

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М. М. Логвин

„_____” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ І РОЗВИТКУ
КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ”***

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

Виконавець роботи Чайковська Алеся Олександрівна

(підпис, дата)

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

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	6
1. 1. Вплив туристичної діяльності на соціально-економічний розвиток сучасного суспільства	6
1.2. Зміст круїзного туризму та його види	18
1.3. Світовий досвід розвитку круїзного туризму	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ	55
2.1. Характеристика і потенціал ключових ринків круїзного туризму	55
2.2. Інфраструктурне забезпечення сучасного круїзного туризму	66
2.3. Організація безпеки в круїзному туризмі.....	83
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	93
3.1. Інформаційні та інноваційні технології в організації круїзного туризму..	93
3.2. Організаційно-економічні заходи повоєнного відновлення ринку круїзного туризму в Україні	102
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	113
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	115
ДОДАТКИ	123

ВСТУП

Насиченість туристичного ринку продуктами та послугами зумовлює постійну потребу у пошуку нових рішень, що здатні забезпечити конкурентоспроможність туристичних підприємств. Темпи зростання обсягів круїзного туристичного потоку у світі свідчать про здатність учасників ринку задовольняти різні групи потреб (мотивів) споживачів. На прикладі круїзного туризму в повній мірі реалізується концепція сталого розвитку туризму, розвиваються дестинації та освоюються нові географічні території.

Круїзний туризм є універсальним видом туризму, глобально інтегрованим до світової економіки, поєднуючим у собі практично всі форми рекреації, а також об'єднуючий різні види сервісу та організації дозвілля. У своєму сучасному варіанті круїзний бізнес сформувався у 50-ті роки XX-го століття з трансатлантичних морських пасажирських перевезень і являє собою туристичну поїздку морем або по річці, як правило, з заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна. Десятки круїзних компаній по усьому світу експлуатують сотні пасажирських суден, місткістю від 70 до понад 1 тис. пасажирів, і пропонують захоплюючі поїздки практично в будь-який регіон світу. Фактично, круїз являє собою морський тур, у базову вартість якого включене комплексне обслуговування на борті судна. Зокрема: проїзд на судні, проживання в каюті (у залежності від обраного класу), триразове харчування, розваги і, як правило, ціла низка спеціальних заходів на борті судна (свята, фестивалі, конкурси, концерти).

Круїзний туризм є важливою складовою туристичної сфери України, оскільки, формував до війни 5,5-7% в'їзного туристичного потоку. Дані Міжнародної асоціації круїзних компаній (CLIA) вказують, що навіть у кризових роках обсяги збуту продукту круїзного туризму падали меншими

темпами, ніж в інших сегментах туристичного ринку. Саме для підтримки активного розвитку ринку судноплавні компанії та оператори орієнтовані на впровадження різних типів інновацій у складі пакетного продукту, що розширює демографічну структуру споживачів та визначає культуру споживання круїзного туристичного продукту серед молоді. Тому є потреба в розробці ефективних механізмів управління інноваційним круїзним туристичним продуктом.

У кваліфікаційній роботі розглянуто тенденції розвитку світового круїзного ринку в період пандемії та після неї. 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.

Дослідження вчених В. Жихаревої, А. Захаріної, Н. Логунової, Ю. Михайлової, С. Нездоймінова присвячено аналізу динаміки та проблемам розвитку круїзного судноплавства. Проблеми сучасного торгового судноплавства, міжнародного морського туризму висвітлено в працях Н. Безрукової, В. Дергачова, А. Котлубая. Історичний аспект розвитку круїзної індустрії детально досліджували вчені Н. Зацепіна, О. Ляховська, Л. Паладич. 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. Соловйов, О.В. Тищенко, А. О. Филипенко, І.Я. Антоненко, І. Л. Мельник.

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

Для досягнення поставленої мети визначено такі дослідницькі завдання:

- розкрити вплив туристичної діяльності на соціально-економічний розвиток сучасного суспільства;
- розкрити зміст круїзного туризму та його види;

- дослідити світовий досвід розвитку ринку круїзного туризму;
- охарактеризувати потенціал ключових ринків круїзного туризму;
- проаналізувати інфраструктурне забезпечення круїзного туризму;
- вивчити організацію безпеки в круїзному туризмі;
- інформаційні та інноваційні технології в організації круїзного туризму як напрями його вдосконалення;
- запропонувати організаційно-економічні заходи повоєнного відновлення 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 повоєнній 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 – 2025” (м. Полтава, 2025 рік).

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел. У роботі міститься 8 таблиць, 25 рисунків, 1 додаток (1 рисунок), список використаних джерел складає 93 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Вплив туристичної діяльності на соціально-економічний розвиток сучасного суспільства

Туризм – це складне та багатогранне явище, яке тісно пов'язане з такими сферами, як економіка, історія, географія, архітектура, медицина, культура, спорт та багато інших. Однак жодна з цих галузей не може повністю охопити туризм як об'єкт дослідження, і жоден соціально-економічний інститут не здатний самостійно вирішити всі його проблеми. Існує різноманіття поглядів на туризм як на господарську галузь, міжгалузовий комплекс або ринок, де туристичні підприємства створюють туристичний продукт, використовуючи продукцію різних галузей.

За визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туризм походить від французького слова *tour* (прогулянка, поїздка) і означає подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку [10].

Згідно з Законом України "Про туризм," туризм визначається як «тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання для оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових або інших цілей без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» [55].

На думку Н.Ф. Реймерса, туризм – це будь-яка подорож з метою відпочинку та ознайомлення з новими регіонами й об'єктами. О.О. Бейдик, у свою чергу, визначає туризм як форму масового подорожування та відпочинку, спрямовану на ознайомлення з навколишнім середовищем, що виконує екологічну, освітню та інші функції [7].

Економічне, соціальне та культурне значення туризму в сучасних умовах полягає в тому, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки, активізуючи

такі галузі, як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок та виробництво товарів масового споживання. Він також сприяє зайнятості населення, зростанню номінального та реального ВВП країни, є важливим джерелом валютних надходжень і забезпечує позитивне сальдо у платіжному балансі країни.

Окрім економічного прибутку, туризм сприяє підвищенню престижу країни та освітньому рівню її жителів. Сутність туризму почала формуватись завдяки масовим переміщенням значної кількості людей, які прагнули змістовно проводити своє дозвілля. Водночас подорожі завжди були характеризували людину як біологічну істоту.

Сфера туризму це соціально детерміноване явище, тому вимагає глибокого наукового осмислення та спрямована на досягнення двох ключових завдань:

- економічного – отримання прибутків від комерційної діяльності з надання туристичних послуг;
- соціального – забезпечення соціальних благ та послуг туристичного і рекреаційного характеру.

Соціально-економічна природа туризму базується на принципі прямої та зворотної трансформації. Економічний розвиток туризму через податкові надходження сприяє поповненню бюджету, що, у свою чергу, дозволяє реалізовувати соціальні програми, підвищуючи рівень та якість життя, а також платоспроможний попит населення. Це створює додаткові інвестиційні ресурси для галузі, що посилює ефект «туризм розвиває туризм». На кожному новому циклі обсяг доходів від туризму зростає завдяки збільшенню туристичних потоків і впливу інвестицій.

Поряд з економічною функцією, в аналогічній пропорції реалізується соціальна функція туризму, спрямована на фізичне та духовне оздоровлення нації, що позитивно впливає на якість людських ресурсів. Це, у свою чергу,

підвищує продуктивність праці та збільшує доходи бюджету, забезпечуючи подальший економічний розвиток.

Принцип взаємозалежності економічної та соціальної складових туризму працює також у зворотному напрямку: соціальні інвестиції в розвиток людини через туризм сприяють підвищенню якості людських ресурсів, що, своєю чергою, посилює економічний ефект. Кожен оберт у цій системі призводить до трансформації економічної складової в соціальну та навпаки, соціальної – в економічну. Отже, туризм можна розглядати як складну багатофакторну соціально-економічну систему, де економічні та соціальні підсистеми повинні знаходитися в гармонії та взаємодоповнювати одна одну.

Зарубіжний досвід показує, що розвиток туризму може мати різноманітні наслідки на національному, регіональному і місцевому рівнях, які варіюються від надзвичайно сприятливих до руйнівних. Економічні, екологічні та соціальні наслідки туризму на кожному з цих рівнів можуть значно відрізнятися залежно від масштабу туризму, рівня розвитку та диверсифікації місцевої економіки, а також культурних особливостей країни чи регіону. Важливу роль відіграє також тип і характер природного туризму, який розвивається в конкретному регіоні.

Важливо чітко усвідомлювати як потенційні можливості, так і негативні соціально-економічні ефекти, що можуть виникати при розвитку туризму, враховуючи їх під час планування та управління туристичною діяльністю. Далі розглянемо основні соціально-економічні аспекти, пов'язані з розвитком туризму, з прикладами позитивного та негативного впливу, а також деякі характеристики [70, с. 254-256].

Туристичні підприємства взаємопов'язані, тому будь-які зміни у витратах туристів впливають на рівень виробництва, доходи, зайнятість та обмінний курс. Для оцінки економічного впливу туризму часто застосовують мультиплікатор туризму. Він показує, як змінюються економічні показники

(зайнятість, дохід, рівень виробництва) у відповідь на зміну витрат туристів. Мультиплікатор демонструє, скільки разів кожен витрачений туристом долар «обертається» в місцевій економіці перед тим, як вийде з неї через канали вилучення. Чим більший мультиплікатор, тим потужніший вплив туризму на економіку.

Ефект мультиплікатора ґрунтується на тому, що доходи, отримані в економічній системі, багаторазово збільшують загальний дохід, отриманий у цій системі. Однак економічні переваги туризму в деяких країнах, особливо в тих, що розвиваються, іноді переоцінюються. Це відбувається через «відплив» доходів за кордон, зокрема через імпорتنі товари для туристів, домінування іноземних компаній на туристичному ринку та низьку частку місцевих мешканців серед зайнятих у цій сфері.

Туристична діяльність безумовно сприяє розвитку інших галузей економіки та диверсифікації економічної структури. У туристичних регіонах особливо активно розвиваються сільське господарство, транспорт, зв'язок і будівництво, що, в свою чергу, стимулює економічний розвиток, створює робочі місця для місцевого населення та підвищує рівень їхнього життя. Це особливо актуально для слаборозвинених, гірських і сільських регіонів.

Однак, з іншого боку, зростання кількості туристів може спричинити дефіцит продуктів харчування та предметів першої необхідності для місцевих жителів, що створює конкуренцію між туристами та місцевими мешканцями. Це може призвести до підвищення цін на основні групи товарів, що відчутно впливає на добробут місцевого населення.

Туризм часто має неоднозначний соціально-економічний вплив, оскільки збагачує заможні верстви населення, збільшуючи нерівність і залишаючи менш заможні групи в складному становищі. У деяких випадках це породжує заздрість до туристів, що можуть дозволити собі високі витрати. Це, у свою чергу, може спонукати місцевих мешканців до протиправних або аморальних

дій, особливо якщо вони не бачать прямих вигід від туристичних витрат у своєму житті.

Участь місцевого населення в туризмі можлива через залучення до сфери гостинності, виробництва сувенірів, продуктів харчування, анімаційних заходів та обслуговування туристичних маршрутів. Це не лише підвищує зайнятість, але й сприяє соціальній стабільності, закріпленню населення на рідних територіях та поверненню молоді з міст.

Існує також ефект прискорення або ланцюгової реакції: розбудова місцевої інфраструктури для туризму може залучити нові інвестиції, зокрема й іноземні, а також стимулювати створення місцевої промисловості для забезпечення туристичного попиту. Це сприяє покращенню платіжного балансу та збереженню іноземної валюти.

Додаткові податкові надходження можуть спрямовуватись на розвиток інфраструктури, реставрацію історичних пам'яток, природоохоронні заходи та програми соціального розвитку, що підвищує загальну якість життя населення.

Отже, можна зробити висновок, що, по-перше, туризм виконує важливі соціально-економічні функції, особливо на регіональному рівні. По-друге, розвиток туризму має як позитивні, так і негативні наслідки. І нарешті, для зменшення негативних соціальних та економічних наслідків від туризму необхідно ретельно планувати, контролювати та вчасно коригувати його розвиток [70, с. 256-258].

Соціальна складова туризму є багатоаспектним явищем із подвійною природою. З одного боку, вона охоплює соціальні ресурси та засоби для здійснення туристичної діяльності, з іншого – виступає соціальним результатом, що суттєво впливає на соціально-економічний розвиток суспільства. Соціальна роль туризму виявляється через різноманітні соціально-економічні ефекти, зокрема:

- сприяння економічному зростанню: туризм і рекреаційна сфера

характеризуються малими початковими інвестиціями, швидкою окупністю та високою рентабельністю. Завдяки високому попиту темпи розвитку туризму на 9-10% перевищують середні темпи зростання світової економіки, забезпечуючи мультиплікативний ефект на суміжні галузі;

- зростання зайнятості: за підрахунками ЮНВТО, кожен турист створює приблизно 10 робочих місць у сфері туризму та суміжних галузях, що займаються виробництвом і споживанням товарів і послуг для туристів;

- підвищення рівня життя: прямі виплати заробітної плати працівникам туризму та непрямий економічний вплив на інші галузі (транспорт, громадське харчування, виробництво спорядження та сувенірів) підвищують добробут населення;

- сприяння відновленню здоров'я: туризм сприяє відновленню фізичних і психічних сил працівників, що, у свою чергу, підвищує продуктивність праці;

- поповнення державного та місцевих бюджетів: туристичні підприємства вносять податки і збори, що підтримує бюджети різних рівнів;

- покращення інфраструктури та благоустрою: розвиток туризму стимулює інвестиції в інфраструктуру міст і сіл, забезпечуючи їхній благоустрій;

- розвиток людського потенціалу: туризм сприяє розвитку як індивідуальних, так і колективних ресурсів на рівні спільнот, регіонів, країн і людства загалом.

Дійсно, дослідження показують, що інвестиції в оздоровчі програми для працівників мають значний економічний ефект. Ось кілька ключових результатів:

1. Зниження тимчасової непрацездатності: Оздоровлення допомагає скоротити середню кількість днів відсутності через тимчасову непрацездатність на 3-4 дні на рік. Це може включати зменшення випадків простудних захворювань, фізичних травм, стресу та інших факторів, які знижують

працездатність.

2. Зниження втрат робочого часу через скорочення смертності: Оздоровчі заходи, зокрема профілактика серцево-судинних захворювань, можуть знизити смертність серед працівників працездатного віку, що дозволяє уникнути втрати 6-7 робочих днів на рік на одного працівника. Це важливий аспект довгострокового впливу на економіку та бізнес, оскільки працівники залишаються продуктивними довше.

3. Зменшення днів стаціонарного лікування: Профілактичні заходи та оздоровчі програми можуть скоротити середню тривалість перебування в стаціонарі на 2-3 дні, оскільки працівники рідше потребують інтенсивного лікування.

4. Підвищення продуктивності праці: Загалом, завдяки покращенню фізичного та психічного здоров'я працівників, продуктивність праці може зрости на 3%. Це означає, що зменшується частота помилок, підвищується зосередженість та витривалість на роботі.

Рис. 1.1.1 демонструє соціальну роль туризму безпосередньо через основні гуманітарно-соціальні функції.



Рис. 1.1.1 Гуманітарно-соціальні функції і соціальна роль туризму, складено авторкою

Таким чином, соціальна складова туризму охоплює широкий спектр позитивних ефектів, що взаємопов'язані з економічним та соціальним розвитком суспільства [47, с. 172-174].

Якщо підприємство впровадить оздоровчі програми, орієнтовані на профілактику захворювань, фізичні активності та ментальне здоров'я, воно може скоротити витрати на лікарняні дні та підвищити загальну продуктивність, що позитивно вплине на дохідність [46].

Так, туризм має значний вплив на якість життя, сприяючи не лише економічному зростанню через збільшення доходів та розширення можливостей споживання, але й стимулюючи соціальні, культурні та духовні аспекти розвитку людини. Подорожі та відпочинок дозволяють людям відкривати нові культурні горизонти, розширювати світогляд і краще розуміти різноманіття світу. Це призводить до зсуву в структурі потреб: люди починають більше цінувати не лише матеріальні, але й нематеріальні блага, такі як культурний обмін, емоційне збагачення і розвиток внутрішньої гармонії.

Крім того, туризм може сприяти розвитку екологічної свідомості, коли подорожуючі стикаються з питаннями збереження природи та сталого розвитку регіонів. Таким чином, він стає не тільки способом проведення дозвілля, а й засобом, який допомагає формувати гармонійне співіснування людини з навколишнім світом та сприяти її усвідомленій взаємодії з ним у складних і мінливих умовах сучасного життя [27, с. 21].

Сучасна індустрія туризму дійсно є однією з найдинамічніших галузей світової економіки, що суттєво впливає на розвиток багатьох країн. Це особливо важливо, адже туризм одночасно виконує функції економічного зростання, сприяє розвитку інфраструктури, створює нові робочі місця та стимулює зростання попиту на товари і послуги, що спричиняє ефект мультиплікатора в економіці. Завдяки туризму збільшується приплив іноземної валюти, що підвищує фінансову стабільність країн, особливо тих, які значною

мірою залежать від туристичних доходів.

Економічна привабливість цієї галузі полягає у високій швидкості окупності інвестицій, адже надання послуг вимагає менших початкових витрат порівняно з виробничими галузями. Туризм також сприяє культурному обміну, розвитку індустрії гостинності та збагаченню локальної культури. Важливою соціальною функцією є покращення умов життя у регіонах завдяки розвитку інфраструктури, включаючи транспорт, медичні послуги, комунальні мережі та розважальні комплекси, що забезпечує підвищення якості життя місцевого населення.

Якщо вам потрібні уточнення щодо функцій туризму, зазначених на рисунку, можу допомогти розібратися або надати більше інформації про конкретні аспекти розвитку галузі.

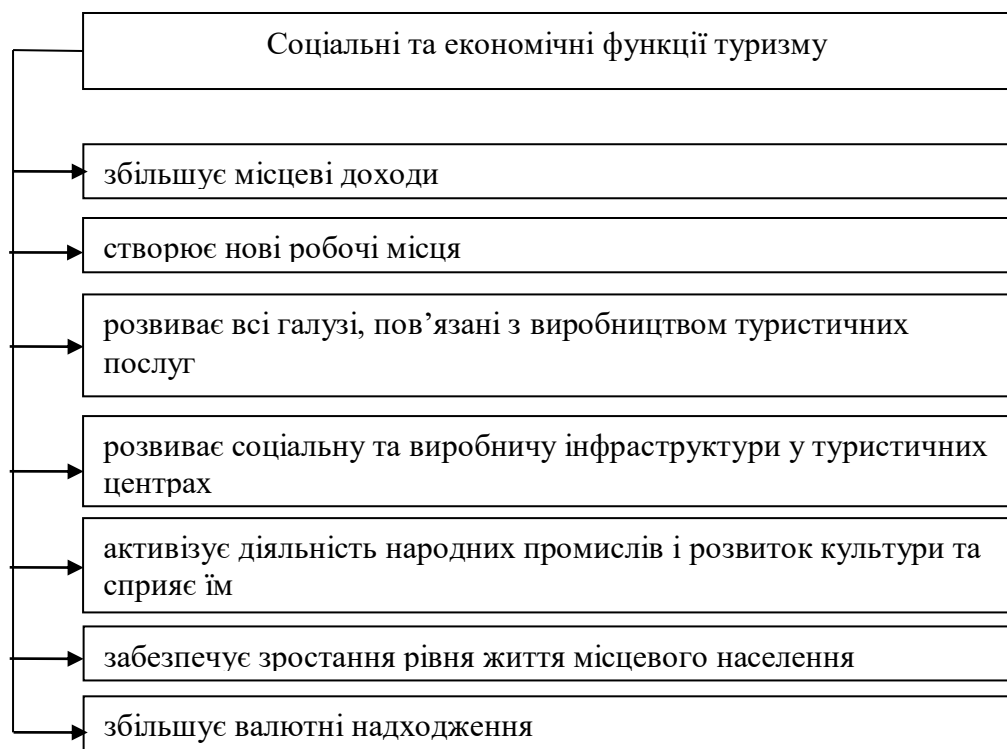


Рис. 1.1.2 Соціальні та економічні функції туризму, складено авторкою

А у багатьох країнах туризм є однією з ключових галузей економіки. Завдяки своїй високій прибутковості та здатності генерувати значні доходи в

іноземній валюті, туризм часто потрапляє до трійки провідних галузей, особливо в державах із розвинутою туристичною інфраструктурою, бо для нього характерні функції надані на рисунку 1.1.2.

Економічно туризм стимулює розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, готельно-ресторанний бізнес, торгівля, розваги, культура, мистецтво і навіть сільське господарство, яке постачає продукцію до ресторанів і готелів. Таким чином, туризм сприяє діловій активності, залучає інвестиції та сприяє створенню нових робочих місць. Крім того, він виконує важливу соціальну функцію: забезпечує населення послугами, сприяє покращенню інфраструктури, підвищує стандарти обслуговування, а також сприяє культурному обміну та збереженню національної спадщини.

Туризм дійсно виконує низку важливих економічних функцій, що позитивно впливають на національну економіку та розвиток окремих регіонів. Серед основних економічних вигод туризму можна виокремити наступні аспекти:

1. інфраструктурний розвиток – стимулюючи розвиток готелів, ресторанів, торгівельних закладів, а також транспортної та комунальної інфраструктури, туризм створює передумови для підвищення якості обслуговування не лише туристів, а й місцевого населення;

2. фінансові надходження до бюджету – за рахунок податкових зборів (прямих та непрямих) туризм збільшує бюджетні доходи. Це включає доходи від туристичних зборів, плат за візу, митних зборів, а також прибуткових податків з працівників туристичної сфери;

3. залучення іноземної валюти та інвестицій – туризм є ефективним каналом для притоку іноземної валюти в економіку;

4. диверсифікація економіки – туризм дозволяє створити нові галузі, які спеціалізуються на обслуговуванні туристичних потреб, що, своєю чергою, забезпечує стійкість економіки. Він не лише додає різноманіття у структуру

ВВП, але й сприяє зростанню доходів населення, підвищуючи рівень добробуту;

5. підтримка зайнятості та доходів населення – туризм створює широкий спектр робочих місць – від обслуговуючого персоналу до керівників туристичних об'єктів, що забезпечує стабільні доходи для значної частини населення та покращує економічну ситуацію в регіонах, залежних від туризму.

Таким чином, туризм не лише генерує фінансові ресурси та підтримує економічне зростання, але й сприяє розвитку багатьох соціально важливих сфер.

Для того, щоб позитивний вплив туризму на економіку був стійким і всебічним, його розвиток повинен відбуватися збалансовано та гармонійно з іншими галузями економіки. Зосередження економіки виключно на туристичній сфері може призвести до ризиків, таких як надмірна залежність від зовнішніх факторів (наприклад, коливань у туристичному попиті, політичної нестабільності, природних катаклізмів).

Ефективний розвиток туризму вимагає інтеграції з іншими секторами, такими як:

1. Сільське господарство – забезпечення місцевими продуктами харчування знижує витрати на імпорт, підтримує фермерські господарства та додає автентичності туристичним продуктам.

2. Промисловість – підтримка виробництва товарів, які можуть бути цікавими туристам (ремесла, сувеніри, одяг, меблі), створює нові робочі місця і сприяє розвитку локального підприємництва.

3. Культура і мистецтво – туризм стимулює розвиток культурної сфери, а також сприяє збереженню традицій і національної спадщини, перетворюючи їх на джерело доходу.

4. Екологія та природні ресурси – стійкий туризм повинен орієнтуватися на збереження природних ресурсів і екологічної чистоти.

5. Технології та інновації – використання сучасних технологій у туризмі (онлайн-бронювання, цифрові послуги, інтерактивні гідів) допомагає не лише залучати більше відвідувачів, але й стимулює технологічний розвиток.

Розвиток туризму у взаємозв'язку з іншими галузями забезпечує стійке економічне зростання, сприяє диверсифікації джерел доходу та покращує добробут суспільства [56, с. 28-30].

Соціально-економічне значення туризму проявляється у його здатності генерувати прибуток та водночас надавати соціальні послуги, що сприяють підвищенню добробуту суспільства. Зокрема, круїзний туризм, як універсальна форма туризму, має великий потенціал, оскільки він поєднує різноманітні послуги, які створюють комплексний туристичний досвід для мандрівників.

Круїзний туризм включає в себе різноманітні елементи обслуговування, такі як готельний сервіс, ресторанне обслуговування, екскурсійні програми, організацію дозвілля на борту, а також транспортну і портову логістику. Завдяки цьому він приносить користь багатьом економічним секторам і сприяє розвитку регіонів.

Як і наземний туризм, круїзний поділяється на в'їзний і виїзний туризм, кожен із яких вимагає певних інвестицій у туристичну, портову та міську інфраструктуру. Для розвитку круїзного туризму необхідні сучасні порти, організовані системи транспортного сполучення, об'єкти інфраструктури для комфортного перебування туристів, а також надійна система обслуговування. У зв'язку з цим круїзний туризм може виступати каталізатором економічного розвитку і стимулом для створення нових робочих місць у різних галузях.

