

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ДИЗАЙНУ

факультет економіки та бізнесу

---

(повне найменування інституту, назва факультету )

кафедра економіки та сфери обслуговування

---

(повна назва кафедри)

**ДИПЛОМНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**на тему**

**«Проблеми та перспективи організації круїзного туризму в Україні»**

Виконав: студент  
групи БМТБ-1-17  
спеціальності  
073 «Менеджмент»  
ОП «Туристичний бізнес»  
(шифр і назва спеціальності)

Кравчук Дмитро Юрійович  
(прізвище та ініціали)

Керівник:  
к.е.н., ст. викладач  
Будякова О.Ю.  
(прізвище та ініціали)

Рецензент:  
професор  
Воронкова Т.Є.  
(прізвище та ініціали)

Київ 2021

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ДИЗАЙНУ

Інститут, факультет економіки та бізнесу

Кафедра економіки та сфери обслуговування

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма «Туристичний бізнес»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Мельник А.О.

“ ” 20 року

**З А В Д А Н Н Я  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ**

Кравчуку Дмитру Юрійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Проблеми та перспективи організації круїзного туризму в Україні

Науковий керівник роботи Будякова Олена Юріївна, к.е.н., ст. викладач

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “15” березня

2021 року № 75-уч

2. Строк подання студентом роботи 01.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи нормативно-правова база Українського законодавства, статистичні дані світового круїзного туризму, статистичні дані туристичної діяльності України, наукові статті, тези, монографії за тематикою туризму та круїзного туризму

4. Зміст дипломної роботи (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Дослідження історії виникнення круїзного туризму; визначення основних аспектів організації річкових круїзів та морських круїзів; аналіз туристичної діяльності в Україні, сучасного стану розвитку світової круїзної індустрії, тенденцій організації круїзного туризму в Україні; обґрунтування проблем та перспектив розвитку туристичної галузі в Україні, етапів розробки програми просування туристичного продукту та технології організації круїзів. Розробка круїзного туру. Висновки.

5. Дата видачі завдання 01.02.2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка
1	Вступ	20.03. 2021	
2	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	25.03. 2021	
3	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	30.03.2021	
4	РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	28.04. 2021	
5	Висновки	30.05. 2021	
6	Оформлення дипломної бакалаврської (чистовий варіант)	31.05. 2021	
8	Здача дипломної бакалаврської роботи на кафедрі для рецензування (за 14 днів до захисту)	01.06.2021	
9	Перевірка дипломної бакалаврської роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	02.06.2021	
11	Подання дипломної бакалаврської роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	05.06.2021	

**Студент**

\_\_\_\_\_ ( підпис )

**Кравчук Д.Ю.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Науковий керівник роботи**

\_\_\_\_\_ ( підпис )

**Будякова О.Ю.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Рецензент**

\_\_\_\_\_ ( підпис )

**Воронкова Т.Є.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

## АННОТАЦІЯ

Кравчук Д.Ю. Проблеми та перспективи організації круїзного туризму в Україні // Д.Ю. Кравчук. – рукопис – Київ : КНУТД, 2021. – 117 с.

Дипломна бакалаврська робота за спеціальністю 073 Менеджмент. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2021 рік.

Дослідження присвячено аналізу проблем організації та перспектив розвитку круїзного туризму в Україні та світі. В роботі розглянуто історію, сутність та особливості поняття круїзного туризму, визначено основні передумови організації річкових та морських круїзів. Проведено аналіз туристичної діяльності в Україні, сучасного стану світової круїзної індустрії та тенденцій організації круїзного туризму в Україні. Узагальнено проблеми та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні, зокрема особливості організації туристичного продукту – круїзного туру, програми просування туристичного продукту – круїзного туру та розроблено круїзний тур по Дніпру з м. Києва з виходом на Київське море.

Ключові слова: туризм, види туризму, круїзний туризм, річковий круїз, морський круїз.

## АННОТАЦІЯ

Кравчук Д.Ю. Проблемы и перспективы организации круизного туризма в Украине // Д.Ю. Кравчук. – рукопись – Киев: КНУТД, 2021. – 117 с.

Дипломная бакалаврская работа по специальности 073 Менеджмент. – Киевский национальный университет технологий и дизайна, Киев, 2021.

Исследование посвящено анализу проблем организации и перспектив развития круизного туризма в Украине и мире. В работе рассмотрена история,

сущность и особенности понятия круизного туризма, определены основные предпосылки организации речных и морских круизов. Проведен анализ туристической деятельности в Украине, современного состояния мировой круизной индустрии и тенденций организации круизного туризма в Украине. Обзор проблемы и перспективы развития круизного туризма в Украине, в частности особенности организации туристического продукта – круизного тура, программы продвижения туристического продукта – круизного тура и разработаны круизный тур по Днепру из г. Киева с выходом на Киевское море.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, круизный туризм, речной круиз, морской круиз.

#### ANNOTATION

Kravchuk D.Yu. Problems and prospects of cruise tourism organization in Ukraine // D.Yu. Kravchuk. – manuscript - Kyiv: KNUTD, 2021. – 117 p.

Thesis undergraduate degree in specialty 073 Management. – Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2021.

The study is devoted to the analysis of problems of organization and prospects of cruise tourism development in Ukraine and the world. The history, essence and features of the concept of cruise tourism are considered in the work, the basic preconditions of the organization of river and sea cruises are defined. The analysis of tourist activity in Ukraine, the current state of the world cruise industry and trends in the organization of cruise tourism in Ukraine. Problems and prospects of cruise tourism development in Ukraine are generalized, in particular features of organization of a tourist product – cruise tour, programs of promotion of a tourist product – cruise tour and the cruise tour on Dnieper from Kiev with an exit to the Kiev sea is developed.

Key words: tourism, types of tourism, cruise tourism, river cruise, sea cruise.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1 Історія виникнення круїзного туризму.....	7
1.2. Організація морських круїзів.....	14
1.3 Організація річкових круїзів .....	25
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ .....	31
2.1 Аналіз сучасного стану світового круїзного туризму .....	31
2.2 Проблеми організації світового круїзного туризму в період Covid-19.....	41
2.3 Тенденції організації круїзного туризму в Україні.....	62
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	87
3.1 Особливості організації туристичного продукту – круїзного туру.....	87
3.2 Програма просування туристичного продукту – круїзного туру .....	91
3.3 Розробка круїзного туру.....	98
ВИСНОВКИ.....	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	109
ДОДАТКИ.....	118

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю розвитку туристичного бізнесу в Україні, зокрема круїзного туризму.

Перевезення людей по воді відносяться до найбільш стародавнім видів подорожей з використанням транспортних засобів. Круїзна індустрія стала найбільш швидко розвиваються сектором туристичної індустрії в кінці ХХ ст. Спочатку це були дерев'яні плоти і човни, які в сучасному туризмі скоріше можна віднести до нетрадиційних видів транспорту. Розвиток науково-технічного прогресу призвело до створення величезних теплоходів лайнерів, здатних брати на борт десятки сотень пасажирів, перевозити їх у комфортних умовах на великі відстані, здійснювати кругосвітні тури по морях і океанах і навіть подорожувати серед льодів.

Одним із найпоширеніших видів водного туризму є круїзи. Круїзний туризм найбільш активно почав розвиватися вкінці 50-х років ХХ століття, що було зумовлено прерогативним розвитком повітряного транспорту, який витіснив морські та річкові перевезення. Останніми роками світовий круїзний ринок переживає зміни. Перш за все це пов'язано із значним зростанням популярності океанського, морського і річкового відпочинку. На конференції WTO в Ліссабоні за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision» проголошено п'ять перспективних туристичних напрямків ХХІ століття, а саме: пригодницький, екологічний, культурно-пізнавальний, тематичний і круїзний.

Круїзний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, так як є досить трудомістким, капіталомістким видом туризму, що поєднує в собі кілька видів туризму – рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний.

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.

У даній роботі буде розглядатися організація водних подорожей. А так

само розробка туристичного продукту, що допоможе поглянути зсередини на організацію роботи як туроператорської, так і турагентської діяльності.

Метою дослідження є розробка заходів вдосконалення організації круїзного туризму в Україні.

Завданнями роботи є:

- дослідити історію виникнення круїзного туризму;
- розглянути основні аспекти організації річкових круїзів;
- розглянути основні аспекти організації морських круїзів;
- проаналізувати сучасний стан світового круїзного туризму;
- дослідити проблеми організації світового круїзного туризму в період Covid-19;
- розглянути тенденції організації круїзного туризму в Україні;
- обґрунтувати проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні;
- з'ясувати етапи розробки програми просування туристичного продукту та визначити технологію організації круїзів;
- розробити круїзний тур.

Об'єкт дослідження – процес розвитку круїзного туризму України.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних засад організації круїзного туризму в Україні.

У процесі дослідження використані методи пізнання: індукції та дедукції, узагальнення, аналізу та синтезу, порівняння, наукового абстрагування, економіко-аналітичний, математичної статистики, графічний та метод соціологічних досліджень.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження виступають наукові праці вітчизняних та закордонних вчених, законодавчі акти, у яких висвітлюється проблема круїзного туризму та його організації, електронні ресурси мережі Інтернет, державного комітету статистики.



Практичне значення одержаних результатів. Практична цінність дипломної бакалаврської роботи полягає у розробці і обґрунтуванні конкретних рекомендацій щодо розробки круїзного туру по Дніпру з м. Києва, з виходом на Київське море, які можуть бути використані в подальшій практичній діяльності вітчизняних туристичних агентств. Основні положення та рекомендації, викладені та узагальнені автором, створюють базу для активізації круїзного туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження. Результати дипломної бакалаврської роботи апробовано на науково-практичній конференції та опубліковано в вигляді тез доповідей, а саме:

Результати дослідження опубліковано в матеріалах Міжнародної конференції:

Будякова О.Ю., Кравчук Д.Ю. Проблеми організації круїзного туризму в Україні. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 23 квітня 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021.

Структура і обсяг роботи. Бакалаврська дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. За результатами бакалаврської дипломної роботи опубліковано 1 тези доповідей на конференціях. Загальний обсяг дипломної бакалаврської роботи становить 87 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків).

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1 Історія виникнення круїзного туризму

Дослідженням специфіки круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географії круїзних маршрутів займалися А. Александрова [1], М. Біржаков [2], Г. Долматов [3], В. Надточій [4], В. Нікіфоров [2] та ін. Проблеми розвитку сфери круїзного туризму досліджували науковці: І. Антоненко [5; 6], О. Аріон [7], В. Герасименко [8; 9], Н. Добрянська [10; 11], Н. Логунова [12-19], І. Мельник [20], С. Нездомінов [21-25], С. Шпилько [26]. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та Україні вивчали: Н. Зацепіна [27], В. Корнілова, Н. Корнілова [28], К. Нестерова [29], І. Мельник [30] та ін.

Перевезення людей водою було відомо з давніх часів. Найбільшого розквіту морські та річкові подорожі досягли в середні віки. Засновниками морських експедицій у середні віки були ірландські ченці. Традиційно визнаним мореплавцем VI ст. вважається Святий Брендан, який також вважається покровителем Ірландії. Про його подорожі написані саги. Сент-Брендан одним із перших показав європейцям шлях на захід через океан. Величезну роль у розвитку морських подорожей зіграли жителі Скандинавського півострова та півострова Ютландія. У Франції їх називали норманами. Нормани мали прекрасні кораблі, такі як річкове море, але вони не перевищували 30 м у довжину і 4 м у ширину. Подальший розвиток водного транспорту пов'язаний з морськими експедиціями в наш час. Великі географічні відкриття, нові торгові шляхи – усі ці фактори призвели до появи на світовій карті основних морських держав: Іспанії, Португалії, Нідерландів, влада яких базувалася на водному транспорті. Винахід пароплава (американський винахідник Роберт Фултон, 1807) дало безпрецедентний поштовх розвитку

морського та річкового водного транспорту.

Сучасний водний транспорт залежно від сфери послуг поділяється на морський та річковий. Водні судна, що беруть участь у морському транспорті, надають міжнародні, міжміські та каботажні послуги. Міжнародний морський рух означає перевезення пасажирів та вантажів за межі країни та за її межами; міжміські перевезення включають рейси між портами однієї країни, коли морські судна перебувають у відкритому морі; каботажні рейси здійснюються вздовж узбережжя між портами без виходу у відкрите море. Судна річкового флоту здійснюють перевезення пасажирів і вантажів внутрішніми водними шляхами, до яких належать річки, озера, великі водосховища, канали.

У сучасній науковій літературі відсутнє однозначне визначення категорії «круїз». Основні визначення категорії круїзний туризм приведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні визначення категорії круїз

Джерело	Визначення
Зима О.Г. [31]	Міжнародний бізнес, який представляє собою комплекс ринкових структур і з'єднує кілька певних міжнародних ринкових сегментів
Гуляєва В.Г. [32]	Організація морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст декількох країн
Федорченко В.К. [33]	Туристична поїздка з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування та обслуговування
Зацепіна Н.О. [27]	Подорож, пов'язана з водним видом транспорту, яка включає екскурсії на березі, відвідування значущих місць в порту
Бабкін А.В. [34]	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
Кусков А.С. [35]	Морський або річковий тур, в базову вартість якого включено комплексне обслуговування: проїзд на судні, проживання в каюті, харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борту судна
Ушаков Д.С. [36]	Поєднання транспортного засобу, засобів розміщення, харчування та дозвілля на борту лайнера, що дозволяє організаторам вирішити основні проблеми вітчизняного туризму: відсутність засобів розміщення, що пропонують відповідним світовим стандартам якості, наявність додаткових розважальних послуг, і нерозвиненість туристичної інфраструктури
Біржаков М.Б. [2]	Подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також

*Джерело:* розроблено автором на основі [2; 31-36]

Наприкінці ХХ ст. круїзна галузь стала найбільш швидкозростаючим сектором туристичної галузі. Круїзний туризм є особливим видом туризму, оскільки є досить трудомістким, капіталомістким видом туризму, який поєднує кілька видів туризму – рекреаційний, спортивний, оздоровчий, пізнавальний.

Морський круїз – подорож, як правило, по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів углиб країни.

У світі існує понад 150 морських круїзних компаній: грецька, італійська, іспанська, американська, датська, норвезька. Найвідоміші перевізники в галузі морських круїзів – це карнавальні круїзні лінії, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines. З кожним роком кількість круїзних компаній збільшується, оскільки збільшується кількість туристів, зацікавлених у круїзах. У 1980 р. на морських круїзах було 1,5 млн. туристів, у 1993 р. – 4,5 млн., у 1996 р. – 6,5 млн., у 2003 р. – 9 млн., у 2006 р. ця цифра сягнула 12 млн. туристів. З початку 1980-х років кількість круїзних суден зростала. У 1985 р. Було 120 морських круїзних кораблів, у 1994 р. – 175, у 2003 р. – 327, а в 2006 р. кількість морських круїзних суден становила 387. Відбувається не тільки кількісний, але й якісний ріст морських круїзів і кораблів. Круїзні кораблі, як і готелі, оцінюються за низкою критеріїв, після чого їм присвоюється певна кількість зірок. Використовуються такі критерії: корабель та його обладнання, стан кают, харчування, обслуговування, розважальні програми, спектр додаткових послуг на борту.

Морські круїзні судна класифікуються за якістю обслуговування та рівнем комфорту наступним чином:

- стандартний (2 \* 4 \*);
- преміум (5 \* 5 \* +);
- люкс (6 \*).

Для морських круїзних суден також приймається класифікація за тоннажем (обсяг внутрішнього простору судна в брутто-тонах, 100 кубічних футів становить 1 брутто-тону):

- великі (понад 60 тис. брутто тонн);
- середні (до 60 тис. брутто тонн);
- невеликі (до 25 тис. брутто тонн).

Останнім часом спостерігається тенденція до будівництва великих круїзних суден. Донедавна найбільшим круїзним лайнером вважався 17-палубний морський плавзасіб, що належить компанії Royal Caribbean. Його водотоннажність становить 142 тис. Тонн, кількість пасажирів – 2200 туристів та 1180 членів екіпажу. Унікальні розміри судна: 311 м в довжину, 47 м в ширину, 70 м у висоту. Особливістю цього лайнера є те, що вперше на борту корабля побудували льодовий каток та справжню набережну вулицю під скляним куполом. У січні 2003 року в Саутгемптоні був запущений новий найбільший океанський лайнер Queen Mary 2. Його водотоннажність становить 150 тис. Тонн, висота від ватерлінії - 70 м. Новий лайнер взяв на борт 2620 туристів.

За тривалістю круїзні маршрути класифікуються:

- на короткочасний (від кількох годин до декількох днів);
- середньострокові (від 5 до 13 днів);
- довгострокові (до 2 місяців).

Каюти на морських круїзних суднах дуже різноманітні за площею, інтер'єром, набором зручностей, що, безумовно, впливає на ціну.

Найпоширеніша класифікація кабін:

- економність (кабіни зі штучним освітленням);
- стандартний (з вікнами);
- преміум (з балконами).

Є і інші класифікації. Так, наприклад у круїзної компанії Royal Caribbean прийнята своя класифікація кают, яка представлена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

## Класифікація кают круїзної компанії Royal Caribbean

Позначення	Вид	Оздоблення
1. Каюти класу люкс з виглядом на океан		
R	королівські апартаменти	окрема спальня з двоспальним ліжком, індивідуальна веранда, душ, звичайні зручності, вітальня з диваном, рояль, холодильник, міні бар, їдальня
A	"оунерс сьют"	ліжко великого розміру, індивідуальна веранда, окрема вітальня з диваном, холодильник, міні бар
AA	"роял фемілі сьют"	дві спальні з ліжками, вітальня з диваном, індивідуальна веранда, холодильник, дві ванні кімнати
B	"гранд сьют"	два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник
C	"суперіор сьют"	два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник
D	каюта "делюкс"	два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник
2. Сімейні каюти з видом на океан		
FF	каюти великого розміру	каюти великого розміру, розраховані на розміщення 6 осіб
3. Каюти з видом на океан		
F, H, I	комфортабельні каюти	обладнані двома ліжками, зі звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном
4. Внутрішні каюти		
K, L, M, N, O, P, Q	комфортабельні каюти	обладнані двома ліжками, зі звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном

*Джерело:* розроблено автором на основі [33]

Важливою особливістю круїзних турів є організація розваг на борту. На круїзних лайнерах працюють різні клуби, запрошуються артисти, проводяться спектаклі, працюють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі «все включено», це стосується харчування, використання тренажерних залів і обладнання, розважальної програми. Одна з переваг круїзних турів – їх безвізовий режим. Пасажири можуть залишатися в портах і здійснювати екскурсії від 48 до 72 годин без візи. Найбільший мінус

круїзів – їх досить висока ціна. Але останнім часом з'явилися бюджетні круїзні компанії.

Прийнята наступна цінова класифікація круїзних маршрутів:

- економічні (75-150 доларів на людину в добу);
- класичні (100-200 доларів з людини в добу);
- преміум (150-400 доларів на людину в добу);
- люкс (700-1000 \$ з людини в добу);
- ексклюзив (більше 1000 доларів на людину в добу).

Основні напрямки морських круїзів – Карибське і Середземне море. Головна перевага Карибського моря в тому, що круїзи можна проводити круглий рік. Тривалість круїзних маршрутів варіюється від 3 днів до 2 тижнів, маршрути класифікуються за наступними напрямками: Західний Карибський басейн, Східний Карибський басейн, Південний Карибський басейн. Класичні морські круїзи – це Середземне море. Круїзні маршрути охоплюють кілька європейських країн: Іспанії, Франції, Італії, Греції і Північну Африку: Марокко, Туніс, Єгипет. Великою популярністю користуються круїзи по побережжю Британії, Скандинавії та Росії. Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі тривалістю понад 120-140 днів.

В останні роки стали популярні круїзні маршрути до берегів Антарктиди і Північного полюса. «Льодові» круїзи проводяться цілий рік: влітку маршрути пролягають в Арктику, взимку – в Антарктиду. Американська компанія Quark Expedition організовує круїзи на криголамі «Капітан Хлебніков» по маршруту Шпіцберген – Гренландія – Канада – Чукотка – Шпіцберген. Вартість «льодових» круїзів досить висока – від 10 тисяч доларів. Однак до 18 тисяч доларів річний попит неухильно зростає в 2 рази. Останнім часом великої популярності набули круїзні круїзи як різновид морських круїзів. В основному через їх короткочасність і економічності. Сучасні круїзні пороми є багатопалубні. Безумовними лідерами попиту є комфортабельні круїзи. На це є кілька причин. По-перше, географічне зручність порту відправлення –

Гельсінкі. По-друге, «компактність» круїзу – в самому короткому випадку це дві ночі на теплоході і один день в Стокгольмі. Є можливість відправитися в цей круїз навіть у вихідні дні. При цьому круїз може бути розширений за рахунок більш тривалого перебування в Стокгольмі і Гельсінкі. По-третє, на поромі можна проводити корпоративні заходи. По-четверте, на борту поромів туристам пропонується широкий спектр розваг: магазини безмитної торгівлі, дискотеки, ресторани «все включено», басейни та сауни. По-п'яте, в короткі терміни туристи мають можливість відвідати столиці двох європейських країн. Тривалість таких круїзних маршрутів складає від 2 до 4 днів, включаючи відвідування двох країн – Фінляндії та Швеції. При перебуванні на поромах туристам надаються комфортабельні каюти різних категорій, розраховані на людей з різним достатком. Крім Viking Line і Silja Line великим попитом користуються круїзи молодшої компанії Superfast. На відміну від гігантських поромів Viking Line і Silja Line, які можуть прийняти кілька тисяч туристів, лайнери Superfast перевозять не більше 600 пасажирів. При цьому на будь-якому з поромів є магазини, кілька ресторанів, сауни, джакузі. Головна перевага круїзів Superfast – швидкість. Пороми доставлять туристів з Фінляндії в Німеччину за 21 год. Надшвидкі пороми ідеально підходять для інсентив-турів: є все необхідне не тільки для відпочинку, але і для семінарів.

Морські перевезення туристів регулюються правовими актами міжнародного та національного законодавства. До міжнародних перевезень застосовуються контракти і конвенції, включаючи Афінську конвенцію про морське перевезення пасажирів і багажу, Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі, Міжнародної конвенції про уніфікацію деяких правил, що стосуються перевезення пасажирів морським транспортом.

Останнім часом стали популярні морські круїзи на невеликих вітрильних яхтах. Є дві форми оренди яхт: без екіпажу (бербоут-чартер) і з екіпажем (тайм-чартер). Вам не потрібна віза для подорожі на яхті під час заходу в будь-який іноземний порт. Яхта приймається на добу по так званому паспорту судна,



виданим власнику судна або шкіпера. Згідно з СОТ, щорічний стабільний ріст туристів, що користуються різними видами морських круїзів – 8%.

## 1.2 Організація річкових круїзів

Круїзі внутрішніми водними артеріями (річкам, озерам, каналам) прийнято називати річковими круїзами. Річкові круїзи можуть бути проведені в одному напрямку або мати кільцевий маршрут. Річкові круїзні маршрути в залежності від умов перевезення, їх тривалості та протяжності, якості послуг, що надаються, розділяються на транспортні, туристичні, екскурсійні, прогулянкові.

На рис. 1.1 представлено види річкових круїзних маршрутів

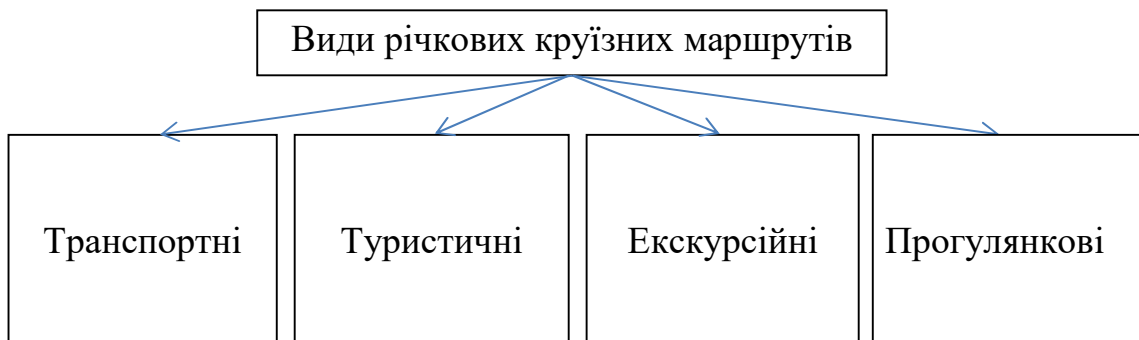


Рис. 1.1. Види річкових круїзних маршрутів

*Джерело:* складено автором

Транспортні маршрути забезпечені транспортним сполученням з окремими населеними пунктами та працюють, як правило, по заздалегідь опублікованому Розкладу. Річкові судна, які експлуатуються на транспортних маршрутах, здійснюють транзитні (протяжністю понад 400 км), місцеві (протяжністю менше 400 км), приміські та внутрішньоміські перевезення туристів. До транспортних маршрутів слід також відносити переправи та поромні перевезення. Туристичні перевезення організовано за традиціями та по спеціальних маршрутах тривають 2-4 роки. Екскурсійні прогулянкові маршрути здійснюють перевезення екскурсантів тривалістю менше 2-4 років, як правило,

це внутрішньоміські та приміські річкові маршрути.

Річковий круїзний туризм найбільшою мірою розвинення в європейських країнах (Франція, Німеччина, Румунія, Угорщина, Італія). Популярні круїзні маршрути по Луарі, Рейну, Роні, Сені, Ельбі. Судна, що застосовуються на річкових маршрутах в Європі, відносяться до преміум класу. Голландська круїзна компанія Sea Cloud експлуатує два річкових круїзних судна класу «люкс». Як правило, експлуатуються річкові судна, побудовані в 1980 р. Серед найбільш комфортабельних лайнерів слід виділити круїзні суда, які здійснюють далекі перевезення, проєкт 301 і 302. Теплоходи цього проєкту, типу трьох- або чотирьохпалубні обладнані комфортабельними, пересувними, автомобільними засобами. Пропонуються каюти за категоріями в вітальні комфортабельного номеру. На борту теплоходів до послуг туристів пропонуються: ресторани, кафе, бари, кінозали, магазини.

Великою популярністю на українському ринку користуються круїзи по Нілу (Каїр – Луксор, 3-5 днів). Ці круїзні маршрути комбінуються з рекреаційним туром (відпочинок в Хургаді або Шарм ель Шейху). Круїзні суда, зкі експлуатуються на маршрутах по Нілу, як правило категорії «5\*» або «люкс». Обслуговування на круїзних судах здійснюється за системою «все включено», це поширюється на розміщення, харчування, екскурсійну програму.

Перевезення туристів на річкових круїзах в Україні та відносини у сфері внутрішнього водного транспорту регулюються Законом України «Про транспорт» [37], Закон України «Про внутрішній водний транспорт» [38], «Водним кодексом України» [39] та іншими правовими актами, які поширюються на всі внутрішні водні маршрути, порти і регулюють всю діяльність по організації річкових круїзів.

Перед початком навігації представники судноплавної компанії і туристичного агентства за участю капітана судна, директора судового ресторану і круїзного менеджера приймають судно в комісійному порядку – оглядають пасажирські приміщення і обладнання судна на предмет їх

готовності до перевезення туристів. Суда в пунктах відправлення рейсу обслуговуються для посадки на туристичні лінії за 2 години до відправлення.

