стилі"), яка полягає в тому, що відсутній чітко визначений час для приймання їжі та не потрібна певна форма одягу. Це надало гостям її круїзних лайнерів більше свободи та вибору.

Світовий круїзний флот в 2019 р. становив 355 суден. Прогнозується, що до 2022 р. він нараховуватиме 367 суден із загальною кількістю ліжко-місць 640,5 тис. (табл. 2.2.2).

Таблиця 2.2.2

Світовий круїзний флот у 2013-2022 рр., за [27]

| Роки | 2013 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 292 | 342 | 355 | 363 | 366 | 367 |
| | 443,2 | 554,1 | 598,0 | 628,3 | 637,7 | 640,5 |
| | 20,4 | 27,4 | 29,6 | 31,2 | 31,7 | 31,8 |
| | 4,9 | 5,3 | 8,1 | 5,3 | 1,5 | 0,5 |

2019 рік став рекордним за кількістю спущених на воду круїзних лайнерів – 24 нових кораблі. Найбільшим лайнером, який був введений в експлуатацію став Costa Smeralda місткістю 5224 пасажирів. Він першим почав працювати на зрідженому природному газі, що робить його одним з найбільш екологічно чистих у світовій круїзній галузі. Найменший новий лайнер в цьому році – Magellan Explorer від Antarctica 21 – на 100 гостей.

Туристів, які вирішили відправитися в круїз вперше, перш за все цікавлять особливості самої подорожі: що являє собою лайнер, які розваги на ньому доступні. Круїзний лайнер можна порівняти з плавучим готелем. На кораблі розміщена традиційна готельна інфраструктура. Різниця лише в одному: будівлі звичного готелю розкидані по території, а на лайнері все приміщення компактно розподілені по палубах. Сучасні круїзні кораблі надзвичайно великі. Зазвичай вони досягають 300 м в довжину, налічують близько 20 поверхів-палуб і можуть прийняти на борт одну-дві тисячі осіб. Наприклад, один з найбільших на сьогоднішній день англійський лайнер Queen

Magy-2 розрахований на 2620 пасажирів, його довжина – 345 м (це три з половиною футбольних поля або чотири квартали сучасного Нью-Йорка), а висота – 72 м (лайнер вище, ніж Статуя Свободи). На будь-якому круїзному лайнері передбачена маса розваг. На більшості судів є поля для міні-гольфу, баскетбольні та волейбольні майданчики, спортивні, танцювальні клуби, тренажерні зали, кілька басейнів, спа-центрів, джакузі. До послуг відпочиваючих – дитячі клуби, бібліотеки, театри і кінотеатри, магазини duty-free, ресторани і бари. Нічне життя в круїзі теж вельми різноманітна: капітанські прийоми, урочисті вечери, дискотеки, казино, європейські та бродвейські шоу.

Оскільки корабель – це плавучий готель, йому відповідає певна кількість зірок. Не існує прописаної інструкції про присвоєння зірок круїзним лайнерам відповідно до наявності на них тих чи інших центрів відпочинку і розваг. Тому визначити, чим 4-зірковий лайнер відрізняється від 5-зіркового, часом дуже складно. На обох кораблях є класичний набір інфраструктури, і сервіс однаково гарний. Відмінності більш відчутні між кораблями 3 * і лайнерами класу «люкс». У перших може не бути басейну, зменшиться число ресторанів. Про респектабельності корабля говорить і кількість пасажирів: в порівнянні з лайнерами 3 * та 4 * на кораблях 6 * на одну і ту ж саму інфраструктуру доводиться менше відпочиваючих. Нарешті, фактором, що вказує на високу зірковість, є харчування. Точніше, його різноманітність і елемент платності. Як правило, на лайнерах економ-класу не настільки великий вибір ресторанів, меню не відрізняється особливою широтою вибору, а у вартість харчування не входить спиртні напої. На кораблі класу «люкс» все інакше. До послуг відпочиваючих великий вибір ресторанів, страв і безкоштовних напоїв. Існує думка, що круїз - це дороге подорож, яке можуть собі дозволити виключно заможні люди. Насправді, ціни на круїзні тури найрізноманітніші: від цілком економічних (від \$ 650-680 за тижневий тур по Середземномор'ю на лайнері 3

або 4 зірки) до дорогих (\$ 4-6 тис.) І надзвичайно дорогих (до цієї категорії належать кругосвітні круїзи тривалістю від 70 до 110 днів і вартість \$ 50-60 тис.). На ціну круїзу впливає ряд факторів. Перш за все, це тривалість подорожі і сезонність круїзу. Так, ціни в високий сезон в липні-серпні виявляться набагато вище вартості весняних і осінніх турів. Наступні фактори – екзотичність і насиченість маршруту. найдешевші – круїзи по Середземномор'ю, а традиційно дорогими вважаються круїзи по Атлантичному і Індійському океанам.

На ціну туру також впливають клас корабля і тип каюти. Відзначимо, що внутрішнє оздоблення і площа кают практично не відрізняються від «змісту» звичайного готельного номера: аналогічні ліжка, шафи, душові або ванні кімнати.

Останній фактор, що впливає на ціну круїзу, – місце швартування лайнера. Зазвичай кораблі швартуються в порту, але можуть стояти на рейді. В останньому випадку круїзна компанія істотно заощаджує, і ця обставина впливає на ціну самого круїзу. Однак стоянка на рейді не надто зручна для мандрівників. Адже щоб потрапити на берег, треба дочекатися, поки команда корабля спустить шлюпки на воду, на що йде багато часу.

Зазвичай в ціну морського вояжу включаються: - портові збори, - проживання в каюті вибраної категорії, - відвідування основних визначних пам'яток (якщо вони заявлені в маршруті), - послуги російськомовного супроводжуючого (якщо він є), - цілодобове харчування на борту лайнера в основному ресторані з обслуговуванням по меню, в 24-годинному ресторані системи «шведський стіл» і в інших тематичних ресторанах, - відвідування всіх розважальних програм, - користування басейном і пляжним інвентарем, тренажерним залом, джакузі і саунами, - відвідування дитячих клубів. Додатково турист оплачує авіаквитки (більшість круїзів починаються і закінчуються в європейських містах), страховку, візи і додаткові екскурсії.

Україна також є морською державою. Але Чорне море за своїм географічним положенням не є транзитним, отже, для того, щоб виділитися у самостійний напрям для масового круїзного туризму не менше 5 портів повинні мати інфраструктуру, здатну обслуговувати судна довжиною понад 300 м. Нині таку інфраструктуру мають лише два чорноморські порти – Одеса (Україна) та Констанца (Румунія).

У світі існує 650 круїзних портів, з яких у Середземному морі – 158. Із 16 морських портів Чорноморського регіону, що підходять для прийому круїзних суден (порти Болгарії, Румунії, Росії, Грузії, Туреччини), 6 належать Україні: Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія та Керч (не рахуючи портів басейну Азовського моря та гирла річки Дунай).

Ці міста володіють унікальними історичними, культурними та туристичними пам'ятками, які могли би бути привабливими для туристів круїзних маршрутів. Нажаль, всі зазначені порти, крім Одеси, розташовані на території тимчасово окупованої АР Крим.

До складу флоту ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» входять 4 пасажирські комфортабельні судна – теплоходи «Волга» та «Дніпро», побудовані в 1970 році, а також «Молдавія» і «Україна», що побудовані в 1979 році на австрійській судноверфі Корнойбург для міжнародної круїзної лінії «Від Альп до Чорного моря».

На початку 90-х років для підготовки та реалізації комплексу заходів із залучення іноземних туристів до Придунав'я в УДП було створено відокремлений структурний підрозділ «Транскруїз», сертифікований і ліцензований під туристичну та екскурсійну діяльність. Починаючи з 1991 року, оновлена круїзна лінія «Від Альп до Чорного моря» функціонує і сьогодні.

Усі пасажирські судна ПрАТ «УДП» повністю оснащені системою кондиціонування повітря, мають чотири палуби, ресторан, музичний салон з

панорамним оглядом, затишний бар на відкритому повітрі, велику сонячну палубу, басейн з підігрівом води, сонцезахисні тенти, шезлонги для всіх туристів, бібліотеку, сауну, масажний кабінет, перукарню, зал для перегляду супутникового телебачення.

Круїзні судна ПрАТ «УДП» позиціонуються на європейському ринку річкових круїзів у класі – «Підвищений середній клас». Теплоходи набули популярності серед європейських туристів, фрахтувалися відомими на ринку німецькими туроператорами, що мають добру репутацію – «Seetours», «Transocean», «Phoenix Reisen» «Nicko cruises» та іншими.

Пасажирські теплоходи пароплавства користуються попитом у європейських туристів, насамперед, злагодженою роботою привітних та уважних українських екіпажів, які гостинно піклуються про комфортне перебування туристів на борту судна і забезпечують безпечну подорож.

Під час круїзу на борту судна туристів чекають: різноманітна розважальна та екскурсійна програма, виступ фольклорних гуртів, концерт екіпажу, майстерність висококласних кухарів, які дивують розмаїттям страв придунайських країн.

Круїзна програма включає відвідування європейських столиць – Відня, Братислави, Будапешта, Белграда, Бухареста, а також подорож до української дельти Дунаю на «нульовий кілометр».

Реалізація круїзного потенціалу приморських регіонів України вимагає здійснення низки наступних кроків.

1. Сприяння кооперації між портами Чорноморського регіону з метою розвитку круїзного судноплавства шляхом розробки Україною в ініціативному порядку та винесення для ухвалення країнами Чорноморського регіону Конвенції щодо пасажирського судноплавства на Чорному морі.

2. Сприяння формуванню інтегрованих туристичних продуктів в рамках Співдружності незалежних держав, орієнтованих на використання внутрішніх

водних шляхів (річок Дніпро, Дон, Волга, Дунай) та комбінованих (ріка-море) круїзних маршрутів, для чого слід вжити заходи щодо стандартизації орієнтуючої туристичної інформації, впровадження стандартів високої якості обслуговування;

3. Сприяння відродженню в Україні власного круїзного флоту шляхом запровадження податкових стимулів придбання пасажирських суден українського виробництва, а також звільнення від мита імпорту суден круїзного призначення.

4. Створення розвиненої транспортної інфраструктури у круїзних портових містах, для чого необхідно:

- провести реконструкцію аеропортів, зокрема, Одеси (з метою створення сприятливих умов для розвитку транзитних пасажирських перевезень).

5. Покращення туристичного обслуговування, надання конкурентних туристичних послуг, розвиток інфраструктури круїзних портових міст, у т.ч.:

- створення мережі туристичних центрів, інформаційних кіосків щодо надання туристичних послуг тощо;

- забезпечення достатньої кількості вказівників англійською та іншими іноземними мовами;

- створення місць для паркування туристичного автотранспорту.

6. Вдосконалення податкової політики з метою підтримки вітчизняних туроператорів, що працюють у сфері круїзного туризму, використання інструменту податкових пільг для туроператорів, які створюють новий туристичний продукт.

7. Проведення активної міжнародної рекламної кампанії щодо представлення туристичного потенціалу приморських регіонів України.

Наступним кроком дослідження буде виявлення сучасних трендів та ринку круїзного туризму в Україні.

2.3. Ринок круїзного туризму в Україні та його сучасні тренди

Витоками круїзного туризму в Україні слід вважати річкові екскурсії для учнів на пароплавах по Дніпру. Так, наприкінці XIX – поч. XX ст. відбулися річкові екскурсії-прогулянки, під час яких екскурсанти зупинялися в мальовничих або цікавих в історичному плані місцях [16, с. 150].

Найбільш рання екскурсія на пароплавах вже радянської доби в Україні, принаймні з тих, про які відомо, була організована 9 червня 1919 року культурно-просвітницькою комісією київської ради професійних спілок для своїх членів. Ця екскурсія розраховувалась на 1700 осіб. Пароплав супроводжували два оркестри, а також український, російський і єврейський хори. Для проведення пізнавальних лекцій в якості гідів були запрошені спеціалісти з питань ботаніки і геології. Згодом річкові екскурсії в Україні розроблялися часто за її межами: 1927 року – Об'єднане екскурсійне бюро РРФСР у Москві розробило і запропонувало екскурсію по Дніпру. 10-денний маршрут розпочинався у Києві, звідки пароплав відправлявся до Дніпропетровська, з відвідуванням заповідника Т.Шевченка, а також м. Кривий Ріг. 3-4 дні екскурсанти відпочивали на березі Дніпра в екскурсійній базі, в якій обслуговування на добу із повним пансіоном коштувало 2 крб. 50 коп. Учасники маршруту також могли продовжити відпочинок на приморських екскурсбазах Алушти або Гурзуфа.