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

1.2. Зміст круїзного туризму та його витоки

Слово "круїз," яке походить з англійської мови (від "to cruise" – "здійснювати подорож"), спочатку означало лише навколосвітню морську подорож. Сьогодні це поняття набуло ширшого значення і стосується «звичайної туристичної подорожі, що проходить морем, річкою або будь-якою іншою водоймою за певним маршрутом» [23, с. 232].

У «Словнику-довідника туристських термінів» категорія «круїз» визначається «як туристська поїздка 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» [4]. 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» [20].

На думку А. Захаріної, поняття "круїзний туризм" включає набагато більше особливостей. Розуміння суті цього виду туризму дозволяє глибше дослідити його специфічні риси та розвиток. А. Захаріна розглядає круїзний туризм як вид туризму, що базується на економічних відносинах між суб'єктами діяльності: надавачем туристичної послуги (туристичним підприємством, що має ресурси для створення й реалізації круїзу), супутніми установами, що обслуговують туристичну сферу, споживачем туристичної послуги, а також державним апаратом, який регулює діяльність надавача і

споживача за допомогою нормативно-правової бази, міжнародних актів та впливу міжнародних організацій [22, с. 39].

Туризм включає морські та річкові круїзи. Морські круїзи, як правило, мають замкнутий маршрут із зупинками в портах для радіальних екскурсій до внутрішніх районів країн. Річкові круїзи здійснюються на водному транспорті по внутрішніх водних артеріях, таких як річки, озера, канали (див. рис. 2.1.1) [2, 20]. Організацію морських і річкових подорожей та круїзів здійснюють спеціалізовані туристичні компанії та агентства. Більшість із них створюється на базі пароплавств або комерційних судноплавних компаній.

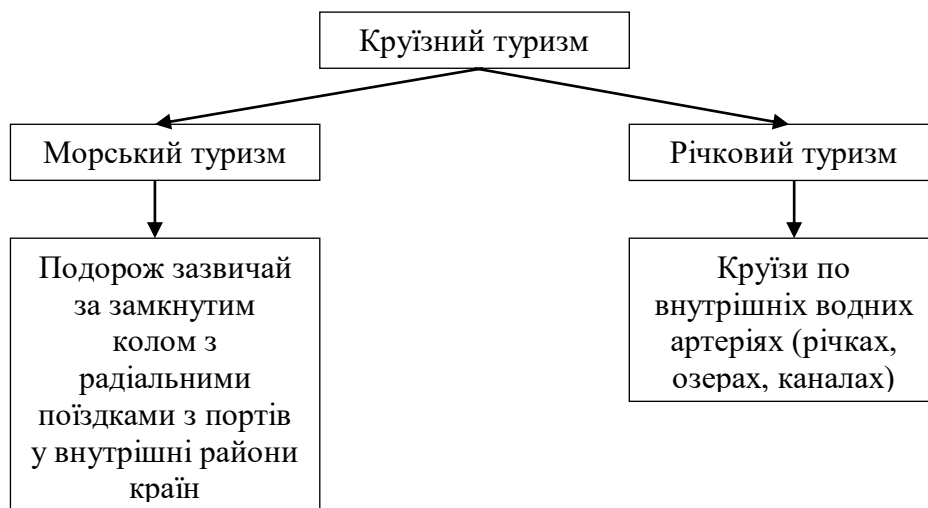


Рис. 2.1.1 Види туристичних круїзів за характеристикою водного простору, складено за [2, 20]

Перші річкові екскурсії на човнах Темзою в Англії організував Томас Кук у 1843 році. Приблизно в той самий час компанія American Express у Північній Америці розпочала регулярні екскурсії по річці Міссісіпі на колісному пароплаві Mississippi. Упродовж останніх десятиліть ринок морських круїзів демонстрував значне зростання та стабільний приріст. На світовому круїзному ринку спостерігається висока концентрація флоту у руках небагатьох круїзних компаній, які контролюють близько 85% ринку круїзних послуг, маючи представництва в багатьох 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 – це туристична поїздка на борту спеціального пасажирського судна. Спочатку круїзом вважали морську подорож тим самим судном за замкненим маршрутом із зупинками в цікавих портах, інколи з короткими екскурсіями у внутрішні райони. Згодом до круїзів стали відносити й подорожі річками. На сьогодні круїз розуміють як подорож водним транспортом, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст та різноманітні варіанти розваг і дозвілля на борту морських і річкових лайнерів. (табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

Засоби пасажирських водних перевезень та їх класифікація, складено за [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 – суднах на повітряній подушці, катамарані, суднах на підводних крилах; парусні судна, у тому числі навчальні й екскурсійні

Круїзні подорожі мають ряд особливостей, які роблять їх унікальними серед інших видів туризму. Нижче означено основні ознаки круїзних мандрівок.

1. Багатофункціональність судна. Корабель у круїзі – це не тільки засіб транспортування, а й повноцінний курорт. На борту зазвичай є басейни, SPA-центри, ресторани та багато інших зручностей, що дозволяє пасажирам насолодитися комфортним відпочинком на воді.

2. Різноманітні маршрути. Круїзні лінії часто проходять через популярні й мальовничі регіони світу, що формує унікальні круїзні зони з різноманітними маршрутами, які включають культурні та природні пам'ятки.

3. Планування зупинок. Зупинки зазвичай здійснюються в цікавих для туристів портах. У залежності від круїзної системи, пасажирів можуть насолодитися пляжним відпочинком (американська система) або культурними екскурсіями (європейська система), організованими з гідом або для самостійного огляду. Важливо повернутися на судно вчасно, щоб уникнути проблем.

4. Система обслуговування. На борту діє система "все включено", що передбачає повний пакет послуг. Додатково оплачуються лише окремі товари чи послуги, про які попереджають пасажирів заздалегідь.

5. Візові вимоги. У деяких портах може знадобитися віза країни зупинки. Інформація про це вказується в турпакеті, і туристам радять заздалегідь перевірити візові вимоги.

Круїзний туризм створює можливість поєднати комфортний відпочинок на борту з відкриттям нових культур та природних локацій.

Круїзні тури вирізняються багатогранною програмою розваг на борту. Сучасні круїзні лайнери обладнані всім необхідним для забезпечення комфорту та відпочинку: працюють різні клуби, проводяться шоу-програми, запрошуються актори та артисти для виступів, функціонують казино і гральні зали. Організація дозвілля часто входить у систему "все включено".

Серед переваг круїзних турів особливо виділяється можливість перебування у портах без візи до 48-72 годин. Це дозволяє пасажирам брати

участь в екскурсіях без додаткових формальностей. Проте значною перешкодою для деяких туристів залишається досить висока ціна круїзних подорожей. З'явилися бюджетні круїзні компанії.

Круїзна індустрія є одним із найбільш динамічних сегментів туристичного ринку, що постійно розвивається. Збільшується круїзний флот, оновлюються та удосконалюються конструкції пасажирських суден, підвищується рівень комфорту на борту, відкриваються нові, захоплюючі маршрути. Основними гравцями на світовому ринку круїзного туризму є такі компанії, як Carnival Cruise Lines, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines, що володіють значною часткою круїзного флоту та мають представництва по всьому світу.

Із 1980-х років круїзна індустрія демонструє стійке зростання. У 1985 році світовий флот морських круїзних суден складав 120 суден, а до 2019 року їх кількість перевищила 400. Серед великих гравців ринку – Carnival Cruise Line з 11 круїзними лайнерами, Royal Caribbean із 9 океанськими суднами, Holland America Line із 8 судами, і Windstars Cruises із трьома.

Сучасні круїзні лайнери не тільки забезпечують комфортне проживання та якісне харчування, але й мають розвинену інфраструктуру для дозвілля: басейни, спортмайданчики, поля для гольфу, ресторани, кінозали, музичні салони, дискотеки, вертолітні майданчики тощо. Це багатофункціональні комплекси, що можуть повністю задовольнити потреби туристів на борту.

Будівництво круїзних лайнерів є високовартісним: середня вартість судна досягає 90 мільйонів доларів, а серед найбільш дорогих – судно Queen Odyssey, вартість якого оцінюється в 235 млн. доларів.

Корпорація Carnival Corp. – один із найбільших організаторів круїзних маршрутів, що пропонує близько 20 тисяч місць на своїх суднах. Її конкурент Royal Caribbean має 19 тисяч місць і працює на ринку понад 25 років, маючи

власний флот з дев'яти круїзних лайнерів вищого класу. Ця компанія організовує 550 круїзних маршрутів і навіть володіє островом у Карибському морі, спеціально облаштованим для відпочинку туристів.

Набувають популярності й морські круїзи на невеликих парусних яхтах, які можна орендувати двома способами: без екіпажу (бербоут-чартер) або з екіпажем (тайм-чартер). Важлива перевага яхтинг-круїзів полягає в тому, що для заходу в іноземні порти віза не потрібна; замість неї використовується паспорт судна, оформлений на власника або шкіпера яхти.



Рис. 2.1.2 Класифікація круїзів за тривалістю, за [34]

Маршрути морських круїзів мають різноманітну організаційну структуру, що залежить від цілей подорожі, регіону та потреб туристів. Ось основні типи маршрутів (рис. 2.1.2):

1. Кільцеві маршрути – часто проводяться в межах певного басейну, наприклад, Середземного моря, і передбачають зупинки в 8-12 портах різних приморських країн, охоплюючи популярні курорти.

2. Маршрути типу open jaw (відкрита паща) – туристів доставляють із початкової точки до кінцевої без повернення назад на тому ж судні. Такі круїзи зазвичай проходять уздовж узбережжя Європи, Скандинавії та інших регіонів.

3. Короткочасні виходи в море (2-3 дні). Використовують для спеціальних заходів, зокрема грального бізнесу. Наприклад, в Ізраїлі азартні ігри заборонені

на території країни, проте на суднах, які виходять за межі територіальних вод, вони дозволені.

4. Прибережні екскурсії та прогулянкові рейси – орієнтовані на короткочасні прогулянки вздовж узбережжя, часто включаючи тематичні заходи.

5. Тривалі маршрути та кругосвітні круїзи – подорожі можуть тривати від 140 до 180 днів і охоплювати значну кількість країн та континентів, пропонуючи туристам повноцінне занурення в культуру віддалених регіонів.

Ці варіанти дають пасажиром можливість вибору між короткими вихідними мандрівками та багатомісячними експедиціями.

Зараз застосовується наступна цінова класифікація круїзних маршрутів, яка подана у табл. 2.1.2.

Таблиця 2.1.2

Типи круїзів, складено за [4, 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 за добу);
- класичні (100-200 дол. на людину за добу);
- преміум (150- 400 дол. на людину за добу);
- люкс (700 - 1000 дол. на людину за добу);
- ексклюзивні (більше 1000 дол. на людину за добу).

Географія круїзного туризму охоплює кілька великих регіонів, кожен з яких має свої особливості та привабливі риси. Найбільш розвинені круїзні регіони світу включають:

1. Карибський басейн (Мексиканська затока, Карибське море, Панамський канал) – круїзи проводяться цілий рік з маршрутами тривалістю від 3 днів до 2 тижнів. Розрізняють Західні, Східні та Південні Кариби.

2. Середземне море – один із найстаріших круїзних регіонів. Тут маршрути охоплюють кілька європейських країн (Іспанія, Франція, Італія, Греція) та країни Північної Африки (Марокко, Туніс, Єгипет).

3. Скандинавія та фіорди Норвегії – популярні маршрути з відвідуванням фіордів, які дозволяють туристам насолодитися природою півночі Європи.

4. Європа – круїзи навколо європейського узбережжя з можливістю відвідати столичні міста, насолоджуючись культурними пам'ятками та архітектурою.

5. Балтійське море – круїзи по Балтійському морю з заходом до портів, що розташовані в балтійських країнах і столицях, таких як Стокгольм, Хельсінкі, Санкт-Петербург.

6. Індійський океан та Південно-Східна Азія – тривалі круїзи, що починаються в Північній Америці і проходять навколо мису Доброї Надії, охоплюючи Індійський океан і завершуючись в Австралії або Південно-Східній Азії.

7. Океанія та Австралія – подорожі, що охоплюють прибережні регіони Австралії, Нової Зеландії та островів Океанії.

8. Льодові круїзи – маршрути до Антарктиди та Арктики з відвідуванням високоширотних регіонів, таких як узбережжя Гренландії, Ісландії та Антарктиди. Влітку популярні подорожі до Арктики, взимку – до Антарктики.

Серед великих портів, які є популярними центрами круїзного туризму, можна виділити Майамі (США), Акапулько (Мексика), Геную (Італія), Сінгапур, Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада), та Гонолулу (Гаваї, США).

Окремої уваги заслуговують льодові маршрути. Наприклад, на Алясці щороку приймають близько 400 тис. круїзних туристів. Екзотичними напрямками також є Арктика та Антарктида, де туристи можуть відвідати льодовики Гренландії та Ісландії або науково-дослідні судна в Антарктиці, як, наприклад, російське судно «Академік Йоффе».

Морські круїзи пропонують різноманітні формати подорожей, кожен з яких має свої унікальні особливості:

1. Кругосвітні круїзи – тривалі подорожі, які охоплюють обхід земної кулі, зазвичай тривають від шести місяців і більше. Це довготривала та досить дорога форма круїзу, яка приваблює своїм ексклюзивним маршрутом та зупинками в різних куточках світу.

2. Прибережні круїзи – проходять уздовж берегів основних материків і часто мають коротші маршрути з регулярними зупинками в портових містах. Незважаючи на доступність та відносно коротку тривалість, прибережні круїзи мають обмежений доступ до віддалених місць.

3. Експедиційні круїзи – спеціальні тури до малодоступних і екзотичних регіонів (акваторія Північного Льодовитого океану, Антарктичний півострів, Фолклендські острови, Південна Георгія, Полярне коло, Меланезія). Для таких круїзів нерідко використовуються криголами. Цей тип круїзів приваблює людей, які прагнуть нових вражень у природному середовищі та попередньо планують бронювання через попит на унікальні маршрути.

4. Трансатлантичні переходи – перетин Атлантичного океану, довжиною

близько 3000 миль (4800 км), що зазвичай здійснюється між Європою та Північною Америкою. Це більш тривалі подорожі на лайнері через океан, що дозволяють відчувати романтику перетину океанських просторів.

Круїзний туризм добре поєднує різні потреби клієнтів, пропонуючи як індивідуальні маршрути, так і корпоративні круїзи, що можуть включати тренінги та семінари для працівників, що надає змогу вирішувати ділові питання в нетрадиційній обстановці.

Недоліком прибережних круїзів є те, що мандрівка відбувається у водах, що прилеглі до берегів основних континентів. Туристи, що подорожують на трансатлантичних круїзах переходять Атлантику (3000 миль / 4800 км). У період круїзу із експедиційною метою реалізується подорож у мало- та важкодоступні місця: акваторія Північного Льодовитого океану, райони Північного Полярного кола, Антарктичний півострів, Фолклендські (Мальвінські) острови чи Південна Георгія або Меланезія.

Паромні круїзи стали популярними завдяки короткій тривалості й економічній вигоді, надаючи пасажиром можливість здійснити подорож за доступними цінами. Сучасні круїзні пороми є багатопалубними суднами, що поєднують комфортабельність з функціональністю. Завдяки доступності та зручності, вони привертають широке коло туристів, зокрема у Балтійському морі, де популярні круїзні компанії Silja Line і Viking Line організовують регулярні маршрути.

До найбільш популярних круїзних поромних компаній також належать Viking Line, Silja Line, DFDS Seaways, Fjord Line, Smyril Line, Color Line і Superfast series. Ці компанії пропонують сучасні комфортабельні судна, що дозволяють пасажиром насолоджуватися відпочинком навіть у коротких подорожах.

Річкові круїзи, або подорожі внутрішніми водними шляхами, розвинені переважно у країнах з багатими на судноплавні річки ресурсами. Вони можуть

проходити в одному напрямку або слідувати кільцевим маршрутом, що робить такі круїзи більш гнучкими та зручними для туристів. Залежно від тривалості, маршруту та умов обслуговування річкові круїзи поділяються на три основні типи: транспортні, туристичні та екскурсійно-прогулянкові.

1. Транспортні маршрути – забезпечують сполучення між населеними пунктами, працюючи за заздалегідь визначеним розкладом. Вони включають транзитні маршрути (довжиною понад 400 км), місцеві (до 400 км), приміські та внутрішньоміські перевезення, а також переправні та поромні лінії.

2. Туристичні маршрути – організовуються за класичними або спеціальними програмами, зазвичай тривалістю понад 24 години. Вони дозволяють пасажирам насолодитися довготривалими подорожами, відвідавши декілька локацій на одному маршруті.

3. Екскурсійно-прогулянкові маршрути – тривають менш ніж 24 години, частіше використовуються для внутрішньоміських або приміських екскурсій, надаючи можливість швидких та комфортних поїздок із береговим оглядом.

На відміну від морських круїзів, річкові менш залежать від погодних умов і мають значну інформаційну цінність завдяки можливості оглядати берегові ландшафти, зупинятися на зелених стоянках та вивчати історичні та культурні місцевості.

Річковий круїзний туризм найбільш популярний у Європі, де круїзи охоплюють річки Луар, Рейн, Рону, Сену та Ельбу. Судна преміум-класу пропонують винятковий комфорт та розкішний сервіс. Наприклад, голландська компанія Sea Cloud експлуатує річкові круїзні судна класу "люкс". У росії експлуатуються три- та чотирিপалубні теплоходи, збудовані в 1980-х роках, із різними категоріями кают та обширною інфраструктурою на борту.

Круїзи річками Європи очолює Німеччина, а далі популярні Великобританія, Нідерланди, Швейцарія, Австрія та Франція. Серед популярних неєвропейських річкових маршрутів виділяються круїзи по Нілу

(Єгипет), Янцзи (Китай), річці Святого Лаврентія та Міссісіпі (США), а також Амазонці (Бразилія). У країнах із розвиненими річковими та озерними системами, як США та Канада (Великі озера), подібні маршрути особливо затребувані. Круїзи по таких великих водних шляхах забезпечують приємну подорож із різними зупинками для ознайомлення з природними та культурними пам'ятками

Річкові круїзи дійсно пропонують широкий спектр можливостей для подорожей, що задовольняють різні інтереси та потреби туристів. Круїзи від 7 до 15 днів надають достатньо часу для детального ознайомлення з регіоном, його культурою, гастрономією та природою. Короткочасні круїзи, тривалістю до п'яти днів, стають все популярнішими через зручність і можливість поєднати відпочинок з вихідними, що особливо важливо для зайнятих людей.

Окрім цього, річкові круїзи забезпечують комфортні умови для подорожі, оскільки пасажери можуть насолоджуватися пейзажами під час пересування, не переймаючись про зміни готелів. Це робить їх особливо привабливими для людей середнього та похилого віку, які хочуть подорожувати в зручних умовах без ризику морської хвороби. Річкові маршрути зазвичай проходять через живописні місця, що додає додаткової цінності до досвіду подорожі. Як відзначає В. Біржаков, річкові круїзи є ідеальним варіантом для тих, хто шукає різноманітність, комфорт та можливість пізнати нові культури.

Круїзний туризм має унікальні характеристики, які відрізняють його від інших видів подорожей. Транспортний засіб, зазвичай це круїзний лайнер, виконує кілька функцій: він не лише перевозить туристів, але й слугує їхнім житлом, місцем для харчування, оздоровлення та розваг. Це дозволяє туристам насолоджуватися всіма зручностями на борту, поки вони подорожують, створюючи неповторний досвід.

Основні споживачі круїзів – це люди з високим рівнем доходу, зазвичай старші 40 років, які подорожують із сім'єю. Круїзна індустрія демонструє

вражаючи фінансові показники – сукупний прибуток у 2019 році, що перевищував 40 млрд. доларів США. Середній виторг на одного круїзного пасажирів досягає 1,700 доларів, з якої найбільшу частку займає вартість квитка.

Незважаючи на стабільний попит, спостерігається тенденція до зменшення купівельної спроможності населення. Дані КЛПА показують, що близько 70% круїзних пасажирів подорожували протягом останніх 10 років, а лише 40% – в останні 5 років. Це може вказувати на те, що круїзний туризм стає менш доступним для певних сегментів населення.

Прогнози свідчать про те, що в найближчому майбутньому року кількість круїзних пасажирів може досягти 30 млн. осіб, що підкреслює стійкість та популярність цього виду відпочинку, незважаючи на економічні виклики. При середньому річному доході круїзного пасажирів близько 114 тисяч доларів США, круїзна індустрія продовжує залишатися важливим сегментом туристичного ринку.

Круїзи дійсно забезпечують унікальну можливість поєднати морський відпочинок з екскурсіями на березі. Пасажирів морських круїзних суден мають особливий статус, оскільки не користуються традиційними послугами готелів і ресторанів на суші, а їхня діяльність на березі часто регулюється спрощеним імміграційним режимом. У більшості країн транзиту віза не потрібна, проте перебування обмежене 72 годинами, що дозволяє пасажирів комфортно насолоджуватися екскурсіями без зайвих формальностей.

Водночас круїзні кораблі мають значні оперативні витрати. Щоб покрити ці витрати, рівень завантаження повинен становити не менше 80-90%, тоді як для авіаліній достатньо 60-65%, а для готелів – 50-60%. Ця вимога до завантаження робить круїзні послуги одними з найдорожчих у туристичній індустрії.

Споживачі круїзних послуг зазвичай розподіляються на три основні сегменти: бізнес-, середній та економ-клас. Це відображає рівень доходів та

готовність витратити на подорожі. Середні витрати на день під час круїзу становлять близько 500 доларів для бізнес-класу, 300 доларів для середнього класу та 100 доларів для економ-класу.

Загалом, круїзний туризм продовжує приваблювати різні категорії мандрівників, завдяки своїй зручності, комфортності та різноманіттю пропозицій [12].

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 [56]. Н. Є. Кудла наводить класифікацію груп споживачів, поділяючи останніх на три групи: споживачі з низьким, середнім та високим рівнем доходу [32].

Висока вартість круїзів вказує на те, що їх споживачами, як правило, є люди з високим рівнем доходу. Дохід споживача має вирішальне значення в туризмі, оскільки він впливає на вибір рівня обслуговування та тип подорожі.

Круїзний відпочинок забезпечує не лише розваги та оздоровлення, але й можливості для налагодження ділових зв'язків. Це важливий аспект, особливо для мандрівників, які подорожують з метою бізнесу. Туристичні підприємства, розробляючи круїзні програми, враховують ці потреби, пропонуючи різноманітні послуги на борту. Наприклад, фітнес-зали, тренажерні зали, басейни та спеціальне меню з здоровою та органічною їжею стають важливими елементами круїзного досвіду.

Також, безпека туристів є ключовим аспектом управління в туристичній індустрії. Менеджмент туристичної фірми повинен забезпечити належний рівень безпеки для пасажирів, включаючи медичні послуги, евакуаційні плани та заходи безпеки на борту.

Таким чином, врахування матеріальних можливостей, потреб у відпочинку та безпеки є критично важливими для успіху круїзного бізнесу і

задоволення потреб сучасних туристів.

Державне регулювання та підтримка з боку міжнародних організацій є важливими для розвитку круїзного туризму. Міжнародна асоціація круїзних ліній (КЛПА), створена у 2012 році, відіграє ключову роль у представництві інтересів компаній, турагентств та асоціацій, що займаються круїзним сектором. Інші організації, такі як European Cruise Council (ECC), Association of Cruise Experts (ACE) та The Passenger Shipping Association (PSA), також активно працюють над розвитком та вдосконаленням круїзного туризму, сприяючи його зростанню і популяризації на глобальному рівні.

Круїзний туризм має свої переваги і недоліки. Серед основних переваг можна виділити:

1. Високий рівень комфорту.
2. Поєднання різних видів туризму. Круїзи дозволяють відвідувати кілька країн чи міст за один раз.

Однак, існують і недоліки:

1. Висока вартість.
2. Низька швидкість пересування.
3. Морська хвороба. Деякі пасажери можуть відчувати дискомфорт або нудоту під час плавання, що може вплинути на їхнє задоволення від подорожі.

Таким чином, круїзний туризм має свою специфіку, і для туристів важливо зважити всі переваги та недоліки, обираючи цей вид відпочинку. Залучення міжнародних організацій та державного регулювання сприяє подальшому розвитку галузі та забезпечує належний рівень сервісу для пасажирів.

Наступним буде розкрито світовий досвід розвитку круїзного туризму.

1.3. Світовий досвід розвитку круїзного туризму

Круїзний туризм справді став важливим сегментом глобальної туристичної індустрії, і його розвиток з кінця 50-х років XX століття був вражаючим. Сьогодні десятки круїзних компаній експлуатують сотні пасажирських суден, які можуть вміщувати від 70 до 3000 пасажирів, що дозволяє пропонувати подорожі в найрізноманітніші регіони світу.