Загальний режим дня розробляється судноплавною компанією і туристичним агентством перед початком туру. Дотримання встановлених правил внутрішнього розпорядку на теплоході обов'язково для всіх туристів і обслуговуючого персоналу. Туристів реєструє круїз-менеджер перед посадкою на судно на річковому вокзалі, наданому судноплавною компанією (портом). Якщо в наданому приміщенні є телефон, представник турбази вправі використовувати його в ділових питаннях.

При продажі туру турист повідомляється про закінчення реєстрації (посадки) за 30 хвилин до відправлення.

Перед посадкою – круїз-менеджер зобов'язаний надати в касу (або бухгалтерію) станції копію платіжного доручення (або підтвердження судноплавної компанії про строки для цього рейсу) і після реєстрації на рейс за 30 хвилин перед відправленням судна – довідку про кількість туристів, які пройшли реєстрацію на даний рейс, із зазначенням категорій пасажирських місць. На підставі цих документів при пред'явленні доручення керівнику групи під розписку видається груповий квиток на туристичний рейс. Груповий квиток видається капітану судна на початку посадки і залишається у нього до кінця рейсу. Після закінчення круїзу квиток повертається круїз-менеджеру.

На початку туристичної подорожі капітан судна, круїз-менеджер за участю помічника капітана, директора ресторану, суднового лікаря розповідають туристам про мету і умови подорожі, правила поведінки на теплоході, на березі, під час купання, та ін.

На борту лайнера туристам надаються різні види послуг (деякі з них можуть бути платними). До безкоштовних послуг зазвичай відносяться: користування музикою, читальними залами, кінотеатром для зустрічей і концертів, телевізором в салоні для перегляду телепрограм, ліжками та лежачками; перша допомога в медичному центрі.

Додаткові послуги з оплатою готівкою:

- прийом замовлень на таксі до причалу;
- бронювання місць в готелях річкових вокзалів;
- забезпечення кают в початковій і кінцевій точках між стоянками для рейсів;
- бронювання квитків на споріднені види транспорту;
- перенесення багажу;
- продаж товарів в кіосках і кафетеріях (барах);
- користування прасувальними і перукарськими послугами;
- прийом радіотелеграм;
- використання сауни (душа) і комори.

Перш за все, слід зазначити, що судноплавна компанія має право продавати не продані турфірмою квитки. При продовженні рейсу з вини туристичного агентства воно оплачує транспортній компанії витрати на утримання судна протягом всього періоду затримки. Якщо це сталося з вини судноплавної компанії або з причин, не залежних від сторін, туристів доставляють в кінцевий пункт призначення без додаткової оплати. Коли судноплавна компанія змінює розклад, що призводить до затримки прибуття корабля в місто, вона відшкодовує туристичному агентству збиток, заподіяний у зв'язку з простоями автобусів і оплатою гідів.

Екскурсійно-пішохідний транспорт включає поїздки туристів, які здійснюються на річкових суднах з метою відпочинку та ознайомлення з пам'ятними, історичними місцями та іншими пам'ятками тривалістю не більше однієї доби. Продаж путівок і квитків на екскурсійні та прогулянкові катери може здійснюватися як судноплавними компаніями, так і екскурсійними організаціями. Для організації прогулянок або екскурсій на річкових суднах туристично-екскурсійна організація подає заявку в пароплавство із зазначенням маршрутів, кількості необхідних пасажирських суден (місць), тривалості рейсів, терміну використання судів і кількості суден.

Оплата проводиться за 15 днів (разова за 10 днів) до поїздки. Отримані путівки (або квитки) на екскурсійний (піший) транспорт не приймаються і повернення грошових коштів не проводиться.

Перед поїздкою тур-менеджер зобов'язаний пред'явити в касу пристані (станції) копію платіжного доручення та надати довідку про кількість проданих путівок, на підставі якої йому видається квиток для групових перевезень. Круїзні судна обслуговуються за 30 хвилин перед відправленням. При посадці на прогулянкове судно якщо пасажери перевищують кількість місць, вказаних в груповому квитку, при наявності квитків складається акт в трьох примірниках, підписаний капітаном і представляється туристичній організації.

В акті вказується кількість таких пасажирів, час і маршрут слідування. На підставі акта організації екскурсії стягуються додаткові платежі і оформлюються додаткові проїзні документи. При відсутності таких путівок (квитків) з пасажирів стягується плата за проїзд в касах за фіксованим тарифом з оформленням проїзних документів (ваучерів або квитків).

У разі скасування рейсу з причини, що не залежить від судноплавної компанії, або неповного використання місць – туристична організація оплачує районному пасажирському офісу (порту, причалу, причалу) повну вартість перевезення за договором.

Продаж інших путівок може здійснюватися в день відправлення на пристані через касу з поверненням турорганізації суми виручки за вирахуванням комісії або дозволеної продажу через квиткові каси, спеціально організовані турорганізацій на вокзалі.

Контрактна документація на круїзне судно складається з декількох необхідних документів.

При організації морських прогулянок відносини між туристичною компанією, яка організовує круїз, і організаціями, що займаються обслуговуванням туристів, будуються на договірній основі.

Договори на обслуговування туристів на моторизованих турах полягають

туристичними агентствами з наступними компаніями та організаціями:

1.3 річковими і морськими пароплавствами – за оренду теплоходів.

Така угода включає:

- кількість, назва судів і кількість місць за категоріями;
- круїзні маршрути і їх час;
- кількість комплектів постільної білизни на рейс для кожного судна і їх вартість;
- вартість оплати за кожен рейс;
- загальну суму за договором перевезення туриста;
- відповідальність сторін.

2. Договір з трастом суднових ресторанів по організації харчування туристів на круїзному маршруті. Ця угода включає:

- перелік судів, інформація про кількість рейсів, тривалості одного рейсу (на добу), кількості туристів на рейс, маршруті і вартості добового раціону одного туриста на добу із зазначенням вартості набору продуктів;
- обов'язки судновий ресторанної служби щодо виконання договірних зобов'язань;
- обов'язки туристично-екскурсійної організації (забезпечення повного пансіону туристів);
- розробка тематик і проведення вечорів відпочинку в залах ресторану спільно з його співробітниками;
- порядок оплати харчування;
- відповідальність сторін.

3. Угоди з приймаючими турагентствами про маршрут руху теплохода на надання екскурсійних послуг. Ці угоди повинні супроводжуватися графіками прибуття судів у порти приймаючих міст із зазначенням дат і зразкового часу прибуття і відправлення; програма і розрахунок туристичних послуг.

4. Договір з кіноуправлінням (з кінопрокатом) на надання копій фільму для демонстрації туристам в кінотеатрах кораблів за готівку. У деяких випадках

такі угоди укладаються безпосередньо між кіноменеджментом і судноплавною компанією. Якщо копії відео взяті напрокат, такі угоди не укладаються. При відсутності на борту кіноустаткування цією угодою передбачено його надання (на умовах оренди) на теплоході на час туристичної перевезення.

5. Договір з бібліотеками на забезпечення рейсів книгами.
6. Угода з музичним колективом (при організації тривалих круїзів).
7. Event - make (з компаніями по організації подієвих заходів).

Склад туристичної команди круїзного лайнера. В обслуговуванні туристів на теплоході задіяні:

- екіпаж;
- бригада об'єкта харчування;
- туристичний / круїзний екіпаж;
- медичний екіпаж (якщо на теплоході санаторій, масажисти та ін.).

Нормативна чисельність працівників на круїзному судні в залежності від обслуговуваних клієнтів представлена в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

#### Нормативна чисельність працівників на круїзному судні, чол.

Посада	Чисельність працівників						
	Морські круїзи				Річні круїзи		
Вид	До 350	351-500	501-800	Понад 801	До 100	101-350	Понад 351
Директор круїзу							
Інструктор		1-2	2-3	3			1-2
Аніматор				1-2			1-2
Музичний робітник				1			1
Спорт інструктор				1			1
Вихователь				2			1
Ді-джей				1			1
Всього		7-8	9-10	11-12			7-9

*Джерело: складено автором*

Під час круїзу директор повинен мати:

1. Копії договорів на обслуговування туристів (сума, час роботи, послуги

в рейсі із зазначенням часу).

2. Програми обслуговування і калькуляції турфірм в містах прибуття теплохода.

3. Адреси та телефони приймаючої сторони варто конкретно і їх контролюючих організацій.

4. Акти обслуговування в містах прийому.

5. Розрахунки вартості путівок за категоріями кают.

6. Посадові обов'язки працівників бригади.

7. Комплексний план обслуговування туристів в круїзі.

8. Сценарії заходів, необхідний інвентар, костюми та ін.

9. Груповий квиток.

10. Довіреності на підписання актів обслуговування в містах.

11. Туристичні книжки в обмін на путівки.

12. Схема розташування кают судна.

13. Куточок туриста:

- схема розташування судна;

- розклад руху;

- склад екіпажу, ресторану, турбригади;

- схема маршруту;

- фотографії, буклети міст;

- програма круїзу, дня;

- оголошення, привітання.

14. Розклад руху теплохода.

15. Прибуткові ордери на доплату, касовий апарат.

16. Диспетчерський журнал.

17. Заявки на харчування.

18. Акти на закупівлю призів, періодичної преси та ін.

19. Акти на списання призів, періодичної преси та ін.

20. Сейф.



21. Каталоги книг в бібліотеці.
22. Правила роботи в бібліотеці.
23. Накладні на отримання костюмів, устаткування та ін.
24. Журнал прокату.
25. Журнал ознайомлення туристів з технікою безпеки на судні, стоянках та ін.

Керівники круїзу приймаються на роботу за 20 днів до початку рейсу. Решта працівників залежно від рівня професійної підготовки: від 3-х до 10-ти днів до початку рейсу.

У круїзів є свої недоліки і переваги. Наприклад, високий рівень комфорту і можливість поєднати різні види туризму – це, без сумніву «великий плюс», а «мінусом» тут є те, що висока вартість круїзу, низька швидкість пересування і у деяких людей «морська хвороба» [40].

На ринку морських і річкових круїзів чітко виражена сегментація споживачів. Це люди з високим рівнем доходу, за віком від 40 років і найчастіше, які подорожують з сім'єю.

Для туриста дуже вигідно поєднання рекреаційного відпочинку з пізнавальним, тому що турист придбаючи квиток в круїз може і відпочити, і поправити здоров'я, що зараз дуже актуально у зв'язку з екологічною обстановкою і швидким ритмом життя, дізнатися щось нове про культуру і міста своєї країни.

Подорожі по річках і озерах можна віднести до найбільш улюблених способів відпочинку в країнах з розвиненими внутрішніми водними системами. Будівництво в середині минулого століття комфортабельних річкових суден, спеціально призначених для роботи на туристичних маршрутах, спричинило за собою інтенсивний розвиток річкових круїзів.

Круїзи, здійснювані внутрішніми водними артеріями, в порівнянні з морськими мають ряд переваг. Вони дозволяють милуватися пейзажем, що постійно змінюється; вивчати архітектуру міст, якщо маршрут поїздки

проходить через великі населені пункти; причалити до будь-якого вподобаного мальовничого містечка, якщо подорож відбувається на невеликому маневреному судні. Крім того, гідротехнічні споруди, побудовані на річках і озерах (шлюзи, канали, водосховища), самі по собі представляють об'єкти, гідні уваги туристів. Багато мандрівників обирають річкові круїзи через невисоку завантаженість річкових транспортних засобів в порівнянні з морськими. Річковий круїз для туриста може здійснюватися в одному напрямку або мати кільцевий маршрут.

Організатором річкових подорожей можуть виступати або самі судновласники, або туристичні компанії.

Річкові круїзи, пропоновані туристичними компаніями на українському ринку, можна умовно розділити на три групи. До першої групи належать водні подорожі, орієнтовані в основному на вітчизняного споживача.

При організації річкових круїзів в Україні турфірма повинна укласти договір з судновласником на умовах фрахтування судна або ж подати заявку із зазначенням кількості пасажирських місць (за категоріями) планованого маршруту перевезення і кількості повних рейсооборотів по днях. У будь-якому випадку пароплавства вимагають, щоб заявки подавалися не пізніше 1 вересня року, що передує плановому.

На підставі отриманих замовлень і своїх можливостей судновласники виділяють замовникам теплоходи в оренду або певну кількість місць на відповідних судах і не пізніше 30 грудня укладають договір з турфірмою. Після укладення договору турфірма має право почати реалізацію путівок на круїзні рейси.

У договорах на оренду судів вказується:

- кількість і найменування судів;
- кількість місць на них по категоріям;
- маршрути круїзів і їх терміни;
- кількість постільних речей на один рейсооборот для кожного судна і їх

вартість;

- вартість квитків на кожен рейсооборот і загальну суму оплати за договором;

- відповідальність сторін.

Оплата за перевезення туристів повинна проводитися не менше ніж за 15 днів до початку рейсу.

У період між туристичними рейсами (з часу закінчення одного рейсу і до моменту початку іншого за 2 години до відправлення) пароплавство має право використовувати судно на свій розсуд.

Форми повідомлення річкових круїзів:

1. Лінійна (перевезення пасажирів на певних ділянках).
2. Рейсова (при даній формі флот не має постійних портів, спрямованих і призначених на малих річках).

Залежно від форми повідомлення лінії підрозділяються:

1. Транзитні (понад 400 км).
2. Місцеві (до 400 км).
3. Внутрішньоміські (діючі в районі міста).
4. Переправні (пороми).

За швидкістю руху лінії підрозділяються:

1. Експресні (від початку до кінця).
2. Швидкі (з одного пункту в інший, не знижуючи швидкості).
3. Пасажирські (з зупинками):
  - транспортні (із заздалегідь опублікованого розкладу);
  - туристичні (понад 24 годин, з заздалегідь опублікованого розкладу);
  - екскурсійні (менше 24 годин).

Річкові круїзи відрізняються від морських набагато меншими розмірами суден і охоплюють невеликі території відвідування. Такі круїзи менш схильні до впливу погодних умов, а також дозволяють вивчати архітектуру і визначні пам'ятки населених пунктів без причалювання туди, організувати зелені

стоянки у будь-якому за бажанням живописному куточку.

Річкові подорожі можуть бути короткочасними (1-3 дні) і довготривалими (25-30 днів).

Найбільш популярні серед туристів маршрути річкових круїзів проходять по Рейну і його притокам – Майну, Везеру, Мозелі, а також по Дунаю, Волзі, Нілу і Амазонці [40, с.133].

Сьогодні шаленого розвитку набуває фішінг-круїз (fishing-cruise), який виник у США, і передбачає плавання-прогулювання на судні невеликих розмірів з організацією риболовлі і наданням відповідного спорядження.

### 1.3 Організація морських круїзів

Світовий морський круїзний ринок знаходиться на підйомі і далекий від насичення. Просування круїзів на ринку багато в чому залежить від роботи туроператорів, яка в першу чергу пов'язано з рекламною та ціновою політикою. Науковою тематикою морських круїзів займалися багато вчених [41-50].

Терміни морських круїзів варіюються і в залежності від напрямку маршрутів становлять від одного тижня до одного місяця. Вони можуть починатися і закінчуватися в одному порту, і в різних, як в українських, так і в будь-яких зарубіжних портах. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком [40, 132].

У кожному пулі є пасажирські лінії, серед яких:

- внутрішні (каботажні), що з'єднують порти України;
- міжнародні (закордонні), що з'єднують порти України з зарубіжними;
- місцеві, здійснюють перевезення в межах міста;
- приміські – діяльність портового пасажирського флоту.

По Україні організовано такі морські круїзи:

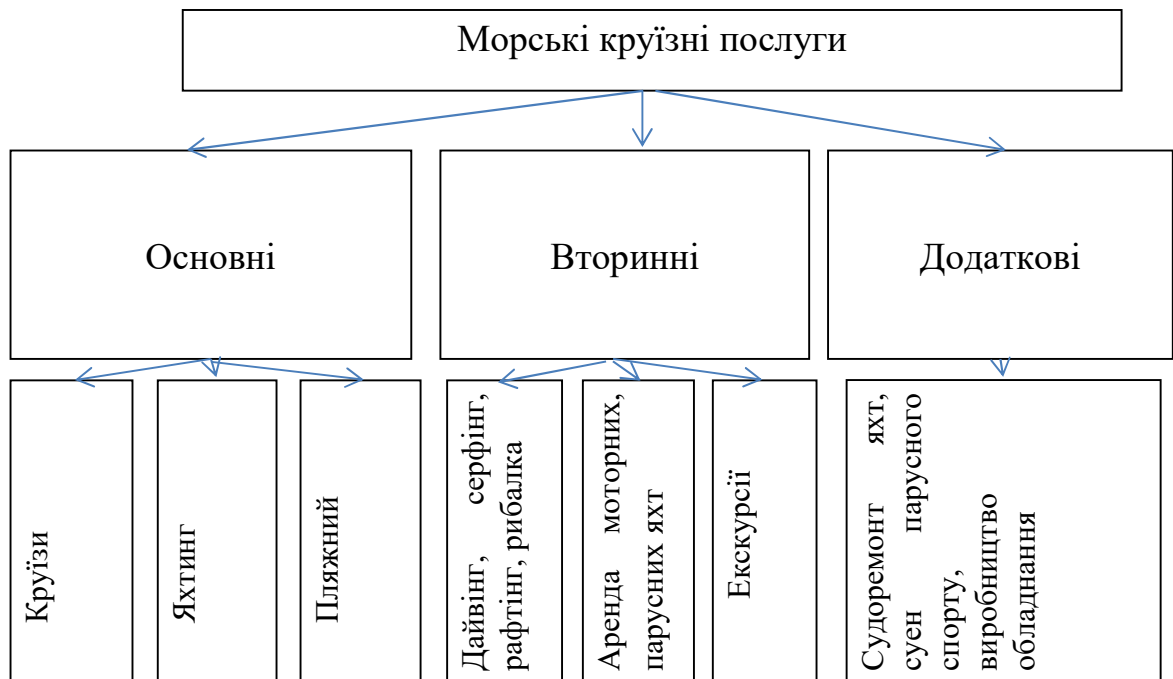
- туристичні, які працюють за особливим маршрутами і розкладами. Вони

розраховані на тривалу поїздку, під час якої туристам надається комплекс послуг;

- піші прогулянки – тривалістю не більше шести годин, без зупинок в портах і без надання екскурсійних та розважальних послуг;
- спеціальні – виконуються за індивідуальними замовленнями;
- лайнер-транспорт, що виконує регулярні рейси між окремими портами для перевезення пасажирів за встановленими маршрутами та розкладами.

Судна для туристичних цілей (круїзи) здаються в оренду за спеціальною угодою (фрахтовому договору), що укладається між туристичною організацією і судноплавною компанією.

На рис. 1.2 представлено класифікацію морських круїзних послуг.



*Джерело:* складено автором

Рис. 1.2 Класифікація морських круїзних послуг

Обов'язковими додатками до договору є:

- розклад руху судна, погоджений з туристичною організацією;
- план-карта судна, затверджена при укладенні контракту;

- розрахунок орендної плати судна по категоріях кают і ставок елементів для кожного морського басейну з урахуванням сезонних знижок.

В цілому для організації круїзів найбільш поширена (до 60%) класична європейська система, яка передбачає морську подорож із заходом у різні порти з програмою туру:

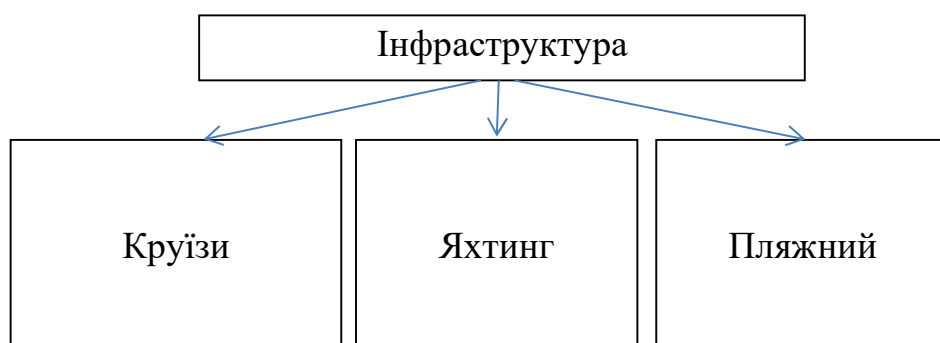
- американська система, основна мета якої – надати круїзним пасажиром можливість розслабитися і позасмагати на пляжах в західних точках маршруту;

- «Круїзи в нікуди» – одно- і дводенні подорожі без заходу в інші порти. Зазвичай таке судно відправляється з базового порту о 18:00 в п'ятницю і повертається ввечері в неділю;

- екскурсійні та пішохідні рейси.

Деякі рейси включають перевезення груп туристів на короткий термін для відпочинку та ознайомлення з пам'ятними історичними місцями та іншими пам'ятками, здійснювану, як правило, між двома портами з зупинками і зупинками в них або без заходів і зупинок. Ці рейси можуть тривати більше 24 годин.

На рис. 1.3 представлено інфраструктуру основних морських круїзних послуг.



*Джерело:* складено автором

Рис. 1.3 Інфраструктура основних морських круїзних послуг

Рейси тривалістю менше доби здійснюються, як правило, судами портового флоту і виконуються в приміських і внутрішніх зонах.

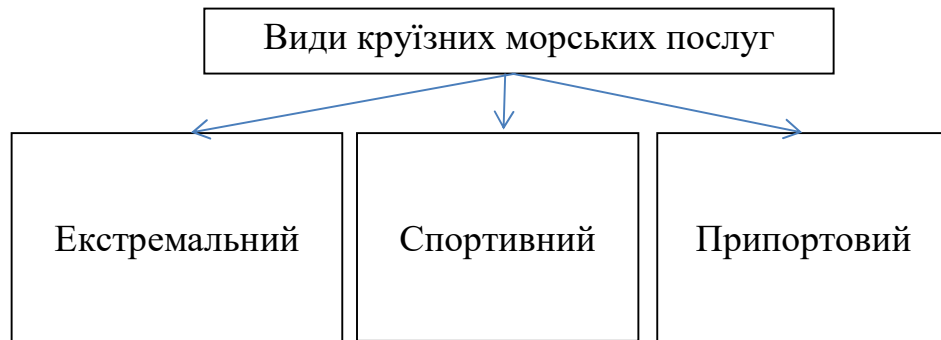
Морський круїзний лайнер – це ціле плавуче місто в мініатюрі, який приймає на борт від двохсот до п'ятисот-шестисот туристів і приблизно стільки ж персоналу й екіпажу. Гості теплохода можуть розміститися в комфортабельних 2-х кімнатних люксах і поверхових люксах, а також в одномісних і двомісних номерах зі всіма зручностями, а також в 3-х і 4-х місцевих сімейних каютах. На кораблях створені всі умови для того, щоб морська подорож пройшла без проблем. Мандрівникам доступні численні затишні ресторани і бари, магазини, кінотеатри, музичні салони і різні послуги. На 5-7 просторних пасажирських палубах зазвичай розташовані кілька закритих і відкритих басейнів, солярії, тренажерні зали, сауни. Протягом усього круїзу пропонуються різноманітні культурні та розважальні програми. Він включає в себе екскурсії до причалу, різні розважальні заходи, свята і тематичні дні на борту. Протягом усього туру у відпочиваючих практично немає вільного часу – такий щільний графік. Крім того, деякі туристичні агентства організують спеціальні круїзи на ту чи іншу професійну, цікаву або будь-яку іншу тему.

Морфлот забезпечує перевезення та обслуговування туристичних суден, укомплектованих персоналом, оснащених всім необхідним і в стані, що відповідає вимогам і нормам. Зміна постільної білизни в каютах мандрівників проводиться не рідше 1 разу на 7 днів. Це входить у вартість обслуговування.

Платні послуги, що надаються туристам за готівку, це: ігрові автомати, спортивні тренажери, сауни, масаж, перукарські послуги, кравці, фотографи, пошта, пральня та хімчистка, продукти і товари, придбані в магазинах, кіосках, кафетеріях, барах, роботі. Деякі з них надає судновласник, екскурсії на березі, по телефону. У зарубіжних туристичних зонах продаж продуктів і товарів у кафетеріях, барах, кіосках здійснюється з оплатою туристами відповідно до чинного Регламенту. Безкоштовно на кораблях зазвичай надаються: медичне обслуговування, шафки (крім автоматичних), бібліотека-читальня, дитячі кімнати, користування кімнатами відпочинку, внутрішній телефон, телевізори в каютах і салонах, тренажерні зали, басейни, ванни і душові, шезлонги,

килимки, постільна і банна білизна, довідки довідкової служби в поїздках.

На рис. 1.4 представлено види круїзних морських послуг.



*Джерело:* складено автором

Рис. 1.4 Види круїзних морських послуг

Турагентства розподіляють послуги приблизно так само на своїх власних майданчиках. Туристам дозволяється провезення багажу і ручної поклажі в розмірах, передбачених Правилами. Протягом терміну дії договору подорож і обслуговування на судні можуть впроваджувати додаткові послуги.

Для цього існують системи:

1. Оплата послуг на борту.
2. Система обслуговування корабля на стоянці:  
- час швартування, підключення до систем життєзабезпечення тощо.
3. Система туристичного обслуговування на березі (інформація щодо ресторанів, подій, транспортних маршрутах, годин роботи, погоди, з можливістю бронювання).

Розрізняють дві системи круїзних морських подорожей:

1. Класична європейська система, яка передбачає подорож з екскурсійними програмами у різних портах. Біля 60% круїзів у світі здійснюється відповідно до цієї системи.

2. Американська система, яка завойовує все більшу популярність, ціленаправлена на надання можливості круїзним пасажиром відпочивати і засмагати на пляжах в пунктах прибуття по маршруту [41, с. 360].

Морські круїзи – один із найбільш комфортабельних, а тому і найбільш



дорогих видів відпочинку. Термін проведення морських круїзів в залежності від напрямку маршруту може варіюватися від одного тижня до одного місяця. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком. Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адріатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і островів Ісландії; по Скандинавським країнам з відвідуванням Санкт-Петербурга; через Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану [40, с.132].

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

### 2.1 Аналіз сучасного стану світового круїзного туризму

Сучасний круїзний туризм – це глобально інтегрована до світової економіки галузь, безпосередньо пов'язана практично з усіма базовими галузями (та секторами) світової економіки (від суднобудування до індустрії розваг). У своєму сучасному варіанті круїзна індустрія сформувалася у 50-ті роки ХХ-го століття з трансатлантичних морських пасажирських перевезень.

Протягом останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає, у середньому, 7,4 %. Кількість круїзних туристів щорічно збільшується на 1 млн осіб. Така динаміка збереглася і у кризовому 2009 р. (на тлі скорочення обсягів світового туризму на 4,2 % круїзна індустрія продемонструвала зниження лише на 1,4 %). Проте, враховуючи кількість замовлень на будівництво нових суден, спеціалісти прогнозують певне уповільнення кількісного зростання круїзного туризму: кількість круїзних туристів зросте з 18,1 млн осіб у 2011 р. до 21,4 млн осіб у 2022 р., що означає зменшення середньорічного приросту до 3,4 %.

Довідково: світовий круїзний флот становить 512 суден. У світі існує 650 круїзних портів, з яких у Середземному морі – 158, у Чорному морі – 16 (з них на території України – 6, не рахуючи портів басейну Азовського моря та гирла річки Дунай).