Із 1928 року такі маршрути розроблялися Українським мішаним пайовим екскурсійним товариством (УМПЕТ). Зокрема, УМПЕТ пропонувалися наступне: маршрут пароплавом «Дніпрельстан – Дніпро – Чорне море – Одеса», розрахований на 13 діб; маршрут «Донбас – Дніпрельстан – Криворіжжя», розрахований на 12 діб із проїздом пароплавом і залізницею; маршрут «Пороги – Криворіжжя» розрахований на 10 діб із проїздом залізницею, автомобілем і пароплавом [73]. Це були комбіновані тури, і водний транспорт тут залучався

на одному-двох з етапів маршруту. Утім, розроблялися і морські та повністю або переважно річкові маршрути. А морські маршрути надавали екскурсантам можливості «пізнати життя і промисловий розвиток головних портів узбережжя Чорного та Азовського морів. Або, подорожуючи по Дніпру за маршрутом Київ – Черкаси – Кременчук – Кам'янське – Дніпропетровськ – Пороги – Дніпробуд – Запоріжжя – Нікополь – Херсон – Одеса, вони пересажувалися на човни, а також здійснювали пішохідний перехід. Екскурсія по історичних місцях Полісся за маршрутом Київ – Коростень – Овруч включала проїзд залізницею і пароплавом по річках Припять та Дніпро.

Щодо вартості таких екскурсій, то, скажімо, ціна путівки «екскурсії по Волзі пароплавом на 12 діб становила 58 крб. на екскурсанта у складі групи, до Криму на 10 діб – 38 крб. По Україні за маршрутом Київ-Дніпро-Дніпрельстан на 11 діб – 24 крб. за маршрутом Донбас-Дніпрельстан-Криворіжжя на 12 діб – 30 крб.» У цінах на 1926-1927 рр. це в середньому дорівнювали половині зарплати робітника в Україні [73]. Тому з 1929 р. на маршрути УМПЕТ надавалася знижка екскурсантам, що подорожували річковим транспортом Дніпровського пароплавства на відстань понад 100 км; групі від 15 екскурсантів знижка становила – 25%; групі у 50 екскурсантів – 50% [7; 88].

Екскурсійне бюро Радторгфлоту пропонувало студентам та профшколам під час подорожування II класом знижку 25%, III класом – 50%, викладачам під час подорожування II і III класами знижку 15%; викладачам та учням у кількості не менше 10 осіб із 1 квітня до 1 листопада для подорожей у III класі – знижку 40%, екскурсантам із посвідченням різних культурно-просвітницьких установ (не менше як 10 осіб для III класу) – знижку 25%.

Перший морський круїз за радянських часів відбувся 1930 року на теплоході «Абхазія» і був здійснений навколо Європи. Організований він був Товариством пролетарського туризму та екскурсій (ТПТЕ) для 250 ударників праці. Теплохід заходив до Німеччини, Італії і Туреччини (Велика Британія і

Франція не дозволила заходити до своїх портів). А 1931 року радянська організація, що отримала монопольне право на здійснення іноземного туризму у СРСР – «Інтурист» (до травня 1929 р. іноземний туризм забезпечував Радторгфлот), спільно з Інститутом Арктики організувала унікальний круїз по Північному Льодовитому океану на криголамі «Малигін» до берегів землі Франца Йосифа. Серед учасників цього дослідницького круїзу був і відомий арктичний дослідник Умберто Нобіле [8; 56]. Цей круїз можна вважати першим дослідницьким круїзом у СРСР.

У післявоєнний період почалося відродження і річкових і морських круїзів, у тому числі, міжнародних. Так, 1955 р. теплохід «Баторій» привіз до Ленінграду понад 700 туристів із Франції.

Перші середземноморські круїзи, що вирушали з Одеси, тобто власне з території УРСР, розпочалися 1967 р. Приводом для їх початку стали військові дії між Об'єднаною Арабською Республікою і Ізраїлем, унаслідок чого різко скоротився традиційний для Єгипту потік європейських туристів. У результаті домовленості між ОАЄ і СРСР до Єгипту, аби компенсувати брак європейських туристів унаслідок арабо-ізраїльського конфлікту, спрямовувалися радянські туристські групи. В один бік одна група туристів мандрувала морем, у зворотньому напрямі – літаками. Друга група туристів рухалася їй назустріч: спочатку літаком, потім морем. Під час морського відрізу круїзу туристи відвідували Варну, Стамбул, Неаполь і прибували до Олександрії, з якої автобусами діставалися Каїру. Інші групи прилітали одразу до Каїру з Одеси, а поверталися морським шляхом [8; 83].

Отримували розвиток і річкові та морські екскурсії місцевого значення в тих областях України, які мали відповідну річкову або морську акваторію. Так, Миколаївське бюро подорожей та екскурсій впроваджувало річковий круїз «Миколаїв – Київ – Миколаїв», який з 1968 р. здійснювався на дизель-електроході «Карл Маркс» за маршрутом № 811-а. Річкові круїзи були

своєрідним ноу-хау радянського туризму. Про ефективність такого різновиду туризму, який до того ж суміщав у собі транспортні послуги з послугами розміщення, харчування і рекреації, свідчать річні звіти про теплоходні маршрути за навігацію. Згідно «Звіту про роботу парохідних маршрутів Миколаївського бюро за сезон 1973 р.» було здійснено 13 туристських рейсів на борту «Карл Маркс», реалізовано 2830 путівок, усього подорожі здійснило 2476 осіб. У «Додатку до звіту про теплоходні маршрути за навігацію 1974 р.» зазначалося, що «в усіх рейсах на дизель-електроході «Карл Маркс» було організоване 3-х разове гаряче харчування згідно преїскуранту по 2 крб. 50 коп. на туриста на день.

Водний транспорт залучався і для екскурсій акваторіями в межах області або сусідніх областей. Так, за період навігації 1980-1981 рр. у Миколаївській області теплоходними екскурсіями обслуговано 274 тис. 770 осіб, у тому числі за маршрутами Коблеве – Одеса, Коблеве – Очаків, Миколаїв – Херсон, Миколаїв – Нова Каховка та ін.

Морські і річкові круїзи здійснюються і під егідою профспілкових туристичних організацій, що орендують водний транспорт. Так, профспілками «у 1960 р. орендувався лише один пароплав («Адмірал Нахімов»), на борту якого здійснили подорож 1070 туристів із 14 областей республіки. В 1970 р. орендувалося вже 16 пароплавів, що перевезли 27,5 тис. туристів, а у 1985 р. учасниками морських і річкових круїзів стали 200 тис. туристів» [39]. Згодом морські і річкові круїзи організовує і Бюро Міжнародного Молодіжного туризму «Супутник» ЦК ЛКСМУ.

Великою популярністю користувалися Чорноморський і Дніпровський круїзи. Так, у 1978 р. відбулося 10 круїзів молоді по Дніпру. Дніпровський круїз пролягав за маршрутом: Херсон-Київ-Херсон (або Миколаїв) із зупинками в Очакові, Новій Каховці, Дніпропетровську, Кременчуці, Києві, Каневі, Черкасах, Запоріжжі. Круїз тривав 13 днів, вартість путівки коливається від 144

до 186 крб. в залежності від класу кают.

Крім того, комітети комсомолу через БММТ «Супутник» направляли українських туристів (зазвичай це були молоді переможці соціалістичного змагання) в круїзи по Волзі, Дону, Єнісею, Обі, Іртишу, Лені, Амуру, по морям Далекого Сходу, озеру Байкал, хоч річкові круїзи складали на той час порівняно рідкісний вид туризму.

У 80-х роках цією структурою організовано і десятки морських круїзів для радянської молоді до країн Азії, Африки, Латинської Америки. Щоправда, з метою пропагування досягнень радянської України у будівництві комунізму, переваг радянського способу життя. Наприклад, один із таких круїзів по лінії «Супутника» відбувся у січні-лютому 1986 р., коли 128 українських юнаків і дівчат на теплоході «Латвія» відвідали країни Західної Африки: Анголу, Нігерію, Бенін, Сьєрра-Леоне, Гвінею Бісау. До складу групи входили передовики промислового і сільськогосподарського виробництва, активісти студентських будівельних загонів, народний ансамбль танцю «Горлиця» Кам'янець-Подільського педагогічного інституту, футбольна команда II ліги «Колос» із м. Павлограда Дніпропетровської області, власний кореспондент газети «Молодь України» та ін. Отже, круїзи дружби набули поширення як вид туристських подорожей радянської молоді за кордон. Утім, радянською стороною впроваджувалися круїзи і для іноземних туристів, що відвідували Україну. Великою популярністю користувався круїз по Дніпру з відвідуванням Києва, Черкас, Запоріжжя, Херсона і Одеси. До речі, Одеса була третім в СРСР містом за обсягами прийому іноземних туристів.

Великою популярністю серед молодих туристів користувався Чорноморський круїз за маршрутом: Одеса – Ялта – Новоросійськ – Сухумі – Батумі – Сочі – Одеса. Круїз здійснювались на судах «Шота Руставелі», «Іван Франко», «Аджарія», «Башкирія». У 1975-1980 рр. майже 100 тис. іноземних туристів (у 2,5 рази більше, ніж за попередні 5 років) здійснили круїзи Волгою,

Доном, Дніпром. У 1976-1982 рр. за ініціативою БММТ «Супутник» набули розвитку круїзи з відвідуванням країн басейнів річки Дунай, Чорного і Середземного морів, Тихого океану. Так, у 1978 році теплоходи «Грузія» і «Леонід Собінов» доставили радянську молодь для участі в XI всесвітньому фестивалі молоді та студентів у Гавані; в їх музичних салонах відбувалися концерти, зустрічі делегацій.

Починаючи з 1982 року, був введений круїз Дніпром «Ріка-море» з Києва до Херсону, далі Чорним морем до Одеси, звідти Дунаєм до Русе (Болгарія) і Джурджу (Румунія). На той час це був єдиний круїз подібного типу у світовій практиці.

У наші дні в основному пропонуються річкові круїзи по Дніпру за маршрутом Київ-Одеса із заходом до Запоріжжя, Ялти, Херсону, Севастополя. На сьогодні за цими маршрутами курсують чотирিপалубні теплоходи «Принцеса Дніпра», «Генерал Ватутін», «Маршал Кошевой», «Зірка Дніпра», «Т.Г. Шевченко».

Отже, за радянських часів круїзи використовувалися в туризмі як на зовнішніх, так і внутрішніх акваторіях. Внутрішні річкові та змішані – річка-море – круїзи пропонуються радянським трудящим обласними бюро подорожей та екскурсій, у тому числі українськими. Залучаються подібні круїзи і для обслуговування іноземних туристів, зокрема, по лінії «Супутника».

Із розпадом СРСР вітчизняний круїзний туризм в Україні на певний час занепадає. Натомість стають доступними круїзи, що пропонуються зарубіжними компаніями. Лише останнім часом спостерігається відродження вітчизняного круїзного турпродукту як морського і річкового, так і змішаного типу.

В Україні працюють декілька судноплавних компаній, які володіють, переважно, кількома суднами, серед яких немає жодного пасажирського корабля, що на 100 % відповідає усім вимогам сучасної туристичної індустрії.

Без придбання нових лайнерів відновити морські подорожі в Україні не вдасться. Відсутність українського пасажирського флоту відчують, перш за все, громадяни України, що не в змозі користуватися послугами іноземних туристичних фірм, перш за все, внаслідок недоступних цін. Сьогодні не тільки фахівці морського флоту, а й кожний пересічний громадянин України визнає необхідність того, щоб українські лайнери знову з'явилися на Чорному морі й перевозили пасажирів.

На сьогоднішній день круїзів по Чорному морю практично немає. Деякі міжнародні оператори, як це не сумно, взагалі не в курсі, що Чорне море можна розглядати з «круїзної» точки зору. Хоча в останні роки намітилася деяка тенденція до зростання пасажирських перевезень, їхній обсяг на Чорному морі становить лише 3% від загального обсягу перевезень на Середземному морі.

У якості позитивного прикладу можна назвати компанію «Укрферрі», що здійснює регулярні морські перевезення пасажирів на лінії Одеса – Стамбул – Одеса. Ця компанія є національним перевізником та володіє двома невеликими морськими пасажирськими паромами – «Південна Пальміра» та «Каледонія». Саме ці судна й виконують щотижневі рейси між Одесою та Стамбулом. Крім цього можна ще відзначити дніпровські круїзи з заходами, окрім дніпровських річкових портів (Київ, Канів, Кременчук, Запоріжжя, Дніпропетровськ, Херсон), в Одесу та Севастополь. Ці круїзи виконують річкові судна «Генерал Ватутін», «Зірка Дніпра», «Принцеса Дніпра».