Базова вартість круїзу зазвичай включає широкий спектр послуг:

- проїзд на судні;
- проживання;
- харчування;
- розваги.

Ідея круїзного відпочинку, як ви зазначили, належить американцеві Бобу Дикенсон, який у 50-х роках XX століття розробив концепцію, що поєднує подорожі з індустрією розваг на борту теплоходів. Це включало різноманітні атракції, такі як кіноконцертні зали, басейни, казино, ресторани та тренажерні зали, які стали стандартом для сучасних круїзних суден.

З моменту появи цивілізованого ринку круїзів після 1960 року та бурхливого розвитку цього сегменту до 1980 року, круїзна індустрія продовжує еволюціонувати. Сьогодні круїзні компанії пропонують різноманітні маршрути та теми, включаючи культурні, гастрономічні та пригодницькі подорожі, що робить їх привабливими для широкого кола туристів.

Загалом, круїзний туризм став важливою частиною світової туристичної індустрії, що пропонує різноманітні можливості для відпочинку та розваг на борту суден, що подорожують до красивих і екзотичних місць. Із 1980 р. круїзний бізнес почали продукувати порядка 15 потужних світових компаній.

Перевезення туристів водним транспортом дійсно охоплює широкий спектр варіантів, які задовольняють різноманітні потреби мандрівників. Серед

основних видів водного транспорту можна виділити:

1. Морські перевезення і круїзи: Це включає як розважальні круїзи, так і подорожі до конкретних портів.

2. Річкові подорожі і круїзи: Річкові круїзи популярні завдяки можливості насолоджуватися природними пейзажами та відвідувати численні населені пункти вздовж річок.

3. Подорожі на поромах, катамаранах, яхтах, човнах: Ці варіанти дозволяють здійснювати короткі поїздки, а також подорожі з можливістю оренди на приватних судах.

4. Морські і річкові прогулянки: Це зазвичай короткі рейси для відпочинку, екскурсій або огляду визначних пам'яток.

5. Інші види водних подорожей: Наприклад, дайвінг, риболовля чи екскурсії на невеликих човнах.

Перевагами водних подорожей є:

- високий рівень комфорту – багато сучасних круїзних суден забезпечують розкішні умови для відпочинку;
- значний обсяг одноразової завантаження;
- різноманітність видів туризму – водні подорожі можуть поєднувати культурний, гастрономічний, екологічний та пригодницький туризм.
- повноцінний відпочинок.
- комплекс життєзабезпечення.

Недоліки водних подорожей:

- невисока швидкість руху;
- синдром замкнутого простору;
- обмежена мобільність;
- високі тарифи.

В історичному контексті регулярні круїзні подорожі дійсно з'явилися в

50-х роках XX століття, але морські подорожі мають багатий історичний контекст, починаючи з Давнього Світу. Східне Середземномор'я було популярним місцем для відпочинку на воді через свої численні острови та захищені бухти. В епоху великих географічних відкриттів (XV-XVI ст.) морські подорожі ставали популярними серед багатих мандрівників, які шукали пригоди та нові враження.

У XIX столітті розвиток морських суден та підвищення безпеки сприяли зростанню популярності морських подорожей, коли «чайні» кліпери використовувалися для круїзів і перевезення товарів на довгі відстані.

Таким чином, водний туризм має глибоке коріння та значний потенціал для розвитку, надаючи туристам різноманітні можливості для відпочинку та розваг на воді.

Дійсно, активний розвиток круїзного туризму розпочався в середині XIX століття, коли з'явилася можливість організовувати регулярні морські подорожі. Перші кроки в цьому напрямку були зроблені в Англії, де вже в 1835 році почалися прогулянкові рейси до Ірландії.

Витоки круїзного туризму. Величезну роль у розвитку морського відпочинку зіграв Томас Кук, який організував перші круїзні подорожі з Англії в Америку, до Чорного моря і по Середземномор'ю, а також кругосвітні експедиції. Він став піонером в організації масового туризму, включаючи морські круїзи.

Кінець XIX століття був ознаменований швидким прогресом у морському судноплаванні, завдяки появі пароплавів, що значно покращило можливості для перевезень. Це відповідало потребам масових перевезень мігрантів з Європи до Америки. Судновласники почали будувати все більші та швидкохідні лайнери, такі як «Лузітанія», «Титанік», «Олімпік», «Імператор», «Фатерланд» і «Куїн Мері». Ці величезні судна використовувалися для перевезення бідних мігрантів на нижніх палубах та надавали розкішні умови для заможних пасажирів на

верхніх палубах.

Круїзний туризм став модним і динамічним, проте ці маршрути були досить дорогими, тому доступними лише для заможних верств населення.

На початку XX століття круїзний туризм зазнав значних труднощів через кілька трагічних подій, які вплинули на довіру до морських подорожей. Загибель «Титаніка» у 1912 році, коли судно зіткнулося з айсбергом, стала однією з найгучніших морських катастроф в історії. У 1915 році пароплав «Лузітанія» був обстріляний німецьким підводним човном під час Першої світової війни, що також призвело до численних жертв.

Ці події суттєво вплинули на розвиток круїзного туризму та суднобудування, призвівши до спаду в індустрії на деякий час.

Загалом, історія круїзного туризму вказує на його еволюцію від елітного відпочинку до більш доступного виду подорожей, з огляду на розвиток технологій, зміну попиту і ситуації в світі.

Дійсно, 70-ті роки XX століття стали періодом істинного розквіту круїзного туризму, особливо в США. Цей час ознаменувався реалізацією концепції доступних круїзів, орієнтованих на середній клас, з акцентом на розваги та комфорт.

Варто виділити основні етапи розвитку круїзного туризму в 70-ті роки:

1. Доступність для середнього класу – круїзи стали популярними серед широкої аудиторії, оскільки пропонували різноманітні розваги;

2. Стандартизація суден – поява однотипних круїзних суден спростила їх експлуатацію, зменшивши витрати на обслуговування та підвищивши ефективність⁴

3. Розвиток інфраструктури – вдосконалювалася технологія наземного обслуговування, створювалися нові портові термінали з високою пропускнуою здатністю, що сприяло збільшенню кількості пасажирів.

Сьогодні круїзний туризм продовжує демонструвати високі темпи

розвитку. Згідно з даними ЮНВТО, за останні 25 років круїзний туризм зростав на 9% щорічно, тоді як загальний темп розвитку туризму становив лише 4%.

Круїзний туризм приваблює туристів можливістю:

- поєднати морську або річкову подорож з комфортом;
- отримати доступ до різноманітних розваг;
- ознайомитися з природою, історією та культурою відвідуваних країн.

В Україні також існує намагання відродити круїзний туризм, зокрема в таких регіонах, як:

- Чорне море – використання портів на узбережжі для організації круїзних маршрутів.
- Дніпро та Дунай – розвиток річкових круїзів з можливістю доступу до природних і культурних пам'яток.

На жаль, анексія Криму та нестабільна геополітична ситуація ускладнили цю справу, проте Україна все ще має потенціал стати конкурентоспроможним гравцем на ринку круїзного туризму. Для цього необхідно:

- чітко визначити цільові сегменти;
- розвивати конкурентні переваги, такі як природна краса, культурна спадщина та історичні пам'ятки.

Таким чином, попри виклики, Україна має можливості для відновлення та розвитку круїзного туризму. З правильним підходом та інвестиціями в інфраструктуру, країна може стати привабливим напрямком для круїзних туристів.

Круїзний туризм продовжує бути одним із найдинамічніших сегментів глобального ринку подорожей, незважаючи на виклики, з якими стикається індустрія. Згідно з наявними даними, у світі кількість круїзних пасажирів досягла близько 28 мільйонів осіб на рік, що свідчить про стійкість та привабливість цього виду відпочинку.

Особливостями ринку круїзного туризму (рис. 1.3.1 та А.1) є [72]:

1. Олігополістична структура. Ринок круїзного туризму є олігополістичним, що означає, що на ньому домінують кілька великих компаній. Основні гравці включають:

- The Carnival Group (США)
- The Royal Caribbean International Group (США)
- Norwegian Cruise Line/Star Cruises (Норвегія-Малайзія)

Ці три компанії контролюють від 73% до 81% пасажиромісткості всього світового круїзного флоту.

2. Лідерство Carnival Group. The Carnival Group є найбільшою круїзною компанією у світі з флотом, що налічує понад 100 суден. Щорічно компанія обслуговує понад 10 млн. пасажирів, що становить близько 45,5% світового потоку круїзних туристів. Компанія має різноманітні бренди, включаючи:

- Carnival Cruise Lines
- Holland America Line
- Princess Cruises
- Seabourn (Північна Америка)
- P&O Cruises та Cunard (Велика Британія)
- AIDA Cruises (Німеччина)
- Costa Cruises (Італія)
- Iberocruceros (Іспанія)
- P&O Cruises (Австралія)

Незважаючи на поточні виклики, включаючи глобальні економічні нестабільності та пандемію, ринок круїзного туризму демонструє стійкість та потенціал для подальшого зростання. Зазначена кількість пасажирів свідчить про зацікавленість споживачів у подорожах, що поєднують комфорт та розваги.

Круїзний туризм залишається привабливим сегментом ринку подорожей, зокрема завдяки олігополістичній структурі, домінуванню великих компаній та постійному зростанню кількості пасажирів. Це відкриває нові можливості для

розвитку та вдосконалення інфраструктури в різних країнах, у тому числі в Україні, яка прагне стати частиною міжнародних круїзних маршрутів.

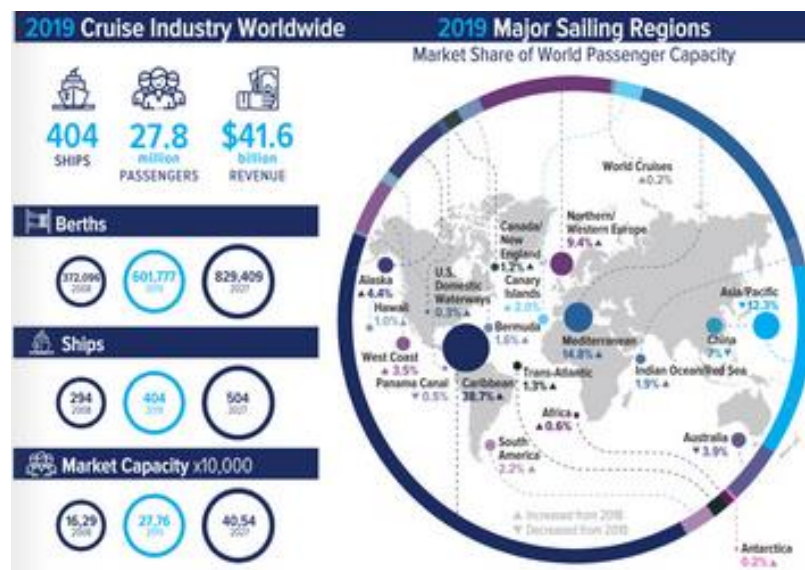


Рис. 1.3.1 Круїзний туризм до пандемії, за [72]

Основні круїзні компанії. 1. Royal Caribbean International. Штаб-квартира: Майямі, США.

Дочірня компанія: Частина ТОВ «The Royal Caribbean», до якого входять також бренди:

- Celebrity Cruises
- Pullmantour Cruises
- Azamara Club Cruises
- Croisières de France

Флот налічує 42 сучасних круїзних судна. Великі лайнерні проекти:

- Oasis of the Seas – один із найбільших круїзних лайнерів у світі, побудований у 2009 році, вміщує 5400 пасажирів і має екіпаж з 2394 осіб;
- Allure of the Seas – збудований у 2010 році, аналогічно вміщує 5400 пасажирів та 2384 члени екіпажу.

Royal Caribbean International відома своєю інноваційністю та наявністю розкішних зручностей на борту, що робить її популярною серед туристів.

2. Norwegian Cruise Line/Star Cruises. Штаб-квартира знаходиться в Гонконзі (Сянган). Заснована у 1993 році як дочірнє підприємство малайзійської «Genting Group». Бренди, що належать до складу компаній:

- Norwegian Cruise Line
- NGL America
- Cruise Ferries

Флот налічує понад 20 круїзних лайнерів, які забезпечують різноманітні маршрути, зокрема на ринку Азійсько-Тихоокеанського регіону. Norwegian Cruise Line славиться своїм форматом "вільного стилю", що дозволяє пасажиром гнучко планувати свій відпочинок, обираючи з різноманітних ресторанів і розважальних програм.

Обидві компанії – Royal Caribbean International і Norwegian Cruise Line – займають провідні позиції на світовому ринку круїзного туризму, пропонуючи різні послуги та унікальний досвід для своїх пасажирів. Їх сучасні лайнерні флоту та інноваційні концепції допомагають залучати мільйони туристів з усього світу.

Висока ринкова концентрація на ринку круїзного туризму призвела до гострої конкуренції серед компаній, які прагнуть досягти конкурентних переваг. Основні площини конкуренції, що виділяються в цьому контексті, включають:

1. Круїзний корабель/лайнер:

- якість та комфорт – включає наявність сучасних зручностей, зручних кают, ресторанів, розважальних програм та інших послуг;
- інновації (наприклад, розважальних систем, екологічних технологій) допомагає привернути увагу туристів.

2. Час круїзу:

- гнучкість у розкладі – круїзні компанії пропонують різні тривалості круїзів (короткі, середні та довгі) для задоволення різноманітних потреб

споживачів;

- спеціальні пропозиції – деякі компанії запроваджують спеціальні акції на певні дати або свята, щоб залучити більше пасажирів.

3. Маршрут круїзу:

- різноманітність напрямків – круїзні компанії конкурують, пропонуючи унікальні маршрути, які охоплюють популярні туристичні місця, екзотичні острови та незвідані регіони;

- екскурсійні програми: Пропозиція цікавих екскурсій та заходів під час зупинок у портах є важливим фактором при виборі круїзу.

4. Продаж круїзу:

- стратегії маркетингу – компанії використовують різноманітні маркетингові стратегії, щоб залучити клієнтів, включаючи онлайн-рекламу, спеціальні пропозиції для агентів з продажу та програми лояльності.

- канали продажу – конкуренція також відбувається в каналах продажу, де круїзні компанії намагаються оптимізувати процес бронювання через свої сайти та онлайн-агентства.

Конкуренція на ринку круїзного туризму зосереджується на вдосконаленні круїзних продуктів та послуг. Компанії повинні адаптувати свої стратегії, щоб виділитися в цих чотирьох ключових площинах і задовольнити потреби сучасних туристів (рис. 1.3.2).



Рис. 1.3.2 Логістика в структурі конкурентних переваг на ринку круїзних послуг, за [56]

Конкуренція у сфері круїзного туризму значною мірою визначається здатністю круїзних компаній забезпечувати інноваційні та комфортні умови для своїх пасажирів. Круїзні компанії інвестують значні ресурси у будівництво великих і технологічно оснащених лайнерів, здатних задовольнити запити клієнтів із різноманітними інтересами та бюджетами. Такі лайнери, що пропонують розваги на борту – кінотеатри, казино, театри, скалодроми, катки та серфмайданчики – приваблюють туристів різних вікових груп і соціальних категорій, забезпечуючи конкурентну перевагу компаніям.

Конкуренція за сезоном круїзу також є важливим аспектом, адже круїзні компанії прагнуть адаптувати свої маршрути під популярні сезони, події та свята, такі як новорічні круїзи або круїзи під час глобальних спортивних подій (наприклад, Олімпійські ігри). Розподіл сезонів і графік роботи лайнерів мають вирішальне значення для максимального завантаження флоту, що впливає на доходи компанії.

Маршрут круїзу – тривалість, кількість портів та екскурсійні програми – теж створює конкурентні відмінності між компаніями. Вибір популярних маршрутів, що пропонують унікальні напрямки або розширені екскурсійні можливості, часто є вирішальним для туристів.

Зрештою, технологічні інновації в процесі продажу круїзів є ще однією суттєвою конкурентною перевагою. Компанії, що швидко адаптуються до онлайн-продажів і використовують цифрові канали для прямого зв'язку з клієнтами, мають можливість залучити ширшу аудиторію, забезпечуючи зручний, швидкий і доступний сервіс. Інвестиції у сучасні комунікаційні технології дозволяють круїзним компаніям оперативно реагувати на попит, впроваджувати маркетингові акції та покращувати клієнтський досвід.

Сектор круїзного туризму стрімко розвивається, забезпечуючи туристів усіма можливими зручностями для комфортабельного відпочинку. Збільшення круїзного флоту та розвиток технологій дозволяють створювати сучасні

лайнери з високим рівнем комфорту, що пропонують пасажирам розширений вибір послуг та зручностей, таких як басейни, спортивні майданчики, поля для гольфу, ресторани, кінотеатри, дискотеки, музичні салони та навіть вертолітні майданчики. Усе це спрямоване на максимальне задоволення потреб пасажирів з різними інтересами та рівнями фінансових можливостей.

Ціна сучасних круїзних лайнерів досить висока, адже судна обладнані найновішими технологіями та інфраструктурою. Наприклад, Queen Odyssey оцінюється у 235 млн. доларів, а Voyager of the Seas – один з найбільших пасажирських лайнерів у світі, належить компанії Royal Caribbean і має довжину 310 метрів та водотоннажність у 144 тисячі тонн. Це судно ілюструє здатність круїзної індустрії пропонувати унікальні можливості для відпочинку на воді.

Основним джерелом круїзного потоку є Північна Америка, зокрема США, де сконцентровано 61% світового ринку круїзів. Частка Європи становить 22%, тоді як інші регіони, включаючи Азіатсько-Тихоокеанський регіон (АТР), займають 17%. Японія та інші країни АТР демонструють стрімке зростання в секторі круїзного туризму завдяки новим інвестиціям і розвитку туристичних програм, що робить цей ринок перспективним.

Вітрильні судна та яхти також залишаються популярними для коротших круїзів і морських подорожей, приваблюючи туристів, які надають перевагу більш традиційним та інтимним подорожам на воді. Вони здатні запропонувати унікальні морські пригоди та краєвиди, що робить їх популярним вибором для любителів активного відпочинку та екотуризму.

Круїзний туризм дійсно приваблює різноманітними перевагами, що задовольняють різні мотиви туристів. Бажання відпочити на воді та насолодитися розміреним ритмом подорожі є одним із ключових факторів, що приваблюють круїзних туристів, які шукають можливість втекти від повсякденної суєти і поринути в комфортну атмосферу. Круїзний відпочинок

забезпечує подорож без зайвих турбот, адже всі організаційні питання – харчування, дозвілля, розваги – обираються та координуються компанією. Це дає змогу туристам зосередитися виключно на відпочинку та отримувати максимальне задоволення від подорожі.

Відвідування нових міст, музеїв і архітектурних пам'яток під час зупинок додає круїзному відпочинку культурного та пізнавального значення, дозволяючи поєднати приємне з корисним. Крім того, круїз часто стає доступною альтернативою для тих, хто хоче за прийнятну ціну побачити кілька країн та міст за одну подорож.

Особливо важливою є користь для здоров'я: плавний рух по воді, віддаленість від галасливих міст та свіже морське повітря сприяють зняттю стресу та сприятливо впливають на загальний стан організму. Круїзи таким чином забезпечують не лише відпочинок, а й відновлення фізичного та психологічного здоров'я туристів, що робить їх ідеальним вибором для людей, які цінують здоровий спосіб життя і прагнуть відновити сили у комфортному середовищі.

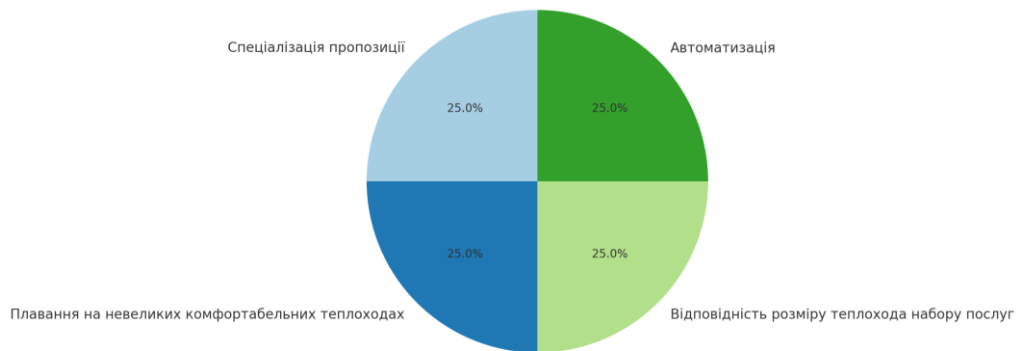


Рис. 1.3.3 Характерні чинники сучасного круїзного ринку, за [46]

На діаграмі 1.3.3 проілюстровано площини конкуренції на ринку круїзних послуг. Кожен з аспектів (спеціалізація пропозиції, плавання на невеликих комфортабельних теплоходах, відповідність розміру теплохода набору послуг

та автоматизація) займає певну частку в загальному обсязі, що відображає їх однакову важливість у конкуренції на цьому ринку.

Круїзна індустрія зазнала значних змін від 1980-х років, коли акценти були зосереджені на круїзах-експедиціях, подорожах на розкішних яхтах і величезних лайнерах. Згодом на перший план вийшли технології та автоматизація, що стали невід'ємною складовою сучасного круїзного бізнесу. Збільшення обсягів круїзного туризму, а також зростаючі очікування пасажирів щодо швидкості й зручності бронювання та управління послугами, призвели до потреби в простих і ефективних інформаційних системах.

Морський та океанський відпочинок набуває особливої популярності. До 2019 року кількість туристів, які обрали круїзи, перевищила 27 мільйонів, тоді як ще в 1999 році їх було близько 10,6 мільйона. Це свідчить про швидкий розвиток галузі, який вимагає розширення пасажирського флоту. Загальна місткість пасажирських кают перевищила 255 тисяч, щоб відповідати зростаючому попиту. Тенденція до автоматизації в круїзній індустрії полегшує не лише управління, але й покращує досвід клієнтів, що додає привабливості круїзному туризму на глобальному рівні.

США, Великобританія та Німеччина є провідними країнами у сфері круїзного туризму, який значно розвинувся з початку XXI століття. Найбільший попит на круїзи відзначається саме в США, що є основним ринком-постачальником круїзних туристів у світі. Зростання популярності круїзів у США почалося ще у 1980-х роках і продовжує випереджати середні темпи зростання туризму в країні. Це підтверджує величезний вплив США на круїзний ринок, зокрема завдяки розвинутій інфраструктурі та різноманітності пропонованих маршрутів.

Великобританія є другим за величиною ринком, звідки походить щорічно понад 300 тисяч круїзних туристів. Її круїзний ринок постійно зростає, що вказує на підвищення попиту серед європейських мандрівників. Третє місце на

ринку круїзного туризму посідає Німеччина, із середньорічним числом понад 250 тисяч пасажирів. Проте, на відміну від Великобританії, ринок круїзів у Німеччині останніми роками залишається стабільним без значних темпів зростання.

Окрім цих країн, великий попит на круїзні подорожі також спостерігається у Франції, Італії, Швейцарії та кількох інших європейських країнах, де круїзний туризм дедалі більше інтегрується в систему відпочинку й розваг, надаючи можливість побачити різні країни під час однієї подорожі.

Сучасний круїзний бізнес відзначається зростаючою популярністю лайнерів-гігантів, що є результатом конкурентної боротьби між провідними круїзними компаніями. Гонка титанів між такими гігантами круїзної індустрії, як Cunard, Royal Caribbean і Carnival DLC, відображається в будівництві нових суперлайнерів із дедалі більшою водотоннажністю. Компанія Cunard першою заявила про намір створити лайнер Queen Mary II водотоннажністю 150 тисяч тонн, який має стати найбільшим круїзним судном свого часу. У відповідь компанія Royal Caribbean запланувала будівництво ще більшого судна – 160 тисяч тонн.

Carnival DLC, своєю чергою, оголосила про проєкт лайнера Ultimate Princess з водотоннажністю 170-180 тисяч тонн. Ці величезні судна забезпечать надзвичайний комфорт та різноманітність послуг, створюючи на борту справжні плавучі курорти з магазинами, ресторанами, казино, льодовими катками, полями для гольфу та іншими розвагами. Крім цього, протягом найближчих років очікується введення в експлуатацію близько 50 нових лайнерів класу 4-5 зірок із водотоннажністю 70-100 тисяч тонн, здатних вміщувати 2,5-3 тисячі пасажирів. Новий клас суден прийде на зміну лайнерам 1980-90-х років і забезпечить пасажирам неперевершений комфорт та багатофункціональні можливості для відпочинку.

Нові суперлайнери будуть вміщати 2,5-3 тис. туристів, вони також

облаштовуються мережею магазинів, барів і ресторанів, казино, льодовими майданчиками, полями для гольфу (два подібних судна уже функціонують).