Починаючи з середини 80-х років ХХ-го століття, розпочався процес горизонтальної інтеграції транснаціональних корпорацій у сфері круїзного бізнесу: “Carnival Cruise Line”, “Royal Caribbean International” и “Star Cruises”. “Mediterranean Shipping Company” функціонує за іншою моделлю, не практикуючи злиття, проте за кількістю суден (14) посідає 4-те місце в світі.

Глобалізація круїзної індустрії, зростання з кожним роком кількості круїзних портів диктують ринку круїзних операторів (включаючи порти), вимоги щодо об'єднання зусиль у досягненні спільних цілей розвитку. Особливе місце серед таких об'єднань посідає брендинг круїзних напрямів, який, серед іншого, передбачає і об'єднання кількох портів з метою надання певного туристичного продукту, а також спільного досягнення цілей оптимізації законодавства, розвитку туристичної інфраструктури, збільшення пасажирообороту в портах об'єднання. Прикладами найуспішніших брендів у сфері круїзного туризму у світі вважаються “Cruise Baltic”, “Atlantic Alliance” та “Cruise Saint Lawrence”.

Довідково: круїзний ринок можна умовно поділити на два сегменти, 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 сегменту – на борту судна; для нішового сегменту – на березі, під час відвідання круїзних портів.

За статистичними даними попит на річкові, морські та океанські круїзи досяг 22,04 млн (у перерахунку на пасажирів). Частка круїзної індустрії у світовій економіці (в грошовому виразі) досягла 119,9 млрд дол. Топ-десять країн світу (що представляють всі найбільші регіони планети) забезпечила круїзним компаніям 19,2 млн пасажирів, на яких припадає 88% всього круїзного потоку. За обсягом пасажиропотоку лідирують США. На них припадає більше половини (51%) сучасної кількості круїзних туристів – 11,21 млн осіб [28]. США зробили ставку на створення якісного та недорогого масового круїзного продукту. Американський ринок круїзної індустрії створив виключно привабливий та доступний сервіс для жителів Америки, Європи та

Азії. Друге місце ділять між собою Німеччина та Великобританія: 15% або 3,38 млн пасажирів. Замикають трійку лідерів Австралія, Італія та Канада. На кожен з цих країн припадає 800 тис. туристів (12%). Далі йдуть Китай, Франція, Іспанія та Норвегія, котрі разом забезпечують ще 2 млн клієнтів (або 10% від світового показника).

З 1,4 млн туристів, що вийшли в море з азійських країн, половина припадає на Китай. Таким чином, за рахунок Китаю глобальний турпотік було забезпечено ще 480 тис. круїзних подорожуючих. У 2020 р. у круїзи по всьому світу мало вирушити не менше 24 млн пасажирів, планувалося запустити 27 нових океанських та річкових суден. Якщо на початку 80-х рр. минулого століття круїзний ринок нараховував близько 1,5 млн пасажирів, то вже у 2006 р. це було 15 млн чол., а в 2020 р. показник, згідно з прогнозами, мав вирости на 60%.

Стабільний попит на круїзний продукт обумовлює й будівництво суден: сума заявлених на 2015 р. інвестицій на створення нових океанських лайнерів перевищувала 6,5 млрд дол. У 2015 р. витрати круїзної індустрії становили майже 120 млрд дол., підтримуючи зайнятість майже 1 млн осіб [28].

Експерти CLIA виділили 13 основних трендів розвитку круїзної індустрії на найближчі роки [28]. Серед них – зростання популярності річкових круїзів. Як очікувалося, на круїзні маршрути учасників CLIA, флот яких у сукупності нараховує 170 суден, мало вийти 18 нових річкових суден. Також продовжиться зростання круїзного флоту: кількість круїзних суден повинна була збільшитись на 27 одиниць. Продовжуватиметься круїзний бум в азійському регіоні, де ще 5 років тому ринок був практично нерозвинений. Нині Азія є найбільш швидкозростаючим регіоном у круїзній індустрії. Між 2012 – 2014 рр. обсяг пасажирських перевезень тут подвоївся – до 1,4 млн чол. Трішки нижчі темпи зростання демонструє Австралія, але й тут за 10 років круїзний ринок виріс майже в 10 разів. Стабільність продажів круїзного ринку буде стимулювати й зростання кількості компаній та турагентів, що продають цей продукт. Вже

понад 30 тис. туристичних компаній є членами CLIA, а ще 6 років тому учасників цього ринку було у два рази менше. Щодо трендів у пріоритетах споживачів, то продовжить зростати прагнення туристів до розкоші, все більшої популярності набуватиме такий сервіс, як послуги консьєржа та персонального дворецького, гурман-круїзи та тури на яхтах. Оскільки круїзи привертають увагу платоспроможних пасажирів, то все більше брендів захочуть відкрити на борту лайнерів свої магазини. Також круїзні компанії запускають все більшу кількість послуг та розваг, націлених на сімейну аудиторію. На маршрутах зростає кількість ночівель в портах заходу, у пасажирів буде більше можливостей зануритись в місцеве середовище, зростає кількість та різноманітність екскурсій. Продовжить свій розвиток й "мультикультурний" тренд, тобто максимальне представлення національних кухонь, ресторанів, магазинів, шоу та інших елементів розваг і сервісу на борту лайнерів [28]. Китай стає другим за величиною джерелом круїзних пасажирів у світі. В 2014 р. 1,72 млн мешканців внутрішніх районів Китаю забронювали турподорожі на круїзних лайнерах, що на 43% більше, ніж у 2013 р. Темпи зростання виявилися на 20% вищими середнього показника у Азійсько-Тихоокеанському регіоні (АТР). У 2016 р. кількість круїзних подорожей Китаєм та за його межами, що здійснювались через 11 головних портів країни, становила понад 4,5 млн (на 84% більше). На 2015 р. Китай займав восьме місце на світовому ринку круїзних подорожей. За прогнозами експертів, до 2022 року країна стане найбільш динамічним та жвавим круїзним ринком в АТР [28]. Цю інформацію підтверджують дані Державного управління КНР з питань туризму, згідно з якими китайський круїзний ринок може стати найбільшим в АТР. 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 було закладене політикою підтримки владою різних рівнів, особливо в приморських регіонах. Здійснюється розробка загальнонаціональної програми розвитку

круїзного туризму. Вік сучасних круїзних пасажирів становить 40-50 років. У 2000-х рр. цей показник був на рівні 50-60 років, що свідчить про притік більш молодих споживачів. За прогнозами спеціалістів, щорічно вік споживачів круїзних послуг буде знижуватися і до 2022 р. дорівнюватиме 35- 40 рокам.

Для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній круїзні компанії консолідують свої ресурси та утворюють холдингові структури. Суттєвими перевагами холдингових структур у круїзному туризмі є оптимізація власних ресурсів при формуванні круїзного продукту, зміцнення інвестиційного потенціалу, консолідація трудових ресурсів, збільшення контролю за процесами розвитку ринку, мобільність у прийнятті тактичних та оперативних рішень. Крім того, у порівнянні з іншими видами туризму, які мають прив'язку до регіонів і країн, через мобільність матеріальної бази у круїзному туризмі робота в межах холдингу відкриває додаткові можливості експлуатації суден упродовж усього року в різних регіонах світу [28].

Компанії, що входять до складу холдингу Carnival, контролюють 44,8% світового ринку морських круїзів. Частка шести судноплавних компаній, що йдуть за групою Royal Caribbean, становить 24,7%. Далі, три компанії Norwegian Cruise Line займають 8,9% обсягу ринку, а MSC Cruises має 6,4%. Загальний круїзний флот усіх діючих операторів нараховував 300 лайнерів. Для порівняння, ще у 2000 р. їх сумарна кількість становила 237 судів. А до 2022 р. в єдиний "парк" судів круїзних компаній світу увійдуть 386 лайнерів. Майже 40% маршрутів круїзних компаній світу припадає на Карибський регіон, на другому місці – Середземномор'я (17%), на третьому – Азійсько-Тихоокеанський регіон (10,4%) [28]. Відповідно до прогнозів до 2022 р. на Carnival Corporation припадатиме 42,1% круїзного ринку, а її флот складатиме 113 суден; на Royal Caribbean Cruises відповідно – 22,8% та 53 судна; MSC Cruises – 9,9% та 19 суден; Norwegian Cruise Line – 9% та 27 суден. Таким чином, ці чотири компанії контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку, а їх загальний флот складатиме 212 суден.

Перелік найбільших круїзних компаній світу на 2022 р. представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

## Найбільші круїзні компанії світу на 2022 р.

1	Назва круїзної компанії	Кількість суден	Ліжко-місця, тис.	Пасажиромісткість, тис. місць	Ринкова частка, %
2	Carnival Corporation	113	273,5	13404,0	42,1
3	Royal Caribbean Cruises	53	144,3	7260,9	22,8
4	MSC Cruises	19	63,0	3159,3	9,9
5	Norwegian Cruise Line	27	59,	2878,3	9,0
	Всього	212	539,9	26702,5	83,8

*Джерело:* складено автором на основі [28]

Компанія Carnival Cruise Lines Inc. (CCL) є засновницею британо-американського концерну Carnival Corporation & plc, який об'єднує 12 круїзних компаній. Штаб-квартира найбільшого та найуспішнішого в світі оператора круїзних лайнерів розташована в Майямі (Флорида, США). Круїзні лайнери компанії називають "кораблями розваг". Характерною для всіх суден Carnival є форма труби, що нагадує хвостовий плавник кита. Вперше вона з'явилася в 1981 р. при будівництві нового судна *Tropicale*. В 2007 р. компанія зробила назви суден однотипними, що починаються словом "Carnival".

Друга за величиною круїзна компанія – американо-норвезьке спільне підприємство Royal Caribbean Cruises Ltd., яке офіційно зареєстроване в Монровії (Ліберія) та має штаб-квартиру в Майямі (США). До складу цієї компанії входить 5 дочірніх підприємств: Celebrity Cruises, Royal Caribbean International, Pullmantur Cruises, Azamara Club Cruises та CDF Croisieres de France. Крім того, підприємству належить 50% акцій TUI Cruises. Royal Caribbean Cruises Ltd. контролює близько 25% світового круїзного ринку. Назви 42 лайнерів компанії закінчуються словами "of the Seas", включаючи 6

найбільших в світі (Harmony of the Seas, Allure of the Seas, Oasis of the Seas та ін.) [28]. Так найбільший в світі круїзний лайнер Harmony of the seas вийшов у своє перше плавання 16 травня 2016 р. Лайнер побудовано на верфі Сент-Назер у Франції, а його будівництво коштувало 1 млрд євро. Довжина судна – 362 м; ширина – 65 м; каютний фонд – 2,747 кают; водотоннажність 227 тис. т. Судно має 18 палуб (з них 16 – пасажирських). Повне завантаження судна – 6,400 гостей (при двомісному розміщенні – 5,497 гостей). Багатонаціональний екіпаж складається з 2,300 осіб. На борту працює понад 20 ресторанів, 23 плавальних басейни і парк з понад 10 тис. рослин і 50 деревами. На кораблі є сім тематичних зон: Центральний парк; СПА та фітнес; відкрита прогулянкова палуба; розваги та шоу; королівський променад; басейни та спортмайданчики; дитяча зона [28].

Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (Norwegian) є круїзною компанією, що зареєстрована на Бермудських островах, зі штаб-квартирою у невиключеній території в окрузі Майамі-Дейд (Флорида, США). Вона розпочала свою діяльність у 1966 р. під назвою Norwegian Caribbean Line. Компанія найбільш відома своєю концепцією Freestyle Cruising ("Круїзи у вільному стилі"), яка полягає в тому, що відсутній чітко визначений час для приймання їжі та не потрібна певна форма одягу. Це надало гостям її круїзних лайнерів більше свободи та вибору. Світовий круїзний флот в 2016 р. становив 315 суден. Прогнозується, що до 2022 р. він нараховуватиме 367 суден із загальною кількістю ліжко-місць 640,5 тис. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

## Світовий круїзний флот у 2013-2022 рр.

Роки	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Кількість суден	292	296	300	315	329	342	355	363	366	367
Кількість ліжко-місць, тис	443,2	455,0	483,1	496,6	525,2	554,1	598,0	628,3	637,7	640,5
Пвсвжиромісткість, млн місць	20,4	21,5	22,1	23,6	26,0	27,4	29,6	31,2	31,7	31,8
Зміни у %	4,9	5,1	2,7	7,0	10,2	5,3	8,1	5,3	1,5	0,5



*Джерело:* складено автором на основі [28]

У світі існує 650 круїзних портів, з яких у Середземному морі – 158, у Чорному морі – 16 (з них на території України – 6, не рахуючи портів басейну Азовського моря та гирла річки Дунай). Україна також є морською державою. Але Чорне море за своїм географічним положенням не є транзитним, отже, для того, щоб виділитися у самостійний напрям для масового круїзного туризму не менше 5 портів повинні мати інфраструктуру, здатну обслуговувати судна довжиною понад 300 м. Нині таку інфраструктуру мають лише два чорноморські порти – Одеса (Україна) та Констанца (Румунія) [28].

Згідно з прогнозами експертів до 2027 року число круїзних пасажирів досягне позначки в 40 млн чоловік за рік, а показник чистого річного прибутку в галузі досягне цифри в 9 мільярдів доларів. Прогноз заснований на даних про середню вартість круїзу.

За даними The Cruise Industry News Annual Report 2019, світовий круїзний флот сьогодні включає в себе 386 лайнерів. За Європі ходить 124 круїзні лайнери. В Азії, Тихоокеанському регіоні та Австралії 41 корабель. 200 круїзних красенів є в базі за самостійним бронювання Інкрузес на сьогодні. Найближчим часом приєднаються ще 2 круїзні лінії і річкові круїзи теж захотіли розвиватися і набирати обертів разом з Інкрузес.

На сьогоднішній день найбільші крупні стратегічні гравці на ринку продажів круїзів круїзними лініями:

1. Концерн Carnival, в нього входять дев'ять круїзних компаній, нараховуємо 105 лайнерів або 41,8% ринку в 2018 р.

2. Royal Caribbean Cruises – 52 лайнера і 6 брендів. Частка ринку Royal Caribbean Cruises за підсумками 2018 р склала 23,3%.

3. Другий за величиною частки ринку гравець – Norwegian Cruise Line з 26 лайнерами і трьома брендами – займає 9,4%, 8% – у MSC Cruises; 4,6% – у Genting Hong Kong. Сукупно це майже 90% ринку.

Найбільші крупні гравці на ринку продажів круїзів представлено в табл.

2.3.

Таблиця 2.3

Розподіл продажів круїзів найбільших крупних круїзних компаній, %

MSC	Роки	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
MSC	Європа	50,4	51,3	47,9	49,7	52,8	62,7	57,4
	Каріби	19,7	19,9	21,9	20,3	17,3	9,0	9,9
	Америка	9,7	10,2	10,7	10,0	11,3	15,3	16,4
	Азія	8,8	7,8	8,8	8,3	6,0		
	Індійський океан	4,3	3,8	3,2	2,6	3,3		
	Африка	4,2	4,2	4,4	5,6	6,0	2,8	7,8
	COSTA	Європа	44,4	45,4	45,0	41,3	46,0	57,5
Азія		38,4	36,9	39,1	44,0	39,9	22,2	15,5
Індійський океан		5,6	3,6	3,6	2,2	2,9	3,7	4,7
Каріби		4,1	5,3	5,2	5,1	5,5	7,6	6,4
Америка		3,9	5,1	3,9	4,1	2,3	5,9	4,8
AIDA	Європа	62,9	62,1	64,0	63,0	61,4	60,2	59,7
	Канарські острова	14,8	15,5	15,7	15,9	16,4	16,7	17,8
	Індійський океан	8,2	6,9	6,0	7,3	7,9	8,2	9,9
	Каріби	6,1	7,8	6,9	8,3	9,0	8,9	6,8
TUI	Європа	55,4	58,9	48,9	49,1	52,9	53,7	55,9
	Канарські острова	16,7	14,3	22,5	17,6	13,1	18,7	18,4
	Каріби	12,7	10,4	11,8	11,6	12,7	12,5	18,5
	Індійський океан	8,8	10,4	10,6	11,0	11,6	11,1	5,6
	Азія	2,9	3,2	2,8	5,7	7,7	2,8	
P&O UK	Європа	70,6	62,2	69,5	70,0	67,7	69,6	69,7
	Каріби	12,2	16,8	14,8	14,3	14,7	13,6	14,9
	Канарські острова	11,8	12,2	11,7	11,9	13,9	12,2	11,1
MARELLA	Європа	60,5	59,1	60,8	57,8	66,3	68,9	69,7
	Каріби	20,5	23,0	20,8	20,0	20,8	19,7	10,3
	Канарські острова	9,5	9,8	9,5	9,6	10,3	10,5	10,2
	Азія	3,8	2,9	1,0				
	Індійський океан	3,0	2,9	1,4	6,7	0,5		
PULLMANTUR	Європа	53,2	41,8	38,0	41,3	45,5	31,8	42,2
	Каріби	22,1	31,9	36,3	39,8	27,6	30,2	36,4
	Америка	13,0	10,1	14,0	11,3	23,3	36,0	19,0

	Канарські острова	0,0	9,3	8,0	5,4			
--	----------------------	-----	-----	-----	-----	--	--	--

*Джерело:* оснований на основі [www.cruiseindustrynews.com]

Відображенням зростання індустрії є замовлення 106 нових круїзних лайнерів, які будуть спущені на воду протягом найближчих 10 років.

З року в рік пасажиропотік збільшується + 2 мільйони туристів.

Клуб Інкрузес на травень 2020 рік налічує 180000 членів.

Міжнародна асоціація круїзних ліній (CLIA) спільно з Oxford Economics опублікувала звіт про екологічні технології, які застосовуються на практиці в світовій круїзній індустрії. Звіт висвітлює прогрес у розвитку технологій і практик, впроваджуваних круїзною індустрією і спрямованих на зниження шкідливих викидів і підвищення ефективності використовуваних технологій.

Згідно зі звітом, круїзна індустрія в 2020 році інвестувала понад 23,5 млрд доларів США в суда, що використовують більш чисте паливо і нові технології, що на 1,5 млрд доларів США більше, ніж в 2019 році.

Топ 10 найбільших круїзних лайнерів у світі у 2021 р. представлений табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Топ 10 найбільших круїзних лайнерів у світі у 2021 р.

Місце в Топ 10	Круїзні лайнери
10	Quantum of the Seas
9	MSC Meraviglia
8	MSC Virtuosa
7	MSC Grandiosa
6	Mardi Gras
5	AIDAnova
4	Oasis of the Seas
3	Allure of the Seas
2	Harmony of the Seas

1	Symphony of the Seas
---	----------------------

*Джерело:* складено на основі [www.statista.com]

## 2.2 Проблеми організації світового круїзного туризму в період Covid-19

Найкраще нинішню ситуацію круїзного туризму в період пандемії, спричиненої Covid-19, характеризує слово "нестабільна". Галузь поступово оживає, але як і раніше скута обмеженнями, пов'язаними з пандемією.

Так, наприклад, Royal Caribbean і Carnival пропонують круїзи в обхід територіальних вод США і змушені задовольнятися 30% і 50%-ної завантаженню. MSC і інші європейські круїзні компанії відновили роботу раніше (влітку 2020 року), але також змушені дотримуватися драконівські правила безпеки і гігієни на борту.

Цікавий факт, що європейські круїзні компанії не вимагають, щоб мандрівники були вакциновані проти Covid-19 (досить негативного тесту, зробленого протягом 72-х годин до початку круїзу). Тим часом, Royal Caribbean включило наявність щеплення від Covid-19 в обов'язкові умови для посадки на борт. Масла у вогонь підлив і губернатор Флориди Рон ДеСантіс, подавши позов проти CDC і адміністрації Байдена. Він заявляє, що заборона на круїзну діяльність (no sail order), що триває вже рік, є надмірною мірою, вкрай негативно впливає на американську круїзну індустрію і повинен бути негайно скасований. Крім того, губернатор ДеСантіс виступає проти обов'язкової вакцинації мандрівників, вказуючи на те, що це обмежує права людей з протипоказаннями для щеплення.

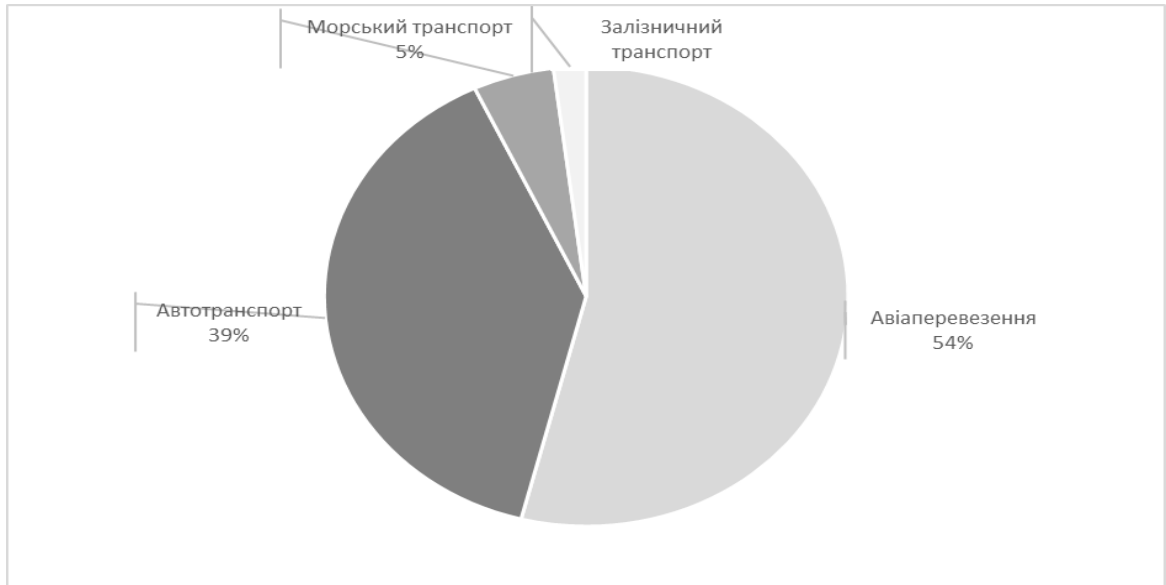
В цілому, компанії мають намір відновити роботу з повним завантаженням влітку 2021 року. Про це свідчать, "дорожні карти", які випустили багато компаній. У них зазначені дати початку круїзів для кожного судна. Зокрема, Royal Caribbean планує почати з судів середнього розміру і відновити круїзи з Нассау (Багамські острови) з 13 червня 2021 р.

«Не дивлячись на те, що ми працювали над усуненням і подоланням наслідків Covid-19, круїзна індустрія як і раніше бореться за більш чисті технології і стабільне майбутнє», – сказала Келлі Крейгед (Kelly Craighead), президент і генеральний директор CLIA. «Я можу тільки уявити, чого ми разом доб'ємося в наступні 10 і більше років. Я дякую членів асоціації за їх незмінне лідерство і демонстрацію найвищих стандартів відповідальності у сфері туризму».

У звіті повідомляється, що 49 % нових потужностей (лайнери нового покоління) будуть працювати на зрідженому природному газі, що на 51% більше, ніж в 2018 році. Більш 69% круїзних лайнерів вже використовують системи очищення вихлопних газів (EGCS). 99% нових замовлених судів також будуть оснащені передовими системами очищення сточних вод, а 75% будуть або оснащені системами берегового електропостачання під час будівництва, або налаштовані так, щоб їх можна було додати пізніше.

Ключовими факторами, що стимулюють зростання круїзного ринку, є зниження безробіття, економічне зростання, зростання урбанізації і різноманітність напрямків міжнародних перевезень. Однак на розширення круїзної індустрії можуть вплинути наслідки глобальної економічної ситуації, неприємні інциденти на морі, екологічні та епідеміологічні чинники.

Структура міжнародних перевезень за типами транспорту в 2018 р. представлена на рис. 2.1.

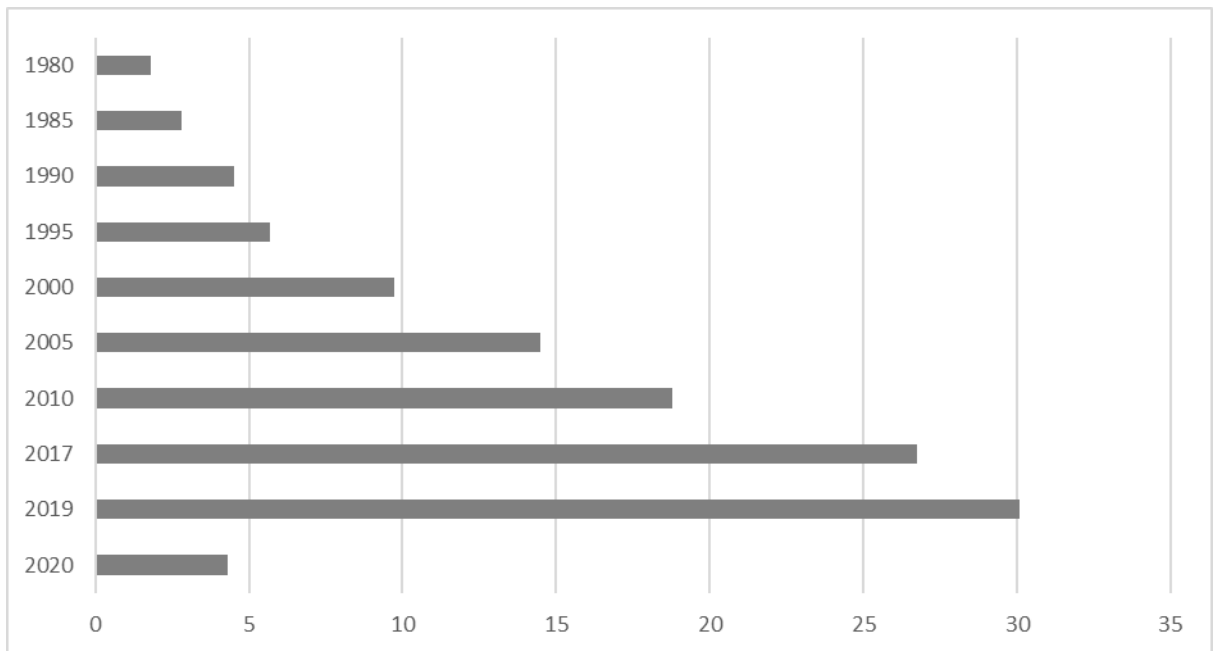


*Джерело:* складено на основі [www.statista.com]

Рис. 2.1 Структура міжнародних перевезень за типами транспорту в 2018 р.

Міжнародна асоціація круїзних ліній (CLIA), найбільша в світі організація з торгівлі круїзної індустрією, опублікувала звіт «Прогноз стану круїзної індустрії на 2020 р.», в якому прогнозуються основні тенденції круїзних подорожей. У звіті «Стан галузі круїзних компаній» йдеться про те, що круїзні поїздки продовжують рости і вносять вклад в загальну світову економіку. Фактично, більше восьми з десяти сертифікованих CLIA турагентів очікують зростання продажів круїзів протягом наступних дванадцяти місяців. Асоціація має 15 офісів по всьому світу з представництвом в Північній і Південній Америці, Європі, Азії і Австралії. CLIA підтримує політику і методи, які сприяють створенню безпечної, надійної, здоровою і стійкою середовища круїзних суден для більш ніж 30 мільйонів пасажирів, які здійснюють круїзи щорічно, і прагне просувати досвід круїзних подорожей. Але пандемія, спричинена Covid-19, внесла свої корективи.