У 2007 р. «Укрферрі» здійснила перші три пробні круїзні рейси по трьох країнах Причорномор'я – України, Росії й Туреччині за маршрутом Одеса – Ялта – Сочі – Стамбул – Одеса. Протягом тижня пасажири, перебуваючи в комфортабельних умовах, здійснювали морську подорож через Крим і Кавказ, із заходом у новий для старого туристичного маршруту порт – Стамбул. Поступово до складу круїзної лінії передбачається включити міста Батумі, Несебр, Констанца та інші. Цю подію по суті можна вважати початком

відродження круїзного бізнесу в Чорному морі. Проте спроба виявилась невдалою. Досвід показав, що для успішної роботи такого маршруту потрібен сучасний комфортабельний круїзний лайнер класу 4* переважної місткості 1000-1200 осіб. Це дасть змогу забезпечити вартість квитків в економ-класі на прийнятному для туристів рівні 100-120 дол. за день круїзу. Однак такого флоту в Україні немає. Його можуть надати іноземні компанії. Сьогодні вони домінують у Чорному морі у вантажоперевезеннях і аналогічно можуть так само зайняти круїзний ринок України.

В Україні визначено два напрямки розвитку круїзного туризму: перший – це відродження круїзного судноплавства, орієнтованого на внутрішній національний ринок причорноморських країн або ринок пострадянського простору, тобто російськомовних туристів; другий – залучення в причорноморські порти іноземних туристів і подальше просування чорноморського бренда на світовий круїзний ринок. З цього можна зробити висновок, що у Чорноморського регіону є круїзне майбутнє. Але залежить воно від того, як регіон зможе сам представити себе на туристичній карті світу. І тут Чорне море необхідно розглядати не як окремі порти, а як регіон у цілому. Тобто, успіх можливий, якщо всі причорноморські порти об'єднують свої зусилля. У тому числі для спільної презентації чорноморського круїзного напрямку на міжнародних форумах, конференціях, виставках і ярмарках.

Світовий попит на круїзи залишається високим. І тут Чорноморський регіон, якому є що запропонувати, не повинен залишатися на узбіччі. Адже морські подорожі – це нові країни і враження. Отже, що більше портів, то краще. Про те, що інтерес до Чорноморського регіону є, свідчить зростаюча із кожним роком кількість суднозаходів. Лідирує тут Одеса, якщо не брати до уваги Стамбул. Пропускна здатність пасажирського терміналу Одеського порту – до 4 млн. чоловік на рік. Він може приймати до п'яти теплоходів одночасно. У тому числі океанські лайнери завдовжки до 300 метрів із двома і більше

тисячами пасажирів на борту. Для порівняння: до Стамбула заходить понад 414 суден, а це більше 580 тис. туристів.

Чорне море може очікувати круїзний бум, бо європейські лінії є піонерами в зимових круїзах, а подорож поза сезоном – це додаткова ніша для швидко зростаючого круїзного туризму.

Як інноваційний вид туризму, круїзний туризм є дуже перспективним і Україна має значний потенціал у створенні власного круїзного ринку з власним продуктом. Але існує ряд проблем, які треба вирішувати на державному рівні. За умови створення державної програми розвитку та підтримки круїзного туризму наша країна має великі перспективи на ринку цих послуг.

Річкові подорожі І. Смирнов класифікує таким чином: 1) перевезення пасажирів та туристів на регулярних рейсах; 2) перевезення пасажирів та туристів на чартерних рейсах; 3) перевезення пасажирів і туристів швидкісними та експресовими лініями; 4) поромні переправи; 5) прогулянкові й екскурсійні рейси; 6) перевезення водними видами транспорту самодіяльних туристів; 7) короткотермінові та тривалі круїзи; 8) спеціальні круїзи (конгрес-круїзи, бізнес-круїзи, навчальні круїзи, гастрономічні тури тощо); 9) використання плавальних засобів як «плавучих готелів» [65].

В цілому Україна володіє значними можливостями для річкових подорожей. Будівництво в середині минулого століття комфортабельних річкових суден, спеціально призначених для роботи на туристських маршрутах, спричинило інтенсивний розвиток річкових круїзів.

На сьогодні потужності українського річкового круїзного флоту формують 8 суден загальною одночасною місткістю 1618 пасажиро-місць. Внутрішній річковий круїзний туристичний продукт формують круїзна судноплавна компанія «Червона рута» (р. Дніпро) та департамент «УДП-пасфлот» (р. Дунай) судноплавної компанії «Українське дунайське пароплавство» (УДП).

Провідною компанією з надання туристичних послуг на Дніпрі є Пароплавна компанія «Гідропарк». Це одна з найстаріших судноплавних компаній в м. Києві. У власності компанії є теплоходи, катери, яхти, що значно знижує вартість послуг. Серед основних послуг компанії слід виділити організацію річкових екскурсій, подорожей, круїзів, прогулянок, конференцій, семінарів тощо. Крім того, цілорічно пропонуються послуги стаціонарного відпочинку на пароплаві «Грін», який постійно пришвартований до берега у Гідропарку.

Найбільш привабливим для рекреантів і туристів на воді є маршрут «Панорамний». Теплоходи відправляються кожні 20–40 хв. по мірі заповнення. Під час подорожі можна побачити пам'ятник князю-хрестителю Київської Русі Володимиру, арку «Дружби народів», пам'ятник «Магдебурзького права», Пішохідний міст, міст Метро, Києво-Печерську лавру, монумент «Батьківщина-Мати», міст Патона, Видубицький монастир, а також славнозвісні київські пагорби.

Маршрут «Осокорки» частково співпадає з маршрутом «Панорамний», але має більшу протяжність слідування – до Південного мосту і масиву Осокорки.

Понад 10 років працює в сфері організації рекреації і туризму «Річкове пасажирське екскурсійне агентство». Екскурсійне агентство пропонує різноманітні розважальні та пізнавальні маршрути на комфортабельних теплоходах. Зокрема, маршрут «Київське море» – найдовший теплохідний маршрут, що завершується біля Київської ГЕС. Цей маршрут поєднує у собі не тільки природну привабливість, а містить й технічну зацікавленість – проходження через шлюзи.

Екскурсії за маршрутом «Оболонь» дають можливість побачити унікальні об'єкти туристського показу: Андріївську церкву, церкву на воді Св. Миколи, Поділ, Рибальський півострів, Московський міст, одну зі споруд так званого

«Сталінського метро» (кесон північного тунелю), та масив Оболонь з привабливою набережною.

Слід згадати і Київську судноплавну компанію «Дніпро», яка вже багато років спеціалізується в сфері прокату річкових суден та професійно надає послуги оренди теплоходів, катерів і яхт в Києві.

На Дністрі великою популярністю користується круїз по Дністру на кораблі «Юрій» – судні, розробленому спеціально для мілководдя. Маршрут пролягає через такі населенні пункти, як Коропець, Раковець, Незвисько, Возилів, Чернелиця, Хмільова, Тернопільська та ін. Подорож Дністром у комфортних умовах на кораблі дозволяє милуватись краєвидами Дністровського каньйону та інших принад – водоспадом «Дівочі сльози», печерою монаха, Раковецьким замком, руїнами Чернелицького замку [30].

Круїз можна обрати як на один день, так і більше. Максимальна кількість осіб на борту, не враховуючи капітана, матроса і кока, – 10 чоловік. На кораблі «Юрій» є всі умови для комфортного відпочинку: дві чотиримісні каюти; одна двомісна каюта; кухня і санвузол; ресторан на кораблі; затишна тераса; шезлонг, гамак; телебачення і Wi-Fi.

Незважаючи на досить успішну діяльність «Червоної рути», річковий транспорт не тільки не набув у країні значного розвитку, а й занепадає. Він посідає одне з останніх місць в Україні за пасажирооборотом. Загальна довжина судноплавних річкових шляхів за останні роки скоротилася і становить лише 2175 км. Судноплавними в Україні є Дніпро, Дунай, Прип'ять, окремі ділянки Десни, Дністра і Південного Бугу, незначна частина Сіверського Дінця, Горині, Самари, Інгульця та деяких інших річок. Найбільшими річковими портами країни є Київ, Кременчук, Запоріжжя, Дніпропетровськ, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені. Міжнародні перевезення пасажирів за допомогою річкового транспорту здійснюються лише в Одеській області (трохи більше 20 тис. осіб на рік) та в м. Києві.

Незважаючи на пандемію та кризу ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» продовжує розвиватися та збільшувати дохідність компанії. За 9 місяців 2020 року Українське Дунайське пароплавство отримало 41,8 млн грн прибутку проти 10,3 млн грн збитків за аналогічний період 2019 року.

У той же час внаслідок низки негативних факторів, викликаних поширенням пандемії COVID-19, зменшився обсяг вантажних та пасажирських перевезень. За січень-вересень 2020 року, Пароплавством перевезено 983,8 тис. тонн вантажів, зокрема річкові перевезення склали 824,1 тис. тонн, що становить 81,8% від результату аналогічного періоду 2019 року. Падіння зумовлене обмеженням експортних вантажних потоків по річці Дунай та зменшенням обсягів вантажів в порту Ізмаїл для навантаження.



Рис. 2.3.1 Діяльність ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» у 2020 р. [71]

Пасажирський флот ПрАТ «УДП» у 2020 році не здійснював перевезень. Показник перевезень пасажирів за 9 місяців поточного року зменшився на 16,9 тис. осіб проти аналогічного періоду 2019 року.

Проте, незважаючи на позитивні фінансові результати за 9 місяців, незадовільний технічний стан, середній вік експлуатації одиниць флоту (48

років), збільшення аварійності флоту – продовжують бути фундаментальним факторами, які впливають на спроможність УДП функціонувати як судноплавна компанія в майбутньому та генерувати прибуток для свого акціонера – держави. Потенційні інвестиції будуть спрямовані на фінансування будівництва нового флоту для розвитку внутрішнього водного транспорту країни загалом, закладення основи для фінансової спроможності підприємства на найближчі 10-15 років.

Отже, у витоків круїзного туризму в Україні стоять учнівські екскурсії на пароплавах по Дніпру ще дорадянської доби і, вочевидь, саме з річкових круїзів освітнього характеру цей вид туризму і зародився. І, володіючи достатнім потенціалом, вітчизняний круїзний туризм має всі можливості для його розвитку. Для цього необхідно відновлювати та розвивати пасажирський річковий флот; підвищувати комфортність відпочинку і культуру сервісу; вдосконалювати сучасну службу збору, обробки та аналізу інформації стосовно повного комплексу забезпечення річкового судноплавства, яка відповідає європейським стандартам та Директивам Європейської економічної комісії ООН; системно підходити до управління взаємодією пасажирського порту та флоту в умовах нестійкого економічного оточення; розвивати яхтинг як різновид круїзу; особливу увагу приділити питанням безпеки туристів. Інноваційна діяльність на ринку круїзного туризму сьогодні спрямована на пошук оптимального механізму з формування туристичного досвіду. Бізнес-процеси суб'єктів ринку круїзного туризму направлені на пошук нецінових чинників конкурентоспроможності круїзного туристичного продукту.

Наступним кроком буде визначення проблем та перспектив організації круїзного туризму.

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Організаційно-економічні заходи формування ринку круїзного туризму в Україні

При обслуговуванні туристів на водному транспорті, особливо на морських та річкових круїзах, основний натиск робиться на можливість одержання всіх доступних розваг і сервісних послуг. Швидкість прибуття в пункт призначення стає другорядним показником. Судноплавні компанії практикують різноманітні види круїзів, найпопулярнішими з яких є класичні. Характерні риси – велика кількість заходів у порти, багата екскурсійна і розважальна програма. Серед інших видів круїзів (за основною метою) виділяються такі: конгресові, оздоровчі, лікувальні, освітні, комбіновані, міні-круїзи. На теплоходах, крім транспортної послуги, може бути представлений наступний спектр послуг: розміщення у комфортабельних каютах; обслуговування харчуванням у численних ресторанах, барах, нічних клубах; організація розваг – дискотеки, вечори відпочинку у танцювальних залах, концертні і театральні вистави, різноманітні конкурси; послуги спортивно-оздоровчого характеру в тренажерних залах, басейнах, саунах; послуги із проведення ділових нарад, конференцій, симпозіумів; торговельно-побутові послуги, що стосуються роботи салонів краси, магазинів; організація культурного дозвілля як на самому судні, так і в портах заходу (екскурсії); послуги з організації дитячого дозвілля тощо. Фахівцями підраховано, що «морський» пакет послуг, який надається у ході круїзу на цих судах, обходиться мандрівникові на 30% дешевше, ніж його аналог при наземній подорожі.