Серед останніх тенденцій у круїзному бізнесі помітне зниження середньої вартості круїзних подорожей. Здешевлення пояснюється насамперед збільшенням кількості нових кораблів, які потребують заповнення, а також глобальними подіями, що вплинули на туристичні потоки, зокрема трагічними подіями в США і війною в Іраку. Компанії почали активно залучати туристів зі зниженими цінами. Наприклад, компанія Princess запровадила спеціальні пропозиції для російських туристів: 12-денний круїз на лайнері Golden Princess (4 зірки) став доступним за 799 доларів замість каталожної ціни в 3600 доларів.

Згодом Royal Caribbean і Celebrity також представили доступні круїзні пропозиції, завдяки чому російські туристи стали одними з найчисельніших на окремих лайнерах, поступаючись лише американцям і випереджаючи англійців, австралійців і канадців.

Круїзний туризм пропонує унікальний продукт, що поєднує в собі транспортування, розміщення і розваги. Круїзні програми дуже різноманітні й можуть бути тематичними, як, наприклад, астрономічний круїз чи круїз на честь року Колумба.

Морські круїзи є одним з найкомфортабельніших видів відпочинку, що визначає їх високу вартість на світовому ринку. Проте ціни на довоєнні українські круїзи значно нижчі, що було зумовлено нижчою фрахтовою ставкою суден і менш витратним обслуговуванням. Через це конкуренція між українськими і міжнародними круїзними компаніями практично відсутня, а іноземні компанії рідко робили серйозні спроби виходу на український ринок.

Українські круїзні судна, здебільшого базуючись в Одесі, пропонують маршрути, орієнтовані на російський ринок. Серед популярних напрямків – подорожі по Середземному морю з відвідуванням портів Туреччини (Стамбул), Греції (Пірей), Єгипту (Порт-Саїд, Олександрія), Ізраїлю, Італії та Іспанії.

Також значним попитом користуються круїзи по Балтійському і Північному морях, що включають зупинки в портах Скандинавії та Північної Європи. Колись, окремої уваги заслуговував маршрут Одеса – Санкт-Петербург, який дозволяв туристам за одну подорож побачити більшість країн Європи.

Тривалість морських круїзів може варіюватися від одного тижня до місяця, залежно від маршруту. Такі тури можуть починатися й завершуватися в одному порту або в різних, а пасажери зазвичай доставляються до місця відправлення та додому літаком, через що такі круїзи називають авіаційно-теплохідними турами.

На світовому ринку існує кілька десятків круїзних компаній, які володіють флотом від кількох суден до кількох десятків. Більшість із них є членами Міжнародної асоціації круїзних ліній (CLIA), яка займається координацією круїзного бізнесу. CLIA об'єднує 33 турфірми та понад 20 тисяч туристичних агентств, які спеціалізуються на продажу круїзів. Через агентства CLIA продається близько 95% круїзних турів, що є другим за обсягом видом туристичного продукту після авіаквитків.

Сегментація споживачів круїзного туристичного продукту враховує ряд факторів, які допомагають туроператорам краще розуміти потреби різних груп туристів:

1. За рівнем доходу споживачів.
2. За соціальним складом – туристи вирушають у круїз у складі сім'ї (55%), з друзями або знайомими (27%) або поодиночці (18%), що дозволяє круїзним компаніям формувати різні програми дозвілля для кожної групи.
3. За віковим складом – учасники круїзів різняться за віковими групами. До 25 років – 30% туристів, віком 25-40 років – 22%, а старше 40 років – 48%. Середній вік учасників морських круїзів за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) становить 45-55 років.
4. За національними та релігійними особливостями – круїзні компанії

враховують культурні й релігійні потреби туристів.

Цей підхід допомагає круїзним компаніям адаптувати свої послуги відповідно до особливостей і очікувань кожної групи, що підвищує рівень задоволеності туристів і лояльність до бренду.

Протягом останніх 20 років круїзна індустрія демонструє стабільний ріст, з середнім щорічним приростом вартості у 7,4%. Кількість круїзних туристів зростає на 1 млн. щороку [58], а найпопулярнішими маршрутами залишаються басейни Карибського, Середземного, Балтійського та Північного морів, з особливою перевагою Карибського регіону.

Азійський ринок круїзів продовжує швидко розвиватися, ставши найбільш динамічним регіоном за останні кілька років. З 2012 по 2019 рік обсяг пасажирських перевезень в Азії подвоївся до 1,4 мільйона туристів. Австралія також демонструє значні темпи зростання, з майже десятикратним збільшенням круїзного ринку за 10 років.

Китай виступає другим за величиною джерелом круїзних пасажирів у світі. У 2018 році 1,72 млн. жителів внутрішніх районів Китаю забронювали круїзні тури, що на 43% більше порівняно з 2013 роком. Темпи зростання у Китаї виявилися на 20% вищими за середні показники в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. У 2016 році кількість круїзних подорожей через 11 основних портів Китаю перевищила 4,5 мільйона, що на 84% більше в порівнянні з 2015 роком. За прогнозами, до 2020 року Китай мав стати найбільш динамічним круїзним ринком в АТР.

Ці дані свідчать про перспективи зростання круїзного туризму, особливо в Азії, де потенціал ринку залишається значним. Справжня увага до інфраструктури, маркетингу та адаптації до потреб місцевих туристів допоможе реалізувати цей потенціал [34]. На китайському ринку вже присутні найбільші світові круїзні компанії, такі як Carnival, Royal Caribbean, Norwegian, MSC та Genting.

Міцне підґрунтя для розвитку китайського круїзного ринку дійсно формувалося завдяки активній політиці підтримки з боку влади на всіх рівнях, особливо в приморських регіонах. Уряд Китаю визнає потенціал круїзного туризму як важливого чинника економічного зростання та розвитку інфраструктури.

Серед ключових заходів, які сприяють розвитку круїзного ринку, можна виділити [25, 26]:

1. Розробка загальнонаціональної програми розвитку круїзного туризму. Ця програма передбачає вдосконалення портової інфраструктури, створення нових маршрутів, а також залучення інвестицій у круїзний сектор.

2. Покращення інфраструктури портів.

3. Стимулювання інтересу до круїзів.

4. Партнерство з міжнародними круїзними компаніями.

5. Фінансова підтримка та дотації.

Такі зусилля дозволяють Китаю стати важливим гравцем на світовому ринку круїзного туризму, а також забезпечують довгострокове зростання цього сектору. З огляду на швидкі зміни в галузі, підтримка з боку держави залишатиметься критично важливою для подальшого розвитку круїзного туризму в Китаї [25, 26].

За оцінками CLIA, 2020-ті роки обіцяють значні зміни в круїзному секторі, які матимуть позитивний вплив на досвід пасажирів. Основні тенденції включають:

1. Зростання кількості ночівель в портах заходу. Це дозволить пасажирам проводити більше часу на березі, що сприятиме більш глибокому зануренню в місцеву культуру, традиції та повсякденне життя.

2. Різноманітність екскурсій. Круїзні компанії будуть пропонувати більше варіантів екскурсій, включаючи активні види відпочинку, культурні програми, гастрономічні тури та еко-екскурсії.

3. Мультикультурний тренд. На борту круїзних лайнерів буде спостерігатися зростання представлення національних кухонь і культур. Це включає в себе різноманітність ресторанів, які пропонують традиційні страви з різних куточків світу.

4. Фокус на локальних продуктах і послугах. Включення в круїзні програми локальних продуктів, наприклад, гастрономічних або культурних, надасть можливість пасажиром отримати автентичний досвід.

5. Впровадження нових технологій. З розвитком технологій пасажирів отримають нові можливості для планування свого круїзного досвіду, включаючи мобільні додатки для екскурсій, бронювання ресторанів, участі в заходах на борту.

Ці тенденції сприяють розвитку круїзного туризму та роблять його ще більш привабливим для туристів, підвищуючи якість обслуговування і рівень задоволеності [2].

З метою кращого розуміння класифікації споживачів круїзного туризму, важливо розглянути, які потреби вони мають і які послуги їм надаються. В туристичній діяльності споживачі отримують туристичний продукт, який включає в себе не лише перевезення та проживання, а й розважальні, культурні та гастрономічні аспекти. Ось кілька ключових моментів, які допоможуть краще зрозуміти споживачів круїзних послуг:

1. Типи споживачів:

- елітні туристи;
- середній клас;
- сімейні туристи;
- одиночні туристи.

2. Потреби споживачів:

- комфорт і безпека – важливо забезпечити комфортні умови проживання, якісний сервіс, а також гарантію безпеки під час подорожі.

- розваги та активності;
- кулінарний досвід;
- культурні враження.

3. Критерії вибору круїзу:

- ціна – вартість круїзу є одним з основних критеріїв, що впливають на вибір споживача;
- маршрут – напрямок подорожі, тривалість круїзу та кількість зупинок у портах.
- репутація компанії – відгуки та рейтинги круїзних компаній можуть значно впливати на рішення споживачів.
- унікальність програми – наявність спеціальних заходів, тематичних круїзів чи ексклюзивних екскурсій.

4. Зростаючий попит на круїзи. Дані Європейського круїзного об'єднання свідчать про те, що попит на круїзи стабільно зростає (див. табл. 1.3.1), оскільки туристи шукають нові враження та можливості для відпочинку. Це, в свою чергу, спонукає компанії до інвестицій в нові технології, поліпшення сервісу та розширення маршрутів, щоб відповідати потребам і запитам споживачів.

Загалом, детальне розуміння мотивацій, потреб та уподобань споживачів є важливим для формування попиту в круїзній індустрії, що дозволяє туристичним компаніям адаптувати свої продукти та послуги відповідно до змінюваних вимог ринку.

Таблиця 1.3.1

Динаміка кількості пасажирів круїзного туризму, млн. [20, 72]

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

Тренди у пріоритетах споживачів круїзного туризму відображають зміни в їхніх уподобаннях та очікуваннях. Ось кілька ключових аспектів, які варто зазначити:

1. Прагнення до розкоші.

2. Брендіві магазини на борту.

3. Сімейна орієнтація. Круїзні компанії активно розробляють послуги та розваги, які націлені на сімейну аудиторію. Це може включати:

- спеціальні програми для дітей та підлітків. Розважальні центри, екскурсії та активності, які залучають молодших пасажирів;
- сімейні пакети (знижки на групові бронювання, а також програми, які сприяють проведенню часу сім'єю).

4. Зниження середнього віку споживачів:

- тенденція молодшання. Вік сучасних круїзних пасажирів коливається в межах 40-50 років, у порівнянні з 50-60 роками у 2000-х. Цей тренд свідчить про те, що круїзний туризм стає все більш привабливим для молодшого покоління.

- прогноз на майбутнє: За оцінками експертів, середній вік споживачів круїзних послуг може знизитися до 35-40 років до 2020 року, що відкриває нові можливості для розширення аудиторії.

5. Екологічна свідомість. Все більше пасажирів звертають увагу на екологічні ініціативи круїзних компаній. Попит на екологічно чисті круїзи, які зменшують вплив на навколишнє середовище, також зростає.

Сучасний круїзний ринок змінюється під впливом нових трендів і очікувань споживачів. Постійне прагнення до розкоші, сімейна орієнтація, зниження віку споживачів та зростаюча екологічна свідомість формують нові можливості для розвитку круїзного бізнесу. Круїзні компанії, які зможуть адаптувати свої пропозиції до цих змін, мають усі шанси на успіх у конкурентному середовищі [21, с. 40].

Розвиток круїзного туризму дійсно має значний позитивний вплив на місцеву економіку. Ось кілька ключових аспектів цього впливу:

1. Економічні надходження:
 - збільшення бюджетних надходжень;
 - витрати туристів – кожен круїзний турист витрачає від 50 до 100 євро за 10 годин перебування в порту, що є суттєвим джерелом доходу для місцевих підприємств, таких як ресторани, магазини та екскурсійні компанії.
2. Створення робочих місць.
3. Реклама туристичних можливостей через промоцію регіону.
4. Міжнародне співробітництво:
 - співпраця між країнами – країни взаємодіють для поліпшення портової інфраструктури, забезпечення безпеки та підвищення якості обслуговування.
5. Інвестиції в інфраструктуру – модернізація портів, будівництво нових готелів, транспортних засобів і т. д.
6. Консолідація ресурсів. Для забезпечення прибутковості, круїзні компанії об'єднують свої ресурси і створюють холдингові структури.
7. Контроль над ринком. На світовому ринку індустрії морських круїзів працює близько 20 спеціалізованих компаній. Згідно з прогнозами, до 2027 року чотири провідні компанії (Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line) контролюватимуть понад 83% світового круїзного ринку.

Тобто, круїзний туризм не лише стимулює економіку, але й забезпечує робочі місця, підвищує впізнаваність регіонів і привносить значні інвестиції в інфраструктуру. Цей сектор продовжує зростати і розвиватися, відкриваючи нові можливості для бізнесу та місцевих громад.

У другому розділі буде подано характеристику і потенціал ключових ринків круїзного туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

2.1. Характеристика і потенціал ключових ринків круїзного туризму

У всі пори року круїзний туризм досить популярний вид міжнародного морського туризму. Існують різні види круїзних маршрутів, що враховують особливості регіону та цілі подорожі. Кільцеві маршрути в певних басейнах, наприклад, у Середземному морі, охоплюють 18-20 портів, розташованих у приморських країнах і популярних морських курортах. Також виділяють маршрути типу «open jaw», які дозволяють туристам мандрувати в одному напрямку без повернення в початковий пункт, як це відбувається, наприклад, на круїзах навколо Європи чи Скандинавії. Існують короткочасні виходи в море на 2-3 дні, які можуть включати спеціальні заходи, такі як організація грального бізнесу на борту, що дозволено, коли судно виходить за межі територіальних вод країни. Деякі круїзні маршрути обмежуються прогулянковими екскурсіями у відкрите море, інші ж можуть бути довгостроковими подорожами, зокрема навколосвітніми круїзами, що тривають до одного року. (див рис. 2.1.1).



Рис. 2.1.1 Головні круїзні регіони у світі, за [72]

США є найбільшим ринком-постачальником круїзних туристів у світі, дещо поступається йому Великобританія, а третє місце займає Німеччина. Франція, Італія та Швейцарія також відзначаються значним попитом на круїзні подорожі. Останніми довоєнними роками популярність круїзного туризму зростала певною мірою в Україні. У 2022 році структура попиту на світовий круїзний продукт за регіонами світу показує, що дві третини глобальних круїзних пасажирів обирають Карибський басейн, Середземне море та Європу для відпочинку (рис. 2.1.2).

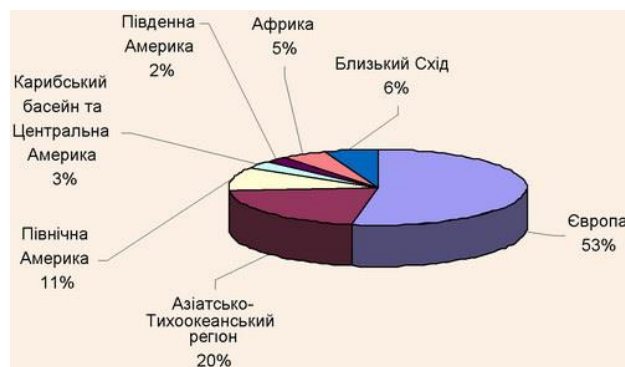


Рис. 2.1.2 Структура світового круїзного туризму, %, за [21]

Середньодобові витрати одного круїзного пасажирів становлять у середньому 214,44 дол. США, з яких 162,69 дол. США припадає на вартість квитка, а 51,74 дол. США – на витрати на борту. Середня тривалість круїзу складає 8 днів [73].

Регіони Північна Америка та Європа є основними формувацями попиту на круїзний продукт, забезпечуючи 80-90% загального попиту на ринку у 2008-2022 роках, згідно з даними CLIA. Це свідчить про тенденцію до зміщення попиту на нові маршрути в Азії та Австралії. Зростає популярність круїзів до Антарктиди та Північного полюсу, які можна назвати "льодовими" через їх специфіку. Такі маршрути пропонуються цілий рік: влітку – в Арктиці, взимку – в Антарктиді. Зокрема, компанія Quark Expedition організовує круїзи на російському криголамі «Капітан Хлебников» за маршрутом Шпіцберген – Гренландія – Канада – Чукотка – Шпіцберген [5]. Льодові круїзи, хоча й мають

високу вартість від 10 до 18 тисяч доларів США, зберігають стабільний щорічний приріст попиту на 2%.

Регулярні туристичні маршрути до Північного полюса на атомних криголамах починаються з Мурманська, проходячи через Землю Франца-Йосифа, досягаючи Північного полюса, і повертаються назад до Мурманська з зупинками на островах Північна Земля. На Північному полюсі туристам пропонують одноденну стоянку з безліччю розваг, зокрема барбекю, новорічні святкування у святкові дати, а також купання в ополонці. Попит на такі подорожі залишається високим навіть при вартості від 15 тис. доларів США.

Круїзи до льодовиків Гренландії та Ісландії також користуються популярністю, а на Алясці щорічно обслуговується близько 400 тисяч туристів. Регулярні круїзи до Антарктики дають можливість туристам на гвинтокрилах або катерах відвідувати узбережжя континенту, а також занурюватися на спеціальних апаратах для спостереження за підводним світом. У таких подорожах часто використовують науково-дослідні кораблі, наприклад, «Академік Іоффе».

Однією з відомих підводних експедицій є занурення до «Титаніка», що стало прикладом туристичної експедиції – додаткової подорожі з круїзного лайнера, криголама або науково-дослідного судна з метою дослідження або розваги.

На відміну від екскурсії, туристична експедиція є саме транспортною мандрівкою з необхідним транспортно-технічним забезпеченням. Водночас водні круїзи можна поєднувати з подорожами повітряним транспортом для створення унікальних туристичних маршрутів.

Норвезька компанія Hurtigruten пропонує особливі дослідницькі круїзи на суднах MS Fram і MS Nordnorge до Антарктиди, Гренландії та Шпіцбергену. Ці подорожі часто класифікуються як експедиційні, але іноді лише певний етап круїзу або конкретна послуга має експедиційний характер. Наприклад, у круїзі

«Царство білого ведмедя» до Шпіцбергену організовуються висадки на берег за допомогою спеціальних катерів для спостереження за білими ведмедями в дикій природі. Перед висадкою туристам проводять цикл лекцій, для якого на судно запрошують науковців і фахівців з природничих наук, що забезпечує освітньо- та дослідницько-пізнавальний характер подорожі.

Лекції та бесіди в круїзах до Антарктики проводять експерти з природничої історії, а туристичні експедиції передбачають унікальні враження: відвідування колоній пінгвінів, зокрема висадку на Браун Блафф (Коричневу скелю) на західному узбережжі півострова Табарін; спостереження за льодоутворенням і дикою природою; відвідування антарктичних станцій, як-от на острові Петерманн, де працюють співробітники української станції імені Вернадського, розташованої неподалік. У рамках експедицій передбачено висадки на мис Горн за допомогою спеціальних катерів.

Навіть у менш екстремальних круїзах Hurtigruten пропонує туристичні експедиції. Одним із таких є тур «Експедиція за китом-убивцею на Лофотоне», що триває від 2 до 3 днів. Під час цієї подорожі туристи мають можливість спостерігати дельфінів-касаток у природному середовищі. Тур передбачає висадки на берег, ночівлю та пересадки на човен. Туристів супроводжує гід, який забезпечує інформаційний супровід як до початку, так і під час експедиції.

Під час круїзу вздовж узбережжя Норвегії на крайньому півночі, в Кіркенесі, для туристів організовують екстремальну експедицію на снігоходах. Подібний досвід пропонується також у Лапландії. Перед початком такої подорожі туристам надають теплий одяг і взуття для комфортного пересування просто неба та забезпечують спеціальним спорядженням. Експедиція включає обов'язковий інструктаж з правил безпеки, а інструктори супроводжують учасників на всьому маршруті, забезпечуючи підтримку і безпеку.

В експедиційному туризмі проводяться лекції, які охоплюють географічні та кліматичні характеристики місцевостей, які планується відвідати, а також

аспекти етнографії. Наприклад, одна з експедицій здійснюється на човнах по річці Пасвік у напрямку російського кордону, разом із інструктором та обов'язковим лекційним супроводом.

Ще одна подорож відбувається в південному напрямку, де учасники здійснюють експедицію за морським орлом, до місць гніздування якого важко дістатися. Для цього також використовуються човни, і необхідно пройти вузькою протокою, адже іншої можливості спостерігати за цими птахами в природних умовах немає.

Окрім того, розроблена експедиція за Полярне коло, коли експедиційно-круїзне судно перетне 66 градус північної широти, що є важливою віхою для дослідження арктичних регіонів.

Експедиція на землях Арктичного кола проходить по Норд Фьорду вгору до водоспаду Наттморега, який падає з висоти 300 метрів. Туристів супроводжує гід, який проводить лекції про географічні та інші характеристики місцевості, а також про історію війн. Однією з основних цілей є відвідання льодовика Свартисен, який є другим за розмірами в Норвегії. Під час експедиції також є можливість спостерігати за китами та морськими орлами. Однак екстремальні умови експедиції можуть вплинути на маршрут: у фьорді може бути надто сильна течія, що іноді призводить до зміни запланованої програми.

Окрім компанії Hurtigruten, подібні круїзи, зазвичай в північній півкулі навколо Норвегії, також організовують лайнери компаній Fjord Line, Color Line Cruises і Norwegian Cruise Line (NCL), хоча остання більше спеціалізується на традиційних круїзах.

Norwegian Epic 5*, виготовлений у червні 2010 року, втілює всі досягнення круїзної компанії за останні роки. Його інноваційна концепція Freestyle Cruising – «Круїзи у вільному стилі» – надає туристам можливість відпочивати за своїм бажанням: на борту «дозволено все». Це означає відсутність строгих розкладів, обідніх змін, а також вимог до вечірнього одягу.

Висадка та система розміщення також є гнучкими, що робить перебування на кораблі ще комфортнішим. Norwegian Epic позиціюється як лайнер майбутнього, адже на ньому реалізовано безліч технічних новинок, які перевершують усі уявлення. Туристи можуть насолоджуватися неймовірним вибором розважальних послуг, яких немає на жодному іншому круїзному кораблі.

Компанія Hurtigruten, окрім круїзно-експедиційних лайнерів MS Fram, MV Polar Star і MS Nordnorge, також використовує інші пасажирські судна, але лише в північному регіоні. Серед них: MS Midnatsol, MS Trollfjord, MS Finnmarken, MS Nordnorge, MS Polarlys, MS Nordkapp, MS Nordlys, MS Richard With, MS Kong Harald, MS Vesteraleen і MS Lofoten. Ці судна менші за розмірами і пропонують значно скромніший набір сервісних послуг. Зазвичай вони обладнані джакузі в каютах с'ют, а з комунікаційних послуг доступні Інтернет і телебачення. Лише на MS Finnmarken є відкритий басейн, фітнес-зали, салон краси, масажний кабінет і перукарня. Проте ці судна характеризуються зручними умовами для огляду, завдяки великій кількості вікон, що дозволяє насолоджуватися пейзажами під час подорожей (рис. 2.1.3 – 2.1.5).



Рис. 2.1.3 Найбільші круїзні компанії світу класу «Стандарт», [50, 72, 80]



Рис. 2.1.4 Найбільші круїзні компанії світу класу «Преміум», [50, 72, 80]

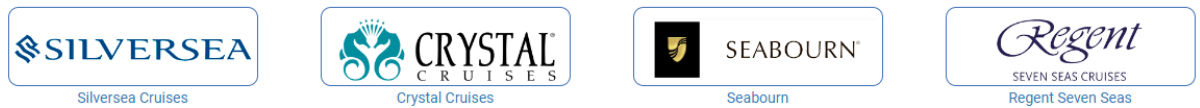


Рис. 2.1.5 Найбільші круїзні компанії світу класу «Розкішний», [50, 72, 80]

Отже, можна зробити висновок, що потенціал круїзного туризму передбачає так званий експедиційний сервіс. На відміну від традиційних екскурсій, експедиція під час «льодового» або «дослідницького» круїзу сприймається як факультативна подорож, метою якої є спостереження за явищами або об'єктами живої та неживої природи. У цьому форматі туристи беруть активну участь, а подорож здійснюється за допомогою спеціального транспорту та обладнання. При цьому акцент робиться на безпеку, що гарантується підготовленим персоналом, який супроводжує круїз. Це дозволяє учасникам не тільки насолоджуватися красою природи, але й здобувати унікальний досвід взаємодії з навколишнім середовищем.

Ще у 2019 році було спрогнозовано 11 ключових позицій для допомогуть прискорення зростання круїзного туризму у найближчій перспективі, а головними рушіями будуть соціальні мережі і «оздоровчі» мандрівки. Круїзні тренди майбутнього подані нижче [1]:

1. «Інстаграмні» подорожі. Щодня в соціальній мережі Instagram публікується близько 351 млн. постів з тегом #travel. Круїзери діляться своїм досвідом подорожей прямо з борту лайнера, заохочуючи інших до таких мандрівок.

