

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

КРУПІЙ ЯНА АНДРІЇВНА

**КРУЇЗНІ КОМПАНІЇ СВІТУ ТА ПЕРЕВАГИ ВІДПОЧИНКУ НА
КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ**

Спеціальність 242 Туризм
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра

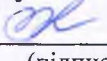
Науковий керівник:
Сазонець Ольга Миколаївна
Доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

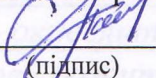
Протокол засідання кафедри

№ 5 від 05.02.2024

Завідувач кафедри

 Тетяна ТЕСЛЕНКО
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Нормоконтроль

 Наталія СЕРГІЄНКО
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2023,


**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
 Освітній ступінь магістр
 Спеціальність 242 Туризм
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
 туристичного та готельно-
 ресторанного бізнесу

 (назва кафедри)


Тетяна ТЕСЛЕНКО

 (підпис)

02.11.2023р

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

КРУПІЙ ЯНИ АНДРІЇВНИ

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

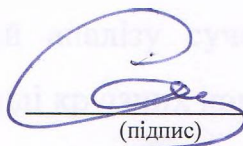
1. Тема роботи Круїзні компанії світу та переваги відпочинку на круїзних лайнерах
2. Науковий керівник Ольга Миколаївна Сазонець,
доктор економічних наук, професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
3. Строк подання роботи на кафедру 23.01.2023
4. Мета кваліфікаційної роботи: встановлення основних гравців та його місця у загальному ринку туризму та окреслення переваг відпочинку на круїзних лайнерах як головних чинників розвитку круїзного туризму в короткостроковій і довгостроковій перспективах
5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи _____
 - дослідити історію розвитку круїзного туризму та становлення круїзних компаній;
 - оцінити сучасний стан світового ринку круїзного туризму;
 - проаналізувати негативні та позитивні чинники які обумовлюють перспективи розвитку круїзного туризму;
 - окреслити переваги відпочинку на круїзних лайнерах як беззаперечні умови розвитку такого виду туризму;
 - зробити відповідні висновки та розробити рекомендації.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	16.10.2023	виконано
2.	I Розділ	13.11.2023	виконано
3.	II Розділ	4.12.2023	виконано
4.	III Розділ	15.01.2024	виконано
5.	Робота в цілому	20.01.2024	виконано
6.	Передзахист кваліфікаційної роботи	23.01.2024	

Науковий керівник

Здобувач вищої освіти



(підпис)

Ольга САЗОНЕЦЬ





Яна КРУПІЙ

(підпис)

Дата видавання завдання 07.11.2023р

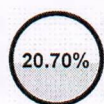
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		15
Інтервали		0
Мікропробіли		13
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

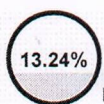
Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

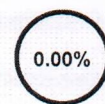
Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

29360

Кількість слів



БДП

215928

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://old.istznu.org/page/issues/34/zatsepyna.pdf	335	1.14 %
2	http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/339/9326/19455-1?inline=1	245	0.83 %
3	https://old.istznu.org/page/issues/34/zatsepyna.pdf	245	0.83 %
4	http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/339/9326/19455-1?inline=1	238	0.81 %
5	http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/339/9326/19455-1?inline=1	226	0.77 %
6	http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25521/1/Formation%20of%20an%20innovative%20product%20cruise%20tourism.pdf	189	0.64 %
7	http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25521/1/Formation%20of%20an%20innovative%20product%20cruise%20tourism.pdf	169	0.58 %
8	http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25521/1/Formation%20of%20an%20innovative%20product%20cruise%20tourism.pdf	168	0.57 %
9	http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/339/9326/19455-1?inline=1	166	0.57 %
10	https://old.istznu.org/page/issues/34/zatsepyna.pdf	164	0.56 %