Організація дозвілля є важливим моментом обслуговування клієнтів при

реалізації круїзів. На круїзних кораблях працюють різні клуби, проводяться художні виставки, виступи акторів і естрадних виконавців, проведення різноманітних шоу, а також організовується доставка бажаючих на острови і міста на березі. На борту круїзних суден також є все необхідне для сімейного відпочинку, який передбачає послуги няні для маленьких дітей, дитячі клуби і різні анімаційні програми розважального характеру. Однак для відвідування деяких розважальних заходів на лайнерах встановлюються вікові обмеження. При реалізації недорогих круїзів використовуються невеликі кораблі старого планування з усіма зручностями, необхідними для нормального життєзабезпечення.

Круїзне судноплавство є складовою частиною круїзного туризму, що являє собою універсальний вид туризму, що з'єднує практично всі його форми і поєднує в собі кілька його видів – рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний, конгресовий, пригодницький, пошуковий і т.п., а також який об'єднує різні варіанти сервісу та організації відпочинку.

Головні мінуси круїзу полягають у тому, що турист кожен день бачить море або океан, але не може в ньому купатися. Проблема частково вирішується наявністю на лайнері басейнів з морською водою. Тому, щоб повною мірою насолодитися відпусткою, в турфірмах рекомендують поєднувати подорож на лайнері з пляжним відпочинком в країні, тобто формувати індивідуальну комбіновану програму.

Комбінована програма на базі круїзного маршруту – відпочинок на лайнері, поєднаний з продуманою екскурсійною програмою і зупинкою в готелі до або після круїзу - оптимальне вирішення проблеми розбіжності бажань та інтересів, що виникають при організації спільного відпочинку. Щороку в асортименті туроператорів з'являються нові різновиди комбінованих турів: йде розширення екскурсійних програм, і, відповідно, додаються нові місця відпочинку.

Популярні сьогодні комбіновані тури в їх класичному варіанті являють собою групову екскурсійну програму з відвідуванням різних міст однієї держави і подальший відпочинок на узбережжі. Найпопулярнішими, як і раніше залишаються тижневі круїзи, однак частка круїзів тривалістю більше одного тижня значно збільшилася. Співвідношення екскурсійної та пляжної складових може бути різним, але зазвичай кожної частини відводиться тиждень. Існує і особлива форма комбінованого туру: огляд одного міста і подальший відпочинок.

Комбінована програма на базі круїзного маршруту – це комплексний туристичний продукт, коли в обслуговуванні туристів за програмою задіяні круїзні компанії, підприємства розміщення, транспорту, розваг і т.д., що відносяться до різних секторів туристської індустрії. Послуги розміщення, перевезення, харчування, які ними постачаються, не можуть бути об'єднані автоматично, тому фахівці, що займаються плануванням комбінованих програм на базі круїзних маршрутів повинні володіти цілісним сприйняттям турпродукту і комплексним баченням безлічі дрібних проблем, що виникають при складанні подібних програм.

Технологія організації та проведення індивідуальної комбінованої програми на базі круїзного маршруту полягає в комплексному підході до формування всієї програми обслуговування і складання щоденних екскурсійно-дозвіллевих програм. Оптимальна індивідуальна комбінована програма на базі круїзного маршруту – це така програма, яка враховує потреби клієнтів і тематику обслуговування з точки зору змісту, складу послуг, їх кількості та порядку надання. Крім того, при складанні денної програми слід враховувати специфіку самого туристського або курортного центру, маршруту подорожі

У зв'язку з обмеженою кількістю кают, а також особливістю збільшення тарифів необхідно бронювати круїзи завчасно, наприклад, за півроку, тому операторам круїзного туризму важливо формувати комбіновані програми на

базі круїзних маршрутів приблизно за рік. Так як круїзні маршрути модифікуються щороку, а виконують їх різні лайнери, комбіновані програми на базі таких маршрутів щороку будуть різні. Дана особливість позитивна, оскільки дозволяє уникнути стагнації і падіння попиту. З іншого боку, це, а також зміни в маршрутній і тарифній сітці авіакомпаній, зміни візових взаємин між країнами скорочують можливість аналізувати комбіновані програми для їх подальшого вдосконалення в наступному році.

У боротьбі з численними конкурентами і в прагненні задовольнити зростаючі потреби туристів в новій послугі, компанії змушені розробляти все більше різноманітних туристичних продуктів. Таким чином, підприємствам рекомендовано розробляти комбіновані програми на базі круїзних маршрутів, оскільки дозволить виводити на ринок комплексний турпродукт, що задовольняє потреби споживачів. Що стосується тенденцій у розвитку комбінованих програм, то можна відзначити появу численних групових комбінованих програм на базі круїзних маршрутів в Європі, у розвитку комбінованих програм помітно і розширення їх цінового діапазону, а також розширення географії їх організації.

Чорне море за своїм географічним положенням не є транзитним, отже, для того, щоб виділитися у самостійний напрям для масового круїзного туризму не менше 5 портів повинні мати інфраструктуру, здатну обслуговувати судна довжиною понад 300 м. Сьогодні таку інфраструктуру мають два чорноморські порти – Одеса (Україна) та Констанца (Румунія).

На даний момент здійснюється модернізація потужностей з прийому пасажирів у портах Бургас (Болгарія), Сочі (Росія) та Батумі (Грузія), після завершення якої Чорноморський регіон може заявити про себе як про круїзний напрям для суден масового сегменту.

Конкурентні переваги чорноморського регіону у розвитку в'їзного туризму можуть забезпечуватись позиціонуванням портів на міжнародному

круїзному ринку у якості нішових.

Для обслуговування суден нішового сектору підходять 16 портів Чорного моря: Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія, Керч (Україна), Бургас, Несебр, Варна (Болгарія), Констанца (Румунія), Новоросійськ, Сочі (Росія), Батумі (Грузія), Трабзон, Самсун, Синоп (Туреччина).

До конкурентних переваг Чорноморського регіону з позицій круїзного судноплавства належать:

- можливість відвідати протягом одного круїзу декілька країн;
- рівновіддаленість портів, що дозволяє здійснювати комфортабельні нічні переходи;
- розташування пасажирських портів у безпосередній близькості від центра міста у більшості портів Чорного моря;
- наявність на території міст відвідання значної кількості пам'яток архітектури та містобудування (зокрема, на території Одеської області);
- розгалужена транспортна мережа;
- розвинена індустрія розваг та дозвілля;
- наявність облаштованих місць для пляжного відпочинку та рекреації туристів круїзних маршрутів.

Стримуючими факторами розвитку в'їзного круїзного туризму в регіоні є наступні:

- географічне розташування, зокрема, «нетранзитність» Чорного моря, що ставить чорноморський круїзний туризм у залежність від круїзного туризму Середземного моря з його чітко визначеною сезонністю: «піками» активності навесні та восени, та майже повною відсутністю потоку туристів у червні та серпні;
- короткий сезон круїзного туризму, який триває 7 місяців (квітень – серпень) внаслідок несприятливих погодних умов в осінньо-зимовий період (штормів, ожеледі);

- існуючі обмеження для проходження суден через пролив Босфор, що дозволяє проходити суднам довжиною не більше 300 м.

На даний момент у Чорному морі розвивається, переважно, в'їзний круїзний туризм, темпи розвитку якого значно поступаються темпам розвитку Середземноморського круїзного напрямку, на якому за 2010-2019 роки обсяг круїзних перевезень збільшився майже на 20%. Обсяг круїзних перевезень у Чорному морі за підсумками 2019 р. склав всього 1% від круїзних перевезень у Середземному морі. Кількісні дані про розвиток круїзного судноплавства у середземноморських портах (включаючи Стамбул).

Україна, крім в'їзного круїзного туризму, як окремий напрямок сформувала організацію круїзів за маршрутом «ріка-море», зокрема, по Дніпру з виходом до Чорного моря. Функціонували маршрути Київ-Одеса, Київ-Севастополь-Вілково-Одеса, Київ-Севастополь-Одеса-Тулча (Румунія), Київ-Севастополь-Одеса (які охоплюють і м. Херсон), круїзи по Дунаю.

За 15 років існування круїзної лінії від Пасау (Німеччина) до української частини дельти Дунаю в порти Ізмаїл та Вілково було здійснено 597 суднозаходів круїзних суден Українського Дунайського пароплавства, іноземних фрахтувальників та судновласників. 76933 туристів взяли участь у берегових та водних екскурсійних програмах, включаючи відвідання Дунайського біосферного заповідника з виходом до Чорного моря та нульового кілометра, піших екскурсій по Вілково та автобусних – по Ізмаїлу. За цей період отримано 1 257 380 євро доходів. У 2012 р. заплановано 114 суднозаходів.

За часів існування СРСР користувалися попитом круїзи по Кримсько-Кавказській лінії (Одеса-Ялта-Туапсе-Новоросійськ-Сочі-Сухумі-Поті-Батумі-Одеса).

На початку незалежності Україна мала потужний пасажирський флот, проте трансформаційна криза 90-х років ХХ ст., відсутність державної політики

щодо морських пасажирських перевезень та штучне банкрутство Чорноморського пароплавства призвели до його втрати.

Протягом останніх років неодноразово здійснювалися спроби відродження чорноморських круїзів національними операторами (зокрема круїз Одеса-Ялта-Сочі-Стамбул-Одеса, організований СК «Укрферрі»), проте означені спроби не мали розвитку внаслідок наступних обставин:

- відсутність митно-прикордонних нормативних актів про перетинання державних кордонів чорноморських країн круїзними туристами;
- обмеженість туристичного ринку;
- неконкурентоспроможні ціни та сервіс порівняно з іноземними компаніями.

Серед позитивних тенденцій розвитку круїзного туризму слід відзначити організацію з 2008 р. кругових круїзів по Чорному та Середземному морям круїзів компанією «MSC» зі зміною пасажирів на базі Одеського морського торговельного порту. В 2012 р. був підписаний протокол про наміри з однією з провідних круїзних компаній Royal Caribbean International щодо створення в портах України двох круїзних терміналів.

Разом з тим, розвиток круїзної індустрії в Чорноморському регіоні, і, зокрема, в приморських регіонах України стримується через низку факторів:

- відсутність державної політики у галузі круїзної індустрії;
- недостатність кооперації між країнами чорноморського регіону, зокрема відсутність єдиних правил щодо пасажирського мореплавства у чорноморському регіоні;
- відсутність співробітництва органів державної влади та місцевого самоврядування з комерційними структурами у просуванні туристичного продукту регіону;
- недостатня розвиненість портової та туристичної інфраструктури в більшості чорноморських портів, необхідної для прийому великих круїзних

суден (у т.ч. недостатня довжина причальної лінії, відсутність місць для паркування туристичних автобусів тощо). Зокрема, для розвитку в'їзного круїзного туризму приморських регіонів, потрібні сучасні міжнародні аеропорти, які б дали можливість портам (наприклад, Одеса) стати базовими іноземних туристів;

- значна присутність іноземних туроператорських компаній на внутрішньому ринку туроператорів України, що негативно впливає на інтенсивність розвитку вітчизняного туристичного продукту. Політика штучного заниження цін на туристичний продукт, яку проводять глобально інтегровані туристичні компанії, призводить до витіснення з ринку вітчизняних туристичних компаній, у першу чергу, малих підприємств;

- завищені вимоги щодо страхування діяльності (видання страхових полісів) з боку іноземних круїзних компаній, що практично унеможлиблює безпосередню співпрацю місцевих туроператорів з операторами круїзних ліній. Стандартна вимога щодо одноразової сплати за страховий випадок складає 1 млн дол. США і може сягати 5 млн. дол. США. Українські страхові компанії не можуть забезпечити такого покриття, що змушує туроператорів звертатися по допомогу до іноземних компаній, що потребує розвитку в Україні системи перестрашування ризиків круїзного судноплавства;

- недосконалість системи оподаткування туристичної діяльності. Робота з іноземними туроператорами на території України не відноситься до експорту послуг. Більшість вітчизняних туроператорів є платниками податку на додану вартість, у той час як більшість субпідрядників, таких як автотранспортні підприємства, ресторани, музеї, театри та екскурсоводи – є платниками фіксованого єдиного податку, що збільшує односторонні витрати туроператора щонайменше на 20%.

За оцінками експертів, кожний круїзний турист під час транзитного заходу судна у порт («суднозаходу») в середньому за 10 годин стоянки

витрачає в місті перебування від 50 до 100 євро. Під час заходження до порту одного круїзного судна типу Panamax, місто одночасно відвідує від 2000 туристів. Сума, що витрачається одним туристом у базовому порту (у місті та під час екскурсій), досягає 600 євро за 2-3 дні. За даними CLIA, в 2019 році в круїзи по всьому світу відправилось понад 30 млн. мандрівників, що на 6% більше ніж в з 2018 р.