2. «Повне оновлення». Оскільки мандрівники шукають способи зменшити стрес, все більше круїзних компаній пропонують оздоровчі програми, спа-послуги, здорові меню та новітні фітнес-інновації на борту.

3. Культурне збагачення. Сучасні круїзні пасажери прагнуть не лише отримати досвід подорожі, а й поглиблено зануритися в культуру місць, які

вони відвідують, виходячи за межі звичних екскурсій.

4. На борту з розумними технологіями. Круїзні компанії впроваджують корисні інновації, такі як цифрові браслети, брелоки та намиста, які можна використовувати як на борту, так і на суші.

5. Осмислені подорожі. Люди прагнуть подорожувати усвідомлено, тому круїзні компанії співпрацюють з місцевими органами влади для збереження культурної спадщини та впровадження технологій, що зменшують негативний вплив лайнерів на навколишнє середовище. Круїзна індустрія також прагне принести користь туристичному сектору в регіонах, які відвідуються.

6. Унікальні напрямки – нова розкіш. Мандрівники бажають відвідати віддалені місця, такі як Галапагоські острови та Антарктида, і круїзні лінії відкривають доступ до цих екзотичних напрямків.

7. Покоління Z в морі. Покоління Z, яке складається з людей, що народилися з середини 1990-х до середини 2000-х років, стане значною часткою всіх круїзерів протягом наступних двох років. Ця вікова група надає перевагу отриманню унікального досвіду, а не матеріальних речей.

8. Пригоди не в «годину пік». Круїз надає мандрівникам можливість отримати незабутні враження в холодні місяці, наприклад, відвідувати різдвяні ярмарки в Європі або насолоджуватися полярним сяйвом.

9. Два в одному: робота і відпочинок. Все більше людей поєднують роботу з відпочинком, тому багато круїзних лайнерів пропонують безкоштовний Wi-Fi та зручні місця для роботи на борту, що дозволяє круїзерам залишатися продуктивними під час подорожі.

10. Круїзи, орієнтовані на жінок.

11. Соло-подорожі. Google повідомляє про зростання пошуків «подорожей поодиночці» та «соло-подорожей», тому круїзні компанії надають можливості для самостійних мандрівників заводити нові знайомства вже на борту» [1].

Обсяг ринку круїзного туризму оцінюється в 9,44 млрд. доларів США в 2024 році і, як очікується, досягне 14,31 млрд. доларів США до 2029 року, збільшуючись в середньому на 8,67% протягом прогнозованого періоду (2024-2029 рр.).

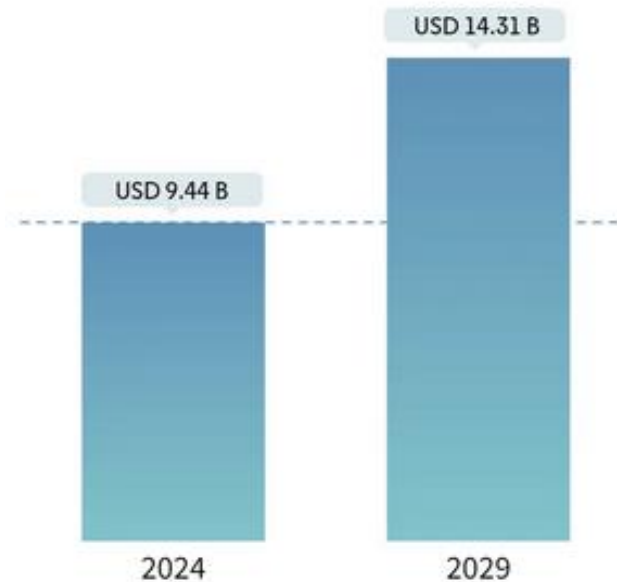


Рис. 2.1.4 Об'єм та прогноз ринку круїзного туризму [3]

Круїзний бізнес сильно трансформувався останніми роками, ставши провідною туристичною індустрією. Він вважається найпопулярнішим видом рекреаційної діяльності та є успішним сектором у всьому світі. Круїзні компанії пропонують різні маршрути від тропічного відпочинку до культурних екскурсій. Галузь значно виросла через зростаючий наявний дохід і прагнення до унікальних вражень від подорожей. Круїзні компанії постійно впроваджують інновації, щоб залучити більше пасажирів та запропонувати захоплюючі функції, такі як тематичні круїзи, розкішні враження та розваги на борту. Круїзні лайнери відвідують різні напрямки, зокрема популярні туристичні місця по всьому світу. Деякі напрямки створили спеціалізовані круїзні термінали для прийому великих круїзних суден та ефективної обробки пасажирів, що прибувають [3].

Number of Ocean Cruise Passengers in North America, In Thousands, 2020-2022

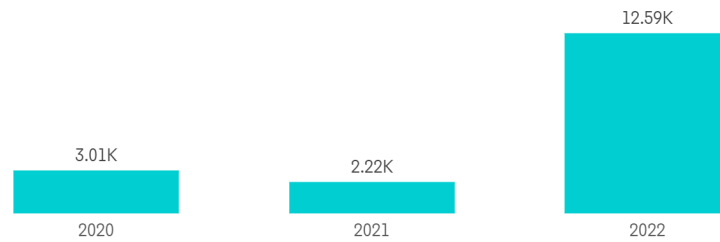


Рис. 2.1.6 Чисельність круїзних туристів у Північній Америці, за [3]

Тенденцією ринку круїзного туризму є збільшення кількості пасажирів океанських круїзів у Північній Америці (рис. 2.1.6). Збільшення кількості пасажирів океанських круїзів у Північній Америці спричиняє хвилю на ринку круїзного туризму. Все більше і більше людей вибирають круїзи як кращий варіант відпочинку. Зручність, різноманітність напрямків та зручності на борту, пропоновані круїзними лініями, приваблюють все більше мандрівників, галузь процвітає та розширюється, щоб задовольнити попит у Північній Америці. Круїзні компанії постійно впроваджують інновації та пропонують нові та захоплюючі враження для залучення пасажирів [3].

Increase in Online Sales of Cruises in Asia, In %, 2020-2023

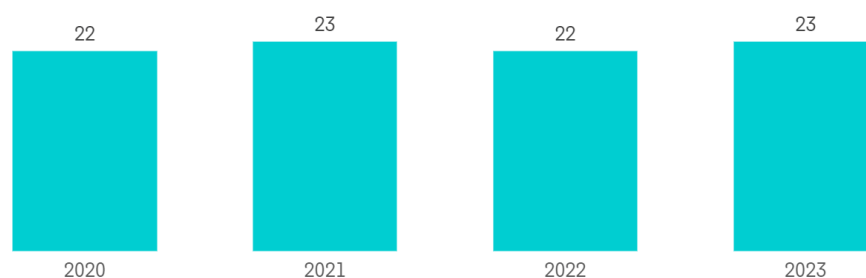


Рис. 2.1.7 Чисельність круїзних туристів в Азії, за [3]

В останні роки круїзи набирають популярності в Азії (рис. 2.1.7). Ці зрушення у поведінці споживачів стимулює зростання ринку круїзного туризму у регіоні. Онлайн-туристичні агенції та веб-сайти круїзних компаній забезпечують безперебійний процес бронювання, дозволяючи мандрівникам

легко порівнювати варіанти та вивчати різні маршрути. Ця тенденція не тільки приносить користь мандрівникам, пропонуючи їм більший вибір та гнучкість, але й надає круїзним компаніям нові можливості для охоплення ширшої аудиторії на азіатському ринку.

Ринок круїзного туризму відрізняється помірною конкуренцією та має кілька великих гравців (рис. 2.1.8). Що стосується частки ринку, то нині на ринку домінують лише деякі великі гравці. Конкурентне середовище включає аналіз декількох міжнародних та місцевих компаній, які займають частку ринку і добре відомі, включаючи Carnival Corporation Plc, Royal Caribbean Group, Norwegian Cruise Line Holdings Ltd, MSC Cruises та Costa Cruises, серед інших.



Рис. 2.1.8 Основні конкуренти на ринку круїзного туризму, за [3]

У жовтні 2023 р. Traveltek і Cruise Planners сформували стратегічний альянс, спираючись на свої давні відносини як клієнти Sabre. Traveltek має намір розширити можливості своїх агентів у галузі круїзних технологій у національному масштабі, що стане значним кроком уперед у покращенні досвіду бронювання круїзів для мандрівників.

У листопаді 2023 р. TravClan та Resorts World Cruises об'єднали зусилля у новаторському партнерстві, спрямованому на революцію круїзного туризму в Індії. Завдяки цій співпраці TravClan відправляється в трансформаційну подорож, яка обіцяє змінити ландшафт круїзного відпочинку в Індії, забезпечуючи доступність та доступність для всіх.

Круїзний туризм відноситься до відпочинку, який повністю або частково

базується на круїзному лайнері. Ринок круїзного туризму сегментований за типом, який включає річковий круїз, океанський круїз, експедиційний круїз, тематичний круїз, пригодницький круїз та інші типи, за тривалістю, включаючи 1-7 днів, 8-14 днів, 15-20 днів і більше 21 дня, за віком пасажирів включає менше 12 років, 13-19 років, 20-39 років, 40-59 років і старше 60 років, а за географією включає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Європу, Північну Америку, Південну Америку та Близький Схід.

Наступним кроком буде дослідження інфраструктурного забезпечення круїзного туризму.

2.2. Інфраструктурне забезпечення круїзного туризму

У круїзному бізнесі, де комфорт і задоволення туристів є пріоритетом, роль логістики і управління ланцюгами поставок значно зростає. Хоча більшість компаній спрямовують свої зусилля на безпосереднє обслуговування пасажирів на борту, важливою складовою конкурентної переваги також є організація процесів постачання товарів та послуг. Від скоординованої роботи ланцюга постачання залежить своєчасна доставка продуктів харчування, напоїв, засобів для розваг та інших необхідних товарів, які забезпечують комфортний відпочинок на лайнері.

Ось кілька основних напрямків, де ефективне управління ланцюгом постачань може суттєво посилити конкурентоспроможність круїзних компаній:

1. Інтеграція послуг до та після круїзу. Хоч круїзні компанії часто передають відповідальність за доставку туристів до пункту відправлення партнерам (авіакомпаніям, готелям), все більше компаній починають пропонувати пакети послуг «під ключ».

2. Планування постачань на борту. Оскільки судна можуть бути у відкритому морі тривалий час, надзвичайно важливо точно і ретельно планувати поповнення запасів продуктів, товарів першої необхідності, та запасів для розваг.

3. Індивідуалізація та гнучкість у ланцюгу постачання. У круїзній індустрії кожен пасажир має свої специфічні потреби та бажання. Ланцюг поставок повинен бути достатньо гнучким, щоб швидко реагувати на ці запити та забезпечувати наявність необхідних продуктів або послуг на борту.

4. Екологічні ініціативи. З огляду на зростаючу увагу до сталого розвитку, круїзні компанії все частіше впроваджують екологічно безпечні практики у свої ланцюги постачання.

5. Аналітика даних та технології. Використання сучасних технологій для збору та аналізу даних дозволяє компаніям покращувати управління постачанням та оптимізувати витрати.

Таким чином, логістика та управління ланцюгами постачання можуть значно підвищити рівень задоволення туристів і конкурентну перевагу круїзних компаній. Ефективне керування цими процесами дозволяє не лише задовольняти різні потреби пасажирів, а й створювати додаткові вигоди та покращувати загальну якість обслуговування на борту.

Сучасні круїзні компанії поступово трансформують круїзні термінали з простої інфраструктури для обслуговування пасажирів у комплексні відпочинкові зони з різноманітними послугами та розвагами.

Компанії, наприклад, Costa Crociere, інвестують у будівництво власних терміналів, забезпечуючи інтеграцію з іншими видами транспорту та надання додаткових послуг безпосередньо в терміналах. Інші компанії, як MSC Cruises, укладають стратегічні угоди з партнерами для об'єднання трансферів, культурних та пізнавальних турів, що надаються на місці, що створює синергію між різними елементами круїзної пропозиції.

Термін «терміналізація логістичних ланцюжків», який набуває популярності, описує сучасні круїзні термінали як багатофункціональні простори, які не лише сполучають морські круїзи з наземним і повітряним транспортом, але й забезпечують тимчасове розміщення туристів, розваги, харчування та додатковий сервіс до чи після круїзу. Наприклад, Royal Caribbean Cruises створила на базі свого курорту «Лабаді» на Гаїті відпочинкове містечко, що інтегрує інфраструктуру для розваг і рекреації, збільшуючи привабливість круїзного продукту та дозволяючи туристам відчувати атмосферу повноцінного відпочинку ще до посадки на лайнер.

Загалом, розвиток таких комплексних круїзних хабів сприяє більшому задоволенню пасажирів, підвищує лояльність до бренду та формує надійну конкурентну перевагу для круїзних компаній, створюючи для туристів комфортне та насичене враження з самого початку подорожі.

На рис. 2.2.1 показана класична структура логістичної системи потужної круїзної компанії. Типовий ланцюжок поставок складається з багатьох «гравців», у яких власні комерційні інтереси та стратегії.

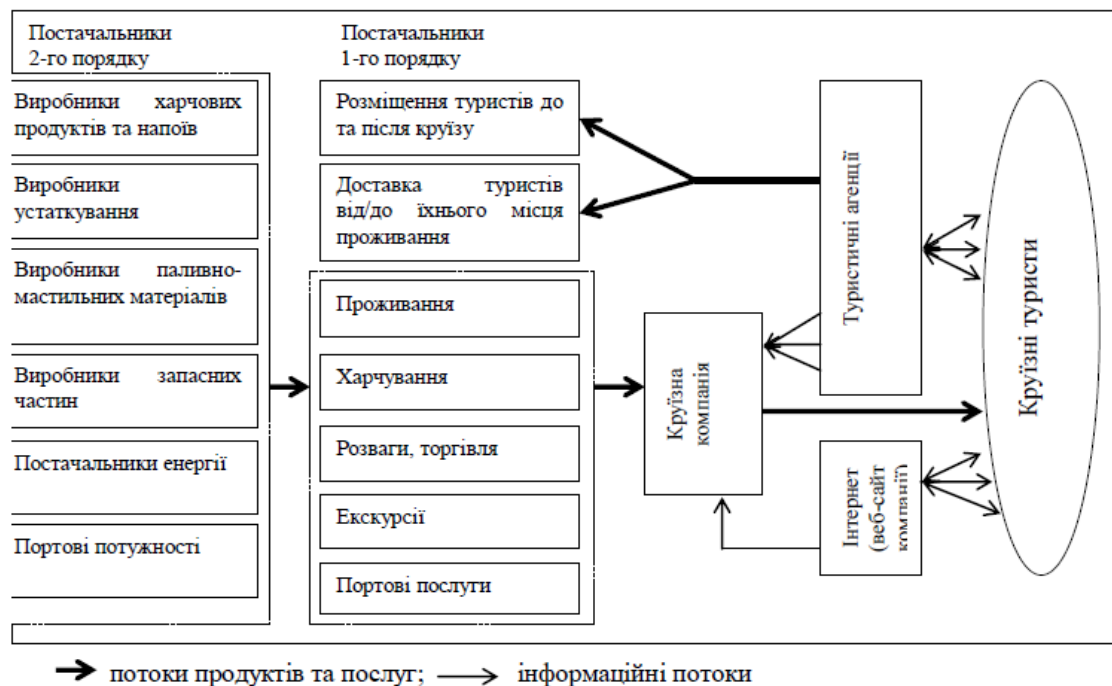


Рис. 2.2.1 Логістика в круїзному туризмі, за [56]

У круїзному туризмі постачальники першого порядку відповідають за послуги, що надаються безпосередньо туристам до, під час і після круїзної подорожі. Це включає як забезпечення розміщення туристів до або після круїзу, так і організацію трансферу до місця посадки на круїзне судно та назад. Ці функції часто виконують туристичні агенції, які продають круїзні путівки, а також інтернет-сайти круїзних компаній, що останнім часом набули популярності як канали прямого продажу.

До основних постачальників першого порядку належать [56]:

1. На борту круїзного судна – це команди з обслуговування, що забезпечують проживання, харчування, розважальні програми, а також торговельні послуги.

2. Поза судном – екскурсійні бюро та портові служби в портах, де лайнер робить зупинки, забезпечують туристів додатковими розвагами та культурними програмами.

Постачальники другого порядку націлені на забезпечення круїзних компаній ресурсами та обладнанням для стабільного функціонування. Це включає:

- виробників продуктів і напоїв для ресторанів і барів на борту;
- постачальників палива, мастильних матеріалів, запасних частин та обладнання для технічного обслуговування суден;
- постачальників енергії в портах для забезпечення потреб круїзних лайнерів під час стоянок;
- портові термінали, адаптовані для обслуговування круїзних суден, що забезпечують умови для посадки, висадки пасажирів і обслуговування суден.

Система постачальників, побудована за принципом багаторівневості, забезпечує круїзним компаніям стабільність у наданні високоякісних послуг, що впливає на позитивний досвід пасажирів і підвищує їхню лояльність [56].

Сучасний круїзний ринок спрямований на задоволення різноманітних

потреб туристів, надаючи їм вибір рівня комфорту та гнучкі умови відпочинку. Великі круїзні компанії, що оперують мегалайнерами, так само як і невеликі фірми, пропонують кастомізовані туристичні пакети, які враховують потреби різних груп клієнтів. Пасажири можуть обирати між різними типами кают, варіантами харчування (від шведського столу до преміум-ресторанів «а ля карт») та різноманітними екскурсійними програмами, що робить круїз більш персоналізованим.

Окрім цього, різноманіття розважальних та анімаційних програм на борту також слугує важливим елементом кастомізації, який враховує потреби різних вікових та соціальних груп, створюючи можливості для активного або релаксувального дозвілля.

Круїзні лайнери сертифікуються відповідно до категорій (зірок) – від стандартних до супер-люксових, що підпадають під шосту категорію. Це дозволяє круїзним компаніям охоплювати як масовий сегмент (з великими суднами довжиною понад 300 м і місткістю понад 2,000 пасажирів), так і нішовий (індивідуальні тури на менших суднах, які вміщують до 500 осіб). Обидва сегменти мають свої особливості. Масовий орієнтований на розваги й послуги безпосередньо на борту, а нішовий фокусує увагу на ексклюзивних берегових екскурсіях і унікальних місцевих враженнях під час зупинок у портах [30].

У круїзах виділяють такі види суден:

1. Вітрильні круїзні судна. Вітрильні круїзи залишаються популярними й сьогодні, забезпечуючи унікальні враження від подорожі, особливо для тих, хто цінує старовинні морські традиції. Розглянемо два основні типи вітрильних круїзів:

Круїзи на сучасних розкішних вітрильних суднах. Компанія «Star Clippers» активно пропонує круїзи на трьох елітних суднах – «Royal Clipper», «Star Clipper» і «Star Flyer». Маршрути охоплюють такі регіони, як Середземне

море, Карибський басейн, а також трансокеанські та азійські рейси, що залежать від сезону. Вітрильні круїзи тривають від 7 до 14 діб, а ціна за подорож становить від 2000 до 5000 USD. Судна пропонують каюти різного класу комфорту (включаючи DeLuxe з двоспальними ліжками), а також варіанти з двоярусними і тримісними спальними місцями, з усіма зручностями. Доступні програми для молодят, конференції та святкування подій, а також водні види спорту та цікаві екскурсії. Харчування на борту різноманітне й екзотичне. «Star Clippers» співпрацює з British Airways, що дозволяє здійснювати пересадки в проміжних портах.

2. Круїзи на старовинних і традиційних вітрильних суднах. Цей напрям активно розвивається в Європі та США. Вітрильники класу «В», що вміщують від 6 до 40 пасажирів, часто перебувають у приватній власності або належать невеликим компаніям. Це судна, збудовані за старовинними кресленнями, з дотриманням традицій. Подорожі можливі двома способами: можна приєднатися до спланованого маршруту або взяти судно в оренду разом із капітаном і самостійно визначати маршрут. Вартість подорожі залежить від типу судна, тривалості круїзу та додаткових послуг. Наприклад, участь у регаті «Катті Сарк-2001» на період 6 днів коштує 551 USD для дорослих і 420 USD для молоді (15–25 років). Оренда 24-місцевої висококласної шхуни «Najaden» у Стокгольмському архіпелазі коштує 5700 USD за добу.

Таким чином, вітрильні круїзи забезпечують туристів можливістю відчувати романтику морських подорожей як на сучасних суднах, так і на класичних вітрильниках.

3. Круїзний яхтовий туризм. Круїзний яхтовий туризм є одним із престижних видів подорожей, що орієнтований на заможних клієнтів і поціновувачів ексклюзивного відпочинку на воді. Існує кілька видів яхтового круїзного туризму, які дозволяють туристам насолодитися комфортом, свободою вибору маршруту та висококласним обслуговуванням.

Більшість вітрильних яхт є приватними, належать заможним власникам і часто використовуються для короткочасних сімейних подорожей, особливо популярних у вихідні дні. У розвинених країнах, як Європа, Америка та Австралія, приватні яхти є частиною культури дозвілля, і для них організовані численні яхт-клуби. Власники можуть брати участь у змаганнях або організовувати круїзні плавання як на короткі, так і на далекі відстані.

Оскільки більшість приватних яхт є сімейними, це формує певну специфіку яхтових подорожей. Вони зазвичай нетривалі та часто проходять по внутрішніх водних шляхах, що дозволяє відвідати численні цікаві місця за короткий час. Вартість стоянки катера довжиною 10-12 метрів становить приблизно 10-15 USD на добу, хоча не завжди є можливість пришвартуватися біля причалу.

4. Чартерний круїз на моторній яхті. Моторні яхти, часто з численним екіпажем, надають послуги чартерних круїзів для туристів, які бажають висококласного відпочинку з індивідуальним маршрутом. Власники яхт можуть самостійно користуватися своїм судном або здавати його в оренду через спеціальні чартерні компанії, поширені в США, Великій Британії та Австралії. Тривалість круїзу зазвичай становить від 1 до 2 тижнів, а послуги надаються за схемою «все включено», що охоплює проживання, харчування та обслуговування на борту. Незважаючи на високу вартість, попит на такі круїзи стабільно зростає, і часто бронювання на популярні періоди, як Різдво чи Новий рік, здійснюється за 1-1,5 року.

5. Круїзи на поромах. Пороми є спеціалізованими плавзасобами, які здійснюють регулярне перевезення як пасажирів, так і транспортних засобів між пунктами на протилежних берегах. Цей вид транспорту найчастіше використовується на коротких відстанях, таких як річки, озера, вузькі протоки, але також знаходить застосування і на великих озерних та морських переправах.

Існує кілька основних типів поромів: пасажирські пороми; автомобільно-пасажирські пороми; залізничні пороми; трансокеанські пороми.

На поромах можуть бути різні зручності для пасажирів, включаючи каюти для тривалих подорожей, місця для відпочинку, ресторани та магазини. Це робить пороми популярним видом транспорту не лише для місцевих поїздок, але й для туристичних маршрутів, забезпечуючи при цьому економічно вигідний спосіб подорожей для великих груп пасажирів та транспорту.

Морські судна за їх призначенням і здатністю витримувати різні навігаційні умови класифікуються на такі категорії:

1. Судна необмеженого морського (океанського) плавання – середньо- і великотоннажні судна з підвищеною міцністю корпусу та високими морехідними якостями. Вони сконструйовані для океанічних плавань і здатні забезпечити безпеку навіть у складних погодних умовах океану.

2. Судна обмеженого плавання – ці судна зазвичай обмежені одним морем або прибережними водами, де навігаційні умови легші.

3. Судна прибережного (місцевого) і рейдового плавання.

4. Судна змішаного плавання «ріка-море».

5. Судна льодового плавання – пристосовані для плавання в льодових умовах, іноді супроводжуються криголами. Вони мають спеціально укріплений корпус і захищені гвинти, що дозволяє безпечно рухатися через льоди.

Ці категорії враховують призначення та особливі вимоги до конструкції суден для забезпечення їх надійності і безпеки в специфічних навігаційних умовах.

Перевезення туристів морським транспортом регулюється як міжнародними, так і національними правовими актами, що забезпечують стандарти безпеки, відповідальність перевізників, а також умови перевезення пасажирів і їхнього багажу.

Серед ключових міжнародних правових актів, які визначають правову базу морських перевезень туристів, можна виділити:

- Афінську конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу, що встановлює правила відповідальності перевізника за шкоду, заподіяну пасажиром чи їхньому багажу;
- Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі (SOLAS), яка регулює стандарти безпеки суден, спрямовані на збереження життя пасажирів під час морських перевезень;
- Міжнародну конвенцію про уніфікацію деяких правил, що стосуються перевезення пасажирів морем, яка забезпечує єдині норми щодо прав пасажирів у різних країнах;
- Міжнародну конвенцію про пошук і рятування на морі (SAR), що визначає стандарти для організації пошуку та рятування пасажирів у разі аварійних ситуацій на морі.