Динаміка росту кількості туристів, які відправились в міжнародні круїзи за 1980-2020 рр., представлена на рис. 2.2.



*Джерело:* складено на основі [www.statista.com]

Рис. 2.2 Динаміка росту кількості туристів, які відправились в міжнародні круїзи за 1980-2020 рр.

Круїзна індустрія продовжила рости протягом 2019 року, круїзні мандрівники склали 30 мільйонів чоловік, що на 6% більше в порівнянні з 28,2 мільйонами в 2018 році. У 2019 були замовлені 18 нових судів і всього експлуатується 272 круїзні лайнери, що входять в міжнародну асоціацію круїзних ліній. Круїзна індустрія продовжує надавати позитивний вплив на співтовариства по всьому світу, підтримуючи 1 177 000 робочих місць, виплачуючи близько 50,24 млрд в вигляді заробітної плати.

У звітах міжнародної асоціації круїзних ліній також відзначається прихильність всієї галузі відповідальним туристським практикам з акцентом на екологічну стійкість і управління в місцях призначення.

Спільнота CLIA складається з найпрестижніших в світі океанських, річкових і спеціалізованих круїзних ліній; включає висококваліфіковане і сертифіковане співтовариство турагентів; і постачальників круїзних ліній і партнерів, включаючи порти і пункти призначення, розробників судів. Місія організації – бути єдиною глобальною організацією, яка допомагає своїм

членам досягти успіху, відстоюючи, навчаючи і просуваючи інтереси загального круїзного спільноти [41].

Підкреслюються інвестиції галузі в 22 мільярди доларів США в разработку нових енергоефективних технологій, партнерські відносини з місцевими органами влади щодо ключових напрямів і зобов'язання скоротити викиди вуглецю на 40% до 2030 року в порівнянні з 2008 роком. Незважаючи на те, що попит на круїзи досяг нових висот, круїзна індустрія посилює заходи для того, щоб стати лідером в сфері відповідального туризму.

Відповідно до опублікованих даних очікувалось, що в 2021 році в круїзні подорожі відправляться 32 мільйони пасажирів. Щоб задовольнити поточний попит, планується дебютувати 19 нових морських суден в наступному році, в результаті чого в цілому за прогнозами міжнародної асоціації круїзних ліній, до кінця 2021 року буде в експлуатації 278 морських суден.

Прогноз введення в експлуатацію нових морських суден представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

## Дебют нових круїзних суден в 2021 році

Назва круїзної компанії	Назва лайнера
Carnival	Mardi Gras
Celebrity	Celebrity Apex
Coral Expeditions	Geographer
Costa Cruises	Firenze
Crystal	Crystal Endeavor
Dream Cruises	Global
MSC	Cruises Virtuosa
Mystic Cruises	World Voyager
P&O Cruises	UK Iona
Ponant	Le Bellot
Ponant	Le Jacques Cartier
Princess	Enchanted Princess
Regent Seven Seas Cruises	Seven Seas Splendor
Royal Caribbean	Odyssey of the Seas
Saga Cruises	Spirit of Adventure



Scenic	Scenic Eclipse II
Silversea	Silver Moon
Silversea	Silver Origin
Virgin Voyages	Scarlet Lady

*Джерело:* складено автором на основі [41]

Зростання промисловості призводить до позитивного економічного прогресу по всьому світу. Відповідно до опублікованого аналізу глобального економічного впливу CLIA 2019, пасажери витрачають 376 доларів в портових містах перед посадкою в круїз і витрачають 101 долар в кожному пункті призначення відвідування порту під час круїзу. Серед тенденції круїзної індустрії в 2020 році виділяються:

- екологічна стійкість;
- розробка та ідентифікація нових технологій і екологічно чистих видів палива є головним пріоритетом для круїзної індустрії, яка продовжує вкладати значні кошти в зниження впливу на навколишнє середовище.

Останній звіт CLIA про екологічні технології і практиках показує значний прогрес в освоєнні нових та інноваційних практик, в той час як галузь продовжує шукати нові способи підвищення ефективності:

- скраплений природний газ (СПГ);
- 44% нових виробничих потужностей буде залежати від палива СПГ для первинної тяги;
- системи очищення вихлопних газів (ОВГ);
- 68% глобальних потужностей в даний час використовують ОВГ, в той час як 75% новобудов без СПГ матимуть ОВГ;
- вдосконалені системи очищення стічних вод – ці системи будуть впроваджені в 100% нових лайнерах;
- додаткові напрямки діяльності – суда з батарейним двигуном, передові методи утилізації, зниження використання пластика, енергозберігаюче освітлення, сонячна енергія і паливний елемент;

- управління напрямком – з ростом попиту в круїзній індустрії з'являється відповідальність за розвиток поваги і співпраці з круїзними DESTИНАЦІЯМИ;

- круїз і перебування – прогноз стану круїзної індустрії показав, що все більше мандрівників проводять час в круїзних портах і поруч з ними. Фактично, 65% пасажирів круїзу проводять кілька додаткових днів в портах посадки або висадки;

- скорочення одноразового використання пластику – дослідження показують, що понад вісім з десяти пасажирів круїзних перевезень скорочують використання одноразових пластиків (80%) під час подорожей. Сім з десяти крейсерів також відмовляються від пластикових соломинок;

- круїзи соло – в світі знижується кількість шлюбів, а кількість самотніх дорослих зростає. В результаті, круїзні лінії реагують на зміни в демографічній ситуації, пропонуючи студійні каюти;

- тривалість поїздки продовжує змінюватися, і багато мандрівників шукають швидкі поїздки. Круїзні лінії пропонують круїзи протягом трьох-п'ятиденного періоду, пропонуючи більш короткі маршрути з різних напрямків [42].

З огляду на вищевикладене, круїзна галузь протягом певного часу представляла інтерес для інвестування. Однак необхідно врахувати кілька чинників, які інвестори повинні знати про бізнес круїзних лайнерів, перш ніж вони почнуть вкладати в акції в цьому секторі.

Круїзні лінії є частиною індустрії подорожей і відпочинку, що означає, що вони конкурують один з одним, а також з наземними готелями та курортами. Широкий глобальний ринок величезний, згідно з оцінками, загальні витрати на поїздки в 2019 році перевищив 1,6 трильйона доларів. Круїзна індустрія охоплює лише невелику частину цих щорічних витрат, але у неї є кілька характеристик, які підтримують надзвичайно сильний і прибутковий ріст, включаючи високий рівень задоволеності клієнтів. Споживачі круїзу зазвичай оцінюють свою відпустку більш позитивно в порівнянні з наземними поїздками

в готель. Деякі з переваг, які призводять круїз-тури – це безтурботна подорож по декількох напрямках без необхідності упаковувати і розпаковувати речі, а також бронювання по системі «все включено», яке включає харчування, проживання та розваги.

Існує безліч рівнів круїзних маршрутів, по вартості до преміум-класу і ультра-розкоші, але найпопулярніші в галузі категорії поїздок, як правило, орієнтовані на широкий спектр демографічних показників і рівнів доходу. Кораблі забезпечені бортовими розвагами для дітей і дорослих, з вибором страв від піци біля басейну до першокласного ресторанного столу і каютами – від кімнат без вікон до просторих люксів з закругленими палубами. В середньому, семиденний круїз коштує близько 1 500 доларів на людину, включаючи квиток і всі додаткові послуги.

До інших характеристик, які відрізняють круїзні поїздки від традиційних готельних відпусток, відносяться конкурентоспроможне цінова пропозиція і той факт, що суду в силу своєї мобільності можуть змінювати маршрути або переміщатися в інші стартові міста в міру зміни попиту. Готельний бізнес не володіє такою гнучкістю.

Незважаючи на ці переваги, круїзи залишаються відносно невеликим гравцем в ширшій індустрії туризму, наприклад тільки близько 4% населення США здійснює такі круїзи впродовж року. Більшість круїзних компаній вважають даний показник позитивним, оскільки він вказує на тривалу перспективу потенційного зростання як на розвинених ринках, таких як США, так й ринках, що розвиваються, таких як Китай, де передбачуваний дохід швидко зростає.

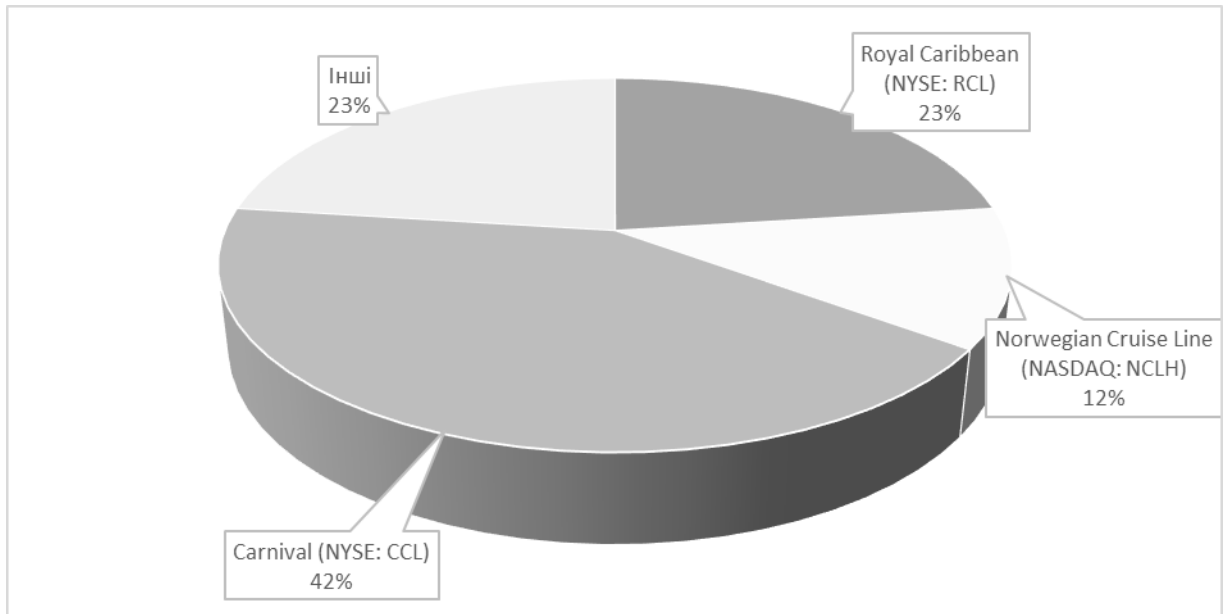
У 2019 світова круїзна індустрія охопила близько 30 мільйонів гостей в порівнянні з 24 мільйонами в 2016 році і 23 мільйонами в 2015 році. Інвестиції в цю нішу починаються з припущення, що ці цифри продовжать рости в довгостроковій перспективі, навіть якщо спад на короткий час приведе до їх зниження [41]. Трьома найбільшими круїзними компаніями акції яких

затребувані на фондових ринках є Royal Caribbean (NYSE: RCL), Norwegian Cruise Line (NASDAQ: NCLH) і лідер ринку Carnival (NYSE: CCL).

Пандемія, спричинена Covid-19, скоротила число круїзів та споживачів круїзних послуг до 4,3 млн в 2020 р.

Але структура лідерів круїзних компаній в 2019 -2020 р. збереглась.

Структура лідерів ринку круїзних турів представлена на рис. 2.3.



*Джерело:* складено автором на основі [41]

Рис. 2.3 Структура лідерів ринку круїзних турів

Круїзні лінії генерують близько 70% свого доходу за рахунок продажу квитків, а інша частина надходить від різних бортових продуктів і послуг, включаючи алкогольні напої, екскурсії по берегу, спеціалізовані ресторани, ігри в казино і продажу в магазинах. Як і більшість компаній, що займаються відпочинком, це сезонний вид діяльності, найвищий попит спостерігається в літні місяці, так в Сполучених Штатах, на цей час припадає близько 50% світового обсягу круїзів. Круїзи, як і будь-які види відпочинку, сильно залежать від загального економічного зростання. Як дискреційна покупка, це одна з перших речей, яку споживач скорочує у важкі часи. Таким чином, галузь має тенденцію процвітати під час експансій, в той час як зростання сповільнюється

або стає негативним в періоди рецесії. За даними Carnival, дві демографічні групи є ключовими для довгострокового зростання галузі. Покоління бейб-бумерів, що виходять на пенсію або близьких до виходу на пенсію, як правило, влаштовують круїзи як зручну комплексну відпустку. Тим часом, більш молода і швидко зростаюча демографічна група також позитивно оцінює круїзну галузь.

Інвестори відмічають, що круїзні компанії використовують терміни, які не є специфічними для їх галузі, включаючи наступні:

- фінансовий рік – це визначення компанії, що складається з чотирьох кварталів. Фінансовий рік приблизно такої ж тривалості, але зазвичай відрізняється за часом початку і закінчення від фактичного календарного року;

- обсяг бронювання – відноситься до кількості квитків, замовлених за певний період. У той час як кількість пасажирів звернено в минуле, обсяг бронювання дає уявлення про майбутній попит на поїздки, які ще не проводилися;

- дивідендна прибутковість – більшість круїзних компаній виплачують стабільні дивіденди, а дивідендна прибутковість відноситься до суми грошових виплат на акцію у відсотках від ціни акції. Наприклад, акція в 100 доларів, яка виплачує річний дивіденд в розмірі 5 доларів на акцію, буде мати дивідендну прибутковість 5%.

Інвестори можуть реінвестувати ці дивіденди назад в круїзні акції, щоб зміцнити свої позиції. Єдиний найбільший ризик для інвестицій в акції круїзної лінії пов'язаний з економічним спадом, тому що ослаблення економіки призводить до падіння попиту на відпустки, що призводить до менших обсягах продажів, зниження обсягу бронювання і зниження цін на квитки.

Круїзні гіганти мають трохи більшою гнучкістю, ніж регіональні готелі на суші, оскільки вони можуть переміщати суду в райони світу, з великим попитом. Тим не менш, вони як і раніше чутливі до економічних спадів, особливо в США, де працює більшість круїзних компаній.

Круїзний бізнес також дуже схильний до екстремальних погодних явищ, особливо ураганів, наприклад обрушився на Кариби в кінці літа 2017 року. Випадковий удар одного з цих сильних штормів може привести до незначних списань, оскільки круїзи скасовуються або припиняються. Але повсюдний збиток портам, наприклад, що стався після сезону ураганів 2017 року, загрожує великими руйнуваннями, які можуть тривати кілька років. Попит на круїзи по Карибському морю впав після руйнівного сезону ураганів, і за станом на початок 2019 року його ще не повністю відновився. Витрати на паливо складають значну частину загальної вартості круїзного подорожі, і цей факт означає, що круїзні компанії схильні до значних коливань цін на паливо, як і авіакомпанії. Стійке зростання вартості нафти підірве рентабельність в короткостроковій перспективі, принаймні, до тих пір, поки компанія не зможе компенсувати її з плином часу за рахунок зростання цін на квитки.

Ще один ризик, на який варто звернути увагу – це нішевий статус галузі в цілому. Всі місткості круїзних лайнерів у світі складають близько 2% від світових готельних номерів. Таким чином, більша частина тези про інвестиції спирається на те, що ці компанії знаходять способи підвищити попит на цей варіант відпочинку понад те, що їм вдалося досягти на сьогоднішній день.

Нарешті, критичне відмінність між круїзом і наземним готелем полягає в тому, що здоров'я гостей вимагає підвищеної уваги під час круїзу. Зрештою, судна виходять у відкрите море, і тому завжди існує ризик масових заражень. На круїзних лайнерах завдяки їх обмеженим просторів можуть швидко поширюватися віруси серед пасажирів. Будь-які спалахи або загибель людей на круїзному судні зашкодять бізнесу і можуть поставити під загрозу темпи зростання галузі, якщо це змусить відпочиваючих поставити під сумнів безпеку цього варіанту подорожі.

Індустрія круїзних суден недостатньо велика, щоб пропонувати широко диверсифіковані варіанти інвестування, такі як індексні фонди або біржові фонди (ETF), тому інвестори, які хочуть отримати доступ до даного сектору,

повинні вибирати серед публічних компаній. Carnival є лідером галузі, тому він користується перевагами масштабу, що не мають аналогів у конкурентів, включаючи більший рекламний бюджет і більш гнучкий парк. Круїзний гігант мав рекордні операційні результати в кожному з останніх трьох фінансових років. Carnival також є найщедрішим, коли мова йде про повернення капіталу, його річний дивіденд в даний час приносить більше 4%, в порівнянні з 3% Royal Caribbean і норвезької Cruise Line без дивідендів. Існують вагомі причини для розгляду інвестицій в Royal Caribbean, в тому числі той факт, що його річний темп приросту подвоївся за три роки, що закінчилися в 2017 році, в той час як рентабельність інвестованого капіталу знизилася на 10% в порівнянні з 6% в попередньому періоді. У 2018 році Royal Caribbean продемонстрував зростання цін і обсяг продажів, і очікує, що 2019 рік стане ще одним рекордним роком. Що стосується Norwegian Cruise Line, її менша частка ринку і відсутність дивідендів роблять її інвестиціями іншого типу, ніж Carnival і Royal Caribbean. Лідуючі на ринку можливості зростання повинні збільшити потужність компанії на 25% протягом наступних кількох років. У Norwegian Cruise Line також є можливість стати більш ефективною компанією в міру розширення, що має допомогти прибутковості компанії на інвестований капітал наблизитися до 10%, в даний час це 7%.

Оцінки акцій круїзних лайнерів дуже вразливі до постійно змінюваних прогнозами інвесторів про економічні спади. Останнім часом зростаючі побоювання з приводу можливої рецесії привели до привабливих знижок на акції. У довгостроковій перспективі акції Carnival, Royal Caribbean і Norwegian Cruise Line представляються добре позиціонувати, щоб отримати вигоду зі зростаючого світового попиту на відпочинок. Експансіоністські роки 2016 2017 і 2018 рр. продемонстрували, що запаси круїзних компаній можуть генерувати гігантське зростання прибутку в періоди буму, і ці вигоди можуть збільшитися, оскільки компанії знаходять все більше способів задовольнити своїх гостей незабутнім відпочинком. Дані компанії можуть робити кроки назад під час

циклічних спадів, як це роблять готельні підприємства і авіалінії. Припускаючи, що досвід використання круїзних лайнерів продовжує залучати мандрівників з усього світу, найбільшим гравцям галузі повинні бути передбачені можливості для значного розширення свого бізнесу в найближчі десятиліття. Це створило б сприятливі обставини для стабільного прибутку інвесторів – за умови, що вони готові витримати неминучі злети і падіння володіння акціями бізнесу, який змінює свої статки, слабшає і тече в більш широких економічних потоках.

Так в зв'язку з різким поширенням коронавірусу COVID-19 по всьому світу багато країн були змушені закрити кордони для в'їзду іноземних громадян, а ряд круїзних компаній почали припиняти плавання. Сфера круїзів постраждала від спалаху коронавірусу більше за інших. Після того, як кілька судів було відправлено на карантин у зв'язку із зараженням персоналу і пасажирів на борту, акції круїзних компаній звалилися. Надійшли офіційні рекомендації глав держав літнім людям і людям з хронічними проблемами зі здоров'ям утриматися від подорожей на круїзних суднах. Після оголошення надзвичайного стану в США, три найбільші круїзні компанії Royal Caribbean \$ RCL, Norwegian Cruises \$ NCLH і Carnival's Princess Cruises \$ CCL оголосили про тимчасове призупинення діяльності. Norwegian Cruises до 11 квітня 2020 р., Carnival's Princess Cruises до 10 травня 2020 р. і Royal Caribbean до 11 квітня 2020 р. [43]. У підсумку в березні 2020 року вартість акцій Royal Caribbean Cruises знизилася на 82%, Carnival Cruise Lines (NYSE: CCL) – материнська компанія Princess Cruises (оператор Diamond Princess) – на 80%, Norwegian Cruise Line (NYSE: NCLH) на 84% [44].

Проведемо характеристику провідних круїзних компаній, представлених на ринку інвестування. Carnival Cruise Lines – найбільша і популярна круїзна лінія в світі. Це найбільший гравець круїзної індустрії – концерн Carnival, в який входять дев'ять круїзних компаній з брендами Carnival Cruise Line, Princess Cruises, Holland America Line, Seabourn, Cunard, AIDA Cruises, Costa



Cruises, P & O Cruises (UK), P & O Cruises (Australia). Американська корпорація Carnival, створена в 1972 році, є найбільшим за кількістю пасажирів круїзним оператором в світі, що має на сьогоднішній день ринкову капіталізацію в розмірі близько \$ 34,59 млрд доларів. У концерну Carnival – 105 лайнерів, на кінець 2018 року він обіймав 41,8% ринку [45]. Carnival Cruise Lines займає перше місце в списку найбільших круїзних ліній за кількістю пасажирів, перевезених щорічно, і загальної кількості судів у флоті. Завдяки концепції відпочинку, високій якості послуг і доступними цінами, 98% пасажирів Carnival є поворотними.

Щорічно круїзи з Carnival здійснюють близько 5,7 мільйона гостей. Carnival Cruise Line є не тільки лідером круїзної індустрії, а й однією з найбільш впізнаваних торгових марок в світі. Carnival Cruise Lines став популярним в результаті інновацій, які змінили концепцію круїзного бізнесу. Раніше морським круїзом було просто подорож з однієї точки в іншу, зараз це якісний і доступний відпочинок, де туристам пропонується набагато більше варіантів, ніж під час наземного відпочинку тієї ж категорії. Carnival Corporation і Carnival plc керують компанією з подвійним списком, в результаті чого підприємства Carnival Corporation і Carnival plc об'єднуються і функціонують як єдиний економічний осівту на основі договірних угод між окремими юридичними особами. Акціонери як Carnival Corporation, так і Carnival plc мають однаковий економічний інтерес, але їх акції котируються на різних біржах і не є взаємозамінними. Звичайні акції Carnival Corporation торгуються на Нью-Йоркській фондовій біржі під символом CCL. Carnival plc торгується на Лондонській фондовій біржі під символом CCL і як ADS на Нью-Йоркській фондовій біржі під символом CUK. Carnival – єдина компанія в світі, яка включена в індекс S & P 500 в США і індекс FTSE 100 в Великобританії [45]. Через пандемії коронавірусу компанія Carnival Cruise Line призупинила операції з пасажирських перевезень свого північноамериканського флоту (всі лайнери в США і Канади), скасувавши всі рейси з заздалегідь запланованими

рейсами в період з 14 березня по 9 квітня 2020 роки (планується відновлення операцій після 10 квітня 2020 р.). Всі порушені бронювання отримали повне відшкодування, в тому числі за попередньою покупці через пакети і послуги CCL.

Акції Carnival Cruise Lines прийшли на рівні 1995 року. А адже це лідер круїзної галузі, який контролює 47% морських круїзів. Причому фінансові звітності за 2018 і 2019 роки у компанії виходили достатні хороші. У листопаді 2019 р. компанія мала 518 мільйонів доларів готівкою, 2,05 мільярда доларів – оборотних активів, 9,1 мільярда доларів – поточних зобов'язань. Очевидне занепокоєння тут полягає в тому, що без припливу грошових коштів компанія не зможе виконати свої короткострокові зобов'язання. Круїзна галузь сподівається на допомогу з боку уряду, яке готове її надати. Хоча це потенційно вигідні умови звістки, важко робити позитивні прогнози з приводу компанії, яка потребує термінової фінансової допомоги від федерального уряду [44].

Royal Caribbean Cruises Ltd. (NYSE: RCL) – це велика компанія в сфері круїзного бізнесу, яка контролює і управляє чотирма світовими брендами: Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara і Silversea Cruises. Компанія є власником 50% спільного підприємства німецької марки TUI Cruises і 49% акцій іспанської марки Pullmantur Cruceros. Разом ці бренди експлуатують в цілому 61 судно з додатковими 17 замовленнями станом на 31 грудня 2019 року. Станом початок 2020 року судна компанії пропонують на вибір маршрути, які включають приблизно 540 напрямків у 105 країнах, що охоплюють всі сім континентів. Частка ринку Royal Caribbean Cruises за підсумками 2019 року – 23,3% [46].

У всьому світі в період з 1990 по 2020 роки індустрія океанських круїзів мала щорічний приріст пасажиропотоку в 6,63%. Стратегії зростання на сьогоднішній день засновані на збільшенні місткості нових будівель і диверсифікації судів, збільшення кількості місцевих портів, збільшенні

кількості пунктів призначення. Промисловість також швидко розширюється на міжнародному рівні. Ці дії допомагають збільшити проникнення на основний північноамериканський ринок, який все ще має потенціал зростання. Тільки 53% цільового ринку Північної Америки (або 24% всього населення США) коли-небудь робили морські круїзи. Всі круїзні лайнери у всьому світі, заповнені протягом всього року, все ще становлять менше  $\frac{1}{2}$  від загального числа відвідувачів Лас-Вегаса. У 2018 році було додано 13 нових суден місткістю 33 379 пасажирів. З 2018 з 2020 рік у мережу повинно було увійти ще 37 нових круїзних суден, що збільшить пасажиропотік в світі на 99 895 пасажирів. Тільки ці кораблі з 2018 по 2020 рік в сукупності додадуть до 2020 року щорічний дохід в розмірі 11,7 мільярдів доларів для індустрії морських круїзів [46].

За фінансовий рік, що закінчився 31 грудня 2019 року, виручка Royal Caribbean Cruises Ltd збільшилася на 15% до 10,95 млрд доларів США. Чистий прибуток виріс на 4% до 1,88 млрд доларів. Виручка відображає зростання сегмента в Північній Америці на 18% до 6,39 млрд доларів, зростання в сегменті всіх інших країн - на 54% до 567,9 млн доларів. Чистий прибуток була частково компенсована іншим доходом (витратою) – Інше зниження з 72,3 млн доларів США (дохід) до 25,9 млн доларів США (витрати). Royal Caribbean Cruises Ltd. виплачує дивіденди 4 рази на рік, остання виплата дивідендів по акціях RCL відбулася 19. 12. 2019. Компанія Royal Caribbean Cruises Ltd. виплатила 0,78 \$ дивідендів за акцію останній раз і річна дивідендна прибутковість склала 2,46%. Наступна виплата дивідендів по акціях Royal Caribbean Cruises Ltd. очікується в березні 2020.

За останні п'ять років RCL випередив глобальне зростання потужностей, агресивно реінвестує свій флот, в той же час випереджаючи своїх двох основних конкурентів, Carnival (CCL) і Norwegian (NCLH), в зростання чистого прибутку, вимірюючи доходи від круїзів за вирахуванням витрат на потужність. Поширення нового коронавірусу, або Covid-19, що з'явився в грудні 2019 року,

посилило знижувальний тиск на круїзну індустрію. Оператори круїзних ліній призупинили рейси, а RCL оголосила про припинення роботи на 30 днів з 15 березня по 11 квітня. Royal Caribbean пропонує 125% знижку на круїзний рейс, якщо поїздка буде перебронювати і здійснена до 31 грудня 2021 року. В іншому випадку Royal Caribbean також пропонуватиме повне повернення початкової суми. Круїзна лінія дозволяє клієнтам скасувати за 48 годин до встановленої дати круїзу круїзи з цього моменту до 31 липня в обмін на круїзний кредит, який також повинен бути використаний до 31 грудня 2021 года [46]. Акції круїзної компанії впали з січневого максимуму близько 135 доларів до недавніх рівнів близько 23 доларів [45]. Royal Caribbean Cruises Ltd. втратив близько 84% своєї ринкової вартості, оскільки інвестори очікували гіршого. Поточна ціна акцій Royal Caribbean Cruises (RCL) пропонує інвесторам велику знижку на внутрішню вартість бізнесу з високими бар'єрами для входу, створюючи можливість отримати вигоду з дислокацій на ринку, пов'язаних з ситуацією викликаної спалахом Covid-19.