Покоління Z (від 15 до 25 років) в найближчі роки стане головною цільовою аудиторією для круїзної індустрії. Ці молоді люди прагнуть до унікального досвіду, відчують пристрасть до подорожей. Їх залучають тематичні фестивалі в круїзах, особливі події в подорожах. Одна з головних тенденцій туристичного ринку – зростання турпотoku поза сезоном, причому в усіх напрямках. Також серед круїзерів стає все більше тих, хто в подорожі активно працює завдяки якісному інтернету. Зростає в круїзах кількість туристів-одинаків, навіть у найвіддаленіших маршрутах.

В цілому, розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки:

- залучення до обслуговування транзитних заходів круїзних суден портів, агентських компаній, туроператорів, автотранспортних підприємств, підприємств громадського харчування, установ культури. При обслуговуванні базових стоянок судна (зі зміною пасажирів), крім перерахованих підприємств, задіяні також аеропорти та готельний сектор;

- збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів, в першу чергу, місцевого бюджету;

- створення нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства (у т.ч. у сфері туризму, транспортних перевезень тощо);

- надання стимулу для подальшого розвитку туристичної інфраструктури в місті з метою збільшення економічного ефекту;

- стимулювання розвитку суміжних галузей, включаючи суднобудування та судноремонт;
- рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому);
- розширення можливостей для міжнародного співробітництва. Так, якщо у сфері перевалки вантажів чорноморські порти різних країн є конкурентами, то у круїзному секторі ці порти є союзниками, оскільки кожне з портових міст має унікальні пам'ятки (історичні, культурні, туристичні), відмінні одна від одної. Тільки об'єднавшись, чорноморські порти можуть надати круїзним туристам унікальний туристичний продукт та високу якість наданих послуг;
- залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури.

У заключному пункті буде розглянуто вплив сучасних інформаційних та інноваційних технологій на організацію круїзного туризму.

3.2. Інформаційні та інноваційні технології в організації круїзного туризму

Круїзний туризм є одним з найперспективніших серед спеціальних видів туризму, оскільки, поєднуючи ряд переваг класичних видів рекреаційного, пізнавального, спортивного та екологічного туризму, створює мультиатрибутивний продукт, що дає можливість залучити до його споживання широкий психографічний сегмент туристів.

Круїзний туристичний продукт відображає трансформаційні процеси в туризмі, а саме: зміни у потребах сучасних туристів, які вимагають від подорожі не тільки нових вражень, а і реалізацію освітньої функції; інтернаціоналізація продукту, що проявляється у зростанні кількості портів заходу в межах типового маршруту, багатонаціональності обслуговуючого

персоналу тощо. Сьогодні в основі круїзного продукту лежить традиційна формула масового туризму «все включено», що передбачає пропонування туристичного продукту з повним набором послуг за низькою ціною. Саме перетворення круїзного продукту з елітарного туризму в масовий стало основою для розширення світового туристичного ринку. У 2018 р. близько 2% у його структурі формують круїзні подорожі. А статистика Всесвітньої туристичної організації (ВТО) визначає, що 5% світових туристів прибували до місця відпочинку (призначення) за допомогою водних видів транспорту (круїзний та паромний продукти) [10].

Протягом останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає в середньому 7,4%. Спостерігалось певне уповільнення кількісного зростання круїзного туризму у 2012-2013 рр., оскільки підтримка його темпів відбувалася за рахунок інвестування круїзних операторів у постійне вдосконалення бізнес-процесів та інновації. Серед основних чинників уповільнення розвитку круїзного ринку слід відзначити зменшення обсягів замовлень на будівництво нових суден і зниження туристичної привабливості окремих дестинацій, а також зміни природно-кліматичних умов як перешкоди для організації запланованих круїзних ліній. Зважаючи на це, актуальності набуває питання інноваційного розвитку ринку круїзного туризму та всіх його учасників у сучасних динамічних умовах.

Поштовхом для розвитку круїзного туризму став пошук альтернатив для використання потужностей пасажирських суден, які з появою комерційних авіаліній втратили частку на ринку перевезень. Однак бар'єри роботи на круїзному ринку, серед яких потреби в інвестиційних ресурсах для фінансування будівництва нових суден і реновації старих, і значні операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, сформували олігопольне конкурентне середовище. Для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній компанії консолідують ресурси та утворюють холдингові

структури, що відповідає моделі розвитку світового туристичного ринку на основі горизонтальної інтеграції. Суттєвими перевагами холдингових структур у круїзному туризмі є оптимізація власних ресурсів при формуванні круїзного продукту, укріплення інвестиційного потенціалу, консолідація трудових ресурсів, збільшення контролю за процесами розвитку ринку, мобільність у прийнятті тактичних та оперативних рішень. Крім того, у порівнянні з іншими видами туризму, які мають прив'язку до регіонів і країн, через мобільність матеріальної бази у круїзному туризмі робота в межах холдингу відкриває додаткові можливості експлуатації суден протягом усього року в різних регіонах світу.

Інноваційні зміни в круїзному туризмі відбуваються як реакція на структурні перетворення в супутніх секторах економіки. Статистичні дані вказують на зменшення темпів приросту пасажиромісткості круїзних суден з 5,5% у 2008-2010 рр. до 2,7% у 2011-2019 рр., що пов'язано із скороченням інвестиційних програм у розбудову круїзного флоту (табл. 3.2.1).

Таблиця 3.2.1

Структура попиту і пропозиції на ринку круїзного туризму, за [23, 44, 79]

| Рік | Пасажиро-місткість круїзних суден, тис. місць | Пропозиція, млн. ліжко-місць | Середня тривалість експлуатації 1 місяця, днів на рік | Попит, млн осіб | Обсяги надходжень, млрд дол. | Середня вартість круїзного продукту, тис. дол. |
|------|---|------------------------------|---|-----------------|------------------------------|--|
| 2008 | 377 | 104,0 | 276 | 16,3 | 27,56 | 1,69 |
| 2010 | 423 | 117,9 | 279 | 19,07 | 26,85 | 1,41 |
| 2019 | 404 | 601,8 | | 27,8 | 41 | |
| 2027 | 504 | 829,4 | | 40,5 | 50 | |

Динаміка кількості пропонованих до продажу ліжко-місць визначає ключову проблему – перехід з етапу активного зростання до етапу зрілості. У 2008 р. пропозиція койко-місць складала 104 млн. на 377 тис. місць, тобто в середньому одне ліжко-місце пропонувалося до продажу 275 днів на рік. У 2019 р. 829,4 млн. ліжко-місць на 470 тис. місць, що відповідає 286 дням.

Отримані дані вказують на пошук круїзними операторами можливостей по збільшенню норми рентабельності за рахунок збільшення навігаційного періоду. Середня вартість круїзного продукту у 2008 р. складала 1,69 тис. дол. США. Для подолання кризи та стабілізації збуту у 2009- 2011 рр. оператори почали пропонувати бюджетні круїзні продукти, що призвело до зменшення вартості продукту до рівня 1,40-1,45 тис.дол. США. Вихід з економічної кризи супроводжувався нестабільною ситуацією на ринку енергоносіїв та значним коливанням курсу долара, що збільшило середню вартість продукту до рівня 1,7-2,0 тис. дол.США у 2019 р.

Обсяги надходжень від круїзного туризму у 2019 р. становили понад 41,0 млрд. дол. США. На збільшення обсягів виручки істотно впливають інфляційні процеси, які збільшують операційні витрати по формуванню круїзного продукту. Конкуренція в круїзному туризмі зміщується по вектору «цінові фактори – нецінові фактори», що обумовлюється необхідністю впровадження інновацій на усіх етапах формування та просування круїзного туристичного продукту.

Серед основних причин слід відзначити цінність круїзного продукту для туриста, яка залежить від конкретного круїзного судна та маршруту його слідування. WTO, вивчаючи круїзний ринок, розглядає круїзне судно як мобільний готель-курорт [10], що, враховуючи стратегію розширеного зростання, використовується основними учасниками світового круїзного ринку для формування інноваційного попиту.

Підтримання темпів постійного зростання ринку круїзного туризму відбувається за рахунок інвестування круїзних операторів у сфері інновацій та постійного вдосконалення круїзного туристичного продукту.

При оцінці тенденцій розвитку круїзного ринку, крім сегментації за регіональною ознакою, науковці [20, 21, 50] використовують економічну та демографічну ознаки.

С. Нездоймінов умовно виділяє два сегменти круїзного ринку, що паралельно розвиваються: масовий (мега-лайнери, довжиною понад 300 м і пасажиромісткістю до 2000 осіб і більше) та нішовий (індивідуальний туризм на суднах невеликого розміру, пасажиромісткістю до 500 осіб). Існує також і проміжна категорія, до якої належать судна пасажиромісткістю від 500 до 1000 осіб (колишні великі лайнери), проте їх кількість з кожним роком зменшується через нерентабельність. Для обох сегментів ринку характерна висока диференціація продукту, що надається: для масового сегмента – на борту судна; для нішового сегмента – на березі, під час відвідання круїзних портів [50]. Дана сегментація визначає орієнтири інноваційної діяльності компаній.

Сегментація ринку за В. Жихаревою базується на визначенні чотири групи продуктів за категоріями круїзних ліній: круїзні лінії першого класу, круїзні лінії класу преміум, круїзні лінії класу люкс, специфічні круїзні лінії [20, 21]. В основі даного поділу лежать кількісні критерії: тип і місткість судна, кількості пропонованих послуг на борту, тривалість подорожі та якісні критерії, які визначають тип круїзного продукту за його ціннісною складовою.

ВТО виділяє п'ять сегментів круїзного ринку: «люкс», «преміум», «сучасний», «спеціалізований» і «бюджетний» [10].

Сегментація круїзного ринку за В. Жихаревою та ВТО проводиться за типом круїзного туристичного продукту, тому можна говорити про їх співставність. Виділення фахівцями ВТО окремого сегмента бюджетних круїзних продуктів вказує на одну з основних інноваційних тенденцій сучасного круїзного ринку. Бюджетні круїзи пропонуються лідерами ринку для диференціації власної пропозиції та розвитку (освоєння) нового субсегмента ринку, що корелюється зі стратегією мінізації витрат. Оцінка частки бюджетних продуктів у структурі попиту сучасних круїзних ліній компаній можна розглядати як окрему проблему для дослідження.

Особливістю компаній, що працюють на круїзному ринку, є їх

спрямованість на дестинації (регіони, території). Тому для маркетингових цілей круїзні лінії та оператори зазвичай проводять сегментування свого ринку залежно від типу круїзу, а потім за напрямками [9]. Окремі круїзні компанії працюють в усіх регіонах світу, наприклад, лідери круїзного ринку, інші пропонують продукт підвищеної якості на обмежених територіях.

На основі даних Cruise Market Watch про частку ринку круїзних компаній визначимо частку круїзного ринку по кожному сегменту пропонованому фахівцями ВТО (табл. 3.2.2).

Таблиця 3.2.2

Сегментація пропозиції світового ринку круїзного туризму [10, 20, 21]

| Сегментація за ВТО | Сегментація за В. Жихарєвою | Круїзні компанії, частка ринку, % | Загальна частка ринку, % |
|-----------------------------|---|---|--------------------------|
| Сучасні, включаючи бюджетні | Круїзні лінії першого класу | «Carnival Cruise Line» (21,3), «Costa Cruise Line» (7,4), «Disney Cruise Line» (2,8), «Mediterranean Shipping Company» (5,2), «Norwegian Cruise Line» (9,5), «Royal Caribbean International» (16,7), «Star Cruises» (1,3), «TUI Cruises» (1,3), «Thomson Cruises» (1,3), «Saga Cruises & Spirit» (0,4), «Pullmantur» (1,6), «Louis Cruises» (0,9), «All Leisure Holidays» (0,3), «CDF» (0,5) | 70,5 |
| Преміум | Круїзні лінії класу преміум | «Azamara Cruise Line» (0,2), «Celebrity Cruises» (4,2), «Holland America Line» (3,0), «Oceania Cruises» (0,6), «Princess Cruises» (7,9), «AIDA» (3,7), «Classic International Cruises» (0,4), «Cruise & Maritime Voyages» (0,5), «Ibero Cruises» (0,8), «P&O Cruises» (1,7), «P&O Australia» (1,2), «Celebration Cruise Line» (0,2), «Ocean Star Cruises» (0,2), «American Cruises Lines» (0,0) | 24,4 |
| Люкс | Круїзні лінії класу люкс | «Seabourn» (0,2), «Silversea» (0,4), «Crystal Cruises» (0,3), «Cunard Line» (0,9), «Regent Seven Seas Cruises» (0,7), «Pearl Seas Cruises» (0,1), «Crystal» (0,3), «Paul Gauguin (PGC)» (0,1) | 3,0 |
| Спеціалізовані | Специфічні круїзні лінії, включаючи річкові, експедиційні круїзи, круїзи на яхтах і парусних суднах | «Hurtigruten», «Blount Small Ship Adventures», «Travel Dynamics», «Fred Olsen», «Hebridean Island Cruises», «Swan Hellenic» (1,4), «Viking River Cruises», «Phoenix Reisen», інші (0,3), «Ponant Yacht Cruises», «SeaDream Yacht Club» (0,1), «Hapag-Lloyd», «Discovery World Cruises», «Lindblad Expeditions», «Orion Expedition Cruises», «Quark Expeditions» (0,3) | 2,1 |

Слід зазначити, що холдингові круїзні компанії позиціюють всі свої бренди як окремі торговельні марки (як окремий бренд сьогодні може позиціюватися і конкретне круїзне судно), об'єднуючи їх у групу для надання додаткових гарантій безпеки туристам та дифузії інновацій. Частка ринку сучасних круїзних ліній складає 70,5% від світової пропозиції, сегмент преміум займає 24,4%, на їх формування працюють понад 20 великих і середніх

компаній (материнських і дочірніх), просуваючи продукт в основних круїзних регіонах світу.