Високий попит на круїзний туризм стимулює будівництво нових океанських лайнерів. За останні роки інвестиції в розробку нових суден сягнули понад 6,5 млрд. доларів США, що забезпечує стабільний розвиток круїзної інфраструктури. У період з 2015 по 2019 рік річні витрати круїзної індустрії становили близько 120 млрд. доларів США, що сприяло підтримці зайнятості майже 1 млн. осіб у суміжних галузях [28].

Експерти Міжнародної асоціації круїзних ліній (CLIA) виділили 13 ключових трендів розвитку круїзної індустрії, серед яких особливо помітне зростання популярності річкових круїзів [29]. Важливим аспектом розвитку є також концентрація ринку, що прогнозовано залишається під контролем чотирьох великих компаній. До 2022 року на Carnival Corporation припадатиме 42,1% світового круїзного ринку з флотом у 113 суден, Royal Caribbean Cruises охопить 22,8% із 53 суднами, MSC Cruises контролюватиме 9,9% із 19 суднами, а Norwegian Cruise Line – 9% із 27 суднами. Разом ці компанії становитимуть

83,8% світового круїзного ринку, із загальною кількістю 212 суден, що відображає їх значний вплив на галузь та її розвиток (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

Carnival Corporation, найбільший і найуспішніший оператор круїзних лайнерів у світі, має свою штаб-квартиру в Майямі, Флорида, США. Круїзні лайнери цієї компанії отримали назву "кораблі розваг", а їхньою характерною рисою стала форма труби, що нагадує хвостовий плавник кита. Цей дизайн вперше з'явився у 1981 році під час будівництва судна Tropicale. У 2007 році Carnival змінила назви своїх суден, зробивши їх однотипними, так що всі вони починаються зі слова "Carnival".



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

Другою за величиною круїзною компанією є Royal Caribbean Cruises Ltd., американо-норвезьке спільне підприємство, зареєстроване в Монровії (Ліберія) та також зі штаб-квартирою в Майямі. Royal Caribbean контролює близько 25% світового круїзного ринку. Усі 42 лайнера компанії мають назви, що закінчуються на "of the Seas", серед яких – 6 найбільших у світі, зокрема Harmony of the Seas, Allure of the Seas та Oasis of the Seas (рис.2.2.2).

До пандемії в 2019 році світовий круїзний флот складав 355 суден. Прогнозувалося, що до 2022 року кількість суден збільшиться до 367, з загальною кількістю ліжко-місць приблизно 640,5 тис. Це свідчить про стабільне зростання попиту на круїзні подорожі та плани круїзних компаній розширювати свої флотилії в умовах відновлення після пандемії. (табл. 2.2.2).

2019 рік дійсно став рекордним для круїзної індустрії: було спущено на воду 24 нових лайнерів. Найбільшим серед них став Costa Smeralda, який вміщує 5224 пасажирів. Цей лайнер вперше почав використовувати зріджений природний газ, що робить його одним із найекологічніших у світі круїзній галузі. Найменшим новим лайнером став Magellan Explorer від Antarctica 21, розрахований на 100 гостей, що свідчить про зростаючу популярність круїзів для невеликих груп пасажирів та спеціалізованих подорожей.

Таблиця 2.2.2

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

Роки	2013	2018	2019	2020	2021	2022
Кількість ліжко-місць	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

Круїзні лайнері дійсно можна вважати плавучими готелями, які пропонують широкий спектр зручностей і розваг для пасажирів. Сучасні круїзні кораблі, такі як Queen Mary 2, вражають своїми розмірами і потужністю. Лайнери можуть досягати довжини до 300 м і мати до 20 палуб.

На рисунку 2.2.3, проілюстровано прогнозоване зростання кількості пасажирів морських круїзів з 2020 по 2030 рік із щорічним зростанням на 6%. Червона пунктирна лінія представляє середнє завантаження круїзних суден на рівні 88%.

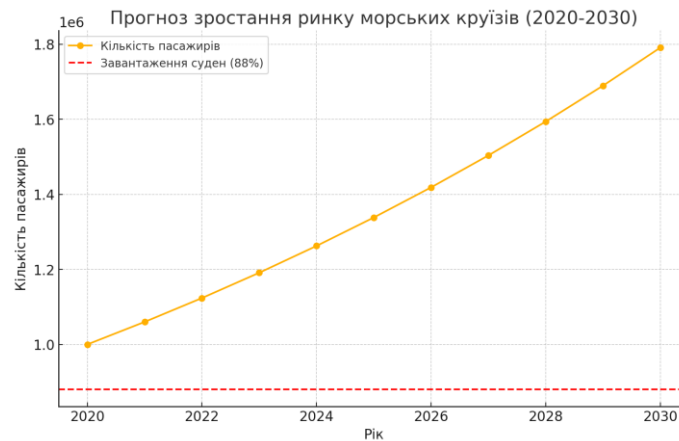


Рис. 2.2.3 Прогноз зростання кількості пасажирів морських круїзів з 2020 по 2030 рік, складено авторкою

На графіку ілюструється прогнозоване зростання кількості пасажирів морських круїзів з 2020 по 2030 рік із щорічним зростанням на 6%. Червона пунктирна лінія представляє середнє завантаження круїзних суден на рівні 88%.

Далі показано графіки для трьох показників:

1. Кількість пасажирів морських круїзів (рис. 2.2.4).
2. Дохід від круїзного бізнесу (рис. 2.2.5).

3. Задоволеність клієнтів (можна припустити, що вона коливається в межах певного діапазону, рис.2.3.6). Використано наступні припущення: початковий дохід: 500 млн. доларів; задоволеність клієнтів: варіюється від 70% до 90% протягом років.



Рис. 2.2.4 Зростання кількості пасажирів морських круїзів, складено авторкою



Рис. 2.2.5 Зростання доходу від круїзного бізнесу, складено авторкою



Рис. 2.2.6 Зростання доходу від круїзного бізнесу, складено авторкою

На рисунках 2.2.4-2.2.6 продемонстровано прогноз зростання кількості пасажирів морських круїзів (2020-2030 рр.). прогноз зростання доходу від круїзного бізнесу (в млн. доларів), прогноз задоволеності клієнтів (у відсотках).

Ці графіки ілюструють динаміку ринку морських круїзів, зокрема зростання кількості пасажирів та доходів, а також зміну рівня задоволеності клієнтів.

Наразі в Україні інфраструктуру, здатну обслуговувати великі круїзні судна довжиною понад 300 м, має лише порт Одеса. Констанца в Румунії також відповідає цим вимогам. Для розвитку круїзного туризму Україні необхідно інвестувати в модернізацію та розширення портової інфраструктури.

У світі налічується близько 650 круїзних портів. Середземне море, яке є популярним напрямом для круїзів, має 158 портів, що свідчить про високу конкуренцію. Чорноморський регіон включає 16 морських портів, з яких 6 належать Україні (Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія та Керч (останні тимчасово окуповані)). Це відкриває потенціал для повоєнного розвитку круїзного туризму, однак потребує значних зусиль у сфері інфраструктури та промоції.

Розвиток круїзного туризму в Україні вимагає системного підходу:

покращення інфраструктури портів, інвестицій в їх модернізацію, а також активного просування українських портів на міжнародній арені. Це може стати важливим кроком у розвитку туризму в країні та залученні іноземних туристів.

ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» (УДП) відіграє важливу роль у розвитку круїзного туризму на Дунаї. У його складі є чотири пасажирські комфортабельні судна – теплоходи «Волга» та «Дніпро», побудовані в 1970 році, а також «Молдова» і «Україна», які з’явилися на світ у 1979 році на австрійській судноверфі Корнойбург для міжнародної круїзної лінії «Від Альп до Чорного моря». На початку 90-х років для підготовки та реалізації заходів, спрямованих на залучення іноземних туристів до Придунав’я, в УДП було створено відокремлений структурний підрозділ «Транскруїз», сертифікований і ліцензований для туристичної та екскурсійної діяльності. Цей підрозділ свідчить про професіоналізм компанії та відповідність міжнародним стандартам. Круїзна лінія «Від Альп до Чорного моря», що функціонує з 1991 року, підкреслює стійкість і адаптацію підприємства до змін у ринку туристичних послуг. ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» є важливим гравцем у сфері круїзного туризму на Дунаї, забезпечуючи комфортні перевезення пасажирів і пропонуючи міжнародні круїзні маршрути. Подальший розвиток інфраструктури, оновлення флоту та активне просування на ринку можуть сприяти залученню нових туристів і розвитку туристичної привабливості регіону.

Усі пасажирські судна ПрАТ «УДП» оснащені сучасною системою кондиціонування повітря та мають чотири палуби, що забезпечує комфорт під час подорожі.

Круїзні судна ПрАТ «УДП» позиціонуються на європейському ринку річкових круїзів у класі «Підвищений середній клас». Теплоходи здобули популярність серед європейських туристів і фрахтуються відомими німецькими туроператорами, які мають добру репутацію, такими як «Seetours»,

«Transocean», «Phoenix Reisen» та «Nicko cruises».

Пасажирські теплоходи пароплавства популярні серед європейських туристів завдяки злагодженій роботі дружніх та уважних українських екіпажів, які забезпечують комфорт і безпеку під час подорожі. Протягом круїзу туристи можуть насолоджуватися різноманітними розважальними та екскурсійними програмами, виступами фольклорних колективів і концертами екіпажу, а також смакувати страви від висококласних кухарів, які вражають різноманіттям придунайських кулінарних традицій. Круїзна програма передбачає відвідування європейських столиць, таких як Відень, Братислава, Будапешт, Белград і Бухарест, а також мандрівку до української дельти Дунаю на «нульовий кілометр».

Незважаючи на виклики, спричинені пандемією COVID-19, ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» демонструє позитивні результати у своїй діяльності. За 2020 р. компанія змогла отримати прибуток у розмірі 41,8 млн. грн., в той час як за аналогічний період 2019 року вона зазнала збитків у 10,3 млн. грн. Це свідчить про значні зміни у фінансовій ситуації підприємства, яке змогло адаптуватися до нових умов.

Проте, незважаючи на позитивний фінансовий результат, обсяги вантажних та пасажирських перевезень все ж зменшилися. У 2020 р. «УДП» перевезло 983,8 тис. тонн вантажів, з яких річкові перевезення становили 824,1 тис. тонн. Це на 81,8% менше порівняно з аналогічним періодом 2019 року. Зниження обсягів перевезень було викликане декількома негативними факторами, включаючи обмеження на експортні вантажні потоки по річці Дунай і зменшення обсягів вантажів в порту Ізмаїл, що вплинуло на навантаження.

Таким чином, незважаючи на прибутковість, компанії все ще необхідно працювати над відновленням обсягів перевезень, адаптацією до нових ринкових умов і подоланням наслідків пандемії, щоб забезпечити стійке зростання в

майбутньому.



Рис. 2.2.3 Діяльність ПрАТ «Українське Дунайське пароплавство» у 2020 р. [66]

У 2020 році пасажирський флот ПрАТ «УДП» не здійснював перевезень, що відобразилося на зниженні показника перевезень пасажирів на 16,9 тис. осіб у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. Це сталося на фоні незадовільного технічного стану флоту, середній вік якого становить 48 років, а також збільшення аварійності, що суттєво впливають на здатність компанії функціонувати як ефективна судноплавна організація.

Потенційні інвестиції планується спрямувати на фінансування будівництва нового флоту, що має сприяти розвитку внутрішнього водного транспорту в Україні і закласти основу для фінансової стійкості підприємства в найближчі 10-15 років.

Історично круїзний туризм в Україні почався з учнівських екскурсій на пароплавах по Дніпру в дорадянський період. В Україні є значний потенціал для розвитку круїзного туризму, який необхідно реалізувати через ряд заходів:

1. Відновлення та розвиток пасажирського річкового флоту
2. Покращення комфортності та сервісу.

3. Вдосконалення інформаційних систем.
4. Системний підхід до управління.
5. Розвиток яхтингу.
6. Безпека туристів.

Для реалізації круїзного потенціалу приморських регіонів України необхідно вжити кілька важливих кроків.

1. Сприяння кооперації між портами Чорноморського регіону.
2. Розвиток інтегрованих туристичних продуктів.
3. Відродження українського круїзного флоту.
4. Розвиток транспортної інфраструктури у круїзних портових містах.
5. Покращення туристичного обслуговування.

6. Вдосконалення податкової політики. Важливо підтримати вітчизняних туроператорів у сфері круїзного туризму через запровадження податкових пільг для тих, хто створює нові туристичні продукти.

7. Активна міжнародна рекламна кампанія. Необхідно проводити ефективну міжнародну рекламу для представлення туристичного потенціалу приморських регіонів України, щоб привернути більше уваги до круїзних напрямків країни.

Тобто, сьогодні інноваційна діяльність на ринку круїзного туризму спрямована на оптимізацію механізмів формування туристичного досвіду. Бізнес-процеси компаній у цій сфері зосереджені на пошуку нецінових чинників конкурентоспроможності, що може сприяти зростанню інтересу до українського круїзного туризму в майбутньому.

Наступним кроком буде дослідження організації безпеки в круїзному туризмі.

2.3. Організація безпеки в круїзному туризмі

Організація круїзів – це масштабна робота, спрямована на забезпечення комфортного відпочинку туристів як на борту лайнера, так і під час перебування в містах, які є зупинками маршруту. Важливу роль у задоволенні потреб пасажирів у якісному відпочинку відіграє безпека, що є пріоритетним завданням для всіх учасників туристичної індустрії.

«Виникнення небезпек під час подорожі тягне за собою не тільки прямі збитки від того, що сталося, а й економічні наслідки, такі як падіння попиту на туристський продукт. Залежно від рівня надзвичайної ситуації, що сталася, економічний збиток і витрати на відновлення довіри туристів можуть бути великі настільки, що можуть привести до краху всієї туристичної індустрії» [13].

У системі круїзного судноплавства, як в інших економічних системах, проявляється сукупність ринкових ризиків як для судновласника, так і для всієї сукупності учасників соціально-економічних відносин.

«Сама безпека туризму має системоформуючий характер у туристичній діяльності, адже може розглядатися як головна споживча властивість, якою об'єктивно і реально повинна володіти туристична послуга, тоді як інші споживчі її властивості можуть реалізуватися повною мірою тільки у разі, якщо безпека туризму буде гарантована» [69]. Центальною ланкою є поняття ризику, яке виступає як деструктивний фактор, здатний посилити негативні тенденції в розвитку туристичної діяльності загалом і круїзного судноплавства зокрема. Ризик впливає на всі ієрархічні рівні й зачіпає всіх учасників підприємницької діяльності. У стандартах сталого економічного розвитку слід відрізняти ризики, що стосуються підприємницької структури, та ризики, пов'язані з впливом цього бізнесу на зовнішнє середовище. Їх поява обумовлена об'єктивними технічними складниками ризику, впливом

природних факторів і можливими адміністративними чи виконавчими помилками.

За часовими рамками ризики поділяють на короткострокові, що пов'язані з впливом окремих гідрометеорологічних умов у регіоні діяльності операторів, і довгострокові, які залежать від політичної ситуації, збройних конфліктів у морських регіонах та економічних криз.

Ризики за спрямованістю впливу поділяються на ті, що безпосередньо стосуються безпеки круїзної компанії (наприклад, зростання цін на паливо та інші ресурси), і ті, що створюють потенційні ризики для споживачів або суміжних систем внаслідок діяльності самої круїзної компанії. Негативні прояви цих ризиків можуть призвести до несприятливих наслідків для судновласників або операторів через зворотний зв'язок.

Економічні збитки від глобального потепління є важливим чинником, що посилює економічну кризу. Наприклад, за даними звіту Британського уряду, кліматичні зміни можуть коштувати світовій економіці близько 5% ВВП щорічно, а за песимістичними прогнозами – до 20%. Зниження доходів населення через кліматичні кризи може спричинити зниження попиту на морські круїзи та сповільнити інвестиції в пасажирське суднобудування [13].

На безпеку круїзного судноплавства впливають як системні, так і несистемні фактори. До системних факторів належать гідрометеорологічні умови в окремих регіонах, технічні недоліки конструкції суден, недотримання службових обов'язків тощо. Серед несистемних факторів — терористичні акти, воєнні дії, пожежі на борту, морські катастрофи, крадіжки, насилля, епідемії, падіння за борт пасажирів та екологічні катастрофи.

Для подальшого аналізу проблем безпеки круїзного судноплавства пропонується розгляд таких аспектів: економічна безпека підприємств, залучених в організацію круїзу; безпека пасажирів і екіпажу; безпека туристичних регіонів; безпека мешканців портових міст та безпека

пасажирських лайнерів.

Економічна безпека визначається як стан стабільності, який дозволяє соціально-економічній системі вести діяльність, зберігаючи рівновагу та стійкість розвитку, незважаючи на динамічні зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, а також зростаючий вплив дестабілізуючих факторів.

Економічна безпека охоплює фінансову, матеріальну, інформаційну та кадрову безпеку підприємств, зокрема судноплавних компаній, круїзних операторів, портових і сервісних підрозділів, що надають послуги на березу, пасажирських терміналів, екскурсійних бюро тощо.

Рентабельність круїзного сектору значною мірою залежить від ефективного управління ризиками, пов'язаними з пропускнуою здатністю пасажирських терміналів. Важливим є забезпечення відповідності між провізною здатністю флоту, пропускнуою здатністю обслуговуючих підрозділів та прогнозованим пасажиропотоком. Однак зростання розмірів і потужності нових круїзних суден часто випереджає можливості портової інфраструктури (наприклад, недостатня довжина та висота причалів), що підвищує фінансові ризики.

Круїзне обслуговування вимагає високої організації праці для забезпечення якості наданих послуг, що обумовлює чисельність та різноманітність фахівців екіпажів. Кількість професій морського профілю визначається стандартами безпеки судноплавства, тоді як ключовою стає стратегія управління, орієнтована на стійке позиціонування компанії в круїзному сегменті.

Трудомісткість операцій визначається специфікою послуг і технологій їх надання, а також організацією праці на круїзних судах. З цієї причини нормування та планування потреб у персоналі є вирішальними для оптимізації показників [13].

Серед витрат особливе місце займає оплата праці та енергоресурсів. На

останні важливо зважати з огляду на екологічні обмеження. За останні роки оператори круїзних лайнерів зберігають прибутковість попри зростання цін на паливо й конкуренцію. Це досягається завдяки відносно низьким витратам на утримання рядового складу екіпажу та генерації доходу на борту. Основний склад екіпажу представлений громадянами Філіппін, Індонезії, Індії, Румунії та Болгарії. Понад 70% працівників є персоналом готельного обслуговування і громадського харчування (офіціанти, бортпровідники, персонал пральні, кухонні робітники), робочий час яких сягає 10-12 годин на день. Зарплата бортпровідника варіюється від 650 до 1150 доларів на місяць (включно з чайовими), тоді як черговий у пральні може отримувати лише близько 700 доларів на місяць [13].

Ключовим аспектом економічної безпеки в круїзному секторі є розширення інноваційних підходів. Сучасні методи управління екіпажем та умови праці викликають питання щодо ефективності круїзного бізнесу. Великі розміри нових лайнерів, впровадження новітніх технологій у їх конструкцію та складні бортові системи вимагають високого рівня професіоналізму й продуктивності персоналу, що значно ускладнює та здорожчує підбір кваліфікованих кадрів для круїзних операторів.

Норми безпеки мореплавства стають дедалі суворішими як у частині технічної надійності, так і за екологічними, санітарними та соціальними вимогами. Високий рівень енергоспоживання через значні витрати палива знижує економічність таких суден, негативно впливаючи на рентабельність і економічну безпеку операторів.

Безпека туристів та екіпажу також є важливим напрямом, що включає захист життя, здоров'я, майна, недоторканість особи, надання якісної медичної допомоги й забезпечення безпечних умов праці для екіпажу. Сучасні круїзні судна, які часто є «плавучими містами/курортами», ставлять під сумнів ефективність традиційних протоколів евакуації та вимог безпеки, що потребує

їх оновлення з урахуванням збільшення пасажиромісткості.

Навіть незначні інциденти, що стосуються здоров'я та безпеки під час круїзів, можуть швидко стати кризою для компанії, якщо їх недостатньо ретельно врегульовувати, оскільки інформація може швидко поширитися через ЗМІ та соціальні мережі, завдаючи репутаційної шкоди.

У 2019 році світові ЗМІ, зокрема телеканал CNN, висвітлили інцидент на борту найбільшого круїзного лайнера світу «Oasis of the Seas», коли близько 300 пасажирів і членів екіпажу за короткий час заразилися небезпечним норовірусом. Унаслідок цього лайнер фактично став «плаваючим лазаретом», що змусило капітана припинити тижневий круїз по Карибському морю і повернутися в порт Канаверал, штат Флорида. Цей випадок завдав удару по репутації компанії Royal Caribbean, якій належить судно.

Ефективна реакція на такі інциденти вимагає удосконалення комунікаційних потоків на борту, а також у взаємодії між судном і берегом. Криза може бути краще врегульована за умови прозорості комунікацій, оперативного надання необхідної інформації та забезпечення доступу до неї як на судні, так і на суші. У таких ситуаціях важливо розуміти та прогнозувати поведінку пасажирів, розвивати компетенції екіпажу для ефективного управління натовпом у критичних умовах [13].

У зв'язку зі зростанням кількості великотоннажних круїзних суден та значними ризиками, пов'язаними з евакуацією пасажирів у відкритому морі, Міжнародна морська організація (ІМО) переглянула рекомендації щодо проведення аналізу та сертифікації евакуаційних процедур для великих пасажирських суден ще на стадії проектування. Ці зміни покликані підвищити рівень безпеки та ефективність евакуації на круїзах, мінімізуючи ризики для пасажирів і екіпажу.

Безпека регіону – зокрема екологічна, криміногенна, а також воєнно-політична – є одним із ключових чинників розвитку круїзної галузі, оскільки

визначає його привабливість для туристів. За даними міжнародної асоціації Cruise Lines (CLIA), попит на круїзи у світі зростає до 2017 року, коли кількість пасажирів сягнула 25,8 млн. і продовжувала зростати. Проте Чорноморський регіон демонструє протилежну тенденцію. Через політичну ситуацію в Україні, анексію Криму, а згодом через дестабілізацію в Туреччині, великим круїзним компаніям довелося уникати заходу в Стамбул і обминати Чорне море.

Екологічна безпека є невід’ємною складовою стійкого розвитку круїзної індустрії. Туризм сприяє економічному зростанню, але дослідження вчених з Австралії, Індонезії та Китаю, опубліковане в журналі *Nature Climate Change*, засвідчило, що туризм генерує 8% антропогенних парникових газів, значна частка з яких припадає на далекомагістральні круїзні лайнери. Круїзне судно на 3000 пасажирів продукує близько 800 000 літрів стічних вод щотижня, що підтверджує потребу у заходах зі зменшення антропогенного впливу круїзного сектору на приморські регіони та охорони їхньої екосистеми [13].

Кінцевою метою розвитку круїзної індустрії є нормалізація якості навколишнього середовища в межах основної операторської діяльності, що передбачає мінімізацію негативного впливу круїзного судноплавства на прибережний рекреаційний комплекс та умови життя місцевого населення. Безпека мешканців портів, які стикаються з численними незручностями через величезний пасажиропотік – зокрема, руйнування історичних міст, погіршення екологічної ситуації, транспортні проблеми та обмежений доступ до місць відпочинку – є важливим аспектом сталого розвитку.

Круїзний бізнес приносить прибутки не лише самим компаніям, але й національним економікам. Однак питання розподілу цих вигод залишається відкритим. Чи отримують вигоду порти, які обслуговують величезний пасажиропотік через транспортні послуги, екскурсії та інші аспекти? Останні дослідження європейських вчених вказують на зростаючий скептицизм щодо ефективності розподілу прибутків. Проблеми переповненої інфраструктури,

обмежені витрати туристів, забруднення навколишнього середовища та негативний вплив на місцеву культуру і спосіб життя мешканців портів викликають незадоволення серед місцевих жителів і ставлять під загрозу сталий розвиток круїзної галузі [13].

Відзначаючи зростаючі антикруїзні настрої, мешканці Венеції, Дубровника, Санторіні та Барселони висловлюють стурбованість щодо екологічного впливу круїзних лайнерів. Венеційці особливо занепокоєні можливими руйнівними наслідками для фундаментів своїх унікальних споруд, що підкреслює важливість збереження культурної спадщини. У відповідь на ці занепокоєння, громадські організації, учені та ЗМІ почали активно критикувати круїзний сектор.

Порти також стають обережними у питаннях інвестування в інфраструктуру, необхідну для обслуговування великих лайнерів. Прикладом позитивного підходу до вирішення екологічних проблем є проект Green Cruise Port, ініційований портами Балтики. Проект зосереджується на трьох основних напрямках: розробка портової інфраструктури з урахуванням принципів сталого розвитку, створення екологічно чистих транспортних комунікацій до круїзних портів, а також оцінка екологічних і економічних наслідків екскурсійного обслуговування.