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

КРУПІЙ ЯНА АНДРІЙВНА

**КРУЇЗНІ КОМПАНІЇ СВІТУ ТА ПЕРЕВАГИ ВІДПОЧИНКУ НА
КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ**

Спеціальність 242 Туризм
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник:
Сазонець Ольга Миколаївна
Доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ _____ від _____

Завідувач кафедри

_____ **Тетяна ТЕСЛЕНКО**
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Нормоконтроль

_____ **Наталія СЕРГІЄНКО**
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2023

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу

(назва кафедри)

Тетяна ТЕСЛЕНКО

(підпис)

_____. _____. 20____

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

КРУПІЙ ЯНИ АНДРІЙВНИ

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

1. Тема роботи Круїзні компанії світу та переваги відпочинку
на круїзних лайнерах

2. Науковий керівник Ольга Миколаївна Сазонець,
доктор економічних наук, професор

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

3. Строк подання роботи на кафедру 23.01.2023

4. Мета кваліфікаційної роботи: встановлення основних гравців

- компаній та оцінка сучасного потенціалу світового круїзного ринку

та його місця у загальному ринку туризму та окреслення переваг

відпочинку на круїзних лайнерах як головних чинників розвитку

круїзного туризму в короткостроковій і довгостроковій перспективах

5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи _____

- дослідити історію розвитку круїзного туризму та становлення

круїзних компаній;

- оцінити сучасний стан світового ринку круїзного туризму;

- проаналізувати негативні та позитивні чинники які обумовлюють

перспективи розвитку круїзного туризму;

- окреслити переваги відпочинку на круїзних лайнерах як беззаперечні

умови розвитку такого виду туризму;

- зробити відповідні висновки та розробити рекомендації.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	16.10.2023	виконано
2.	I Розділ	13.11.2023	виконано
3.	II Розділ	4.12.2023	виконано
4.	III Розділ	15.01.2024	виконано
5.	Робота в цілому	20.01.2024	виконано
6.	Передзахист кваліфікаційної роботи	23.01.2024	

Науковий керівник

(підпис)

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Ольга САЗОНЕЦЬ**Яна КРУШІЙ**

Дата видавання завдання ____ . ____ .20 ____

АНОТАЦІЯ

Крупій Я.А. Круїзні компанії світу та переваги відпочинку на круїзних лайнерах / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 242 Туризм (освітньо-професійна програма «Туризм»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2023.

У наш час світова спільнота, а насамперед, Україна протистоїть повномасштабному воєнному вторгненню росії, такої лінії фронту на планеті не було з часів другої світової війни, таких воєнних технологій не застосовувалось ще ніким. Процеси які можна спостерігати у різних сферах життя в Україні і світі необхідно досліджувати в моменті їх розвитку з метою оптимізації задля нашої перемоги та пошуку інструментів її досягнення. Неможливо обійти стороною і туристичний ринок, значимість функціонування якого значно вища ніж на перший погляд. Круїзний туризм в сучасних умовах є інструментом відновлення у тому числі морально-психологічного стану всіх людей які спочатку два роки боролися з коронавірусною інфекцією а тепер протистоять докорінним геополітичним викликам на планеті, а також надає забезпечення взаємодії та взаємодопомоги на горизонтальному рівні від людей для людей, що в умовах ринкової економіки іноді набагато пришвидшує процеси та забезпечує їх вищу ефективність.

В розділі 1 кваліфікаційної роботи проаналізовано теоретичні засади круїзного туризму.

Розділ 2 присвячений аналізу сучасного стану розвитку світового круїзного туризму на прикладі круїзних компаній – лідерів ринку.

В розділі 3 визначено проблемні питання які постають перед індустрією круїзного туризму у сучасних умовах та запропоновано шляхи їх подолання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному дослідженні особливостей потенціалу круїзного туристичного ринку світу на

сучасному етапі, впливу постковідної економіки та повномасштабного воєнного вторгнення росії.

Ключові слова: КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ, КРУЇЗНІ КОМПАНІЇ, КРУЇЗНИЙ ФЛОТ, РЕГІОНИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ.