Тобто інноваційні зміни в даних сегментах спрямовані на спеціалізацію круїзних суден як основу для диференціації продукту, а також ключовий фактор вибору потенційним туристом подорожі. Люкс-лінії, так само як і спеціалізовані лінії, формують 3,0% та 2,1% у структурі ринку, забезпечуючи організацію унікальних нішових маршрутів, інноваційна складова яких проявляється у пошуку нових портів призначення з унікальними атракціями. Сьогодні спостерігається значна кореляція між круїзними лініями та популярними туристичними напрямками, що говорить про освоєння круїзними операторами в першу чергу тих напрямів призначення, які є сформованими туристичними дестинаціями, привабливими для туриста – сучасні продукти та преміум-сегмент. Водночас, можна говорити і про освоєння нових дестинацій для зменшення перенавантаження на рекреаційні території та формування нових конкурентних переваг за рахунок мобільності круїзних суден – люкс-сегмент та спеціальні продукти. Порівняння зазначених груп сегментів ускладнюється значною диференціацією продукту.

Спеціалізація круїзних компаній та диференціація їх пропозиції має базуватися на враховуванні структурних перетворень, що супроводжують розвиток круїзного ринку. Мета підтримати темпи зростання ринку та пошук регіонів (дестинацій) для практичної реалізації цього завдання вказує на формування відповідальної пропозиції під вимоги сегментованого попиту [44].

Інноваційні зміни в розвитку світового круїзного ринку визначають орієнтири для інноваційної активності всіх його суб'єктів. Процеси консолідації світового круїзного ринку підвищують гарантії безпеки для туристів, збільшують їх інформованість, знижують операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, одночасно забезпечуючи його якісну стандартизацію через зменшення кількості посередницьких структур і

соціальну відповідальність учасників ринку. Однак тим самим укрупнення круїзних операторів зменшує кількість альтернатив розвитку ринку: за рахунок об'єднання створюється перевага за масштабами збуту, використовується дифузія інновацій (у т. ч. технічних), впроваджених у інших секторах економіки, не виділяються ресурси для самостійного пошуку нововведень.

Оператори не перестають дивувати туристів технологічними новинами. Наприклад, Princess Cruises пропонує для гостей Ocean Medallion – міні-комп'ютер, що дозволяє бути в курсі всіх подій на лайнері. Девайс, який використовується в якості ключа, можна носити в кишені, на руці в якості браслета, як брошку або підвіску. Royal Caribbean Cruises вводить на лайнерах технологію розпізнавання осіб, щоб процес заселення гостей проходив швидше і зручніше. На борту нового лайнера Bellissima компанії MSC Cruises в кожній каюті буде особистий помічник туриста Zoe. Це пристрій здатний запам'ятовувати різні алгоритми дій людини. На більшості своїх лайнерів запустила зручний додаток і Costa Cruises. З його допомогою гості можуть робити замовлення в ресторанах, бачити меню, спілкуватися і дзвонити у внутрішньому бортовому чаті, стежити за своїми витратами, знайомитися з програмою розваг та екскурсій.

Система бронювання круїзів значно відрізняється від бронювання звичайних закордонних турів. Оскільки морські подорожі – як правило, недешевий турпродукт, на них діють знижки. Правда, істотно заощадити можна лише при дуже ранньому бронюванні, наприклад, купуючи круїз на літо ще на початку зими. Тобто, подбати про покупку круїзу слід як мінімум за 2-3 місяці до поїздки. Головна специфіка круїзного турбізнесу полягає в тому, що в ньому не буває палаючих круїзів. Не можна відправитися в подорож через пару днів після прийняття рішення, бо круїзи – це ретельно спланований відпочинок.

Крім самого круїзного квитка туристу доведеться подбати і про авіаперельоти. Оскільки більшість круїзів припадає на літній період, коли

чартерні лінії перевантажені, завчасна покупка квитка в країну, з якої стартує круїз, особливо важлива. Інакше відпочиваючий ризикує просто не потрапити на корабель. У разі запізнення або відсутності авіаквитка, звичайно, можна сісти на лайнер в інших точках маршруту, але відпочинок вже буде зіпсовано: турист не побачить частина круїзної програми. Може виникнути й інша ситуація: авіаквитки є, але на більш ранній термін. Ця обставина теж викликає проблеми, бо круїзеру належить забронювати на необхідну кількість часу готель в місті, з якого стартує круїз.

Іншим проблемним моментом є питання оформлення візи. Якщо подорож проходить по країнах Шенгенського союзу, то ситуація з візою не така складна, Але якщо корабель заходить в порти інших країн, то в закордонному паспорті ставляться всі необхідні візи, а на це йде час. Правда, до круїзним туристам посольства ставляться з повагою: оформляють візу оперативніше, ніж звичайним мандрівникам. Дуже лояльно ставляться до круїзерів і авіакомпанії.

Ще одна особливість підготовки до подорожі полягає в тому, що сьогодні практично всі круїзні компанії перейшли на систему он-лайн бронювання, а це значить, якщо зараз якась каюта вільна, то через хвилину вона вже може виявитися проданою. Тому рішатись на покупку круїзу треба швидко. Більш того, краще мати на руках необхідну суму, оскільки в більшості випадків при бронюванні потрібно відразу внести повну вартість круїзу.

У 2020 р. Українське Дунайське пароплавство та Vodafone Україна підписали меморандум про співпрацю. В рамках документа передбачається впровадити у бізнес-процеси УДП послуги та рішення Vodafone на базі мережі NB-ІоТ. Це важливий крок на шляху діджиталізації компанії, який допоможе вийти на якісно новий рівень в автоматизації бізнес-процесів і створення єдиного інформаційного середовища з використанням сучасних технологій.

Діджиталізація управління бізнес-процесами – абсолютний must have будь-якого сучасного підприємства. Використання технологій ІоТ та Big Data –

це можливість віднайти нові ніші на ринку перевезень, створити найбільш оптимальні та ефективні моделі руху флоту та використання ресурсів компанії. За останні роки компанія зробила всі необхідні кроки для запуску повноцінного «інтернету речей» в Україні. Побудовано мережу NB-IoT, тестування якої показали якісну та стабільну роботу. В наявності власний data-центр, який дозволяє обробляти та зберігати величезні масиви даних, згенеровані «розумними» приладами. Український Vodafone було підключено до глобальної connectivity платформи Vodafone, що дозволяє не лише використовувати чи адаптувати будь-які глобальні рішення компанії, але й забезпечити безперервну передачу та обробку даних як на території України, так і в усіх країнах присутності глобального оператора.

Зокрема, Українське Дунайське пароплавство та Vodafone Україна домовилися працювати у таких напрямках:

- онлайн моніторинг переміщення суден;
- забезпечення об'єктів зв'язком на території України та у роумінгу;
- відслідковування вантажу;
- стану вмісту контейнерів, логування статусів та інше.

Також компанії домовились про використання можливостей Big Data аналітики для подальшого створення систем прогнозування ефективності та запобігання втрат.

Меморандум було підписано під час онлайн-конференції вигляді за допомогою Mobile ID від Vodafone, який забезпечує електронну ідентифікацію особистості та кваліфікований електронний підпис (КЕП).

IoT-технології – концепція мережі, що складається із взаємозв'язаних фізичних пристроїв, які мають вбудовані датчики, а також програмне забезпечення, що дозволяє здійснювати передачу і обмін даними між фізичним світом і комп'ютерними системами в автоматичному режимі, за допомогою використання стандартних протоколів зв'язку. Big Data (великі дані) – це різні

методи обробки структурованих і неструктурованих даних великого обсягу для використання їх із метою вирішення різних завдань. Технологія Mobile ID забезпечує електронну ідентифікацію особистості й кваліфікований електронний підпис, який є юридично значимим аналогом особистого підпису власника. Перевагами Mobile ID, в порівнянні з іншими способами ідентифікації особистості, є універсальність та простота використання. Ця технологія дозволяє замінити зв'язку логін-пароль в будь-якій електронній системі, в яку вона інтегрована, а значить – користувачу не потрібно вгадувати й запам'ятовувати нові логіни та паролі.

З метою уніфікації комунікаційних сервісів ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» та для оперативного інформування працівників компанії повідомляємо, що ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» запускає офіційну сторінку підприємства у Facebook. На сторінці буде зібрана інформація з усіх питань, що стосуються діяльності компанії, зокрема:

- завдання та цілі компанії, їх реалізацію;
- результати фінансової та операційної діяльності компанії;
- основні події у діяльності УДП;
- заходи у сфері охорони довкілля, соціальной сфері, з прав людини та боротьби з корупцією;
- реалізація соціальних та благодійних програм;
- інвестиційна діяльність;
- міжнародна співпраця;
- отримання сертифікатів, відзнак;
- огляд провідних світових практик у сфері судноплавства.

Таким чином, додатковий канал для комунікацій сприятиме своєчасному донесенню важливої інформації до всіх працівників та зацікавлених сторін, а також отримання зворотного зв'язку.

Круїзний тур “Сонячне Середземномор’я”

Маршрут туру.

| День | Порт |
|------|--|
| 1 | Переліт Львів – Бергамо |
| 2 | Екскурсія по Мілану. Посадка на лайнер (Савона) |
| 3 | Марсель (Франція) |
| 4 | Барселона (Іспанія) |
| 5 | Пальма, о. Майорка (Іспанія) |
| 6 | День в морі |
| 7 | Палермо, о. Сицилія (Італія) |
| 8 | Чивітавекк’я, Рим (Італія) |
| 9 | Савона – вихід з лайнера, екскурсія по Генуї, шопінг |
| 10 | Переліт Бергамо – Львів |

У вартість круїзу включено:

- авіапереліт з багажем;
- розміщення в готелі до і після круїзу;
- оглядові екскурсії в Мілані і Генуї;
- трансфери до/після круїзу;
- зустріч в аеропорту і супровід до порту;
- морська подорож;
- портові збори;
- розміщення в каюті;
- чотириразове харчування “повний пансіон”;
- розваги на борту;
- фітнес-центр;
- анімація для дітей;
- басейни.

Додатково оплачується:

- сервісний збір 70€ на дорослого і 35€ на дитину до 12 років;
- візова підтримка (за необхідності);
- міні-бар в каюті;
- послуги пральні / хімчистки, салону краси, СПА-центру;
- медична страховка;
- телефон, Інтернет.

Загальна вартість туру в € за людину при 2-х місному розміщенні в каюті, включаючи все вищенаведене, складає від 1170 до 1600 €.

Додатково передбачається доплата за $\frac{3}{4}$ дорослого чи дитину в каюті.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Круїзний туризм є універсальним видом туризму, який поєднує у собі практично всі його форми, а також об'єднує різні види сервісу та організації дозвілля (у т.ч. готельне обслуговування, ресторанний бізнес, екскурсійну діяльність).

2. Серед морських круїзів виділяються: кругосвітні, прибережні, експедиційні круїзи та трансатлантичні переходи. Тривалість кругосвітньої круїзу становить від шести місяців і більше. Особливістю цього виду круїзу є висока вартість путівки, яка пов'язана з довготривалим терміном перебування на борту.