У зв'язку з тим, що операційний грошовий потік в 2020 році знаходиться під тиском, приблизно 244 млн доларів США у вигляді грошових коштів і 1,85 млрд доларів США у вигляді додаткової кредитної лінії, компанія зіткнулася з кризою ліквідності у зв'язку з майбутніми термінами погашення боргу і договірними зобов'язаннями, і інвестори оцінили ліквідаційну вартість компанії. Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NYSE: NCLH) – провідна світова круїзна компанія, яка управляє брендами Norwegian Cruise Line, Oceania Cruises і Regent Seven Seas Cruises. Об'єднаний флот з 27 суден з приблизно 58 400 причалами, ці бренди пропонують маршрути в більш ніж 450 пунктів призначення по всьому світу. Компанія введе десять додаткових судів до 2027 року. Третій за величиною частки гравець світового круїзного туризму – Norwegian Cruise Line займає 12,4% загальної частки ринку [48]. Минуло близько місяця з моменту останнього звіту про доходи Norwegian Cruise Line (NCLH). Акції втратили близько 84% за цей період, поступившись S & P 500.

Norwegian Cruise Line надали кращі показали, ніж очікувалося, в четвертому кварталі 2019 року. Виручка компанії перевищила прогноз Zacks Consensus Estimate четвертий квартал поспіль. Скоригований прибуток в 73 цента на акцію перевершила розрахункову оцінку Zacks в 70 центів. Проте, чистий прибуток знизився на 14,1% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Виручка склала 1 480,6 млн доларів в четвертому кварталі, перевищивши консенсус-позначку в 1431 млн доларів і покращившись на 7,2% в порівнянні з минулим роком. Виручка виросла на 3,4% доходів від реалізації пасажирських квитків і на 15,8% від реалізації послуг на борту і інших доходів. Валова прибутковість виросла на 4% за квартал в річному численні. У постійному валютному вираженні чиста прибутковість за звітний квартал виросла на 1,3%.

Загальні операційні витрати на круїзи збільшилися на 8,6% в звітному кварталі в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Збільшення може бути пов'язано з передислокацією норвезької Joy і зростанням прямих витрат завдяки рекламним акціям. Валова вартість круїзу за день збільшилася на 5,6%. Чисті процентні витрати в четвертому кварталі склали 73,2 мільйона доларів США в порівнянні з 68,2 мільйонами доларів США в аналогічному кварталі минулого року. Грошові кошти та їх еквіваленти станом на 31 грудня 2019 року становила 252,9 млн доларів США в порівнянні з 163,9 млн доларів США на 31 грудня 2018 року. Довгострокова заборгованість на кінець четвертого кварталу склала 6,1 млрд доларів США, що вище 5,8 млрд доларів США на кінець 2018 року. У зв'язку зі спалахом коронавіруса в Китаї, компанія скасувала і змінила 40 рейсів, у тому числі 24 рейси на Norwegian Cruise Line, 10 рейсів на рейсах Oceania Cruises і шість на рейсах Regent Seven Seas. Компанія заявила, що до кінця третього кварталу 2020 року в Азії не буде розгорнуто жодного судна. Очікується, що вищезгаданий фактор вплине на скоригований прибуток в 2020 році на 75 центів на акцію. На думку керівництва, результати 2020 року можуть істотно постраждати, якщо побоювання з приводу коронавіруса продовжать рости [48]. У першому кварталі 2020 року Norwegian Cruise очікує, що

скорегований прибуток складе майже 48 центів. У 2020 році компанія очікує коригування прибутку на акцію в діапазоні від 5,40 до 5,60 доларів США. Оцінка Zacks Consensus Estimate прибутку компанії в 2020 році становить 5,49 доларів США, що трохи нижче середнього показника, встановленого компанією в 5,5 доларів на акцію. Очікується, що чистий прибутковість буде в межах 2-3%. Протягом останнього місяця оцінки компанії мали тенденцію до зниження. Консенсус-оцінка змінилася на – 98,57% через цих змін. Оцінки в цілому мають тенденцію до зниження для акцій, і величина цих змін вказує на низхідний зміщення. Очікується, що протягом наступних кількох місяців дохід від акцій буде нижче середнього. З усіх круїзних компаній, які потрапили під вплив епідемії коронавірусу, найбільш привабливим для інвестування є Carnival. І це незважаючи на те, що компанія експлуатує корабель Diamond Princess, у якого на борту було понад 700 випадків зараження COVID-19. Можна виділити кілька причин, за якими акції Carnival є кращими акціями круїзних лайнерів незважаючи на складність поточної ситуації. По-перше, це найбільший оператор круїзної лінії. У році, що наступив ринкова капіталізація Carnival склала 34,8 млрд доларів, що приблизно на 25% вище, ніж у будь-якій іншій круїзної компанії. Carnival також повідомив, що виручка в 2019 році склала майже 21 млрд доларів, що приблизно вдвічі більше, ніж у кого-небудь ще в галузі, і що має велике значення в кризові часи для захисту від втрат. По-друге, компанія має великий прибуток. У минулому році Carnival повідомив про 3,3 млрд доларів операційного прибутку. Безсумнівно, це число значно скоротиться в 2020 році, але це досить високі показники, щоб залишатися ліквідним підприємством. По-третє, Carnival має кращий баланс в групі. Незважаючи на те, що у компанії найбільша заборгованість у всій галузі – 11,3 мільярда доларів, у Carnival також найбільше готівки (518 мільйонів доларів), а відношення чистого боргу до операційного прибутку знаходиться на рівні 3,3X [48]. Поряд з Carnival, Royal Caribbean – ще одна лінія круїзних лайнерів, яка при пом'якшенні ситуації з коронавірусів може стати вдалим вкладенням. Royal

Caribbean є другим за величиною оператором круїзних ліній в світі. Компанія працює з 19% -вою рентабельністю в галузі і в минулому році отримала близько 700 млн доларів США. Безсумнівно, баланс завантажений боргами (9,4 мільярда доларів в чистому борг). Але співвідношення чистої заборгованості до операційного прибутку компанії в 4,5 рази в 2019 році цілком прийнятно для цієї галузі [48].

Таким чином, в цілому Royal Caribbean досить добре капіталізований і володіє достатнім прибутком, щоб витримати негативний вплив коронавірусу. У довгостроковій перспективі, через три-п'ять років, акції RCL, ймовірно, будуть набагато вище, ніж сьогодні. З основних акцій круїзних ліній Norwegian Cruise Line виглядає як найменш привабливий кандидат для інвестування. Це пов'язано з тим, що компанія набагато менше, ніж її колеги. Сьогодні її ринкова капіталізація становить всього 2,3 мільярда доларів проти 6,4 мільярда доларів для Royal Caribbean і 11,2 мільярда доларів для Carnival. Менший розмір означає менше ресурсів, щоб витримати негативний вплив коронавірусу, і більш високий ризик банкрутства. Також компанія має найгірший баланс в галузі. Незважаючи на те, що боргове навантаження даної компанії менше, всього 6,5 мільярда доларів чистого боргу, але при операційного прибутку близько 1,2 млрд доларів США відношення чистого боргу до операційного прибутку в Norwegian Cruise Line зростає до 5,5. Це майже вдвічі перевищує коефіцієнт чистого боргу Carnival і означає, що норвезький ризик неспроможності набагато вище, ніж у інших операторів круїзних ліній [48]. Безумовно, акції NCLH також пропонують більший потенціал зростання в разі поліпшення ситуації. Але акції компанії так сильно впали до найнижчих рівнів оцінки, що банкрутство є реальним ризиком.

Таким чином, акції цієї компанії виглядають занадто ризикованими, щоб в них можна було інвестувати прямо зараз, але, можливо, варто розглянути цей варіант, коли тенденції попиту на круїзних лініях відновляться. В даний час сектор туризму є одним з найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, яка

впливає як на пропозицію, так і на попит на поїздки. Це створює додатковий ризик зниження в контексті більш слабкою світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірності на основних ринках виїзного туризму.

З огляду на еволюціонує характер ситуації, рано оцінювати повний вплив COVID-19 на міжнародний туризм. Однак, на сьогоднішній день, за оцінками ЮНВТО, в 2020 році число міжнародних туристів в світі може знизитися на 1-3% в порівнянні з прогнозованим зростанням на 3-4% на початку січня 2020 року. Це може привести до втрати від 30 до 50 мільярдів доларів США витрат міжнародних відвідувачів (надходження від міжнародного туризму). На даний момент очікується, що регіон Азії і Тихоокеанського регіону буде порушено в найбільшій мірою (зменшення числа прибуваючих міжнародних туристів на 9-12% в порівнянні з прогнозованим зростанням на початку січня 2020 року з 5% до 6%) [49]. Оцінки для інших регіонів світу в даний час передчасні через мінливої ситуації. Разом з тим до будь-якої оцінки слід ставитися з обережністю через нестійку і невизначену еволюції спалаху, яка може привести до подальших переглядам.

Круїзна галузь має циклічний характер, проте морські круїзи не мають видимих постійних порушень на рівні галузі. Круїзна індустрія є найбільш швидкозростаючою категорією на ринку туристичних подорожей. З 1980 року в галузі спостерігається середньорічний темп зростання пасажирів приблизно на 7% в рік, що робить його стійким протягом усіх ринкових циклів. У круїзній галузі домінують лише кілька великих гравців, а нові учасники дуже рідкісні, що пов'язано з бар'єром для входу, що включає потреба в масивній інфраструктурі (круїзні лайнери) та доступом до великої кількості капіталу. Сектор туризму, як ніяка інша економічна діяльність з соціальним впливом, заснований на взаємодії між людьми. Спалах коронавіруса COVID-19 ставить перед туристською сферою серйозну і розвивається проблему. Хоча ситуація навколо Covid-19 постійно змінюється, що ускладнює точну кількісну оцінку



впливу на круїзну індустрію і економіку в цілому, воно буде тимчасовим. Якщо інвестори вважатимуть, що ситуація настільки критична, що компаніям доведеться призупинити круїзи після першої половини 2020 року, тоді викуп приватного капіталу або сприятлива реорганізація будуть набагато більш ймовірними [49].

### 2.3 Тенденції організації круїзного туризму в Україні

Круїзний туризм є одним з найперспективніших серед спеціальних видів туризму, оскільки, поєднуючи ряд переваг класичних видів рекреаційного, пізнавального, спортивного та екологічного туризму, створює мультиатрибутивний продукт, що дає можливість залучити різні сегменти споживачів. Протягом останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі склав у середньому 7,4%. Така динаміка зберігається й у кризових 2019 -2020 роках (на тлі скорочення обсягів світового туризму на 4,2% круїзна індустрія продемонструвала зниження лише на 1,4%). Однак експерти спостерігають певне уповільнення кількісного зростання круїзного туризму, оскільки підтримка його темпів відбувалася за рахунок інвестування круїзних операторів у постійне вдосконалення бізнес-процесів та інновації. Серед основних чинників уповільнення розвитку круїзного ринку слід – зменшення обсягів замовлень на будівництво нових суден та зниження туристичної привабливості окремих дестинацій, а також зміни природно-кліматичних умов як перешкоди для організації запланованих круїзних ліній [5].

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

Як і наземний туризм, круїзний розподіляється на в'їзний та виїзний, кожний з яких передбачає наявність та використання різних об'єктів туристичної, портової та міської інфраструктури.

Для розвитку в'їзного масового круїзного туризму необхідні наступні умови:

- наявність розвиненої портової інфраструктури, зокрема, пасажирського терміналу з денною пропускною спроможністю від 4000 осіб і вище; причальної лінії понад 600 м (або причалів, що дозволяють обслуговувати одночасно 2 судна довжиною 300 м); майданчику для висадки пасажирів та паркування автобусів;

- розвинена міська інфраструктура – якісні дороги, місця для паркування екскурсійного автотранспорту, комунальні мережі, інформаційні таблички англійською мовою;

- туристична інфраструктура: пам'ятки архітектури, культурної спадщини, природи тощо, сучасний туристичний автотранспорт, кваліфікований персонал, туристична інформація іноземними мовами.

Нішовий сектор передбачає менші кількісні вимоги до означених видів інфраструктури у зв'язку з меншим розміром суден та кількістю пасажирів. Водночас вищі вимоги висуваються до якості сервісу та унікальності пам'яток.

Крім того, організація в'їзного круїзного туризму передбачає наявність логістичного ланцюга «порт-готель-аеропорт», оскільки передбачає зміну пасажирів на базі порту.

Вартість круїзу визначається величиною фрахту, рівнем комфортабельності судна, а також зборами за прохід каналів, експлуатаційними видатками, вартістю берегових послуг і податками. Крім цього на ціну круїзу впливають інші фактори: тривалість круїзу, сезон, розміщення і розмір кают, тип корабля. Ціни на круїз прямо пропорційно залежать від сезону. Найвищі ціни спостерігаються в період «високого» сезону і найнижчі ціни – відповідно в період «низького» сезону. Форми круїзного подорожжю можуть бути різноманітними:

1. Туристичний маршрут уздовж берега з короточасними екскурсіями на ньому.

2. Поєднання круїзу з тривалою подорожжю всередину країни з використанням інших транспортних засобів.

### 3. Поєднання круїзу з частковим перебуванням на березі.

Розрізняють дві системи круїзних подорожей:

1. Класична європейська система, яка передбачає подорож з екскурсійними програмами у різних портах. Біля 60% круїзів у світі здійснюється відповідно до цієї системи.

2. Американська система, яка завойовує все більшу популярність, ціленаправлена на надання можливості круїзним пасажиром відпочивати і засмагати на пляжах в пунктах прибуття по маршруту.

Широко розповсюджені комбіновані авіаморські круїзи з включенням у вартість подорожі всього комплексу обслуговування. При цьому круїзна компанія організовує чартерні авіарейси як складову всієї подорожі, забезпечуючи туристу власний рівень обслуговування вже з аеропорту [50].

Термін проведення морських круїзів в залежності від напрямку маршруту може варіюватися від одного тижня до одного місяця. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком. Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адриатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і острова Ісландія; по Скандинавським країнам з відвідуванням Санкт-Петербурга; через Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану [51].

Для повноти дослідження тенденцій круїзного туризму в Україні, проаналізуємо стан та тенденції розвитку туристичного бізнесу в Україні.

За останні роки в країні відбулися значні зміни в туристичній інфраструктурі, збільшилася кількість організацій, що займаються туристичною діяльністю. Кількість українських підприємств, що надавали туристичні послуги, протягом 2010-2019 років зростає на 70,8 %.

Протягом 2010-2019 рр. було обслуговано 7,89 млн туристів. Саме у цей період спостерігається зростання внутрішнього туризму (на 131,18 %) та в'їзного туризму (на 15,53 %).

У структурі підприємств туристичної галузі, порівняно з 2011 роком, відбулися зміни у зв'язку з перерозподілом суб'єктів ринку та виділенням окремого напрямку спеціалізації – екскурсійної діяльності. Видова структура суб'єктів туристичної діяльності у динаміці за 2010-2019 рр. представлена в табл. 2.6 [52].

Таблиця 2.6

Видова структура суб'єктів туристичної діяльності у динаміці за 2010-2019 рр., %

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Туроператори	38,0	18,3	16,7	16,5	17,2	15,7	15,7	14,4	12,3	12,8
Турагенти	62,0	73,3	74,9	75,1	79,0	80,0	79,9	80,8	83,0	83,1
Екскурсійна діяльність		8,4	8,5	8,4	3,8	4,2	4,3	4,9	4,6	4,1

*Джерело:* складено автором на основі [52]

Частка туристичних операторів обох форм власності скоротилася з 38,0 % у 2010 р. до 12,8 % у 2019 р., не значного коливання зазнала частка туроператорів на українському ринку.

За статистичними даними за 2010-2019 рр. стан на туристичному ринку стабілізувався (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2010-2019 рр, млн.осіб

Рік	Кількість громадян, які виїжджали за кордон	Кількість іноземців, що відвідали Україну	Кількість туристів, які обслуговувались туристичними підприємствами України	Кількість екскурсантів
1	2	3	4	5
2010	16,45	1,63	1,83	1,71
2011	16,88	1,94	2,21	1,77

2012	17,34	23,12	2,86	2,39
2013	15,49	25,45	3,04	2,41

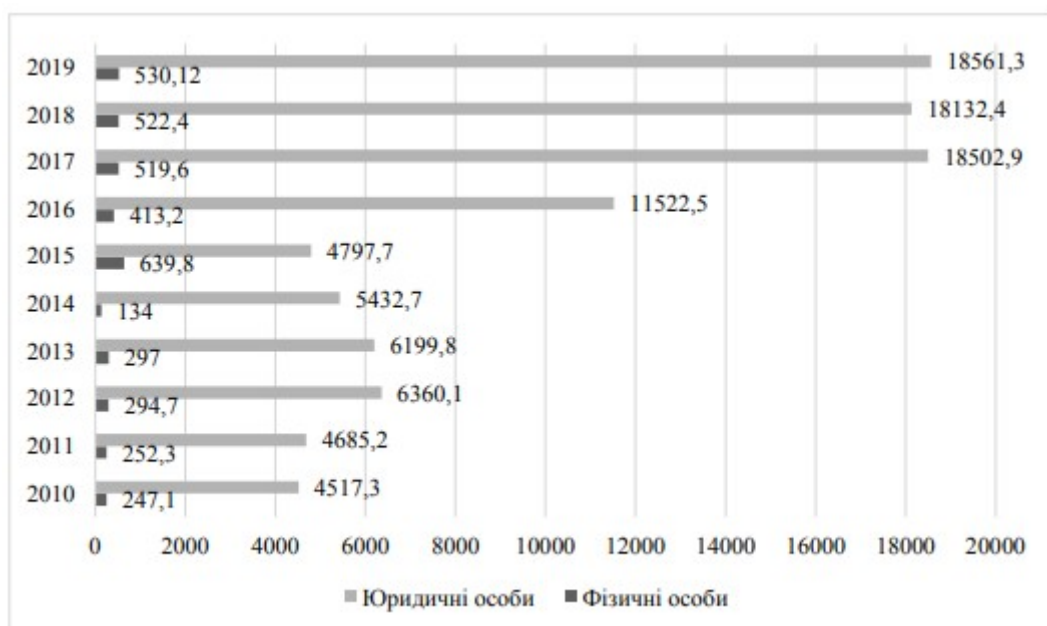
Джерело: складено автором на основі [52]

Продовження таблиці 2.7

1	2	3	4	5
2014	15,33	20,80	2,29	1,91
2015	17,18	21,20	2,28	1,95
2016	19,77	21,42	2,34	0,82
2017	21,43	23,01	3,00	0,87
2018	23,76	24,67	3,45	0,66
2019	24,11	25,11	3,56	0,66

Аналіз даних, поданих в табл. 2.2, дозволяє зробити висновок про збільшення обсягів державних капіталовкладень у сферу туризму, зростання туристичної привабливості держави та зростання кількості іноземних туристів в Україні.

Дохід від надання туристичних послуг суб'єктами підприємницької діяльності представлено на рис. 2.3 [52].



Джерело: складено автором на основі [52]

Рис. 2.3 Дохід від надання туристичних послуг в Україні за 2010–2019 рр., млн. грн.

Аналізуючи дані, наведені на рис. 2.1, слід зазначити, що попри скорочення кількості суб'єктів туристичної діяльності, у 2017 р. спостерігалось суттєве підвищення доходів юридичних осіб, що займаються наданням туристичних послуг, понад 60 % порівняно з 2016 р. Також позитивним зрушенням характеризувалися і доходи фізичних осіб (які здійснюють екскурсійну діяльність), що зросли на понад 25 % у порівнянні з 2016 р.

В Україні туризм стає важливою сферою діяльності, з кожним роком обсяг туристичного експорту зростає, а державне управління туризмом направлене на формування конкурентоспроможного туристичного комплексу, розвиток в'їзного та внутрішнього туризму як доходної складової економіки.

Рівень розвитку національного туристичного сектора визначається по його частці у внутрішньому валовому продукті – індикаторі стану національної економіки. Вплив будь-якого з секторів економіки вважається значним і відчутним при перевищенні частки в 10 %. В Україні частка туристичного сектора в національному ВВП у 2019 р. склала 1,5 % при середньосвітовому в 5,2 % – це 144-а позиція в рейтингу зі 184 країн [52].

До факторів, що гальмують розвиток внутрішнього і в'їзного туризму в Україні, можна віднести [53]:

- недостатньо розвинена туристична інфраструктура в більшості регіонів країни;
- нерозвиненість транспортної інфраструктури (низькі якість доріг і рівень придорожного обслуговування, незадовільний стан залізничних та автовокзалів);
- дефіцит і високий ступінь зносу транспортних засобів, що використовуються для перевезення туристів (сучасних туристичних автобусів, поїздів тощо);

- застаріла і недостатньо ефективно використовувана ресурсна база в сфері санаторно-курортного, оздоровчого та медичного туризму (пансіонати і санаторії), гостра нестача установ дитячо-юнацького туризму;
- поганий екологічний стан і засміченість прибережних зон водойм і природних територій у місцях активного розвитку туризму, в тому числі самодіяльного;
- не вигідні економічні умови для залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, відсутність готових інвестиційних майданчиків і типових інвестиційних проектів;
- висока сезонна циклічність попиту на більшість туристичних програм, велика тривалість «низького сезону» в регіонах традиційного пляжного туризму, високі середні постійні витрати туристичних підприємств;
- традиційність підходів до формування туристичних програм, низька різноманітність асортименту турів по Україні, здатних задовольнити динамічний і вимогливий попит сучасного споживача.

Подальший розвиток ринку туристичних послуг України потребує удосконалення системи державного регулювання діяльності готельних підприємств, розроблення єдиних правових норм, а також встановлення мінімальних параметрів якості засобів розміщення, послуг, що надаються [53].

Отже, основними напрямками інтеграції ринку туристичних послуг України в світовий туристичний ринок є:

- 1) кадрове, наукове та навчально-методичне забезпечення у сфері туризму, спрямоване на забезпечення якісного обслуговування в туристичній індустрії, формування сучасного ефективного та конкурентоспроможного туристичного ринку з професійними управлінськими і педагогічними кадрами;
- 2) маркетинг туристичних послуг спрямований на реалізацію комплексу заходів по формуванню, просуванню і позитивному розвитку привабливого туристичного іміджу України, в тому числі: підвищення ролі інтернет-



технологій, розвиток мережі туристичних інформаційних центрів, розширення співробітництва на міжнародній арені;

3) розвиток об'єктів туристичної індустрії у напрямі розвитку таких видів туризму, як транзитний і транскордонний туризм, діловий туризм, культурно-пізнавальний туризм, спортивний туризм; рекреаційний і оздоровчий туризм; агро-екотуризм і водний туризм [53-60].

Одним з пріоритетних завдань є залучення інвестицій у туристичну індустрію, у тому числі при будівництві об'єктів придорожного сервісу, а також колективних та індивідуальних засобів розміщення в адміністративних районах країни.

Створення необхідних умов для становлення туризму в Україні як високоприбуткової галузі економіки сприятиме не тільки розвитку туристичної індустрії, а й успішнішому реформуванню всієї економічної системи.

Сьогодні пріоритетними напрямками розвитку туристичної галузі України повинно бути не збільшення кількості об'єктів і їхніх потужностей, а становлення конкурентоспроможного ринку комплексних туристичних послуг шляхом модернізації наявної матеріально-технічної бази.

Сьогодні в Україні головними напрямками міжнародних перевезень є лінії з річкових та морських портів України в порти Болгарії, Туреччини, Греції, Італії, Ізраїлю, Румунії, Югославії, Франції, Іспанії, а також між закордонними портами Середземноморського басейну компанією «Укррічфлот» [61].

Сьогодні СК "Укррічфлот" та її дочірні підприємства надають комплекс транспортних послуг по перевезенню вантажів та пасажирів морським і річковим флотом, навантажувально-розвантажувальним роботам у портах, по суднобудуванню та судноремонту, фрахтуванню та агентуванню флоту, по транспортно-експедиційному обслуговуванню вантажів, по туризму тощо.

До складу компанії входить понад 200 самохідних та несамохідних

суховантажів. Ці судна стабільно працюють на перевезеннях експортно-імпортних вантажів та вантажів закордонних фрахтувальників у Середземноморському, Чорноморсько-Азовському, Дунайському басейнах і вантажів вітчизняних споживачів на внутрішніх водних шляхах України [61].

Витоки компанії «Укррічфлот» варто шукати у розвитку річок Київської Русі як засобів комунікацій між стародавніми племенами. Одна з найбільш величних річок, як тисячі років тому так і зараз, протікає через часи і віхи – Великий Дніпро. Перші згадки про річку зустрічаються у греків в V столітті до н. е. Геродот називав її Борисфеном – рікою з півночі, а слов'янська назва періоду Київської Русі – Славутич. Уже в ті далекі часи річка Дніпро була головним і найзручнішим шляхом сполучення між слов'янами, Візантією і народами Сходу. Саме Дніпро став частиною важливого торгового шляху, що з'єднує Прибалтику з Причорномор'ям – так званий великий водний «Шлях із варяг у греки». Судноплавство на Дніпрі почалось з першого пароплава на Дніпрі – «Бджілка».

У 1835 році виникла перша пароплавна компанія на Дніпрі (перше акціонерне пароплавне товариство). Два пароплави, що їй належали, буксировали баржі з каменем для будівництва Київської фортеці та Броварського шосе.

У 1858 році утворено «Суспільство пароплавства по Дніпру і його притоках». Пізніше було засновано «Друге Товариство пароплавства по Дніпру і його притоках», розпорядником якого став київський підприємець, купець 1-ї гільдії – Марголін Давид Семенович. Саме Д.Марголін спорудив будівлю по вул. Сагайдачного, 12 в м.Києві, в якій з 1892 року розміщувалось «Друге Товариство пароплавства по Дніпру і його притоках», в радянські часи – Державне пароплавство, а з 1992 р. по 2012 р. – Судноплавна компанія «Укррічфлот».

В 1900 році на початку двадцятого століття водний транспорт стає основним видом транспорту в зовнішньоторговельних перевезеннях. За

переписом, проведеним Київським Округом шляхів сполучення в 1906 році, на Дніпровському басейні нараховувалося 382 самохідних та 2226 несамохідних суден. Судна розвантажувалися переважно врукопаш, оскільки не було ніяких перевантажувальних механізмів, крім кількох плавучих зернових елеваторів.

В 1922 році створено Управління річковим транспортом Дніпра. Саме з цього року розпочалася офіційна історія Компанії «Укррічфлот».

В період з 1923 по 1926 роки засновані два пароплавства: Верхньодніпровське, з центром в Києві, та Нижньодніпровське, з центром в Херсоні. З часом вони об'єдналися в Дніпровське пароплавство. Вже через рік Дніпровське пароплавство перетворилося на крупне господарське підприємство, а протягом наступного п'ятиріччя на Придніпров'ї відбулися значні економічні зміни, що реформували річкове господарство.