Список публікацій здобувача:

1. Крупій Я.А., Сазонець О.М., Тенденції розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 21 груд. 2022 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. 98 с. С. 27-32

ABSTRACT

Krupiy Ya.A. Cruise companies of the world and the benefits of vacationing on cruise ships / Qualification work for obtaining a master's degree in the specialty 242 Tourism (educational and professional program "Tourism"). VNPZ DHU, Dnipro, 2023.

Nowadays, the world community, and first of all, Ukraine, is resisting a full-scale military invasion of Russia, there has not been such a front line on the planet since the Second World War, such military technologies have not been used by anyone. Processes that can be observed in various spheres of life in Ukraine and the world must be studied at the moment of their development in order to optimize for our victory and find tools for its achievement. It is impossible to ignore the tourist market, the significance of which is much higher than at first glance. Cruise tourism, tourism in modern conditions is a tool for restoring, including the moral and psychological state of all people who initially struggled with the coronavirus infection for two years and are now facing fundamental geopolitical challenges on the planet, and also ensures interaction and mutual assistance at the horizontal level from people to people, which in the conditions of a market economy sometimes speeds up processes much faster and ensures their higher efficiency.

Chapter 1 of the qualification paper analyzed the theoretical foundations of cruise tourism.

Chapter 2 is devoted to the analysis of the current state of development of world cruise tourism on the example of cruise companies - market leaders.

Chapter 3 identifies problematic issues facing the cruise tourism industry in modern conditions and suggests ways to overcome them.

The scientific novelty of the obtained results consists in a comprehensive study of the features of the potential of the world's cruise tourism market at the

current stage, the impact of the post-Covid economy and the full-scale military invasion of Russia.

Keywords: CRUISE TOURISM, CRUISE COMPANIES, CRUISE FLEET, CRUISE TOURISM REGIONS.

List of publications of the acquirer:

2. КРУПІЙ Я.А., САЗОНЕЦЬ О.М., Історичний шлях розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 21 груд. 2022 р.). Дніпро : ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. 98 с. С. 27-32

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ГЕНЕЗА	15
1.1. Сутність та зміст круїзного туризму, його види.....	15
1.2. Історичний шлях виникнення та розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній.....	23
1.3 Переваги круїзного туризму порівняно до інших видів туризму	32
РОЗДІЛ II СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СВІТОВИХ КРУЇЗНИХ КОМПАНІЙ	44
2.1. Основні регіони круїзного туризму та особливості їх використання круїзними компаніями	44
2.2. Круїзні компанії та стан ринку круїзних подорожей у світі	58
2.3 Тенденції розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній	76
РОЗДІЛ III ПРОБЛЕМНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК КРУЇЗНОЇ ІНДУСТРІЇ У СВІТІ.....	83
3.1 Пандемія коронавірусу та її вплив на світову круїзну індустрію туризму	83
3.2. Сучасні загрози світовій індустрії круїзного туризму в умовах постковідної економіки та агресії росії	103
ВИСНОВКИ.....	116
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	121

ВСТУП

Актуальність теми. Круїзний туризм є одним з найпопулярніших і швидкозростаючих сегментів міжнародного туристського ринку, що володіють значним інвестиційним потенціалом, виходячи з природних особливостей, постійно збільшується попиту і, як наслідок, економічних результатів, які досягаються в даному виді туризму. Тільки за останні допандемічні 5 років темп зростання прямих доходів від круїзного туризму в Європі склав більше 200 %, а кількість європейських туристів, що відправилися в Круїз, збільшилася на 4 млн. чол.; за прогнозами The Marine Institute саме круїзне судноплавство названо першим серед морських секторів з найбільш високим потенціалом розвитку на найближче століття.