3. У круїзів є свої недоліки і переваги. Наприклад, високий рівень комфорту і можливість поєднати різні види туризму – це, без сумніву "великий плюс", а "мінусом" тут є: висока вартість круїзу, низька швидкість пересування і у деяких людей "морська хвороба" у круїзів є свої недоліки і переваги. Наприклад, високий рівень комфорту і можливість поєднати різні види туризму – це, без сумніву "великий плюс", а "мінусом" тут є: висока вартість круїзу, низька швидкість пересування і у деяких людей "морська хвороба".

4. Для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній компанії консолідують свої ресурси та утворюють холдингові структури. Світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, у свою чергу, належать до 4 великих груп. Відповідно до прогнозів до 2022 р. чотири провідні компанії (Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line) контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку.

5. Потенціал круїзного туризму передбачає т. зв. експедиційний сервіс. На відміну від звичайних екскурсій, експедицію, що здійснюється під час «льодового» або «дослідницького» круїзу, можна розглядати як факультативну

подорож з метою спостереження за явищами або об'єктами живої та неживої природи.

6. У світі існує 650 круїзних портів, з яких у Середземному морі – 158. Із 16 морських портів Чорноморського регіону, що підходять для прийому круїзних суден (порти Болгарії, Румунії, Росії, Грузії, Туреччини), 6 належать Україні: Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія та Керч (не рахуючи портів басейну Азовського моря та гирла річки Дунай).

7. Інноваційні зміни в розвитку світового круїзного ринку визначають орієнтири для інноваційної активності всіх його суб'єктів. Процеси консолідації світового круїзного ринку підвищують гарантії безпеки для туристів, збільшують їх інформованість, знижують операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, одночасно забезпечуючи його якісну стандартизацію через зменшення кількості посередницьких структур і соціальну відповідальність учасників ринку.

8. Круїзний туризм являє собою окрему галузь людської діяльності із своїми ознаками, особливостями, які обумовлені специфікою надання і споживання послуг та організації перебування. Як інноваційний вид туризму, круїзний туризм є дуже перспективним і Україна має значний потенціал у створенні власного круїзного ринку з власним продуктом. Але існує ряд проблем, які треба вирішувати на державному рівні. За умови створення державної програми розвитку та підтримки круїзного туризму наша країна має великі перспективи на ринку цих послуг.

9. Стримуючими чинниками круїзного судноплавства є недосконалість податкової системи, високі ставки страхових платежів, політика штучного заниження цін на туристичний продукт, що призводить до витіснення з ринку вітчизняних туроператорів.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.11 круизных трендов 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inflatcruises.com/ru/news/view/news-cruise-trends-2019>.
2. Акимова О. В. Концепція морського круїзу / О. В. Акимова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [irbis-nbuv.gov.ua/cgi.../cgibin_64.exe?2](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgibin/irbis_64.exe?2).
3. Антоненко І. Круїзний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / І. Антоненко, І. Мельник // Економіст. – 2016. – № 3. – С. 3-8.
4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/babkin12.htm. – Назва з екрана.
5. Баикина О. А. Круизный туризм: географические и методические рекомендации по формированию индивидуальных комбинированных программ / О.А. Баикина, Т. М. Валькова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. – №1. – С.88-95.
6. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. 395 с.
7. Березкина А. Для продвижения черноморского круизного бренда / А.Березкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://portsukraine.com>.
8. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: Перевозки / М.Б. Биржаков, Никифоров В.И. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с.
9. Верховна Рада України. Офіційний сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rada.gov.ua/ua>.
10. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unwto.org/>.

11. Герасименко В.Г. Организация транспортных путешествий и перевозок туристов: навч. посібник / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. – Харьков: "Бурун Книга", 2011. – 16 с.
12. Годовой отчет за 2019 круизной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.msccruises.club/blog/annual-cruise-report-2019/>.
13. Голубкова И.А. Макроэкономическая ценность круизного судоходства / И.А. Голубкова // Вісник ДІТБ. – 2012. – №16. – С. 285–289.
14. Голубкова И.А. Факторы и закономерности структуризации глобального круизного рынка / И.А. Голубкова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – №31. – С.75-78.
15. Годя І. Розвиток річкового круїзного туризму в Україні: минуле і сьогодення / І. Годя // Східноєвропейський історичний вісник. – 2016. – Вип. 1. – С. 86-91.
16. Грибанова С. В. З історії організації екскурсій Київським навчальним округом (кінець ХІХ – поч. ХХ ст.) / С. В. Грибанова // Внутрішній туризм в Україні : окремі аспекти : зб. наук. ст. – К. : Ін-т туризму федерації профспілок України, 2002. – С. 140-160.
17. Державна прикордонна служба України. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://dpsu.gov.ua/>.
18. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. Надано чинності 2004-07-01. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 14 с.
19. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Надано чинності 2004-07-01. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 13 с.
20. Жихарева В.В. Круизный рынок: современные тенденции развития / В.В.Жихарева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html>
21. Жихарева В. В. Современные тенденции развития рынка круизного

судоходства / В.В. Жихарева // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2012. – № 39 (2). – С.153-166.

22. Захаріна А. Г. Визначення сутності та особливостей круїзного туризму / А. Г. Захаріна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 3 (72). – С. 39-43.

23. Зацепіна Н.О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі / Н. О. Зацепіна // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2012. – Вип. XXXIV. – С. 232-234.

24. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua>.

25. Китай стане вторым по величине круизным рынком мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_\(ryinkom_mira_pishet_jenmin_jibao/?full](https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_(ryinkom_mira_pishet_jenmin_jibao/?full).

26. Китай станет самым популярным направлением для туристов в ближайшее десятилетие [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strana.ua/news/170277-kitaj-stanet-samym-populjarnym-napravleniem-dlja-turistov-v-blizhajshee-desjatiletie.html>

27. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу / В.В. Корнілова, Н. В. Корнілова // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 5. – С. 20-25.

28. Круизные компании в 2018 году перевезли 26 млн. пассажиров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/55669/>

29. Круизный рынок Украины и мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cruiseek.com/news/kruiznyyrynokukrainyimira.html>.

30. Круїз по Дністру на кораблі «Юрій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua.igotoworld.com/ru/tour/816_kruyiz-po-dnistru.htm.

31. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>.
32. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства : навч. посіб. / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.
33. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.
34. Ларина Р. Р. Инновационно-логистическое обеспечение международного туризма и круизного бизнеса: Монография / Р.Р. Ларина, В.В. Селиванов, Е.Ю. Лукьянова, М.А. Шостак. – Симферополь: Ариал, 2013. – 307 с.
35. Логунова Н. А. Мировой рынок круизной индустрии: особенности формирования и перспективы развития / Н. А. Логунова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 2 (22). – С. 29-34.
36. Логунова Н.А. Развитие круизного судоходства как составной части круизного туризма / Н. А. Логунова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – №43. – С. 89-94.
37. Логунова Н. А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма: дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.03 / Наталья Анатольевна Логунова; Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского. – Симферополь, 2014. – 439 с.
38. Лиман С.І. Історія туризму: навчальний посібник / С.І. Лиман, А.Ю.Парфіненко, І.С. Посохов. – Суми: ПФ “Видавництво “Університетська книга”, 2018. – 372 с.
39. Ляховська О.С. Круїзний туризм в Україні / О.С. Ляховська // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2011. – Випуск 17. – Том 2. – С.25-30.

40. Ляховська О. С. Культура сервісу в круїзному туризмі / О.С.Ляховська: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з культурології. – К.: КНУКіМ, 2014. – 17 с.
41. Ляховська О. С. Особливості експедиційного сервісу в “льодовому” та “дослідницькому” круїзному туризмі / О. С. Ляховська // Культура України. – 2013. – Випуск 43. – С. 96-102.
42. Ляховська О.С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку ХХІ століття / О.С. Ляховська // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2013. – Випуск 19. – Том II. – С. 85-91.
43. Мазоха К.А. Круїзний туризм та його стан в Україні / К.А. Мазоха // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 20. – С. 145-152.
44. Мельник І. Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму / І.Л.Мельник // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 313-319.
45. Михайлова Ю.В. Модели интеграции участников рынка круизных услуг / Ю.В. Михайлова, А. М. Холоденко // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – 2008. – №13. – С. 107-119.
46. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.
47. Морські круїзи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://crk-knteu.kiev.ua/72536-Morskie_kruizu.html.
48. Наврозова Ю.А. Сущность и виды морского туризма / Ю.А.Наврозова, Ю.В. Михайлова // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2012. – № 4 (41). – С.129-141.
49. Національний класифікатор України Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev.1.1 2002, MOD) ДК 009:2005. – Київ: Держспоживстандарт України, 2005. – 210 с.
50. Нездойминов С.Г. Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України / С.Г. Нездойминов, Н. М. Андрєєва // Механізм регулювання

економіки. – 2013. – № 4. – С. 136-145.

51. Нездойминов С.Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов / С.Г. Нездойминов // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – № 2. – Том 6.– С. 136-145.

52. Нестерова К.С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні: дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н.: 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / К.С. Нестерова. – НАН України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. – Одеса, 2016. – 193 с.

53. Оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/con/visa>.

54. ПАТ «Українське дунайське пароплавство». Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oaoudp.com.ua>.

55. Положення про департамент туризму та курортів. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі від 22.07.2016 №1202. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// docs.dtkk.ua/ doc/1022.14391.1](http://docs.dtkk.ua/doc/1022.14391.1).

56. Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України. Постанова Кабінету Міністрів України № 1609. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031609.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031609.html).

57. Про затвердження Морської доктрини України на період до 2035 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.10.2009 № 1307. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/13072009>.

58. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України. Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1994. – №18. – Ст.101.

59. Про Правила в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх

виїзду з України і транзитного проїзду через її територію. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 грудня 1995 р. № 1074. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

60. Про туризм: Закон України / Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – №31. – Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

61. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П.Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

62. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.

63. Самарцев Є. Україна може стати серйозним гравцем на світовому ринку морських круїзів / Є.Самарцев [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukurier.gov.ua>.

64. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу / І. В. Смаль. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

65. Смирнов І. Г. Логістика круїзного туризму як джерело конкурентної переваги на сітовому круїзному ринку / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 3 (74). – С. 16-29.

66. Статистика туризма. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourest.ru/publ/statistika_turizma.

67. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

68. Тайгибова Т. Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу / Т. Т. Тайгибова // Актуальные вопросы

экономики и управления: Материалы международной научной конференции (г. Уфа, октябрь 2011 г.). – С. 125-128.

69. Уайльд П. Тенденции в развитии круизного рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://portsukraine.com/node/258>.

70. Украинский паспорт поднялся в мировом рейтинге "самых сильных". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.passportindex.org/byRank.php.

71. Українське Дунайське пароплавство. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://udp.one/ua/poslugi/pasazhirskij-flot>.

72. Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посібник / за ред. проф. В.К. Федорченка; Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Мініч. – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.

73. Федорченко В. Історія екскурсійної діяльності в Україні : навч. посіб. / В. Федорченко, О. Костюкова, Т. Дьорова, М. Олексійко. – К. : Кондор, 2004. – 166 с.

74. Хюртирютен. Красивейший круиз в мире. Туристические предложения от Хюртирютен. Зима 2018/2019 и осень 2019. Каталог. – Hurtigruten, Narvik, Norway, 2018. – 52 с.

75. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: уч. пособие / Н.Б. Черных. – М.: Советский спорт, 2002. – 320 с.

76. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навчальний посібник / І. М. Школа. – Чернівці: Книга- XXI, 2007. – 292 с.

77. Ярова Н.В. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі / Н.В.Ярова, О.В.Воркунова, В.С. Ліщенко // Научный взгляд в будущее. – 2016. – Вып. 4. – Т. 1. – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2016. – С. 4-10.

78. 13 Trends Coming to Cruising in 2016 (And What They Mean) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.travelpulse.com/news/cruise/13\(trends\(coming\(to\(cruising\(in\(2016\(and\(what\(they\(mean.html](http://www.travelpulse.com/news/cruise/13(trends(coming(to(cruising(in(2016(and(what(they(mean.html).

79. CIN Annual 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.cruiseindustrynews.com/flip/cina2020/mobile/index.html#p=4>.

80. Cruise Line International Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cruising.org/>.

81. Cruise Market Watch [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.cruisemarketwatch.com>.

82. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme.; World Tourism Organization. Regional Programme for the Americas. – Madrid: World Tourism Organization. First printing. – 2010. – 253 p.

83. European Commission, Eurostat [Electronic resource]. – Mode of access : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

84. Golubkova I. Innovations in cruise tourism / I. Golubkova, N. Peresykina // Економічні інновації: Зб. наук. пр. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. – Вип. 50. – С. 266-274.

85. Growth spurt river cruising [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.travelweekly.com/River\(Cruising/Growth\(spurt\(river\(cruising](http://www.travelweekly.com/River(Cruising/Growth(spurt(river(cruising).