У 1932 році були введені в дію: Дніпровська гідроелектростанція, гребля і шлюз. Дніпро тепер судноплавний від верхів'їв до гирла. У зв'язку з цим різко зросло економічне значення річки, були побудовані сотні нових парових і непарових суден, судноремонтні заводи і майстерні. На берегах Дніпра вирости великі порти – Київський, Дніпропетровський, Херсонський, побудований і оснащений технікою новий найбільший на Дніпрі Запорізький річковий порт.

22 червня 1941 року капітани суден Дніпровського пароплавства, що йдуть по Дніпру та Дністру, Прип'яті та Десні, отримали наказ змінити напрямок руху і слідувати в пункт припису. В Дніпровському паропластві до початку війни нараховувалось 271 одиниця самоходного флоту та 624 одиниці несамохідного. Основними завданнями річковиків України в перший період Великої Вітчизняної війни були організація переправ через річки Дніпро, Дністер та їх притоки великих військових підрозділів, а також евакуація населення. Річковики не схилили голови в період німецько-фашистської окупації і демонстрували чудеса героїзму, організовуючи перевезення військ і техніки.

В 1941-1945 рр. господарство Дніпровського басейну зазнало величезних втрат. Майже весь річковий флот був затоплений, а місце знаходження кількох сотень суден не було виявлено взагалі. В більшості великих річкових пунктів берегове господарство виявилось зруйнованим. Із звільненням берегів Дніпра від ворога військово-відновні загони проводили підйом суден з води, ремонтні роботи по всіх галузях річкового господарства, а також організували експлуатаційну діяльність з перевезень військових і народногосподарських вантажів.

Величезний обсяг відновлювальних робіт на Дніпрі вимагав великої напруги, ініціативи й винахідливості. Вже в травні відновилася діяльність Дніпровського та Дніпро-Двінського пароплавства (в 1947 році перейменованого в Верхньо-Дніпровське пароплавство), а кількість перевезень Дніпром в порівнянні з 1944 роком подвоїлася.

В 1965 році Дніпровське пароплавство отримує статус Головного управління річкового флоту при Раді Міністрів УРСР. Таким чином, розширилися географія та можливості перевезень. Поряд із збільшенням перевезень на Дніпрі та малих річках, "Головрічфлот" починає освоювати безперевалочні перевезення експортно-імпорних вантажів між портами Дніпра, Дунаю, Чорного і Середземного морів. Зробити це стало можливим тільки за рахунок високої організації праці, наявності висококваліфікованих кадрів і суден змішаного «ріка-море» плавання вантажопідйомністю 2000 - 3500 тонн.

З 1965 по 1969 роки ведеться основне будівництво Миколаївського річкового порту (пристань Миколаїв до 1963 р.). Історія порту починається з 1882 року, коли на річці Південний Буг функціонувало Російське акціонерне пароплавне товариство, у віданні якого були пасажирські судна, а також вантажні, що перевозили зерно, граніт, торф.

У 1988 році Головне управління річкового флоту реорганізується у виробниче об'єднання «Головрічфлот» Міністерства транспорту УРСР.

29 грудня 1989 було підписано постанову РМ УРСР про створення першого в республіці міжгалузевого державного об'єднання річкового транспорту – МГО «Укррічфлот».

В 1992 році на базі «Головрічфлоту», створена Акціонерна судноплавна компанія «Укррічфлот». На цей час водний транспорт вже здійснює значну частину внутрішніх (каботажних) перевезень господарських вантажів, а також основну частину експортно-імпортних перевезень.

В 1995 році АСК «Укррічфлот» починає роботу над проектом будівництва нових суховантажних суден типу «Десна» вантажопідйомністю 3500 тонн.

З 2005 по 2007 роки реалізація програми будівництва сучасних суден типу «Буг» вантажопідйомністю 6300 тонн і п'яти несамохідних барж типу «Європа-М».

Сьогодні АСК «Укррічфлот» – це велика приватна корпорація, що може запропонувати своїм клієнтам комплексні логістичні рішення. Наявність потужного флоту – близько 100 суден різних типів, включаючи барже-буксирні склади, власні порти дозволяють Компанії виконувати річкові і морські вантажні перевезення різної складності.

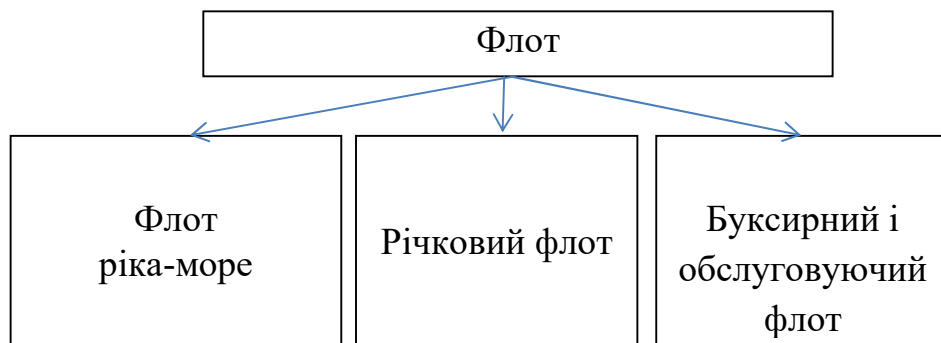
До складу Компанії також входить суднобудівельне-судноремонтне підприємство, що забезпечує технічне обслуговування суден, зерновий елеватор, що надає послуги з приймання, накопичення, зберігання та відвантаження зернових, олійних і технічних культур.

Елеватор на території Дніпропетровського річкового порту (побудований і зданий в експлуатацію в 2012 році).

Сьогодні головним завданням АСК «Укррічфлот» є розвиток річкової транспортної інфраструктури України, що, в свою чергу, дозволить надавати широкий спектр послуг в галузі річкових і морських вантажних перевезень, портової та стивідорної діяльності.

АСК «Укррічфлот» має офіційний статус Національного перевізника України, та сертифікована за міжнародним стандартом якості ISO 9001(Система управління якістю та безпекою). Також Компанія є членом Братиславських Угод та активним учасником Конференції Директорів Дунайського Пароплавства (КДДП).

На рис. 2.4 представлено структуру Укррічфлоту.



Джерело: складено автором на основі [61]

Рис. 2.4 Структура Укррічфлоту

Оцінку стану і тенденцій розвитку круїзного туризму в світі та окремих регіонах проводили фахівці Всесвітньої туристичної організації, метою їх дослідження стала комплексна оцінка сегменту морських круїзних туристичних продуктів [62]. С.Нездоймінов проаналізував динаміку розвитку міжнародного круїзного туризму та зробив оцінку діяльності круїзних операторів у Європейському та Причорноморському регіонах для визначення перспектив розвитку вітчизняного круїзного ринку [62]. Н.Логунова дослідила вплив круїзного туризму на розвиток економіки держави (дестинації, регіону) [63]. І. Голубкова розглянула напрями інновацій, впроваджуваних у круїзному бізнесі [64]. В.Жихарева визначила основні тенденції розвитку круїзного ринку та перспективи круїзного судноплавства в Чорному морі [65]. За оцінкою П.Уайльда, керівника компанії «P. Wild International», інтерес іноземних

туристів до України є джерелом надходження валюти, оскільки в середньому один європейський турист, виходячи на берег у порту суднозаходу, витрачає приблизно до 100 євро на день у торгових точках, що знаходяться в межах двох годин їзди від порту на автомобілі [61].

Водночас дослідження вчених і практиків свідчать про проблеми, які існують на сучасному ринку круїзного туризму в Україні, що й визначило мету статті: оцінка тенденцій розвитку круїзного туризму в Україні на прикладі судноплавних компаній, що надають круїзний туристичний продукт [61; 63; 64; 65].

З огляду на водно-туристичний потенціал України круїзний туризм може активно розвиватися морськими, річковими маршрутами або маршрутами ріка-море, круїзними судноплавними компаніями або круїзними операторами. Сучасні фахівці пропонують включати до складу круїзного туризму й лінійні паромні переправи та оцінювати їх як окремий продукт – мінікруїз [66]. Однак вважаємо за доцільне розглядати паромні переправи як частину лінійних перевезень, що забезпечують перш за все реалізацію транспортної функції, виступаючи лише складовою круїзної туристичної послуги без залучення природних та антропогенних умов портів до формування берегового обслуговування. В Україні паромні лінії обслуговує судноплавна компанія «УкрФеррі» (маршрут Іллічівськ – Батумі, Батумі – Іллічівськ є її основним пасажирським продуктом).

Станом на 01.01.2014 в Україні здійснювали обслуговування круїзних турів дві компанії – акціонерне товариство «Українське дунайське пароплавство» (УДП) та товариство з обмеженою відповідальністю «Круїзна компанія «Червона рута». УДП та «Червона рута», працюючи зарізними маршрутами, покривають основні водні шляхи країни по р. Дунай та р. Дніпро із заходом у Чорне море.

Рейсовим перевезенням пасажирів займалося й акціонерне товариство «Судноплавна компанія «Укррічфлот» (АСК «Укррічфлот») за маршрутом

м.Київ – Чорне море, але з 2010 року компанією не здійснюються пасажирські переведення у зв'язку з продажем останнього з п'яти круїзних теплоходів.

Отже, акціонерне товариство «Українське дунайське пароплавство» УДП є багатопрофільним перевізником, який здійснює рух вантажів та пасажирів водними артеріями країни. Слід зазначити, що обсяги надходжень від вантажних перевезень у рази перевищують надходження від організації круїзів, що визначає місце круїзного туристичного продукту у портфелі замовлень компаній як додаткової послуги. УДП забезпечує 25% транспортної продукції на ділянці 2400 км від гирла р. Дунай до порту Кельхайм (Німеччина), після відкриття системи каналів Рейн – Майн– Дунай судна можуть здійснювати перевезення до портів Північного моря. Програма розвитку підприємства передбачає будівництво двох пасажирських круїзних суден [67].

Організаційну структуру УДП формують дивізіони: пасажирський флот («УДП-пасфлот») – організація круїзів, річковий флот таморський флот – організація вантажних перевезень, Кілійський суднобудівельно-судноремонтний завод, Ізмаїльська база обслуговування флоту.

Круїзний флот «УДП-пасфлот» формували чотири 4-палубні круїзні теплоходи та два 2-палубні екскурсійні теплоходи.

До складу служби експлуатації «УДПпасфлот» входить агентство «Транскруїз», яке спеціалізується на організації берегових екскурсій та наданні інших видів послуг в українських портах Нижнього Дунаю. Протягом останніх десяти років круїзні теплоходи «УДПпасфлот» фрахтуються німецькими круїзними операторами. Зокрема, круїзний оператор «Ніко-турс» фрахтує судна «УДПпасфлот» для організації круїзів по Дунаю з 2009 року, а з навігації 2011 року всі чотири судна здійснюють подорожі з цим оператором.

Таким чином, діяльність «УДП-пасфлот» полягає в модернізації та технічній підтримці круїзних теплоходів, комплектації їх штату кваліфікованими кадрами та підписанні контрактів на фрахтування на повний навігаційний період. Зазначена політика є пасивною, оскільки підприємство



самостійно не працює зі споживачами, не здійснює вибір маршрутів плавання та не формує загальну програму круїзу.

Основною круїзною лінією, за якою працюють в «УДПпасфлот», є «Пасау – Будапешт – Пасау», окремі рейси включають захід у м. Ізмаїл.

Круїзний оператор «Ніко-турс» організовує понад 20 круїзних ліній за різними маршрутами щорічно, залучаючи до співпраці партнерів із різних країн світу. Тому завданням «УДП-пасфлот» при формуванні круїзного туристичного продукту є відповідність сервісного обслуговування заявленим у оператора стандартам.

Компанія «Червона рута» працює як приймаюча сторона, туристичні пакети якої продають вітчизняні та іноземні партнери. Продаж квот на розміщення здійснюється за рік до початку нового навігаційного сезону. Основними майданчиками для проведення переговорів є міжнародні туристичні виставки у Берліні (ITB Berlin) та Лондоні (World Travel Market), що дає можливість заключити угоди про співпрацю на 2-4 роки наперед.

Реалізація турпродукту квотами місць є найперспективнішим напрямом діяльності, оскільки партнери гарантують наповнення судна або сплату за його простій, що покриває частину експлуатаційних витрат [68].

Основними видами діяльності круїзної судноплавної компанії «Червона рута» є організація річкових круїзів та кейтерингу на борту суден різних видів та класів [69]. Тобто компанія є спеціалізованим приватним підприємством на ринку круїзного туризму. Флот компанії формують чотири 4-палубні теплоходи та один 3-палубний. Всі судна пройшли реновацію (відновлення) та забезпечують роботу круїзних ліній р. Дніпро та р. Дніпро – Чорне море.

Головний офіс «Червона рута» самостійно формує круїзний туристичний продукт, забезпечуючи розробку маршруту з урахуванням лоцманського портового збору, організаційнотехнічні заходи, круїзну програму на борту, заключає угоди про надання агентствами екскурсійних послуг у портах

(наприклад, при організації екскурсій у дельту р. Дунай укладаються угоди з агентством «Транскруїз» УДП»).

Контингент споживачів круїзних турів судноплавної компанії «Червона рута» формують громадяни Німеччини, Франції, Іспанії, США, Канади, Швейцарії, Росії, України. Кількість українців не перевищувала 5% від структури однієї лінії, тобто середнє значення коливається в межах 1%. За період існування обслуговано резидентів із 41 країни світу. За даними керівництв, компанія покриває 3,5% ринку в'їзного туризму в Україні [70]. Основними круїзними лініями компанії є Київ – Канів – Кременчук – Запоріжжя – Херсон – Одеса, Одеса – Херсон – Запоріжжя – Кременчук – Канів – Київ, Київ – Миколаїв, Миколаїв – Київ. Круїз на судноплавна компанія базуються у тих регіонах країни, де є інфраструктура для обслуговування суден.

За результатами останнього статистичного спостереження виявлено: якщо загальна кількість суден в Україні, придатних до експлуатації, складає 179 од. [71], то на частку круїзного флоту припадає 4,5%, а пасажиромісткість круїзних суден становить 1,618 тис. пасажиромісць, тобто 5,7% від загальної чисельності.

Для оцінювання перспектив розвитку круїзних судноплавних компаній проведено порівняльний аналіз деяких показників їх господарської діяльності.

Кількість обслугованих осіб змінюється відповідно до коливань попиту на галузевому круїзному ринку. Кількість пасажирів «УДП-пасфлот» зменшилася у 2013 році до 9500 осіб, що складає 60% від рівня 2008-2009 років. Обсяги пасажиропотоку «Червоної руди» зросли з 9120 осіб у 2008 році до 10420 осіб у 2013 році (на 14%) за рахунок збільшення кількості суден, що перебувають в експлуатації компанією, та диференціації пропозиції. Окремо слід зазначити, що не всі рейси теплоходів УДП включали відвідування портів у дельті Дунаю, агентство «Транскруїз» здійснювало також екскурсійний супровід міжнародних суднозаходів.

Одночасна пропускна спроможність суден «УДП» протягом аналізованого періоду складає 632 місця, а суден «Червона рута» – збільшується за рахунок виведення на лінію теплоходу «Фіделіо» із 840 до 986 місць. Таким чином, можна розрахувати ресурсозабезпечену або максимальну пропускну спроможність, враховуючи кількість запланованих рейсів.

Видно, що реалізована пропускна спроможності у 2013 році «УДП-пасфлот» складає 61,4% від максимальної, компанії «Червона рута» – 43,1% відповідно. Динаміка реалізованих пасажиромісць коливається в межах зміни рівня платоспроможності основного контингенту споживачів КТП.

Для визначення стратегії, яку реалізують компанії, здійснено зважену оцінку критеріїв за методом SPACE-аналізу щодо дивізіону «УДП-пасфлот» та компанії «Червона рута». На основі даних таблиці спроектовано вектор рекомендованої стратегії для круїзних судноплавних компаній у системі координат SPACE.

Стратегія «УДП-пасфлот» знаходиться у площині «Дракон», що передбачає використання «наступальної» інноваційної стратегії, яка охоплює: впровадження інновацій, орієнтованих на маркетинг, а також стратегію «злиття» стратегію «придбання», що потребує кредитних інвестицій. Уреалізації обраної стратегії підприємству допомагають круїзні оператори, які беруть на себе частину ризиків, пов'язаних із функціонуванням круїзного дивізіону компанії «УДП».

Незважаючи на невеликі значення вектора «УДП-пасфлот», керівництво повинно продовжувати співпрацю з круїзними операторами, знаходити нові форми обслуговування, надавати додаткові послуги з ресторанного, розважального обслуговування та ін.

Вектор круїзної компанії «Червона рута» розташовано в полі «Змія», що відповідає «імітаційній» інноваційній стратегії, яка пов'язана з копіюванням технології виробництва продукту фірм-піонерів. Такий тип поведінки повністю відповідає «стратегії ніші», оскільки перевага круїзної судноплавної компанії

полягає в здійсненні круїзного туристичного маршруту, який на сьогодні не освоєно жодна інша компанія.

Основними чинниками, що визначають стратегію діяльності круїзної судноплавної компанії, є насичення сегменту ринку «Червона рута», що видно з динаміки попиту на круїзний продукт. Відповідно основні інноваційні рішення менеджменту спрямовані на зниження собівартості круїзного продукту при одночасному підвищенні його якісних характеристик.

Зважаючи на проведені дослідження, можна зробити висновки, що робота «УДП-пасфлот» є ефективною за рахунок співпраці з круїзним оператором, який, фрахтуючи судна, самостійно формує туристичний продукт та здійснює його продаж. Водночас на діяльність «Червона рута» більше впливають загальноекономічні чинники, оскільки компанія сама визначає маршрути круїзного туристичного продукту та здійснює їх просування на ринок.

Отже, розглянувши тенденції розвитку круїзного туризму та на прикладі діючих судноплавних компаній, що надають круїзні послуги, визначивши їх вектор базової стратегії, можна зробити висновок про те, що круїзний туризм має значний потенціал розвитку, оскільки навіть у сучасних складних економічних і політичних умовах, особливо у зв'язку з анексією Криму, демонструє активний розвиток. Нині в Україні розвивається переважно в'їзний круїзний туризм, флот застарілий, а його реконструкція, модернізація круїзної інфраструктури (наявність довгого глибоководного причалу, розвиненої портової інфраструктури, майданчику для висадки пасажирів та паркування автобусів, наявність у портах сучасних пасажирських терміналів і відповідних умов для швидкого обслуговування круїзних суден, туристична інформація іноземними мовами [73, с. 91]) та купівля суден вимагають великих вкладень. Наші дослідження доводять, що міжнародні круїзні оператори готові співпрацювати та інвестувати кошти в розвиток круїзного туризму, але недолугість українського законодавства, відсутність подібних форм

державноприватного партнерства, нерозуміння владою перспектив, які може дати туристична галузь у цілому, змушують неконкурувати, а виживати компанії, що надають послуги круїзного туризму [5].

Розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки:

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

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

Довідково: За оцінками експертів, кожний круїзний турист під час транзитного заходу судна у порт («суднозаходу») в середньому за 10 годин стоянки витрачає в місті перебування від 50 до 100 євро. Під час заходження до порту одного круїзного судна типу Panamax, місто одночасно відвідує від 2000 туристів. Сума, що витрачається одним туристом у базовому порту (у місті та під час екскурсій), досягає 600 євро за 2 - 3 дні.

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

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

- стимулювання розвитку суміжних галузей, включаючи суднобудування та судноремонт;

- рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому);

- розширення можливостей для міжнародного співробітництва. Так, якщо у сфері перевалки вантажів чорноморські порти різних країн є конкурентами, то у круїзному секторі ці порти є союзниками, оскільки кожне з портових міст

має унікальні пам'ятки (історичні, культурні, туристичні), відмінні одна від одної. Тільки об'єднавшись, чорноморські порти можуть надати круїзним туристам унікальний туристичний продукт та високу якість наданих послуг;

- залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури.

Розглянемо круїзне судноплавство в Чорноморському регіоні, його проблеми та перспективи.

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

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

Конкурентні переваги чорноморського регіону у розвитку в'їзного туризму можуть забезпечуватись позиціонуванням портів на міжнародному круїзному ринку у якості нішових.

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

До конкурентних переваг Чорноморського регіону з позицій круїзного судноплавства належать:

- можливість відвідати протягом одного круїзу декілька країн;
- рівновіддаленість портів, що дозволяє здійснювати комфортабельні нічні переходи;

- розташування пасажирських портів у безпосередній близькості від центра міста у більшості портів Чорного моря;
- наявність на території міст відвідання значної кількості пам'яток архітектури та містобудування (зокрема, на території Одеської області та Автономної Республіки Крим);
- розгалужена транспортна мережа;
- розвинена індустрія розваг та дозвілля;
- наявність облаштованих місць для пляжного відпочинку та рекреації туристів круїзних маршрутів.

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

- географічне розташування, зокрема, «нетранзитність» Чорного моря, що ставить чорноморський круїзний туризм у залежність від круїзного туризму Середземного моря з його чітко визначеною сезонністю: «піками» активності навесні та восени, та майже повною відсутністю потоку туристів у червні та серпні;
- короткий сезон круїзного туризму, який триває 7 місяців (квітень – серпень) внаслідок несприятливих погодних умов в осінньо-зимовий період (штормів, ожеледі);
- існуючі обмеження для проходження суден через пролив Босфор, що дозволяє проходити суднам довжиною не більше 300 м.

На даний момент у Чорному морі розвивається, переважно, в'їзний круїзний туризм, темпи розвитку якого значно поступаються темпам розвитку Середземноморського круїзного напрямку, на якому за 2010-2011 роки обсяг круїзних перевезень збільшився на 17,6 %. Обсяг круїзних перевезень у Чорному морі за підсумками 2010 р. склав лише 1 % від круїзних перевезень у Середземному морі). Кількісні дані про розвиток круїзного судноплавства у середземноморських портах (включаючи Стамбул).

Що стосується України, крім в'їзного круїзного туризму як окремих напрямків формується організація круїзів за маршрутом «ріка-море», зокрема, по Дніпру з виходом до Чорного моря. Вже функціонують маршрути Київ-Одеса, Київ-Севастополь-Вілково-Одеса, Київ-Севастополь-Одеса-Тулча (Румунія), Київ-Севастополь-Одеса (які охоплюють і м. Херсон), круїзи по Дунаю.

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

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

На початку незалежності Україна мала потужний пасажирський флот, проте трансформаційна криза 90-х років ХХ ст., відсутність державної політики щодо морських пасажирських перевезень та штучне банкрутство Чорноморського пароплавства призвели до його втрати.

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

- відсутність митно-прикордонних нормативних актів про перетинання державних кордонів чорноморських країн круїзними туристами;
- обмеженість туристичного ринку;



- неконкурентоспроможні ціни та сервіс порівняно з іноземними компаніями.

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

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

- відсутність державної політики у галузі круїзної індустрії;
- недостатність кооперації між країнами чорноморського регіону, зокрема відсутність єдиних правил щодо пасажирського мореплавства у чорноморському регіоні;

- відсутність співробітництва органів державної влади та місцевого самоврядування з комерційними структурами у просуванні туристичного продукту регіону;

- недостатня розвиненість портової та туристичної інфраструктури в більшості чорноморських портів, необхідної для прийому великих круїзних суден (у т.ч. недостатня довжина причальної лінії, відсутність місць для паркування туристичних автобусів тощо). Зокрема, для розвитку в'їзного круїзного туризму приморських регіонів, потрібні сучасні міжнародні аеропорти, які б дали можливість портам Одеса та Ялта стати базовими для туристів з країн СНД.

- значна присутність іноземних туроператорських компаній на внутрішньому ринку туроператорів України, що негативно впливає на інтенсивність розвитку вітчизняного туристичного продукту. Політика штучного заниження цін на туристичний продукт, яку проводять глобально

інтегровані туристичні компанії, призводить до витіснення з ринку вітчизняних туристичних компаній, у першу чергу, малих підприємств;

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

- недосконалість системи оподаткування туристичної діяльності. Робота з іноземними туроператорами на території України не відноситься до експорту послуг. Більшість вітчизняних туроператорів є платниками податку на додану вартість, у той час як більшість субпідрядників, таких як автотранспортні підприємства, ресторани, музеї, театри та екскурсоводи – є платниками фіксованого єдиного податку, що збільшує односторонні витрати туроператора щонайменше на 20 % [74-90].

Щодо України, то сьогодні круїзні послуги знаходяться на стадії становлення, оскільки тут залишилися ще пережитки минулого. У роки СРСР круїзи були особливо популярними і навіть модними та елітними у 60-80-их роках ХХ століття, і відпочивати на борту судна могли лише привілейовані особи. В наші дні Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочується державою, пропагується та стимулюється шляхом соціалізації туристичних послуг і тому прийнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг. Поступові зміни на краще в економічній ситуації та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об'єктивні передумови для розвитку

сприятливого стосовно туристичної діяльності ринкового середовища. Окрім цього Україна володіє значним ресурсним потенціалом (р. Дніпро, р. Дунай, Чорне і Азовське моря тощо) для розвитку ринку круїзних послуг.

## РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 3.1 Особливості організації туристичного продукту – круїзного туру

Успіх комерційної діяльності на ринку туризму визначається в першу чергу привабливим туристичним продуктом, тому основним завданням діяльності підприємства туристичного бізнесу, зокрема туроператора, є створення привабливого туристичного продукту.

Розробка нового туристичного продукту, надання основних і додаткових послуг складають технологію туристичного обслуговування.

Для того щоб почати свою роботу туроператору потрібно вибрати основний сегмент, на який буде спрямований його турпродукт.

Обраний сегмент (цільова аудиторія) – це молоді люди віком від 18 до 30 років.

Ці люди активні, вимогливі, комунікабельні. Тому потрібно вибрати напрямок, в якому вони зможуть проявити себе, дізнатися якомога більше нового і постаратися «познайомитися» з містами перебування в цілому.

Виходячи з цього, розробка туру буде для круїзного туризму з елементом культурно – пізнавального. Адже даний вид туризму допоможе молоді в тому числі студентам удосконалити свої знання, підвищити свій інтелектуальний рівень і головним чином отримати максимум від подорожі.

Розроблений турпродукт буде покликаний задовольнити потреби клієнтів в розвитку, навчанні та пізнанні культури, традицій, історії Києва, Дніпра, побудови Київського моря, Дамби, гідротехнічних споруд, а також видів круїзного туризму по Дніпру. Даний продукт підійде як і для справжніх «фанатів» Києва, так і просто для споживачів, зацікавлених в навчальних програмах.

Коротка характеристика підприємства туристичного бізнесу.

Туроператорська діяльність – діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туристичного продукту, здійснювана юридичною особою або індивідуальним підприємцем (туроператором).

Туристичний продукт формується з послуг підприємств, причетних до обслуговування людей на відпочинку і в подорожі. Це транспортні фірми і компанії, готелі, ресторани, кафе, екскурсійні фірми, музеї і виставки, парки атракціонів, досугово-розважальні підприємства, шоу- кіно- відео-бізнес, азартні заходи та заклади, спортивні та курортні організації. Всі суб'єкти туристичного бізнесу, які надають необхідні послуги туристичного бізнесу.