В останні роки круїзний туризм у світі стає дедалі популярнішим серед туристів, оскільки він є цікавою та зручною альтернативою традиційним варіантам відпочинку. Під круїзом слід розуміти подорож водними видами транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських та річкових лайнерів.

Круїз на сьогодні є одним з найбільш швидкозростаючих секторів ринку туристичних послуг, що обумовлено неспинністю науково-технічного прогресу та як наслідок постійного удосконалення конструкції пасажирських суден, підвищення їх комфортабельності, розробка нових маршрутів та покращення обслуговування на борту лайнера.

Основною рисою, що відрізняє круїз від інших турів та приваблює туристів, є цілісність послуг круїзного судна, оскільки воно поєднує в собі місце пересування, проживання, харчування та дозвілля. Тому круїзний лайнер повинен мати сучасну інфраструктуру, необхідну для ефективного надання послуг його пасажиром [1].

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. [2]

Останні роки принесли дуже великі зміни в круїзну індустрію та в туристичну сферу в цілому. Найбільшим чинником занепаду круїзної індустрії була світова пандемія COVID-19. В цей період через безліч карантинних обмежень кількість пасажирів, а також прибуток круїзних компанії значно знизився.

Пандемія COVID - 19 мала значний вплив на світовий туризм і круїз не є виключенням. Очікувалося, що у 2020 році круїзний туризм досягне рекордного рівня з оцінкою в 32 мільйони пасажирів. Оскільки круїзні лайнери відрізняються від інших видів транспорту великою місткістю та значною кількістю пасажирів на борту, вони стали ідеальним середовищем для поширення вірусу. Протягом першого кварталу 2020 року одна п'ята частина світових круїзних суден повідомила про випадки COVID-19, що викликало необхідність припинення круїзних рейсів у всьому світі в березні 2020 року [3].

Серед глобальної індустрії морського судноплавства, круїзні та пасажирські судна є найбільш постраждалим сегментом. Порівнюючи рівень мобільності у 2020 році з показниками попередніх років, можна спостерігати зниження між 19,57% і 42,77% для круїзних суден [4]. Крім того, багато круїзних портів закрилися, щоб запобігти поширенню коронавірусу. Пандемія призвела до значного зменшення попиту на круїзи, зокрема через те, що багато людей, втративши довіру до безпеки таких подорожей, відмовляються від відпочинку на круїзних лайнерах. Круїзні компанії зазнали величезних втрат через скасування чи перенесення багатьох рейсів та затримку лайнерів у портах через закриття кордонів. Проблемами круїзного туризму під час пандемії стало те, що деякі країн встановили обмежувальні

заходи на в'їзд та виїзд, або заборону на в'їзд для громадян деяких країн, що ускладнило планування та організацію круїзних подорожей [5].

Крім того, коронавірус має значний вплив на ланцюжок постачання продуктів на борти суден, що завдало необхідності внесення корективів з максимальною безпечністю. У зв'язку з цим, багато круїзних компаній змушені переглянути свою стратегію та переключитися на внутрішні круїзи, що дозволяють вибірково обслуговувати місцевих пасажирів без в'їзду до інших країн. Вони також змушені вдосконалювати та посилювати свої процедури щодо безпеки та гігієни на борту лайнерів, щоб відновити довіру туристів до круїзів.

Крім того на початку 2022 року росія здійснила повномасштабне вторгнення до України, що спричинило низку подій які розгортаються на планеті вже майже два роки. Наразі чорноморський регіон абсолютно виключений для круїзного туризму через небезпеку судноплавства. Географія воєнних конфліктів розростається. Так у Жовтні 2023 року почався конфлікт між Ізраїлем та Хамас що спричинило безпекові проблеми у східному середземномор'ї. А вже у листопаді 2023 розгорнувся територіальний спір між Венесуелою та Гаяною а це вже територія на яку припадає більша частина ринку усієї круїзної індустрії. А вже у грудні цього ж року еменські хусити почали блокаду та обстріли суден які проходять через Баб-ель-мандебську протоку, що призвело до колапсу судноплавства через червоне море та суецький канал. Усі зазначені проблеми безпосередньо впливають на індустрію круїзного туризму та на його майбутнє.