86. Kostas E. Sillignakis. Cruise Industry: An overview [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.sillignakis.com/>.

87. MS Cruise. Туристический портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ms cruises.club/team/>.

88. National Institute for Strategic Studies (2018), "Cruise shipping as a factor of the development of Ukrainian coastal regions" [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/> (Accessed 15 January 2018).

89. Pacific isles, secretive states among last virus-free places [Electronic resource]. – Mode of access : <https://apnews.com/article/pandemics-tonga-coronavirus-pandemic-new-zealand-argentina-26c3126d7e4bc90b4408d913ef3fb35b>.

90. RATA news [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ratanews.ru/news/news_23102019_4.stm.

91. Soriani S. Cruising in the Mediterranean: Structural Aspects and Evolutional Trends / S. Soriani, S. Bertazzon, F. DiCesare, G. Rech // Maritime Policy and Management. – 2009. – № 36 (3). – P. 235-251.

92. The global travel consumer. Current and emerging trends [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wayn.com/media/WTTCBudgetTravelWAYNEmergingTrends.pdf>.

93. The Global Economic Contribution of Cruise Tourism: Business Research and Economic Advisors. – CLIA. – 2013.

94. Tourism highlights 2018 Edition. World Tourism Organization UNWTO. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>. – 20 p.

95. TUI AG (Touristik Union International). [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.tui-group.com/en>.

96. Ukrferry-tours, програми подорожей. Офіційний сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrferry-tour.com/site/index.php>.

97. Vaggelas G.K. Analysing the Supply Chain Strategy of the Cruise Industry: The case of a Small Cruise Company/ Vaggelas G.K., I.N. Lagoudis. [Электронне джерело]. – Режим доступа: www.porteconomics.eu.

98. World Travel and Tourism Council. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Соціально-економічне значення туризму

Таблиця А.1

Позитивний та негативний вплив важливих соціально-економічних аспектів, пов'язаних з розвитком туризму [76]

| Позитивні наслідки | Негативні наслідки |
|--|---|
| 1. Сприяння економічному розвитку країн та регіонів | |
| Туризм став невід'ємною частиною економіки багатьох країн, що розвиваються, і одним із найважливіших джерел валюти. | Туризм – сфера економіки, яка підпадає під кризи. Для багатьох країн, що розвиваються, не має суттєвого значення. |
| Збільшення притоку іноземної валюти. | Для «приймаючих» сторін небезпечні туристичні моноструктури, оскільки туризм підпадає під дуже сильні флуктації попиту. |
| 2. Надходження твердої валюти в країну/регіон | |
| Ефект мультиплікатора | Доходи від туризму у твердій валюті нерідко сильно завищені через великі потреби в імпорті товарів і послуг («відплив» несприятливий нетто-баланс) |
| 3. Ріст добробуту місцевого населення | |
| Туризм має широкі зв'язки з іншими сферами економічної діяльності, а отже, непрямо впливає на створення робочих місць і доходи. Дієва боротьба з бідністю. | Створення дисбалансу, підвищення цін на внутрішньому ринку. |
| Залучення інвестицій, розширення сектора послуг, підвищення ступеня диверсифікації економіки. | Виникнення економічної нерівності. |
| Розвиток більш сучасної інфраструктури, яка використовується не тільки туристами, але й місцевими жителями. | |
| 4. Створення робочих місць | |
| Сьогодні туризм – одна із сучасних індустрій із найбільш високими можливостями створення робочих місць (у зв'язку з орієнтацією на сервіс, туризм важко «автоматизувати»). | Туризм створює здебільшого низькооплачувані, сезонні робочі місця, які не дають можливості для росту кваліфікації. Кваліфіковані робочі місця часто недоступні для сільського населення, в нього не вистачає вмінь та фінансових можливостей, щоб незалежно вести бізнес. |
| Велика кількість створюваних робочих місць для працівників із низькою кваліфікацією не завжди є негативним фактором, оскільки вони заповнюються | «Імпорт» управлінського персоналу. |

Продовження таблиці А.1

| | |
|--|---|
| місцевими жителями без високого освітнього рівня. | |
| Туризм також створює частину кваліфікованих робочих місць для виконання різних завдань (Гіди, менеджери у сфері туризму та охорони природи). | |
| 5. Вплив на сферу культури | |
| Сприяння взаєморозумінню між народами і «модернізації». | Руйнування культурних цінностей, що склалися (ріст злочинності, проституції). |
| Посилення культурної самосвідомості місцевого населення. | Комерціалізація традиційних культурних цінностей. |
| Привернення уваги до проблем третього світу. | Ізольованість туристичних центрів від реального життя приймаючих сторін. |

Додаток Б.
Структура круїзного ринку

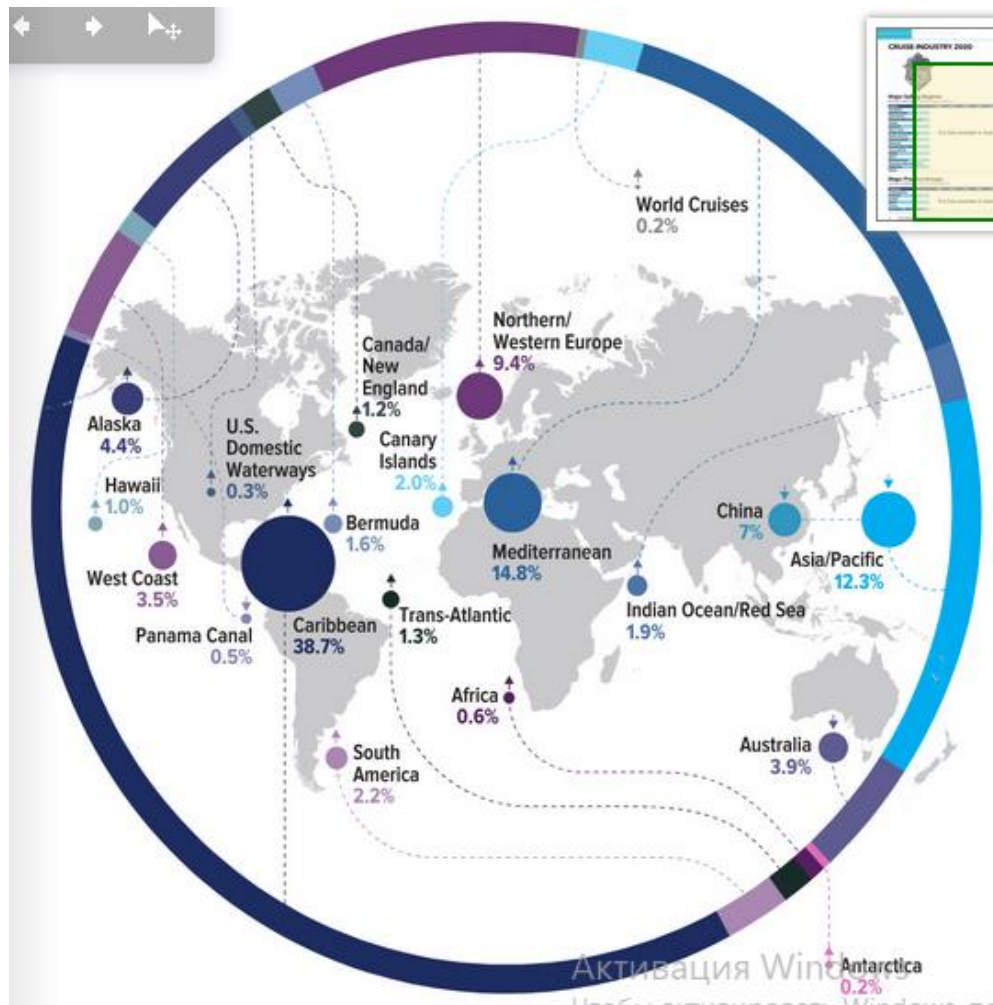


Рис. Б. 1 Структура круїзного ринку в 2019 р. [79]

Додаток В.
Інновації на круїзному ринку

Таблиця В.1

Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму

| СТАРИЙ РИНОК | НОВИЙ РИНОК |
|--|---|
| 1 | 2 |
| <i>Зміни у структурі пропозиції</i> | |
| Робота середніх і малих круїзних судноплавних компаній з розгалуженою мережею посередників | Горизонтальна інтеграція ринку. Через злиття і поглинання круїзних судноплавних компаній для забезпечення виживання на ринку формуються круїзні корпорації (холдинги) |
| Об'єднання круїзних компаній в асоціації (організації) за регіонами діяльності | Об'єднання регіональних асоціацій (організацій) круїзних компаній. Формування міжнародних структур для організації контролю за розвитком круїзного ринку |
| Бронювання та продаж круїзних туристичних продуктів через посередників (представників) круїзних компаній | Перебудова системи збуту круїзних туристичних продуктів. Зменшення ролі посередників (представників), у т. ч. через застосування мобільних та Інтернет-технологій |
| Використання сталих цін на круїзний туристичний продукт за каталогом | Пошук нових способів діяльності на ринку через агресивний маркетинг, формування комбінованих круїзних пакетів, бюджетних круїзних пакетів, скорочення тривалості круїзів, пропонування знижок |
| Робота круїзних компаній по формуванню круїзних брендів | Підтримка іміджу круїзних брендів |
| Персонал, що обслуговував туристів, набирался з інших галузей | Вільне пересування робочої сили. Інтернаціоналізація персоналу круїзних компаній як у навігаційній, так і у сервісній сферах |
| Розбудова транспортної та портової інфраструктури без урахування потреб круїзного туризму | Розбудова транспортної та портової інфраструктури у регіонах призначення (дестинаціях) під потреби круїзного туризму |
| Використання класичного маркетингу при формуванні та продажу круїзного туристичного продукту | Зростання значення інструментів маркетингу, у т. ч. інноваційного, при формуванні та продажу круїзного туристичного продукту |
| Позиціонування круїзного продукту як продукту елітарного туризму | Позиціонування круїзного продукту як продукту масового туризму, орієнтованого на всіх |
| Будівництво круїзних суден для освоєння потенціалу круїзного ринку | Будівництво круїзних суден з великою пасажиромісткістю як готелів-курортів з власним брендом. Реновація суден під сучасний круїзний туристичний продукт |

| 1 | 2 |
|---|---|
| Класичні круїзні туристичні продукти, які передбачають мінімальний час на перебування в портах призначення | Розширення географії круїзних подорожей, у т. ч. організація експедиційних круїзів. Збільшення часу на стоянку в портах призначення |
| Конкуренція між окремими круїзними туристичними продуктами | Конкуренція між послугами в структурі круїзного туристичного продукту (послуги на борту та берегове обслуговування під час зупинки у порту) |
| Діяльність круїзних компаній орієнтована на отримання прибутку | Соціально-екологічна відповідальність круїзних компаній спрямована на зменшення перенавантаження туристичних дестинацій |
| Розподіл функцій між учасниками ринку круїзного туризму на основі загальноринкових правил | Розбудова зовнішніх зв'язків круїзних судноплавних компаній на основі стратегічного партнерства |
| Зміни у структурі попиту | |
| Попит несегментований. Продаж типових круїзних туристичних продуктів, які не приділяли уваги потребам різних груп туристів | Зростання сегментації попиту. Урізноманітнення (диференціація) круїзних продуктів для врахування усіх вимог туристів |
| Якість як константа круїзного продукту. Значна залежність між якістю та ціною на круїзний туристичний продукт | Зростання вимог до якості круїзного туристичного продукту. Всі круїзні продукти, незважаючи на тип судна та умови круїзу, повинні бути найвищої якості |
| Безпека під час круїзної подорожі гарантується круїзною судноплавною компанією та страхувальником | Зростання вимог до параметрів безпеки круїзного туристичного продукту. Гарантування державою безпеки туристів – «подорожі з директивами» |
| Переважають стандартні круїзні туристичні продукти, спрямовані на рекреацію та пізнання | Зростання значення активних форм відпочинку. Формування круїзних туристичних продуктів екологічного та спортивного спрямування |
| Незначний досвід круїзних подорожей | Високий рівень досвідченості та мобільності туристів. Зростання повторних звернень та формування лояльності до певної круїзної компанії |
| Визначальний вплив круїзних операторів та їх посередників (представників) на вибір туристом круїзного туристичного продукту | Вплив Інтернет-послуг на формування попиту на круїзний туристичний продукт |
| Переважає «раннє бронювання» круїзних туристичних продуктів через круїзних операторів та їх представників | Збільшення частки «пізнього бронювання» круїзних туристичних продуктів, що частково пов'язано з «гарячими пропозиціями» круїзних операторів і можливістю он-лайн бронювання |