Комплектацією туристичного продукту, тобто формуванням набору послуг під назвою «тур», займаються туроператори. Туроператор виробляє диференційовані туристичні продукти зі складових послуг відповідно до потреб і побажань клієнтів.

Туроператор – це організація, що займається комплектацією турів і формуванням комплексу послуг для туристів.

Туроператор розробляє туристичні маршрути, насичує їх послугами за допомогою взаємодії з постачальниками послуг, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, розраховує ціни на тури, передає тури тур-агенту для їх подальшої реалізації туристам.

Обрана туристична компанія ТОВ «Круїз Чайка» займається міжнародним і внутрішнім туризмом.

Міжнародний туризм – туризм виїзний або в'їзний.

Внутрішній туризм – туризм в межах території України осіб, які постійно проживають Україні.

Для внесення до єдиного реєстру туроператору необхідний наступний пакет документів:

1. Копії установчих документів, засвідчені в нотаріальному порядку.
2. Копія свідоцтва про внесення запису до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, засвідчена в нотаріальному порядку.
3. Копія свідоцтва про взяття на облік в податковому органі, засвідчена в нотаріальному порядку.
4. Копія договору страхування цивільної відповідальності за невиконання або неналежне виконання туроператором зобов'язань за договором про реалізацію туристичного продукту, або банківська гарантія виконання зобов'язань за договором про реалізацію туристичного продукту, засвідчені в нотаріальному порядку.
5. Інформація про адреси (місця знаходження) і поштові адреси юридичної особи, його структурних підрозділів, які здійснюють туроператорську діяльність.
6. Документ, що підтверджує повноваження керівника заявника або іншої особи, уповноваженої представляти заявника (копія наказу або рішення засновників (учасників) про призначення на посаду, довіреність, завірені керівником заявника та печаткою організації).
7. Ксерокопія паспорта керівника юридичної особи, а при відсутності паспорта – іншого документа, що посвідчує особу відповідно до законодавства України.

#### 8. Реєстрова картка.

Основним напрямком діяльності підприємства-продаж турпакетів по закордонному відпочинку, а також продаж турів по Україні. Також турфірма організовує дитячий і юнацький відпочинок, подієвий, пляжний, культурно – пізнавальний і освітній туризм.

Компанія ТОВ «Круїз Чайка» надає наступні послуги:

- комплектація і формування турів;
- послуги з реалізації турів;
- надання трансферу;

- бронювання авіа, ж / д квитків;
- оформлення закордонних паспортів;
- страхування туристів, що виїжджають за кордон;
- надання додаткових послуг.

В єдиному державному реєстрі міститься наступна інформація:

1. Повне найменування підприємства.
2. Скорочена назва.
3. Статус юридичної особи.
4. Код ЄДРПОУ.
5. Дата реєстрації.
6. Розмір статутного капіталу.
7. Організаційно-правова форма.
8. Форма власності.
9. Види діяльності.
10. Контактна інформація.
11. Відомості про органи управління юридичної особи.
12. Частка держави в підприємстві згідно з реєстром Фонду держмайна України.
13. Перелік засновників юридичної особи.
14. Прізвище, ім'я, по батькові особи, яка здійснює туроператорську діяльність.
15. Дата та номер запису про взяття та зняття з обліку в податкових органах.
16. Серія, номер, дата видачі документа, що підтверджує факт внесення запису про юридичну особу, що здійснює туроператорську діяльність, в єдиний державний реєстр.
17. Розмір фінансового забезпечення, номер, дата і термін дії страхового договору відповідальності туроператора, або банківської гарантії, найменування організації, що надала фінансове забезпечення.

## 18. Сфера туроператорської діяльності.

Круїзні тури, пропоновані фірмою:

«Подорож по Дніпру» з виходом на Київське море.

Порівняння конкурентів за різними показниками (місцезнаходження і напрямку).

Порівняльний аналіз фірм – конкурентів ТОВ «Круїз Чайка» представлений в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

### Матриця конкурентного профілю

Назва теплоходу	Місцезнаходження	Ціна турпродукту – круїзу, грн	Реклама та стимулювання попиту	Канали збуту	Ключовий фактор успішвагоий коефіцієнт
Місісіппі	Гідропарк	450	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,1
Памир	Річковий вокзал	400	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,15
Ельбрус	Гідропарк	490	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,1
Карпати	Річковий вокзал	450	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,1
Каштан-2	Гідропарк	450	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,1
Каштан-5	Річковий вокзал	400	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,15
Олеста	Гідропарк	490	Реклама в інтернеті	Каси, інтернет	0,1
Дніпро	Річковий вокзал	400	Реклама в інтернеті, річковому вокзалі	Каси, інтернет	0,2

*Джерело:* складено автором

### 3.2 Програма просування туристичного продукту – круїзного туру

Реклама – найбільш ефективний засіб інформування покупців про нові товари і послуги. Добре організована реклама – важлива умова ефективної ринкової стратегії туристської фірми, її обов'язкова складова. Значення реклами



визначається, перш за все, її комунікативної роллю. Без реклами пошук продавцем покупця і, відповідно, покупцем продавця був би надзвичайно утруднений. Але реклама – тільки засіб встановлення зв'язку між продавцем і покупцем, а й інструмент, що забезпечує просування товару споживачеві. Перш ніж покупець скористається будь-якої послугою або товаром, він дізнається про них з реклами. Реклама надає потенційному покупцеві вихідну інформацію про туристичні послуги, їх якість, умови споживання туристичного продукту. Тим самим, реклама як би готує потенційного покупця до рішення щодо можливості та доцільності покупки.

Реклама – це будь-яка форма неособистого представлення руху ідеї товарів або послуг, оплачувана точно встановленим замовником. Подібне визначення, яке можна вважати найбільш точним, пояснюється багатьма причинами.

По-перше, реклама – такий спосіб стимулювання збуту, який на відміну від персонального продажу не пов'язаний з безпосереднім спілкуванням продавця і покупця. Це спілкування відбувається, головним чином, через засоби масової інформації (газети, журнали, радіо і телебачення).

По-друге, об'єктом реклами є не тільки товари, але і послуги підприємств туризму, сфери побуту, страхових компаній.

По-третє, реклама в більшості випадків дає певне уявлення про рекламодавця – фірмі, зацікавленої в донесенні інформації до споживача і оплачує цей акт.

Для просування мого турпродукту будуть використані наступні заходи:

- друкована реклама. До друкованої реклами відносяться: каталоги, проспекти і брошури, буклети, плакати, рекламні листівки, книжкова реклама, рекламно-подарункові видання та ін.;
- реклама в мережі інтернет.

Реклама в інтернеті сьогодні – це ефективний, що динамічно розвивається і доступний вид рекламної діяльності. Реклама в мережі надає широкі

можливості, так як є одночасно ЗМІ, засобом комунікації і інтерактивним середовищем спілкування;

- реклама в пресі. Це журнали, газети тощо. Головний плюс цього виду реклами в широкому охопленні аудиторії на ринку;

- реклама на радіо. До безумовних переваг радіореклами варто віднести широке охоплення і велику аудиторію слухачів, можливість використання аудіоефектів і музики як способів залучення уваги радіослухачів, найбільша повторюваність рекламних повідомлень протягом дня.

Стимулювання споживачів. На відміну від рекламних способів просування туру, стимулювання споживачів є адресним заходом, виражається, відповідно, у формі особистого звернення менеджерів туроператора до кожного конкретного клієнта. Отже, засоби стимулювання споживачів можуть бути виборчими (тобто, призначатися індивідуально для кожного конкретного клієнта в залежності від ступеня значимості утримання даного клієнта для самого туроператора) і загальними (тобто, застосовуваними щодо всіх споживачів туроператора незалежно від їх особистості).

До виборчих засобів стимулювання споживачів можна віднести:

- бонусно-накопичувальну систему для постійних клієнтів, сенс яких – у наданні клієнту матеріальних благ (безкоштовні послуги чи знижки) в разі виконання клієнтом ряду умов (наприклад, придбання путівок на суму більшу 500 грн). Зрозуміло, ефективність даної програми буде максимальною, якщо про її (програми) існування буде інформовано максимальну кількість як постійних, так і тільки потенційних клієнтів туроператора;

- подарунки і призи з фірмовою символікою всім клієнтам, що купують путівки (у вигляді майок, ручок, календарів, записних книжок, одноразових фотоапаратів);

- включення у вартість додаткових послуг (наприклад, клієнту можна «подарувати» додаткову ніч в готелі або екскурсію);

- уважне ставлення до постійних клієнтів, ведення спеціальної бази даних постійних клієнтів, регулярне спілкування з ними, привітання з ювілеями та святами;

- проведення конкурсів, вікторин і лотерей між постійними клієнтами, ефективність яких також залежить як від обізнаності клієнтів про майбутні заходи, так і від «справедливості» і «чесності» їх проведення.

На відміну від вибіркового стимулювання споживачів, загальні заходи орієнтовані на весь споживчий ринок, які головною метою мають залучення споживачів, що раніше користувалися послугами конкуруючих фірм. До них можна віднести широко рекламовані сезонні знижки та спеціальні пропозиції; проведення конкурсів, вікторин, лотерей; надання ряду безкоштовних послуг; вшанування кожного 100, 1 000, 10 000 клієнта та ін.

Реалізація (продаж) турпродукту та процес продажу турпродукту клієнту включає:

- прийом клієнта в офісі та встановлення з ним контакту;
- визначення потреб і мотивуючих факторів клієнта у виборі певного типу відпочинку;
- підбір та пропозиція турів;
- оформлення правовідносин і розрахунок з клієнтом;
- інформування покупця про специфіку обраної країни.

1. Споживач приходить в офіс компанії.

2. Менеджер дізнається у клієнта всі його побажання щодо туру, кількість осіб, терміни та ін. Якщо метою є круїзний туризм, менеджер пропонує тур «Подорож по Дніпру» з виходом на Київське море до острова «Чайка». Детально розповідає про тури, особливості туру, перебування та ін., в разі згоди клієнта на покупку турпродукту обумовлюються умови оплати, пакет документів для оформлення візи.

3. Клієнт приносить передоплату.

4. Заповнюється заявка на надання турпослуг.

5. Виробляється бронювання туру. Також приносяться документи і гроші на оформлення візи.

6. Туроператор підтверджує бронювання, заповнюється договір, проводиться повна оплата.

7. Виписується путівка і клієнту видається інформаційний листок про тур.

Алгоритм реалізації турпродукту менеджером підприємства туристичного бізнесу представлено на рис. 3.1.



*Джерело:* складено автором

Рис. 3.1 Алгоритм виконання замовлень підприємства туристичного бізнесу

Так само клієнтам надається наступна інформація:

1. Вартість послуг на маршруті, які можуть включати вартість проїзду, проживання харчування, трансферу, екскурсій, інших замовляються клієнтом послуг.

2. Вартість візи і про її оформлення.

3. Вартість страховки.

4. Загальний термін перебування клієнта в країні з уточненням початкового та кінцевого пункту призначення.

5. Терміни перебування в проміжних пунктах призначення в період подорожі:

- час перельоту, переїзду;

- назва компанії – перевізника;

- вид транспортного засобу;

- клас перевезення;

- розклад рейсів;

6. Готель: його місце розташування, зірковість, наявність послуг в готелі.

7. Харчування.

8. Детальна інформація про екскурсії.

Далі йде оформлення документів для укладення договору.

Перелік документів, необхідних для оформлення туру:

- загальногромадянській закордонний паспорт;

- паспорт громадянина України;

- страховий поліс.

Після підписання договору менеджер приймає від клієнта документи відповідно до вимог консульства. Передача документів підтверджується підписом клієнта про здачу / прийомі документів в робочому журналі.

Взаємовідносини персоналу турфірми з клієнтом є одним з найбільш значущих чинників обслуговування. Не менш важливе значення має офіс турфірми, в якому потенційний турист повинен відчувати себе комфортно.

Переступивши поріг офісу компанії ТОВ «Круїз Чайка», клієнт відчуває, що йому щиро раді, бачить усмішку на обличчі менеджера, повагу, доброзичливість і чуйність по відношенню до себе, а також готовність до здійснення всіх його запитів і потенційних бажань.

Обслуговування клієнта першочергово в порівнянні з іншими службовими справами в компанії ТОВ «Круїз Чайка». Менеджер задає ненав'язливі питання про те, як клієнт хотів би організувати майбутній відпочинок і які враження від нього отримати. В процесі подібної бесіди менеджер визначає для себе основні потреби клієнта, що дозволяє йому підібрати найбільш підходящий для даної людини тур.

Безпечне, швидке і безперешкодне виконання перевізного процесу в турах залежить як від наявності транспортних засобів, так і від розвитку інфраструктури транспорту, шляхів сполучення, пасажирських вокзалів і станцій, усталеної системи продажів транспортних послуг та ін.

Водні туристичні подорожі мають як ряд незаперечних переваг:

- високий рівень комфорту;
- значний обсяг одноразової завантаження (1000 осіб і більше);
- можливість реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний туризм, бізнес-туризм, навчальний туризм, шоп-туризм, паломницький туризм та ін.);
- можливість повноцінного відпочинку;
- повний комплекс життєзабезпечення.

Недоліки:

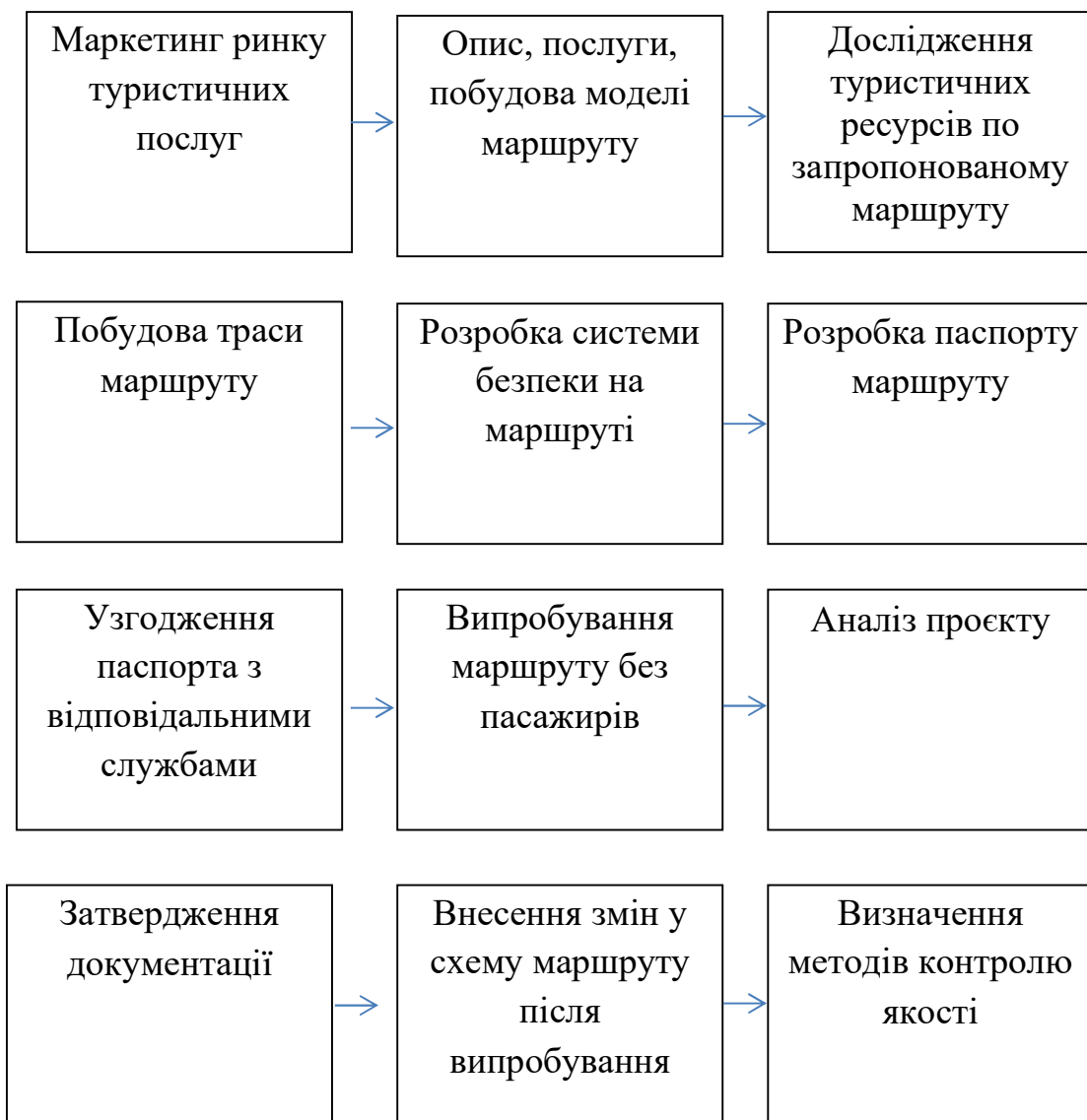
- невисока швидкість руху транспортних засобів;
- обмежена мобільність;
- синдром замкнутого простору;
- схильність частини людей морської хвороби;
- в ряді випадків високі тарифи і інші чинники.

### 3.3 Розробка круїзного туру

Під технологією створення туристичного продукту підприємства туристичного бізнесу слід розуміти здійснення переліку робіт щодо комплектації різного виду товарів та послуг у єдине ціле – тур.

Програми перебування складаються відповідно до запитів споживачів, вибраного маршруту та туристично-рекреаційних ресурсів даного маршруту.

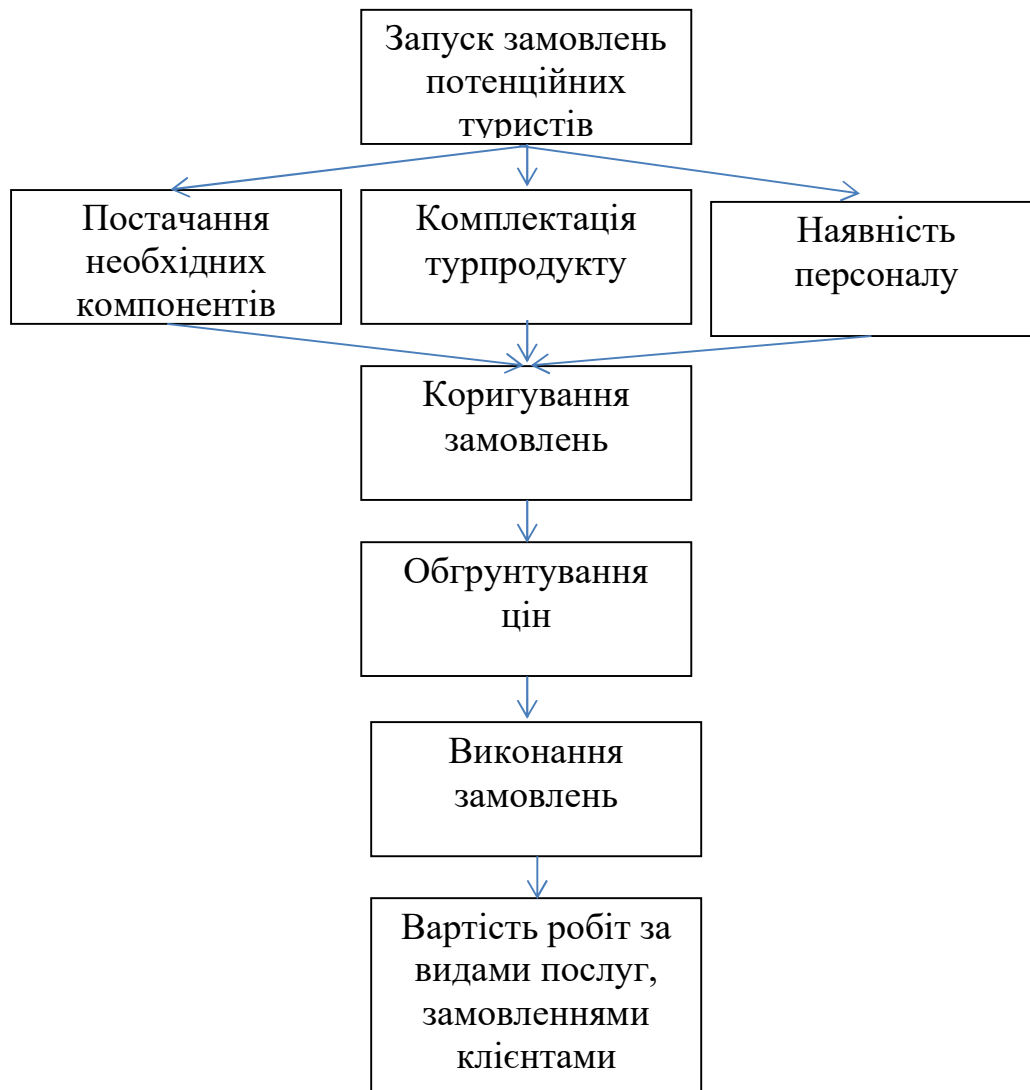
Принцип розробки туристичних турів представлений на рис. 3.2.



*Джерело:* складено автором

Рис. 3.2 Етапи розробки та затвердження туристичного маршруту підприємства туристичного бізнесу

Алгоритм виконання замовлень представлено на рис. 3.3.



*Джерело:* складено автором

Рис. 3.3 Алгоритм виконання замовлень туристичної фірми

Методика розробки турів ґрунтується на логічності побудови маршруту з врахуванням вищезазначених факторів та синхронності роботи як постачальників так і посередників в галузі туризму. З цією метою розробляється технологічна карта, виконання якої в практичній діяльності



дозволить зменшити час на проведення підготовчої роботи, досягти узгодження зусиль колективу підприємства (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## Технологічна карта підготовки, реалізації та проведення туру

№	Етапи	Заходи (види робіт)
1	Укладання угоди з постачальником послуг	Вибір постачальників, узгодження умов договору (контакту)
2	Укладання договорів з реалізаторами послуг (фірмами – турагентами та фізичними особами)	Підготувати лист-замовник, отримати підтвердження про бронювання
3	Бронювання квитків на транспорт	Підготувати лист-замовник, отримати підтвердження про бронювання
4	Інформаційно-методичне та рекламне забезпечення туру	Підготувати програму туру; підготувати та розповсюдити рекламний матеріал
5	Реалізація путівок	Документальне оформлення продажу, контроль за своєчасністю оплатою послуг та виплатою комісійних турагентам
6	Забезпечення туристів проїзними документами	Підготувати бланки та оформити квитки
7	Оформлення страховки	Підготувати бланки страхових полюсів та повідомити страхову компанію про строки подорожі
8	Підготовка та призначення кадрів на маршрут	Призначити керівника туристичної групи та ознайомити його з трасою маршруту та програмою перебування
9	Проведення туру	Обслуговування туристів на маршруті
10	Контроль за дотриманням умов та якості обслуговування	Збір відгуків туристів про умови та якість обслуговування: доповіді керівника групи щодо проведення маршруту; збір відгуків туристів та анкетне опитування

*Джерело:* розроблено автором

Отже, для створення туристичного продукту підприємства туристичного бізнесу проводить наступні заходи:

- 1) конкретизація понятійного апарату в галузі туризму та туристичної індустрії;
- 2) оптимізація структури туристичної пропозиції відповідно до запитів туристів, виду ринку, залучених природно-рекреаційних ресурсів та існуючої

інфраструктури, логічності побудови траси маршрут, форми організації подорожі;

3) удосконалення методики розробки та формування туристичної пропозиції завдяки впровадженню технологічної карти підготовки, реалізації та проведення турів для різних категорій споживачів.

Проектування туристичних послуг підприємства туристичного бізнесу виконується згідно з Державним стандартом ДСТУ 28681.1-95 «Проектування туристських послуг», що дозволить ефективно та правильно організувати технологічний процес роботи з документацією під час розробки турів.

Проектування здійснюється підприємством туристичного бізнесу, керівництво якого встановлює порядок та процедуру розробки конкретного туру та організації туристичного обслуговування, визначає відповідальність кожного учасника проектування. Здійснюючи проектування туристичних послуг, підприємства туристичного бізнесу враховує стан туристичного ринку, матеріально-технічні та фінансові можливості туроператора та постачальників туристичних послуг, запити замовників туру.

Розробка програми обслуговування включає такі етапи:

1. Розробка маршруту подорожі (заздалегідь наміченого шляху туристичної подорожі (походу, екскурсії), який характеризується певним порядком пересування туристів по географічним пунктам) – вибір пунктів маршруту, визначення їх послідовності, вибір певного виду маршруту (лінійний, кільцевий, радіальний, комбінований).

2. Визначення об'єктивних обмежень, пов'язаних з інфраструктурою (транспортна доступність пунктів і об'єктів, наявність готельної та ресторанної інфраструктури та ін.), та вибір переліку туристичних підприємств – виконавців послуг (вибір виду транспорту, підприємства розміщення або місце стоянки (кемпінгу), підприємств, що здійснюють трансфер та туристичний супровід). Результат етапу – розроблений туристичний пакет.

3. З'ясування змісту та/або переліку екскурсій, об'єктів показу, туристичних походів, прогулянок, комплексу дозвіллевих заходів. Результат даного етапу – сформований комплекс послуг на маршруті та можливості туриста щодо отримання додаткових туристично-екскурсійних послуг.

4. Розрахунок часу необхідного для: подолання відрізків шляху, огляду об'єктів показу, тривалості екскурсій, організації харчування та розміщення, в результаті чого визначається необхідний термін надання послуг кожним підприємством-виконавцем послуг, тривалості перебування в кожному із пунктів маршруту.

5. Визначення суб'єктивних обмежень, які впливають із можливостей туристичного підприємства (наявності транспортних засобів та їх технічних характеристик, договірних угод з підприємствами, що надають послуги, наявного персоналу).

6. Корегування маршруту та інших складових туру відповідно до можливостей конкретного туристичного підприємства, визначення необхідної кількості транспортних засобів, кількості туристів, які беруть участь у подорожі, необхідності в інструкторах-методистах з туризму, екскурсоводах, гідях-перекладачах, іншому обслуговуючому персоналі і необхідної додаткової їх підготовки. Результатом є розроблений тур.

7. Складання програми обслуговування туристів. Тобто викладення хронометрично упорядкованої послідовності надання визначних раніше послуг із зазначенням часу їх початку і закінчення. При складанні програми необхідно враховувати наступне:

- загальний ліміт часу програмного забезпечення становить, залежно від контингенту туристів, 12-14 годин (молодші та старші вікові групи повинні мати більше часу на відпочинок вночі, та можливість відпочити вдень), програмою повинен забезпечуватись відпочинок: мінімум 8 годин вночі та певний час після харчування;

- при складанні програм треба керуватися нормативними витратами часу на поселення (включаючи трансфер), харчування (сніданок – 30 хв., обід – 60 хв., вечеря – 45 хв.), екскурсійне обслуговування (тривалість екскурсії коливається в залежності від її характеру, тематики, використовуваних засобів переміщення від 1 до 3 годин), дозвілєві заходи (тривалість спектаклю, концерту тощо);

- витрати часу на транспортування між основними пунктами маршруту визначаються відповідно до умов обраної схеми;

- програма повинна бути варіативною: включати екскурсійні програми вільного вибору та інші форми вільної організації дозвілля.

Пропонується тур від ТОВ «Круїз Чайка» круїз по Дніпру з виходом на Київське море та з оглядом острова, де є чайки.