Для підвищення екологічної безпеки водних ресурсів постійно переглядаються положення Міжнародної конвенції із запобігання забруднення з суден (MARPOL 73/78). Крупні круїзні компанії також беруть участь у проекті «Сталий круїз» (Sustainable Cruise), що фінансується Європейською Комісією. Цей проект націлений на впровадження технологій для скорочення та переробки твердих відходів на борту, очищення відпрацьованих газів (EGCS), зменшення використання упаковки та тари, а також переробку паперу.

Круїзні судна обладнуються енерго- та водозберігаючими пристроями, сонячними батареями, системами зменшення шуму, кондиціонерами та

очишувачами стічних вод, а також покривають корпус нетоксичними фарбами. Ці зусилля спрямовані на зменшення негативного впливу круїзного судноплавства на навколишнє середовище та забезпечення сталого розвитку галузі.

У сучасному круїзному бізнесі технології берегової енергії стають важливим інноваційним підходом для збереження екології в туристичних дестинаціях. Наприклад, судна компанії Carnival використовують можливість підключення до електричної мережі під час стоянки в порту Лонг-Біч. Це дозволяє їм відключати внутрішні джерела енергії, що суттєво знижує рівень повітряного та шумового забруднення.

Круїзні лінії також активно займаються навчанням екіпажу та працівників на березі з управління відходами. Більше того, на борту суден працюють спеціалісти з екології, які допомагають контролювати екологічні практики та впроваджувати ефективні стратегії управління відходами.

Круїзні компанії формують свої стратегічні цілі, спираючись на принципи соціально-екологічної відповідальності. Вони ініціюють заходи для зменшення негативного впливу на природне середовище, прагнучи забезпечити баланс між стабільністю бізнесу та збереженням природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Однак питання безпеки пасажирів також залишається вкрай важливим. Безпека мореплавства, кваліфікація екіпажу, запобігання зіткнень, а також захист від пожеж і піратів становлять пріоритети для круїзних компаній. Трагедія лайнера Costa Concordia, де були втрачені багато життів через недосконалість проектування та управління безпекою, стала уроком для індустрії. Зниження стійкості судна через конструктивні зміни, спрямовані на збільшення пасажиромісткості, призвело до катастрофи. Це підкреслює важливість удосконалення конструктивних характеристик суден і підвищення кваліфікації екіпажу, щоб запобігти подібним інцидентам у майбутньому.

Нові підходи до управління безпекою включають розробку чітких планів евакуації, адаптацію конструкцій до вимог безпеки та підвищення відповідальності команди за підтримання стандартів безпеки на борту. Такі заходи можуть допомогти створити безпечніші умови для пасажирів і членів екіпажу, що в свою чергу підвищить довіру до круїзного бізнесу в цілому.

Нові правила, встановлені Міжнародною конвенцією з охорони людського життя на морі (СОЛАС), змусили судновласників вивести з експлуатації більшість старих пасажирських суден. Це зобов'язує їх вкладати значні інвестиції в реконструкцію та модернізацію, щоб відповідати новим вимогам безпеки. Проте таке оновлення інфраструктури є важливим кроком для збереження безпеки круїзного судноплавства.

Зростаючі ризики, такі як піратські напади, також викликають стурбованість у галузі. Попри те, що пасажирські лайнеру можуть виглядати беззахисними, вони оснащені сучасними засобами захисту, такими як високопотужні водяні шланги і акустичні пристрої дальньої дії, що дозволяє їм реагувати на загрози.

Безпека для пасажирів круїзних лайнерів означає не лише фізичний захист, а й можливість отримання якісного відпочинку як на борту, так і на березі. Це включає в себе забезпечення позитивних емоцій і захисту від непередбачуваних проблем. Тому компетентність у сфері управління безпекою є критично важливою для сталого розвитку круїзного судноплавства.

Безпека круїзного судноплавства є складним і багатогранним поняттям, яке включає в себе багато взаємопов'язаних аспектів. Для ефективного аналізу та управління безпекою доцільно розглядати її за окремими напрямками [13]:

1. Економічна безпека підприємницьких структур – забезпечення фінансової стабільності і рентабельності круїзних компаній.
2. Безпека туристів і екіпажу судна – збереження життя, здоров'я та майна пасажирів і членів екіпажу.

3. Безпека круїзного регіону для туристів – оцінка ризиків, пов’язаних з політичними та екологічними умовами.

4. Безпека мешканців круїзних портів – забезпечення комфортного і безпечного середовища для місцевих жителів, які стикаються з впливом великого потоку туристів.

5. Безпека пасажирського лайнера – технічні і конструктивні характеристики судна, які забезпечують його безпечне функціонування на морі.

Комплексна оцінка всіх цих аспектів дозволить отримати об’єктивну інформацію про стан круїзного сегменту, що в свою чергу сприятиме розробленню заходів для захисту від потенційних небезпек і забезпечення сталого розвитку круїзної індустрії.

Наступним кроком буде визначення проблем та перспектив організації круїзного туризму.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Поточні перспективи організації і розвитку круїзного туризму

У 2017 році ринок круїзного туризму обслуговував 25,2 млн. осіб, генеруючи дохід у 37,1 млрд. доларів США [82]. Це було на 6,6% більше в порівнянні з 2016 роком і на 63,4% більше, ніж у 2007 році. Сталість попиту на круїзний продукт зумовлена постійною модернізацією круїзних суден, формуванням пакетних замовлень на будівництво нових мегалайнерів, оновленням та модернізацією пасажирських причалів, а також вдосконаленням портової інфраструктури.

Ці чинники сприяли зростанню інтересу до провідних круїзних маршрутів. Сучасні круїзні судна перетворюються на міста-курорти з природними ландшафтними зонами, аквапарками, театрами, планетаріями та трасами для гонок. Інновації з суміжних секторів економіки стали важливими для підвищення конкурентоспроможності як окремих суден, так і круїзних маршрутів.

Основним напрямком розвитку круїзного ринку стало нарощування потужностей суден для реалізації концепції "лайнер як місто-курорт". Однак нові виклики та орієнтація на сталий розвиток вносять корективи у діяльність компаній. Сучасні судна, як серійного, так і індивідуального проектування, повинні відповідати екологічним стандартам, що змінює напрям розвитку круїзного ринку. Компанії повинні шукати нові ощадливі технології, які можна реалізувати на суднах без втрати якості обслуговування.

Таким чином, адаптація до нових екологічних вимог і використання інноваційних технологій стали ключовими аспектами для забезпечення

конкурентоспроможності та сталого розвитку круїзного сектору в умовах змінного ринкового середовища.

Основою нових круїзних продуктів повинні стати лайнери нового покоління, які здатні на самостійну переробку твердих відходів та генерування і акумулювання електроенергії, що дозволяє відтворити повний виробничий цикл. Технічні можливості цих суден мають бути інтегровані з потребами мандрівників та пріоритетами збереження туристичних ресурсів, водночас підтримуючи оптимальний рівень безпеки. Це дозволяє розв'язувати одну з ключових проблем, що в результаті збільшує життєвий цикл судна та його продукту.

Проте постає питання щодо розвитку круїзної інфраструктури, зокрема причалів, здатних обслуговувати нові судна. Для оцінки цього розвитку слід звернутися до динаміки, представленої в таблиці 1, яка містить дані про розвиток круїзної інфраструктури за оцінками експертів ринку.

Мультиплікативний ефект у круїзному туризмі, який виникає внаслідок диференціації пропозиції та зростання якості обслуговування пасажирів, сприяє формуванню додаткових робочих місць і збільшенню бюджетних відрахувань у розвинутих круїзних центрах. Ризики залучення інвестицій у інфраструктурні проекти розраховуються через порівняння обсягів капітальних вкладень провідних круїзних компаній у розбудову флоту.

Плани приватного бізнесу щодо нових суден відображаються у планах місцевих та регіональних інституцій стосовно їх обслуговування. Наприклад, у таблиці 1 наведено співвідношення кількості пасажирських причалів до кількості круїзних суден: у 2007 році на одне судно в середньому припадало менше 1,2 тис. причалів, у 2017 році – близько 1,5 тис., а за прогнозами на 2027 рік – понад 1,7 тис. Темпи активного зростання цих показників визначаються другою половиною 2010-х років, що свідчить про поступове покращення інфраструктури для круїзного туризму.

Таблиця 3.1.1

Прогноз розвитку круїзної інфраструктури до 2027 року, за [80]

Період	Кількість причалів, тис. од.	Темп приросту причалів, у відсотках до попереднього року	Кількість суден, од.	Темп приросту суден, у % до попереднього року
2007 рік	346	X	294	X
2012 рік	426	23,12	284	-3,40
2017 рік	535	25,59	365	28,52
2022 рік	704	31,59	422	15,62
2027 рік	750	6,53	434	2,84
Темп приросту, 2022-2012, %	X	65,26	X	24,15
Темп приросту, 2027-2017, %	X	40,19	X	18,90

Виходу судна на круїзний маршрут передусь детальна прогнозна оцінка його пропускних можливостей з урахуванням темпів зростання регіонального ринку, а також аналіз економічної ситуації в країнах-постачальниках круїзних туристів. Це важливо, оскільки економічні умови значно впливають на рівень споживання круїзного туристичного продукту.

У 2017 році глобальний круїзний ринок складався з 365 суден та 535 тис. пасажирських причалів. Водночас прогнози, що базуються на обсягах суднобудівних замовлень, вказують на те, що до 2027 року кількість причалів зросте до 750 тис. для обслуговування 434 суден круїзного флоту. Це свідчить про значний потенціал для розширення круїзної інфраструктури, що відповідає зростаючому попиту на круїзні подорожі та необхідності забезпечення якісного обслуговування з боку портових міст.

Таке зростання кількості причалів є критично важливим для підтримки конкурентоспроможності круїзного ринку, оскільки дозволяє збільшити пропускну спроможність портів і забезпечити безперебійне обслуговування нових ліній, що з'являються внаслідок інновацій у суднобудуванні та розвитку туризму [79].

Очевидно, що вказані статистичні дані відображають стратегії провідних учасників ринку, таких як «Carnival Corporation», «Royal Caribbean Cruises Ltd. Co», «Norwegian Cruise Line Holdings Ltd», «MSC Cruises» та «Genting Group Hong Kong». Ці компанії активно розвивають освоєні географічні сегменти, що є критично важливим для успішної конкуренції на ринку. В круїзному туризмі існує чітка сегментація за географічним критерієм та класом послуг, що включає бюджетні, преміум, люкс та спеціальні пропозиції, відповідно до умов і можливостей суден.

Згідно з діаграмою (рис. 3.1.1), частки ринку, що займають холдингові круїзні компанії у 2017 році, демонструють високий рівень концентрації. У 2014 році трійка лідерів контролювала 79,4% світового ринку, а до 2017 року ця цифра знизилася до 76,8%, проте все ще залишалася значною.

Структура попиту за регіонами також зазнала суттєвих змін у період з 2007 по 2017 роки (Рис. 2). Обсяги круїзного потоку у найбільш розвинених регіонах, таких як Кариби, Багами, Європа і Середземне море, скоротилися з 90,6% до 61,5%. Водночас спостерігається зростання попиту на круїзні продукти в Азії, особливо в Китаї, та Австралії. Ці зміни свідчать про еволюцію ринку та адаптацію круїзних компаній до нових тенденцій споживання, що може призвести до розширення їх діяльності у нових регіонах.

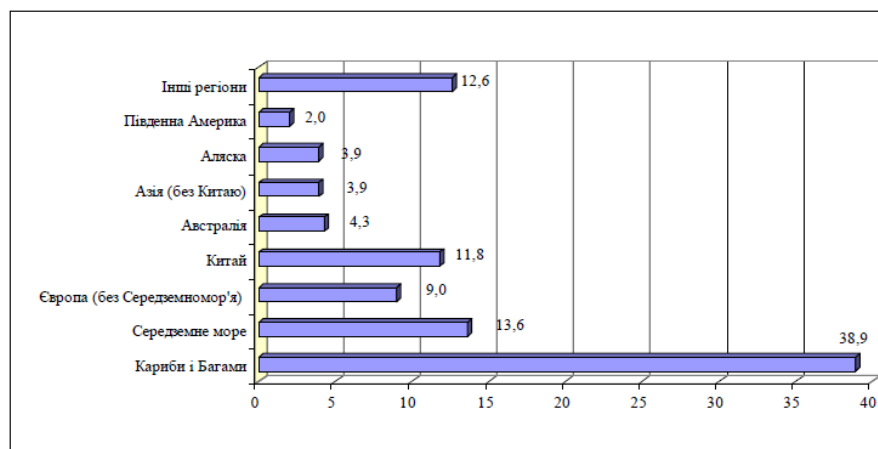


Рис. 3.1.1 Структура ринку глобального круїзного туризму у 2017 році, %, складено за [81]

Розвиток Азійсько-Тихоокеанського регіону безпосередньо пов'язаний із діяльністю компанії Genting Hong Kong, яка активно нарощує круїзний флот для організації річкових і морських круїзів. Наприклад, на 2017 рік флот компанії Star Cruises складав 7 суден, з яких два були запущені в 2016 і 2017 роках, а в планах були нові замовлення на 2020 і 2021 роки [5].

Згідно з прогнозами експертів, до 2027 року місткість ринку круїзного туризму може перевищити 38 мільйонів осіб, що забезпечить приріст у 151% у порівнянні з 2017 роком (на 12,8 мільйона більше). Для підтримки таких темпів зростання ринку необхідні інвестиції в суднобудування, впровадження інноваційних технологій та сталу співпрацю з партнерами-постачальниками.

Замовлення нових суден та укладання контрактів на їхнє будівництво залежать від потужностей суднобудівних підприємств, роботи постачальників і партнерів, а також масштабів кожного конкретного проекту. Зростання замовлень на нові судна формує списки очікувань на провідних суднобудівних підприємствах у Німеччині, Нідерландах, Італії, Франції, США, Японії та інших країнах.

Провідні круїзні компанії позиціонують свої бренди як окремі торгові марки, включаючи в себе окремі круїзні судна. Це дозволяє їм забезпечити додаткові гарантії безпеки для туристів та сприяти впровадженню інновацій. Частка ринку сучасних круїзних ліній складає 70,5% від світової пропозиції, тоді як сегмент преміум займає 24,4%. Важливу роль у цьому процесі відіграють понад 20 великих і середніх компаній (материнських та дочірніх), які просувають свої продукти на основних круїзних регіонах світу. За оцінками експертів, у період з 2006 по 2017 роки майже 70% зростання ринку забезпечили саме ці компанії.

Дані про замовлення та контракти на будівництво суден на круїзному ринку свідчать про активне оновлення круїзного флоту. Станом на 2023 рік загальна кількість круїзних суден складає 147, а до 2027 року очікується, що

цей показник зросте до 434 одиниць, що є збільшенням лише на 69 суден у порівнянні з 2017 роком. Вартість проєктів варіюється від 50 млн. до 1,4 млрд. доларів США, що відображає широкий спектр можливостей для інвестицій у нові судна.

Конкретні стратегії лідерів ринку щодо нарощення круїзного флоту є наступальними, адже всі компанії активно оновлюють свої основні засоби. Наприклад:

- Carnival Corporation має плани на 26 нових одиниць, з яких 6 призначено для базової марки, 6 для Princess Cruises, а також по 4 для Costa Group та AIDA Cruises.
- Royal Caribbean Cruises Ltd. Co замовила 24 судна, включаючи 7 для базової марки, 4 для Celebrity Cruises та Silversea Cruises, а також 9 суден у партнерстві з TUI.
- Norwegian Cruise Line Holdings Ltd планує 11 нових суден.
- MSC Cruises має замовлення на 14 одиниць.
- Genting Group Hong Kong замовила 7 суден, з яких 4 будуть для Crystal Yacht Expedition Cruises.
- Viking Ocean Cruises запланувала 18 нових суден.

Ці дані підкреслюють активну стратегію розвитку провідних компаній, спрямовану на модернізацію флоту та підвищення конкурентоспроможності на глобальному круїзному ринку. На рисунку 3 можна детальніше ознайомитися з графіком замовлень на круїзні судна в період з 2017 по 2027 роки, що ілюструє динаміку розвитку сектору.

Замовлення на будівництво нових суден у круїзному туризмі дійсно дозволяє розробити більш точні прогнози розвитку ринку, а також визначити стратегічні цілі компаній. Хоча клас суден може вказувати на можливі регіони для освоєння, важко точно охарактеризувати конкретні стратегії, адже багато факторів впливають на ці рішення.

Основні стратегічні цілі круїзних компаній включають:

1. Утримання позицій на ринку: Компанії прагнуть залишатися конкурентоспроможними, постійно аналізуючи та вдосконалюючи свої пропозиції.

2. Оновлення флоту: Важливо мати сучасні судна, що відповідають новітнім стандартам безпеки, екології та комфорту.

3. Надання комплексного пакету послуг: Компанії мають на меті запропонувати різноманітні послуги за високим рівнем сервісу, адаптуючи їх до вподобань туристів.

4. Формування флоту під конкретні сегменти ринку: Врахування латентного попиту та популярності сучасних круїзних продуктів стає ключовим у розвитку. Це включає в себе пропозиції як великих лайнерів, так і розкішних парусних яхт.

В регіональному контексті компанії часто мають свої дочірні підприємства, які спеціалізуються на певних маршрутах. Це дозволяє їм ефективніше освоювати туристичні дестинації, адаптувати свої пропозиції до потреб місцевого ринку та уникати перенавантаження популярних рекреаційних територій.

Актуальні завдання, що стоять перед круїзними операторами:

- зменшення навантаження на популярні дестинації – важливо формувати нові маршрути та розширювати географію круїзів, щоб уникнути перевантаження рекреаційних територій;

- формування нових конкурентних переваг – використання мобільності суден для пропозиції унікальних вражень, таких як подорожі до маловідомих, але привабливих місць.

Всі ці елементи підкреслюють важливість стратегічного планування та адаптації до змінюваних умов ринку в галузі круїзного туризму.

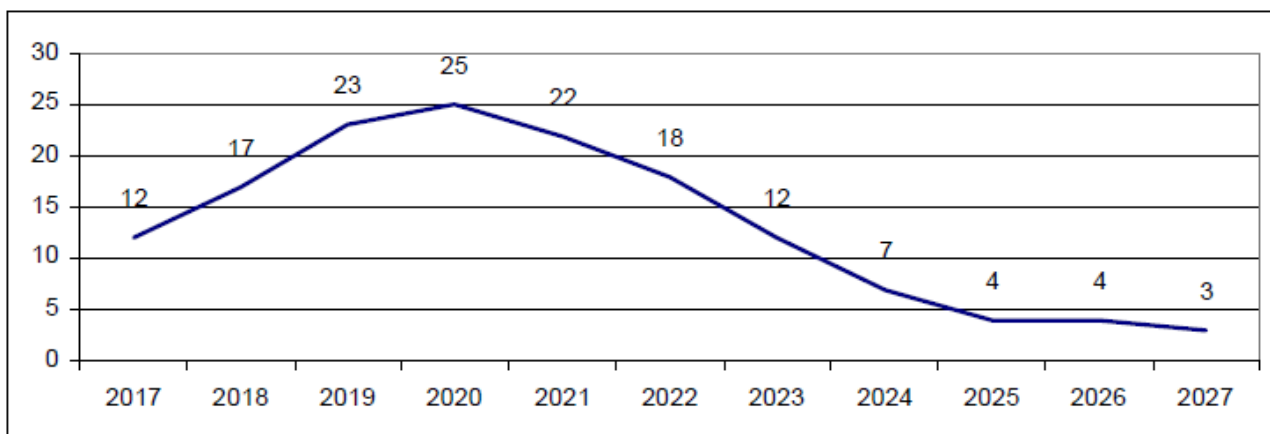


Рис. 3.1.2 Динаміка заявлених замовлень на оновлення круїзного флоту, складено за [75]

Круїзери дійсно шукають нові враження, і тематичні пропозиції стали важливою частиною їхніх очікувань від подорожей. Тематичні круїзи, такі як освітні, гастрономічні та еногастрономічні, користуються попитом і допомагають залучати нові категорії туристів. Розвиток таких продуктів може суттєво вплинути на ринок круїзного туризму та сприяти його сталому функціонуванню.

Основні аспекти розвитку комбінованих продуктів у круїзному туризмі:

1. Розширення ринкової ніші.
2. Комбіновані пропозиції. Круїзні компанії можуть пропонувати подорожі, що поєднують авіап перевезення, залізничні подорожі та круїзи.
3. Гнучкість і зручність. Клієнти очікують зручності при плануванні своїх подорожей.
4. Індивідуалізація пропозицій. Розробка спеціальних турів, які відповідають інтересам конкретних груп (наприклад, гурманів, любителів історії чи активного відпочинку), може допомогти залучити нових клієнтів.
5. Забезпечення сталого попиту. Для досягнення стабільності попиту на десятиліття вперед важливо постійно адаптувати пропозиції до змінюваних потреб ринку. Регулярне оновлення тематичних круїзів, впровадження нових видів діяльності та пропозицій є важливими для підтримки інтересу клієнтів.

Важливо також враховувати, що ефективна комунікація і маркетинг комбінованих продуктів можуть суттєво підвищити їхню привабливість для потенційних клієнтів. Зосередження на інноваціях та інтеграції різних видів подорожей може стати ключовим чинником успіху в конкурентному середовищі круїзного туризму.

Ринок комбінованих продуктів дійсно відображає зміни у структурі попиту та зростання конкуренції у сфері круїзного туризму. Ці продукти, що поєднують різні види відпочинку за формулою "круїз-дестинація", відкривають нові можливості як для круїзних операторів, так і для туристів.

Переваги комбінованих круїзних продуктів.

1. Для учасників ринку:

- кооперація – партнерство між круїзними компаніями та операторами внутрішнього туризму дозволяє створювати більш комплексні пропозиції. Це підвищує туристичний потік і збільшує доходи дестинацій;

- розвиток дестинацій: Збільшення кількості туристів сприяє розвитку інфраструктури та послуг у регіонах.

2. Для туристів:

- різноманітність відпочинку. Комбіновані продукти дозволяють туристам насолоджуватися різними видами активностей.

- більше атракцій – туристи отримують можливість ознайомитися з більшою кількістю пам'яток і атракцій, що підвищує цінність їхньої подорожі.

Таким чином, комбіновані круїзні продукти є важливим елементом у сучасному круїзному туризмі, надаючи можливість забезпечити сталий попит і зміцнити позиції компаній у конкурентному середовищі.

У заключному пункті буде розглянуто організаційно-економічні заходи повоєнного відновлення ринку круїзного туризму в Україні.

3.2. Організаційно-економічні заходи повоєнного відновлення ринку круїзного туризму в Україні

Круїзний туризм дійсно став одним із найпривабливіших і перспективних напрямків у туристичній індустрії, що відображає зміни у потребах сучасних туристів. Завдяки поєднанню рекреаційних, пізнавальних, спортивних та екологічних елементів, круїзний продукт пропонує різноманітний досвід, який приваблює широку аудиторію.

Цей вид туризму стає більш доступним завдяки формулі масового туризму «все включено», що дозволяє знизити вартість, забезпечуючи при цьому широкий спектр послуг. Інтернаціоналізація також є важливим фактором: круїзні маршрути охоплюють дедалі більше портів, а обслуговуючий персонал часто представляє різні національності, що додає міжкультурний компонент подорожам. Це відображає не лише зростання інтересу до круїзів, а й прагнення туристів до унікальних та різнопланових вражень, які можуть включати освітні, культурні та розважальні аспекти.

У результаті, круїзний туризм, який раніше вважався елітарним, перетворився на більш доступний масовий продукт, що сприяло значному розширенню туристичного ринку [10].

Круїзна індустрія демонструє стабільне зростання, досягаючи в середньому 7,4% щорічного приросту за останні 20 років. Однак періоди уповільнення у 2012-2013 рр. і 2020-2022 рр. показали важливість інноваційних підходів для підтримки темпів розвитку. Сповільнення було зумовлено зниженням замовлень на будівництво нових суден і зменшенням привабливості окремих маршрутів, а також природно-кліматичними факторами, які ускладнюють організацію круїзних маршрутів.

Щоб адаптуватися до змін, круїзні оператори активно інвестують у нові технології, вдосконалення бізнес-процесів і покращення туристичного досвіду.

Інноваційний розвиток стає основним фактором підтримки стабільного зростання, забезпечуючи не лише покращення сервісу, але й нові способи підвищення стійкості галузі до зовнішніх ризиків. Це дає можливість не тільки зберігати поточні позиції на ринку, а й залучати нових клієнтів, розвиваючи більш стійку та конкурентоспроможну круїзну індустрію.

Розвиток круїзного туризму отримав поштовх завдяки пошуку нових способів використання пасажирських суден, що втратили частину попиту після появи комерційних авіаперевезень. Проте цей ринок швидко набув олігопольного характеру через високі інвестиційні витрати на будівництво та реновацію суден і значні операційні витрати для формування комплексного туристичного продукту. Задля підвищення ефективності та стабільності доходів круїзні компанії об'єднують ресурси та створюють холдингові структури, що забезпечують переваги горизонтальної інтеграції у туризмі.