Програма туру «Круїз по Дніпру до острова «Чайка» представлена в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

## Програма туру «Круїз по Дніпру до острова «Чайка»

Маршрут	м. Київ – о. Чайка – м. Київ
9:00	Збір туристів на Річковому вокзалі у м. Києві
9:30	Відправлення на пароході «Чайка» з річкового вокзалу
9:30 – 10:00	Екскурсія вздовж Набережно-Хрещатицькій
10:00 – 10:030	Екскурсія навколо Рибальського острова
10:30 – 11:30	Екскурсія навдовж Оболоні
11:00 – 12:00	Харчування на теплоході «Чайка»
11:30 – 12:00	Вихід через шлюз в Київське море
12:00 – 12:30	Екскурсія по Київському морю до острова Чайка
12:30 – 13:00	Екскурсія біля острова «Чайка»
13:00-16:30	Зворотній круїз через шлюз в Київське море і назад до Річкового вокзалу

16:00	Остання зупинка круїзу на Річковому вокзалі
-------	---

*Джерело:* складено автором

Калькуляція туру «Круїз по Дніпру до острова «Чайка» в розрахунку на 1 особу з обідом представлена в табл. 3.64.

Таблиця 3.4

Калькуляція туру «Круїз по Дніпру до острова «Чайка»

Стаття витрат	Вартість на 1 особу, грн
Організація туру	100 грн
Послуги гід-екскурсовода	100 грн
Транспортні послуги (круїх парохомом)	100 грн
Послуги харчування	50 грн.
Додаткові послуги	за рахунок туриста
Собівартість туру	350 грн
Прибуток (14%)	50 грн
Вартість туру	400 грн

*Джерело:* складено автором

Реклама круїзного туру «Круїз по Дніпру до острова «Чайка».

Маршрут прогулянки «Круїз по Дніпру до острова «Чайка» ТОВ «Круїз Чайка» з виходом на «Київське море» до острова «Чайка» пролягає від Річкового вокзалу вздовж Набережно-Хрещатицькій, навколо Рибальського острова, уздовж Оболоні, вихід через шлюз в Київське море і назад до Річкового вокзалу.

Місто Київ не можна уявити без річки Дніпро а значить і без численних прогулянкових і банкетних теплоходів, кораблів, катерів, катерку і човнів курсує по річці в період навігації. Київ не можна уявити також без київського річкового вокзалу, великий набережній, без станції метро Поштова площа, де розташований річковий вокзал, без різних причалів і пристаней з пришвартований білосніжними кораблями, теплоходами, катерами та яхтами.

У Києві прогулянки по Дніпру на теплоході або катері в 2021 році (як і в минулі роки) стали традиційними і популярними заняттями для простих киян і цікавим дозвіллям для сімейного відпочинку особливо в спекотні літні дні. Помічено, що найбільш затребувана ця послуга ранньою весною, в липні і постійно в жарку погоду. Пік пошуку теплохода або катера для прогулянки по Дніпру припадає на свято Трійці, на травневі свята, на дні державних свят України, на День Києва і прості вихідні дні.

ТОВ «Круїз Чайка» має свої красиві і просторі теплоходи (іноді їх називають катерами). Саме від причалу біля станції метро Дніпро наша судноплавна компанія проводить регулярні щоденні прогулянки за розкладом на теплоходах і катерах по Дніпру. Є знижки і пільги для дітей певного віку.

ТОВ «Круїз Чайка» організовує 7-х годинні поїздки на теплоході на Київське море з проходженням шлюзу Київської ГЕС (шлюзування). Ці поїздки здійснюються тільки у вихідні дні і в свята. Прогулянки на Київське море на теплоході стали популярними для сімейного відпочинку, їм можна дати назву прогулянка вихідного дня. Поїздка на київське море на катері – це активний літній сімейний відпочинок.

Всі прогулянки по Дніпру на теплоходах можна розглядати як водну екскурсію по Києву. Маршрути річкових прогулянок дозволяють прекрасно побачити історичні місця, пам'ятники і визначні пам'ятки столиці України міста Києва з борта або палуби теплохода в незвичайному ракурсі.

Багато екскурсійні агентства орендують наші теплоходи для проведення екскурсій по Києву в тому числі і для іноземних гостей і делегацій. Наші теплоходи знаходяться в технічно справному стані, мають гарний внутрішній дизайн, чисті і доглянуті.

Під час прогулянок по Дніпру пасажери побачать прекрасні пейзажі, багато що курсують по головній річці України яхт, катерів, човнів і кораблів і теплоходів. На прогулянці до Київського моря з проходженням шлюзу (шлюзування) відкриються чудові краєвиди на річковий вокзал з безліччю

причалів, район Оболонь, острови і мости Києва. Крім того, маршрут проходить біля озера «Чайка», де гніздяться чайки.

Теплоход оснащений кондиціонерами салонів. Теплоход має гарні, просторі і світлі салони, з хорошими оглядовими вікнами, а також зручні і захищеними від дощу верхні палуби.

Подорожуючи по широкій річці вздовж прекрасних схилів київських пагорбів, теплохід пройде до шлюзу, який з'єднує Дніпро з Київським водосховищем. Площа Київського моря становить 922 км<sup>2</sup>, а його 70-кілометрова дамба – найдовша штучна дамба в світі. Перші святково прикрашені суду пройшли через урочисто відкритий судноплавний шлюз 10 вересня 1964 року. Вам надається можливість повторити шлях першопрохідців і побачити весь процес шлюзування на власні очі. Це захоплююча екскурсія тривалістю 3,5 години по акваторії водосховища нікого не залишить байдужим. На причал ви повернетесь сповнені позитивних емоцій і нових вражень!

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження теоретичних та практичних аспектів щодо організації круїзного туризму як перспективного напрямку розвитку в Україні дали підставу зробити наступні висновки:

1. Круїзне судноплавство є перспективною галуззю, яка може позитивно впливати на економічний розвиток приморських регіонів України. Сьогодні круїзний туризм охоплює два приморських регіони України з шести (Одеська та Херсонська області). Для розвитку галузі в якості нішового сегменту світової круїзної індустрії у приморських регіонах існує необхідна транспортна та туристична інфраструктура. Означені міста також володіють унікальними історичними, культурними та туристичними пам'ятками, які можуть бути привабливими для туристів круїзних маршрутів.
2. Круїзне судноплавство дає можливість протягом семи місяців на рік створити умови для гарантованого поповнення місцевих бюджетів (у т.ч. за рахунок туризму, витрат туристів на сферу розваг тощо). До того ж, це не призводить до суттєвого збільшення навантаження на наземну інфраструктуру приморських регіонів.
3. Розвиток круїзного судноплавства сприятиме розвитку суміжних галузей регіональної економіки (готельний бізнес, громадське харчування, транспорт, суднобудування, судноремонт тощо). Це сприяє залученню інвестицій, створює мультиплікативний ефект розвитку регіональної економіки, а отже – сприяє створенню нових робочих місць.
4. Розвиток круїзного судноплавства в Україні вимагає проведення узгодженої політики центральних та місцевих органів влади України, органів місцевого самоврядування, керівництва (власників) портів та комерційних структур, які спеціалізуються на круїзному туризмі, щодо посилення координації їхньої діяльності, а також налагодження ефективної співпраці



чорноморських країн з метою оновлення круїзного флоту, формування ринку круїзних туристичних послуг, розвитку інфраструктури круїзного туризму.

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

6. Дослідивши передумови становлення і розвитку світового ринку круїзних послуг, визначено основні тенденції його функціонування сьогодні: зниження середньої вартості круїзних турів; вплив найбільш потужних компаній на ситуацію, яка складається на цьому ринку; поява нових круїзних компаній та кораблів-гігантів; наявність чинників, які характеризують і регулюють світовий ринок круїзних послуг.

7. В Україні круїзні послуги знаходяться на стадії становлення, оскільки тут залишилися ще пережитки минулого. У роки СРСР круїзи були особливо популярними і навіть модними та елітними у 60-80-их роках ХХ століття, і відпочивати на борту судна могли лише привілейовані особи. В наші дні Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочується державою, пропагується та стимулюється шляхом соціалізації туристичних послуг і тому прийнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг.

8. Поступові зміни на краще в економічній ситуації та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об'єктивні передумови для розвитку сприятливого стосовно туристичної діяльності ринкового середовища. Україна володіє значним ресурсним потенціалом (р. Дніпро, р. Дунай, Чорне і Азовське моря тощо) для розвитку ринку круїзних послуг.

9. Важливим аспектом розвитку круїзів є розширення маршрутів. В Україні пропонується лише кілька варіантів круїзного відпочинку, тому варто урізноманітнити маршрути із виходом в унікальні місця.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. М.: Аспект Пресс, 2004. 185 с.
2. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. СПб.: Издательский дом Герда, 2007. 528 с.
3. Долматов Г. М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы // Сер. "Учебное пособие". – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 320 с.
4. Надточий Г.Д. География морского судоходства. – М.: Транспорт, 2006. – 295 с.
5. Круїзний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / І. Антоненко, І. Мельник // Економіст. - 2016. - № 3. - С. 3-8. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ\\_2016\\_3\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2016_3_2)
6. Антоненко І.Я. Формування інноваційного продукту круїзного туризму: монографія / І.Я.Антоненко, І.Л. Мельник. – К., 2016. — 246 с.
7. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник / О. В. Аріон– К.: Альтерпрес, 2008. – 192 с .
8. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: Монографія / Заг. ред. професора В.Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 335 с.
9. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: Монографія / Під ред. В.Г. Герасименка, О.Л. Михайлюка. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
10. Добрянська Н.А. Реалії сьогодення та перспективи розвитку туристичного бізнесу Одеської області / Н.А. Добрянська, С.С. Стоянова

- Коваль, О.В. Ніколюк // Економіка харчової промисловості. – Одеса, 2018. - Том 10, №1. – С.9-15. DOI: 10.15673/fie.v10i1.861
11. Добрянська Н. А. Сучасний стан та перспективи розвитку морського круїзного туризму в Одеській області / Н. А. Добрянська, А. С. Володівщук // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 4 (10). – С. 48-54. – Режим доступу до журн.:<https://economics.opu.ua/ejoru/2019/No4/48.pdf>
12. Логунова Н.А. Процессы развития круизного туризма: терминологические аспекты // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 14. – № 12. – С. 108-114.
13. Логунова Н. А. Мировой рынок круизной индустрии: особенности формирования и перспективы развития / Н. А. Логунова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 2 (22). – С. 29–34.
14. Логунова Н. А. Major components of the cruise industry enterprises potential / Н. А. Логунова // матер. міжн. наук.-практ. конф. [«Методологія науки сьогодення»]. – Київ, 2013. – С. 13-15.
30. Логунова Н. А. Анализ ресурсного обеспечения круизной индустрии в странах Европы / Н. А. Логунова // European Applied Sciences. –2013. – № 7. – С.130-134.
15. Логунова Н. А. Влияние круизной индустрии на повышение конкурентоспособности экономики Украины / Н. А. Логунова // Менеджер. –2012. – № 3 (61). – С. 67-71.
16. Логунова Н. А. Влияние мирового финансового кризиса на уровень ВВП в Украине / Н. А. Логунова, Н. А. Красовская // матер. VI межд. науч.-практ. конф. [«Последние научные достижения – 2010»]. – София: «БялГРАД-БГ» ООД, 2010. – Т. 10. – С. 37-41
17. Логунова Н. А. Детерминанты конкурентных преимуществ Украины в круизной индустрии [Електронний ресурс] / Н. А. Логунова // Соціально-

економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1 (8). – С. 125-132. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13lnavku.pdf>.

18. Логунова Н. А. Инновационное развитие предприятия – вектор современной экономической политики государства / Н. А. Логунова, Н. А. Красовская // Экономика: проблемы теории и практики. – 2010. – Т. 56. – № 2. – С. 317–328.

19. Логунова Н. А. Интегральная оценка эффективности круизной индустрии / Н. А. Логунова // матер. III межд. науч.-практ. конф. [«Актуальные проблемы современных общественных наук: научное знание в глобализирующемся мире»], 7 июня 2013 г.) / Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Башкирская академия государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан». – Уфа: БАГСУ, 2013. – С. 114-119.

20. Мельник И. Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму / И. Л. Мельник // Бізнес Інформ. – 2014.– №12. – С. 313-319.

21. Нездойминов, С. Г. Дослідження круїзного ринку країн Асоціації Середземноморських круїзних портів. Рекомендовано до видання Вченою радою факультету міжнародної економіки Одеського національного економічного університету (протокол № 8 від 16 травня 2017 року) (2017): 37.

22. Нездойминов С. Г. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Г. Нездойминов, Н. Н. Андреева // Український журнал Економіст. – 2014. – № 7. – С.43-45.

23. Нездойминов С. Г. Формування ринку морського круїзного туризму в Причорноморських регіонах України / Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія // За загальною ред. В. Г.Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304с.

24. Нездойминов С.Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов // ЭПП. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-potentsial-regionalnyh-rynkov-morskih-kruizov>(дата звернення: 18.05.2020).
25. Нездойминов С.Г. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки / С.Г. Нездойминов. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 996 с. – С.322-324. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/nezdojminov2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/nezdojminov2.htm).
26. Шпилько С. Морские круизы: теория и практика: учеб. пособие /С. Шпилько, Н. Андросова, Р. Чударев. – М.: Советский спорт, 2012. – 147 с.
27. ]. — Харьков: БУРУН КНИГА, 2012. — 480 с.
27. Зацепіна Н.О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. — 2012. — Вип. XXXIV. — С. 233—234.
28. В. Корнілова, Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу. Інвестиції: практика та досвід № 5/2018 . С. 20-25.
29. 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.
30. Примачев Н. Т. Принципы интеграции в торговом судоходстве: монография / Н. Т.Примачев, А. Н. Примачева. - Одесса: Феникс, Москва: Транслит, 2016. - 359 с.
31. Зима А.Г. Особенности и развитие транспорта в туризме : препринт / Зима А. Г., Лисицына И. И. - Х. : Изд-во ХНЭУ, 2010. - 310 с.
32. Гуляев В. Г. Организация туристских перевозок / Гуляев В. Г. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 511 с.

33. Федорченко В. Словник-довідник туристських термінів / В.Федорченко, І.М. Мініч. – К.: Дніпро, 2000. – 156 с.
34. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма. - Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
35. Кусков, А.С., Джаладян Ю.А. Транспортное обеспечение в туризме. - М.: КНОРУС, 2008.
36. Ушаков, Д.С. Технологии въездного туризма. - М.: МарТ, 2006.
37. Закон України «Про транспорт» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 51, ст.446) <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80#Text>
38. Закон України «Про внутрішній водний транспорт» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1054-20#Text>
39. Водний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 24, ст.189) (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 24, ст.189) <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213/95-%D0%B2%D1%80#Text>
40. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С.Боголюбов, В.П.Орловская. – М.: “Академия”, 2005. – 192 с.
41. Международная ассоциация круизных линий (CLIA). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cruising.org/news-and-research/research/2018/December/2019-state-of-the-industry>. – Дата обращения 01.06.2021.
42. UNWTO World Tourism Conference «Cruise Tourism Global Perspective» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.unwto.org/>. – Дата обращения 01.06.2021.
43. Global demand for cruising [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.cliaeuropa.eu/images/downloads/press\\_2013/CLIA\\_press\\_release\\_global\\_economic\\_contribution\\_2015.pdf](http://www.cliaeuropa.eu/images/downloads/press_2013/CLIA_press_release_global_economic_contribution_2015.pdf). – Дата обращения 01.06.2021.

44. Котировки акций круизных компаний. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ffin.ru/market/directory/data/quotes/47279/>. – Дата обращения 01. 06. 2021.
45. Carnival Cruise Lines. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.carnival.com>. – Дата обращения 01.06.2021.
46. Royal Caribbean Cruises. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.royalcaribbean.com>. – Дата обращения 27. 03. 2020. 10.
47. Norwegian Cruise Line. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ncl.com/uk/en>. — Дата обращения 01.06.2021.
48. Cheglazova M.E. Analysis of issues of investing in the cruise direction of the tourism sector in a recession of the global economy under the influence of an epidemiological factor. Дата обращения 01.06.2021.
49. Чеглазова М.Е. 204 22-million-passengers-increasing-68-percent-in-ten-years-300161508. html. – Дата обращения 01. 06. 2021
49. Чеглазова М.Е. Анализ вопросов инвестирования в круизное направление туристской сферы в условиях рецессии мировой экономики под воздействием эпидемиологического фактора. Геополитика и экогеодинамика регионов. Том 6 (16). Вып. 2. 2020 г. С. 185–205.
50. Бакаев О. О. Аналіз ринку морських і річкових круїзних перевезень / О.О. Бакаев // Судноходство. – 2002. – №11. – С. 14.
51. Ярова Н.В., Воркунова О.В., Ліщенко В.С. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі // Научный взгляд в будущее. — Вып. 4. Т. 1. — Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2016. — 94 с. — С. 4—10.51. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. та ін.]; за заг. ред. Професора В.Г.Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
52. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 31.05.2021)
53. Опанащук Ю.Я. Туристичний бізнес в Україні: стан та перспективи

розвитку. Стратегія економічного розвитку України. № 46 (2020). С 188-194.

54. Мірошник Р. О., Щир І. В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2013. № 754. С. 41-46.

55. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2012. Вип. 8. Т. 1. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/orlova2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm) (дата звернення: 20.04.2019).

56. Фаринюк Н. В., Наумова М. А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2017. Т. 1. № 9. С. 127–131.

57. Сущенко О. А., Касенкова К. В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Економічні інновації. 2019. Том 21. Вип. 2 (71). С. 139-149.

58. Скавронська І.В. Розвиток ринку круїзних послуг України в контексті світового досвіду. Галицький економічний вісник. 2008. 2 (17).

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

60. Growth spurt river cruising [Електронний ресурс].

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

61 Сайт Укррічфлоту <https://urf.ua/ua/>

62. 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.

63. Логунова Н.А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма: дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.03 : дата защиты: 24.12.14 / Наталья Анатольевна Логунова; Таврический



- национальный университет им. В. И. Вернадского. – Симферополь, 2014. – 439 с.
64. Golubkova I. Innovations in cruise tourism / I. Golubkova, N. Peresyphkina // Економічні інновації: Зб. наук. пр. — Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. – Вип. 50. – С. 266-274.
65. Жихарева В.В. Круизный рынок: современные тенденции развития [Электронный ресурс] / В.В. Жихарева. — Режим доступа: <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html>
66. Murphy, P. The Business of Resort Management. – Oxford: Elsevier ButterworthHeinemann. First printing. – 2008. – 346 p.
67. Офіційний сайт ПАТ «Українське дунайське пароплавство» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oaoudp.com.ua>
68. Офіційний сайт німецького круїзного оператора «НікоТурс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nicko-tours.de>
69. Офіційний сайт круїзної судноплавної компанії «Червона рута» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruta-cruise.com>
70. Туристичні потоки. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
71. Транспорт і зв'язок України: статистичний збірник [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ8\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ8_u.htm)
72. Ляховська О.С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку ХХІ століття / О.С. Ляховська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку.- Випуск 19.- Рівне: Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету.- Том II, 2013. С- 85-91.
73. Ляховська О. С. Круїзний туризм в Україні / О. С. Ляховська //Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Збірник

наукових праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2011. – № 17. – Т. 2. – С. 25-30.

74. Михайлова Ю. В. Модели интеграции участников рынка круизных услуг / Ю. В. Михайлова, А. М. Холоденко // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем: зб. наук. праць. – Одеса: ОНМУ, 2008. – № 13. – С. 107-119.

75. Буркинский Б. В. Проблемы выбора флага, регистрации судов и образования международного реестра судов Украины / Б. В. Буркинський, О. М. Котлубай. – Одесса: Справочник Транспорт. – 2016. – С. 136-141.

76. Винников В. В. Экономика предприятий морского транспорта (экономика морских перевозок): [учебник для вузов водного транспорта] / В. В. Винников. – Одесса: Латстар, 2001. – 416 с.

77. Голубкова И. А. Экономический механизм развития круизного судоходства Украины: монография / И. А. Голубкова. – Одесса: ИздатИнформ, 2011. – 424 с.

78. Давиденко І. В. Сучасний стан реалізації круїзного потенціалу міста Одеси / І. В. Давиденко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studfile.net/preview/8150874/https://revolution.allbest.ru/sport/00914531\\_0.html](https://studfile.net/preview/8150874/https://revolution.allbest.ru/sport/00914531_0.html).

79. Дмитриева А. Круизные перспективы Одессы / А. Дмитриева // Порты Украины. – 2005. – № 6. – С. 33.

80. Ємельянова К. С. Сучасні проблеми розвитку круїзного туризму в Чорноморському регіоні / К. С. Ємельянова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2011. — № 2. — С. 108 — 111.

81. Киричук К. Круизное судоходство – особая форма использования морского транспорта / К. Киричук // Судоходство. – № 6. – 2010. – С. 5.

82. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. та ін.]; за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
83. Надточий Г.Д. Географія морського судоходства. – М.: Транспорт, 2006. – 295 с.
84. Барановский А. За круизами будущее // Туризм. – 2008. – № 2. – С. 52–54.
85. Паладич Л.И. Морские круизы (Морской туризм). – М.: Знание, 2006. – 64 с.
86. Остах В.М. Популярные регионы круизного туризма // Вокруг света. – 2009. – № 19. – С. 15–19.
87. Щербина Т.В. Бегство с суши // Вояж и отдых. – 2009. – № 6. – С. 56–59.
88. Хвилер Я. Круизы всегда в моде // Турбизнес. – 2009. – № 13. – С. 24–26.
89. Герасименко В.Г., Замкова А.В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. — Харків: "Бурун Книга", 2011. — 116 с.
90. Жихарева В.В. Экономика морского транспорта: учебник / [В.В. Жихарева, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др.]. — Харьков: БУРУН КНИГА, 2012. — 480 с.

## ДОДАТКИ

УДК 338.33

Будякова О.Ю., к.е.н., ст. викладач, Кравчук Д.Ю.  
Київський національний університет технологій та дизайну

## ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Круїзний туризм – поняття для вітчизняної науки відносно нове, хоча круїзи як вид туризму нараховують понад столітню історію. Етимологічно слово круїз (від англ. cruise) означає морську подорож, зазвичай – по замкненому колу, з поїздками з портів у внутрішні райони країн. Утім, на сьогодні використовується більш широка трактовка поняття. Так, автори «Туристського словника-довідника» під круїзом розуміють туристську поїздку «з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як засобів розміщення, харчування та обслуговування. У туристській практиці реалізується програма круїзів на морських та річкових маршрутах» [1; 72].

Круїзний туризм – один з найскладніших видів туризму, оскільки включає в себе багато комплексних складових: це і організація харчування, і екскурсії по містах, і розважальна програма, і колійна інформація та багато іншого.

Основною рисою, що відрізняє круїз від інших турів, є єдність місця пересування, проживання, харчування та дозвілля – круїзне судно.

Круїзи по внутрішнім водам (річках, озерах, каналах) називаються річковими круїзами.

В останні роки круїзний туризм в світі стає все більш популярним, попит на такі тури зростає, він вже зарекомендував себе як альтернативний варіант традиційного туризму.

В останні десятиліття круїзні подорожі входять в десятку провідних трендів міжнародного ринку туризму. Підвищення ролі круїзного судноплавства з кінця минулого століття дослідники пов'язують з концентрацією інвестиційних ресурсів у будівництво лайнерів з підвищеною пасажиромісткістю. Інтенсивність розвитку глобального круїзного ринку, який формується на основі збільшення пасажиромісткості суден нового покоління та підвищення якості послуг, що надаються провідними світовими операторами, змушує фахівців посилити увагу щодо досліджень й прогнозів розвитку українського круїзного ринку.

Досвід європейських країн доводить ефективність такої моделі співпраці держави та круїзного бізнесу, головною перевагою якої є те, що регіональний бюджет отримує додаткові кошти за рахунок розвитку круїзного туризму, й земля залишається у державній власності. Слід відзначити, що неефективність функціонування морського круїзного туризму в Причорноморських регіонах України в найбільшій мірою визначається й тим, що в ньому не враховується така важлива його складова, як модернізація портової круїзної та туристичної інфраструктури, будівництво круїзного флоту. Морський круїзний туризм в нашій країні асоціюється тільки з іноземними морськими комфортабельними лайнерами, які здійснюють плавання між портами Україна або портами інших країн.

Дослідження проблем розвитку морського круїзного ринку дозволяють зробити висновки, що для успішного функціонування ринку морського туризму необхідний комплексний розвиток усіх елементів круїзного судноплавства та відповідної йому регіональної туристичної інфраструктури [2; 72].

Ефективність стратегії розвитку міжнародного круїзного ринку в Україні визначається, перш за все, чіткістю виділення цільових інвестиційних проектів та ресурсів модернізації портової інфраструктури, що особливо актуально для нових круїзних напрямків бізнесу. В сучасних умовах розвитку круїзної галузі як сектора світової індустрії туризму за участю морського транспорту, торгіві

порти стають активною частиною великого та дуже динамічною конкурентного середовища, що веде до виникнення нових економічних відносин між портами та круїзними компаніями. Круїзний туризм відіграє важливу роль як чинник регіонального розвитку транзитної території.

Найбільшим попитом в світі користуються круїзи по островах Карибського моря, на другому місці – по Середземному морю та Балтиці, також обороти набирають круїзи по Азіатським країнам, які беруть своєю дешевизною та екзотикою. Все більше людей відправляються в кругосвітні подорожі. Дуже популярні річкові круїзи по Центральній Європі, які доступні майже цілий рік. Самі бюджетні маршрути – це Греція та інші круїзи по Середземному морю, а найдорожчі – подорожі по Австралії та Новій Зеландії й лакшер-тури по Карибська басейну. Слід також зазначити, що раніше поширена думка про те, що круїз – дорогий відпочинок для заможних вікових пар, які цінують комфорт, є на даний момент невірним. Як вважають експерти, туристи, котрі відправляються в морський круїз, зараз досить різнопланові. Круїзи цікаві й людям зрілого віку, де їх захоплює насичена екскурсійна програма, й молодим парам з дітьми, які віддають перевагу більш пасивним відпочинкам та розвагам на борту: аквапаркам, басейнам та спа-процедурам, й активним шукачам пригод, любителям азартних ігор та авантюристам. Разом з тим, є і стримуючі чинники, які не дозволяють здійснити істотний стрибок вперед, наприклад, міжнародний круїзний бізнес – високобюджетний олігополістичний бізнес, з високим прохідним бар'єром, який вимагає великої кількості інвестицій. Судна, лайнери й інша техніка стоять багато, не кажучи вже про позамежної собівартості заходів на борту та за його межами. Тому міжнародний круїзний бізнес – система, сформована вже давно. Його гравці з успіхом підтримують один одного.

Таким чином, слід відзначити, що нюансів в організації круїзів безліч.

Отже, круїзний туризм та його інфраструктура сприяють створенню нових робочих місць й наповнення коштами бюджетів різних рівнів,

задоволенню соціальних потреб певних верств населення шляхом розвитку подорожей, створення та вдосконалення міжнародних зв'язків.

#### Література

1. Федорченко В. Словник-довідник туристських термінів / В.Федорченко, І.М. Мініч. К.: Дніпро, 2000. 156 с.
2. Ольшанська О.В., Мельник А. О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 1. С. 212-216.

## Слоган

“Свобода як у птаха чайка,  
пересування як у теплохода Чайка,  
перспективи майбутнього як продовження потомства чайок –  
кращий формат перезавантаження”.