Холдингові структури у круїзному секторі дозволяють оптимізувати фінансові ресурси, розширювати інвестиційні можливості, консолідувати трудові ресурси та підвищувати контроль за ринковими процесами. Їх ключовою перевагою є мобільність у прийнятті рішень, що дає змогу швидко адаптуватися до змін ринку. Завдяки відсутності прив'язки до конкретних регіонів, судна можуть обслуговувати туристів у різних частинах світу протягом усього року, що є істотною перевагою перед іншими видами туризму з прив'язкою до сезонності або географічних обмежень.

Інноваційний розвиток у круїзному туризмі відображає адаптацію до змін в економіці, особливо у суміжних секторах, що впливають на потреби туристів і умови ведення бізнесу. Зменшення темпів приросту пасажиромісткості круїзних суден – з 5,5% у 2008-2010 рр. до 2,7% у 2011-2019 рр. – є показником того, що інвестиційні програми з розширення круїзного флоту сповільнилися. Це частково зумовлено необхідністю оптимізації витрат та переходом до оновлення існуючих суден, а не будівництва нових, що допомагає утримувати

витрати на стабільному рівні.

Замість збільшення кількості місць на суднах, оператори інвестують у технологічні інновації, що підвищують комфорт, екологічність і ефективність обслуговування. Серед таких змін можна виділити цифровізацію сервісів, модернізацію суден з урахуванням екологічних стандартів, а також розробку інтерактивних та освітніх програм для пасажирів. Ці кроки допомагають круїзним компаніям підтримувати конкурентоспроможність навіть при обмеженій пасажиромісткості, забезпечуючи водночас задоволення сучасних запитів туристів (табл. 3.2.1).

Таблиця 3.2.1

Структура попиту і пропозиції на ринку круїзного туризму, за [23, 41, 72]

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 пропозиції ліжко-місць у круїзному туризмі свідчить про перехід галузі з етапу швидкого зростання до зрілості. У 2008 році круїзний ринок пропонував 104 млн. ліжко-місць на 377 тис. пасажирських місць, забезпечуючи доступність одного ліжко-місяця для продажу в середньому 275 днів на рік. У 2019 році цей показник зріс до 829,4 млн. ліжко-місць на 470 тис. місць, тобто до 286 днів, що свідчить про подовження навігаційного періоду та оптимізацію використання суден для збільшення рентабельності.

Середня вартість круїзного продукту у 2008 році становила 1,69 тис. доларів США. Однак для стабілізації попиту під час економічної кризи 2009-2011 рр. круїзні оператори ввели бюджетні круїзні продукти, що знизило середню вартість до 1,40-1,45 тис. доларів США. Після виходу з кризи, попри

нестабільність на ринку енергоносіїв та коливання курсу долара, вартість круїзного продукту поступово зросла до 1,7-2,0 тис. доларів США у 2019 році. Це підвищення відображає адаптацію круїзної індустрії до нових економічних умов і пошук шляхів стабілізації ринку через розширення навігаційного періоду й оновлення цінової політики.

У 2019 році обсяги надходжень від круїзного туризму перевищили 41 млрд. доларів США, проте їх зростання суттєво стримують інфляційні процеси, які збільшують операційні витрати на формування круїзного продукту. Це призводить до того, що конкуренція в галузі зміщується від цінових до нецінових факторів, акцентуючи увагу на якості та унікальності послуг. Для підтримання конкурентоспроможності круїзні компанії змушені інвестувати в інновації на всіх етапах створення, реалізації та просування круїзного продукту.

Інновації включають поліпшення сервісу, цифровізацію процесів, розробку екологічних рішень, а також оновлення маркетингових стратегій, щоб залучати туристів не лише вигідними цінами, але й особливими умовами відпочинку. Це дозволяє круїзним операторам підтримувати зацікавленість туристів навіть за умов зростання операційних витрат, фокусуючи увагу на підвищенні цінності круїзного досвіду та якості послуг.

Серед основних причин слід відзначити цінність круїзного продукту для туриста, яка залежить від конкретного круїзного судна та маршруту його слідування. ВТО, 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, 46] 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 [46]. 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 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 DESTИНАЦІЇ (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

Холдингові круїзні компанії позиціонують кожен зі своїх брендів як окрему торгову марку, а інколи й окремі судна виступають як унікальні бренди. Об'єднання брендів у холдингові групи дозволяє компаніям забезпечувати додаткові гарантії безпеки та пришвидшувати впровадження інновацій через

обмін технологіями та практиками. У результаті, сучасні круїзні лінії охоплюють 70,5% світової пропозиції, а преміум-сегмент складає ще 24,4%.

Більше ніж 20 великих і середніх компаній, у тому числі материнські та дочірні, активно розвивають цей ринок, просуваючи круїзний продукт у ключових регіонах світу. Завдяки такій структурі холдингові компанії можуть гнучко реагувати на запити різних ринкових сегментів, пропонуючи різні рівні сервісу й унікальні продукти для задоволення потреб широкого кола туристів.

Інноваційні зміни в круїзній індустрії дійсно зосереджені на спеціалізації круїзних суден як основи для диференціації продукту. Це є ключовим фактором, що впливає на вибір подорожі потенційними туристами. Люкс-лінії та спеціалізовані круїзні лінії займають лише 3,0% і 2,1% ринку відповідно, проте вони створюють унікальні нішові маршрути, зокрема, через відкриття нових портів призначення з ексклюзивними атракціями. Такі інновації забезпечують різноманітність маршрутів та орієнтацію на специфічні інтереси туристів.

Існує помітна кореляція між круїзними лініями та популярними туристичними напрямками, адже оператори активно використовують сформовані туристичні дестинації для основних та преміум-сегментів. Водночас люкс-сегмент та спеціальні продукти прокладають нові маршрути, щоб зменшити навантаження на популярні рекреаційні території та створити нові конкурентні переваги. Мобільність круїзних суден дозволяє ефективно освоювати нові напрямки, забезпечуючи новий досвід для туристів і збільшуючи привабливість круїзного ринку.

Порівнювати різні сегменти круїзного ринку важко через значну диференціацію продуктів, оскільки кожен сегмент – від масового до нішового та люкс – має свої особливості і пропонує різний рівень послуг, орієнтуючись на різні потреби та інтереси туристів.

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 [41].

Інноваційні зміни на світовому круїзному ринку задають важливі орієнтири для діяльності його учасників, сприяючи консолідації ринку. Це посилює безпеку туристів, підвищує їх обізнаність і знижує операційні витрати на створення круїзного продукту. Завдяки зменшенню кількості посередників і підвищенню соціальної відповідальності, якість послуг стандартизується, що позитивно впливає на репутацію та привабливість круїзних пропозицій.

Водночас укрупнення круїзних операторів обмежує варіанти розвитку ринку, знижуючи конкуренцію і кількість альтернативних продуктів. Великі компанії отримують перевагу в масштабах збуту, що дає змогу скористатися дифузією інновацій, зокрема технічних, впроваджених в інших секторах. Однак така інтеграція зменшує інтерес до самостійного розроблення нововведень, оскільки оператори частіше орієнтуються на перевірені інновації, ніж на оригінальні розробки. Це може знижувати темпи розвитку і диверсифікації круїзного ринку в довгостроковій перспективі.

Круїзні оператори активно впроваджують новітні технології для підвищення комфорту і персоналізації сервісу на борту, створюючи унікальний досвід для туристів. Наприклад, Princess Cruises використовує Ocean Medallion – міні-комп'ютер, який забезпечує доступ до різних подій і послуг на лайнері. Цей пристрій можна носити як браслет, брошку чи підвіску, і він виконує функцію цифрового ключа для каюти.

Royal Caribbean Cruises полегшує процес заселення за допомогою технології розпізнавання облич, яка прискорює реєстрацію гостей. Інновації також впроваджує MSC Cruises: на лайнері Bellissima в кожній каюті встановлено персонального помічника Zoe, який запам'ятовує переваги

туристів і допомагає з різними запитами.

Costa Cruises запустила додаток для гостей, де можна переглянути меню ресторанів, замовити їжу, використовувати бортовий чат для спілкування, відстежувати витрати, і знайомитися з програмами розваг і екскурсій. Ці технологічні нововведення не лише підвищують зручність, а й створюють новий рівень взаємодії з гостями, роблячи круїзні подорожі більш привабливими і сучасними.

Система бронювання круїзів суттєво відрізняється від звичайних турів за кордон. Оскільки морські подорожі зазвичай є коштовним туристичним продуктом, на них часто діють знижки. Найбільше заощадити можна завдяки дуже ранньому бронюванню, наприклад, купуючи круїз на літо вже на початку зими. Тобто про покупку варто подбати як мінімум за 2-3 місяці до поїздки. Особливістю круїзного туризму є відсутність «гарячих» круїзів: вирушити в морську подорож через кілька днів після прийняття рішення неможливо, адже круїзи завжди потребують ретельного планування.

Крім придбання круїзного квитка, туристу слід подбати і про авіапереліт до країни, де починається подорож. Оскільки більшість круїзів проходить у літній сезон, коли чартерні рейси перевантажені, важливо заздалегідь купити авіаквиток, щоб не ризикувати запізнитися на корабель. Якщо рейс пропущено або квиток не придбано вчасно, залишається можливість приєднатися до круїзу на іншій зупинці маршруту, але частина запланованої програми буде втрачена.

Іншою важливою складністю є оформлення віз. Якщо маршрут круїзу охоплює країни Шенгенської зони, візове питання зазвичай вирішується без проблем. Але якщо круїзний лайнер заходить у порти інших країн, в закордонному паспорті мають стояти всі необхідні візи, що потребує часу. Однак круїзним туристам посольства надають особливу увагу: візи оформлюють швидше, ніж звичайним мандрівникам. Лояльно ставляться до круїзерів і авіакомпанії.

Також слід пам'ятати, що зараз майже всі круїзні компанії працюють за системою онлайн-бронювання, що означає, що каюта, доступна в цей момент, може бути проданою вже за кілька хвилин. Тому рішення про покупку круїзу слід приймати швидко, а також мати на руках необхідну суму, оскільки в більшості випадків при бронюванні потрібно внести повну вартість туру.

Діджиталізація управління бізнес-процесами – абсолютний must have будь-якого сучасного підприємства. Використання технологій IoT 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 [66].

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

IoT-технології – це концепція мережі, яка об'єднує фізичні пристрої з

вбудованими датчиками та програмним забезпеченням, що дає змогу автоматично передавати і обмінюватися даними між реальним світом і комп'ютерними системами через стандартні протоколи зв'язку. Big Data (великі дані) – це сукупність методів, які дозволяють обробляти великі обсяги як структурованих, так і неструктурованих даних для вирішення різних завдань. Технологія Mobile ID забезпечує електронну ідентифікацію особи та кваліфікований електронний підпис, який є юридично значимим аналогом ручного підпису. Основними перевагами Mobile ID є універсальність і зручність у використанні, адже вона може замінити зв'язку логін-пароль у будь-якій електронній системі, де інтегрована. Це позбавляє користувача від необхідності вигадувати і запам'ятовувати нові логіни та паролі.

Крім того, на сторінці Facebook збиратиметься інформація з усіх аспектів діяльності компанії, зокрема:

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

Таким чином, ця інформація дозволить отримати цілісне уявлення про всі напрямки та ініціативи компанії. Цей додатковий канал також сприятиме своєчасному інформуванню всіх працівників та зацікавлених сторін, а також для зворотного зв'язку.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Круїзний туризм має свою специфіку, і для туристів важливо зважити всі переваги та недоліки, обираючи цей вид відпочинку. Залучення міжнародних організацій та державного регулювання сприяє подальшому розвитку галузі та забезпечує належний рівень сервісу для пасажирів..

2. Круїзний туризм не лише стимулює економіку, але й забезпечує робочі місця, підвищує впізнаваність регіонів і привносить значні інвестиції в інфраструктуру. Цей сектор продовжує зростати і розвиватися, відкриваючи нові можливості для бізнесу та місцевих громад.

3. Круїзний туризм відноситься до відпочинку, який повністю або частково базується на круїзному лайнері. Ринок круїзного туризму сегментований за типом, який включає річковий круїз, океанський круїз, експедиційний круїз, тематичний круїз, пригодницький круїз та інші типи, за тривалістю, включаючи 1-7 днів, 8-14 днів, 15-20 днів і більше 21 дня, за віком пасажирів включає менше 12 років, 13-19 років, 20-39 років, 40-59 років і старше 60 років, а за географією включає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Європу, Північну Америку, Південну Америку та Близький Схід.

4. Інноваційна діяльність на ринку круїзного туризму спрямована на оптимізацію механізмів формування туристичного досвіду. Бізнес-процеси компаній у цій сфері зосереджені на пошуку нецінових чинників конкурентоспроможності, що може сприяти зростанню інтересу до українського круїзного туризму в майбутньому.

5. Комплексна оцінка всіх цих аспектів дозволить отримати об'єктивну інформацію про стан круїзного сегменту, що в свою чергу сприятиме розробленню заходів для захисту від потенційних небезпек і забезпечення сталого розвитку круїзної індустрії.

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, Грузії, Туреччини).

7. Комбіновані круїзні продукти є важливим елементом у сучасному круїзному туризмі, надаючи можливість забезпечити сталий попит і зміцнити позиції компаній у конкурентному середовищі

8. Круїзний туризм являє собою окрему галузь людської діяльності із своїми ознаками, особливостями, які обумовлені специфікою надання і споживання послуг та організації перебування. 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.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1.11 круїзних трендів 2019 року. URL: <https://inflatcruises.com/news/view/news-cruise-trends-2019>.

2. Акімова О. В. Концепція морського круїзу. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgibis_64.exe?2.

3. Аналіз розміру і частки ринку круїзного туризму – тенденції росту і прогноз (2024-2029 pp.). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/cruise-tourism-market>.

4. Антоненко І., Мельник І. Круїзний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Економіст*. 2016. № 3. С. 3-8.

5. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Перспективні напрями розвитку ринку круїзного туризму. 2019. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2019/10.pdf.

6. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Формування інноваційного продукту круїзного туризму: монографія. К., 2016. 246 с.

7. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. 395 с.

8. Березкина А. Для просування чорноморського круїзного бренду. URL: <http://portsukraine.com>.

9. Верховна Рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua/ua>.

10. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <http://unwto.org/>.

11. Герасименко В. Г., Замкова А. В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. Харків: "Бурун Книга", 2011. 16 с.

12. Голубкова І.А. Макроекономічна цінність круїзного судноплавства. *Вісник ДІТБ*. 2012. №16. С. 285–289.

13. Голубкова І.А., Левинська Т.І., Бабаченко М.В. Проблема безпеки в круїзному судноплавстві. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Випуск 39-1. С. 5-10.

14. Голубкова І.А. Фактори та закономірності структуризації глобального круїзного ринку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. №31. С.75-78.

15. Годя І. Розвиток річкового круїзного туризму в Україні: минуле і сьогодення. *Східноєвропейський історичний вісник*. 2016. Вип. 1. С. 86-91.

16. Грибанова С. В. З історії організації екскурсій Київським навчальним округом (кінець XIX – поч. XX ст.). *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. URL: <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. Жихарєва В.В. Круїзний ринок: сучасні тенденції розвитку. URL: <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennyye-tendentsii-razvitiya.html>.

21. Жихарєва В. В. Сучасні тенденції розвитку ринку круїзного судноплавства. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2012. № 39 (2). С.153-166.

22. Захаріна А. Г. Визначення сутності та особливостей круїзного туризму. *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. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2012. Вип. XXXIV. С. 232-234.

24. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua>.

25. Китай стане другим за величиною ринком світу. URL: [https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_\(r_yinkom_mira_pishet_jenmin_jibao/?full](https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_(r_yinkom_mira_pishet_jenmin_jibao/?full).

26. Китай стане найпопулярнішим напрямком для туристів в найближче десятиліття. URL: <https://strana.ua/news/170277-kitaj-stanet-samym-populjarnym-napravleniem-dlja-turistov-v-blizhajshee-desjatiletie.html>.

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

28. Круїзні компанії в 2018 р. перевезли 26 млн. пасажирів. URL: <https://tourism.interfax.com/news/articles/55669/>

29. Круїзний ринок України і світу. URL: <http://cruiseek.com/news/kruiznyyrynokukrainymira.html>.

30. Круїз по Дністру на кораблі «Юрій». URL: 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. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>.

32. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства : навч. посіб. К.: Знання, 2012. 343 с.

33. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 271 с.

34. Логунова Н. А. Світовий ринок круїзної індустрії: особливості

формування і перспективи розвитку. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. № 2 (22). С. 29-34.

35. Логунова Н.А. Розвиток круїзного судноплавства як складової круїзного туризму. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. №43. С. 89-94.

36. Ляховська О.С. Круїзний туризм в Україні. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2011. Випуск 17. Том 2. С.25-30.

37. Ляховська О. С. Культура сервісу в круїзному туризмі. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з культурології. К.: КНУКіМ, 2014. 17 с.

38. Ляховська О. С. Особливості експедиційного сервісу в “льодовому” та “дослідницькому” круїзному туризмі. *Культура України*. 2013. Випуск 43. С. 96-102.

39. Ляховська О.С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку ХХІ століття. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2013. Випуск 19. Том II. С. 85-91.

40. Мазоха К.А. Круїзний туризм та його стан в Україні. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 145-152.

41. Мельник І. Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму. *Бізнес Інформ*. 2014. № 12. С. 313-319.

42. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Склера. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.

43. Морські круїзи. URL: http://crk-knteu.kiev.ua/72536-Morskie_kruizu.html.

44. Наврозова Ю.А., Михайлова Ю.В. Зміст і види морського туризму. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2012. № 4 (41). С.129-141.

45. Національний класифікатор України Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev.1.1 2002, MOD) ДК 009:2005. Київ: Держспоживстандарт України, 2005. 210 с.

46. Нездойминов С. Г., Андрєєва Н. М. Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України. *Механізм регулювання економіки*. 2013. № 4. С. 136-145.

47. 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. НАН України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2016. 193 с.

48. Оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію. URL: <http://mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/con/visa>.

49. ПАТ «Українське дунайське пароплавство». Офіційний сайт. URL: <http://oaoudp.com.ua>.

50. Провідні круїзні компанії світу. URL: <https://center.cruises/uk/companies/>.

51. Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України. Постанова Кабінету Міністрів України № 1609. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031609.html.

52. Про затвердження Морської доктрини України на період до 2035 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.10.2009. № 1307. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/13072009>.

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

54. 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. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

55. Про туризм: Закон України / *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

56. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

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

58. Річний звіт круїзної індустрії за 2019 р. URL: <https://www.msccruises.club/blog/annual-cruise-report-2019/>.

59. Самарцев Є. Україна може стати серйозним гравцем на світовому ринку морських круїзів. URL: <http://www.ukurier.gov.ua>.

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

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

62. Статистика туризму. URL: http://tourest.ua/publ/statistika_turizmu.

63. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

64. Уайльд П. Тенденції у розвитку круїзного ринку. URL: <http://portsukraine.com/node/258>.

65. Український паспорт піднявся у світовому рейтингу "найсильніших". URL: www.passportindex.org/byRank.php.

66. Українське Дунайське пароплавство. Офіційний сайт. URL: <http://udp.one.ua/poslugi/pasazhirskij-flot>.

67. 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.

68. Федорченко В. Історія екскурсійної діяльності в Україні : навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 166 с.

69. Чередниченко О.Ю. Створення дієвої системи безпеки туризму, як одна із основних умов підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 55. С. 144–150.

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

71. 13 Trends Coming to Cruising in 2016 (And What They Mean). URL: <http://www.travelpulse.com/news/cruise/13/trends/coming/to/cruising/in/2016/and/what/they/mean.html>.

72. CIN Annual 2020. URL: <https://www.cruiseindustrynews.com/flip/cina2020/mobile/index.html#p=4>.

73. Cruise Line International Organization. URL: <http://www.cruising.org/>.

74. Cruise Market Watch. URL: <http://www.cruisemarketwatch.com>.

75. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf.

76. 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.

77. European Commission, Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

78. Golubkova I., Peresypkina N. Innovations in cruise tourism. *Економічні інновації*: Зб. наук. пр. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. Вип. 50. С. 266-274.

79. Cruise Industry News Annual Report. URL: <https://www.cruiseindustry-news.com/annual-cruise-industry-report.html>.

80. Cruise-life. Офіційний сайт. URL: https://cruise-life.pro/uk/kruiznye_

kompanii/.

81. Cruise Lines International Association, Inc (CLIA). URL: <http://www.cruising.org/>.

82. Cruise Market Watch. URL: <http://www.cruisemarketwatch.com/>.

83. Growth spurt river cruising. URL: <http://www.travelweekly.com/River/Cruising/Growth/spurt/river/cruising>.

84. Kostas E. Sillignakis. Cruise Industry: An overview. URL: <http://www.sillignakis.com/>.

85. MS Cruise. URL: <https://www.ms cruises.club/team/>.

86. National Institute for Strategic Studies (2018), "Cruise shipping as a factor of the development of Ukrainian coastal regions". URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1054>.

87. Pacific isles, secretive states among last virus-free places. URL: <https://apnews.com/article/pandemics-tonga-corona-virus-pandemic-new-zealand-argentina-26c3126d7e4bc90b4408d913ef3fb35b>.

88. The global travel consumer. Current and emerging trends. URL: <http://www.wayn.com/media/WTTCBudgetTravelWAYNEmergingTrends.pdf>.

89. UNWTO Tourism Highlights 2023 Edition. URL: <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf>.

90. TUI AG (Touristik Union International). URL: <http://www.tui-group.com/en>.

91. Ukrferry-tours, програми подорожей. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrferry-tour.com/site/index.php>.

92. Vaggelas G.K. Analysing the Supply Chain Strategy of the Cruise Industry: The case of a Small Cruise Company. URL: www.porteconomics.eu.

93. World Travel and Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Структура круїзного ринку

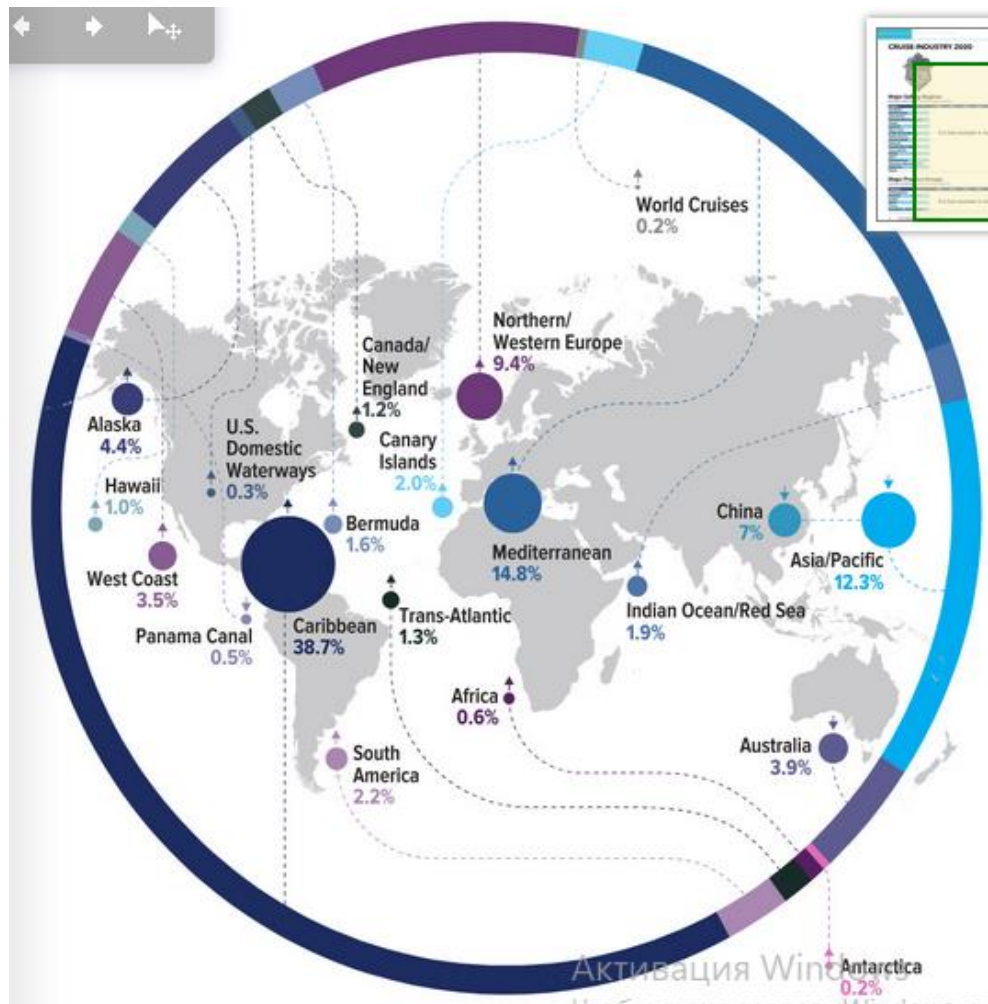


Рис. А. 1 Структура круїзного ринку, за [72]