Аналіз останніх публікацій по проблемі.

З огляду на те, що круїзні подорожі займають важливу позицію серед видів туризму і щороку набувають все більшої популярності, дослідженням розвитку цього сектору туристичних послуг займаються фахівці України та світу. Тема розвитку круїзного туризму висвітлена в публікаціях вітчизняних і світових науковців, серед яких І. Мельник, Н. Зацепіна, В. Корнілова, С. Нездоймінов, Н. Андрєєва, С. Юрченко, А. Кондрова, Н. Ярова,

А. Смирнов, О. Смяглікова, С. Сілер, А. Рапозо, **Сазонець О.М., Сазонець І.Л.** Дослідженням специфіки круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географії круїзних маршрутів займалися А. Александрова, М. Біржаков, Г. Долматов, В. Надточій, В. Нікіфоров та ін. Проблеми розвитку сфери круїзного туризму досліджували науковці: І. Антоненко, О. Аріон, В. Герасименко, Н. Добрянська, Н. Логунова, І. Мельник, С. Нездомінов, С. Шпилько. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та Україні вивчали: Н. Зацепіна, В. Корнілова, Н. Корнілова, К. Нестерова, І. Мельник та ін.

Аналіз публікацій показав, що зазначені автори досліджують загальні особливості розвитку круїзного туризму України і світу, нових тенденцій, що виникають у галузі. Виявлено, що недостатньо розкритими питаннями є вивчення діяльності світових круїзних компаній, особливо в умовах зміни парадигми співіснування держав після початку повномасштабного вторгнення росії до України. А саме дослідження зазначених питань надасть можливість запроваджувати найефективніші рішення у туристичному кластері України з метою його відновлення та забезпечення перемоги.

Мета і завдання дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні діяльності круїзних компаній світу та конкурентних переваг круїзного туризму.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи, автором були поставлені такі завдання:

- окреслити історичний шлях розвитку круїзного туризму який був забезпечений безпосередньо круїзними компаніями;
- визначити теоретико-методологічні засади дослідження круїзного туризму;
- осмислити сутність, термінологічний апарат і з'ясувати класифікацію видів круїзного туризму;
- встановити суттєві переваги відпочинку на круїзних лайнерах, порівняно з іншими видами туризму;

- проаналізувати ступінь наукового опрацювання досліджуваної теми;
- проаналізувати світовий досвід організації круїзного туризму на прикладі круїзних компаній;
- здійснити аналіз сучасного стану ринку круїзних подорожей у світі;
- окреслити тенденції розвитку світового круїзного туризму;
- виявити та систематизувати проблеми круїзного туризму в сучасних умовах;
- підготувати обґрунтовані висновки за результатами кваліфікаційного дослідження.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є круїзний туризм у світі.

Предмет дослідження є діяльність світових круїзних компаній та їх конкурентні переваги у тому числі і переваги саме круїзних подорожей порівняно з іншими.

Методологічна база роботи, яка формується на основі праць класиків економічної теорії та сфери досліджень, джерел навчальної, монографічної та періодичної літератури з обраної теми, видань, досліджень та звітів.

Інформаційна база дослідження з наведенням джерел статистичної звітності, документації та даних.

Методологія дослідження ґрунтується на використанні ряду загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, з-поміж яких слід виокремити: системно-функціональний метод (в ході узагальнення та викладу інформації, отриманої із наукових джерел), історичний (використовувався у п. 1.2. при розкритті генези становлення та розвитку круїзних подорожей як окремого виду туризму), порівняльний (у п. 2.1. та п. 2.2. при співставленні показників діяльності круїзних компаній), аналітико-синтетичний (у п. 1.3. при деталізації сутності та розкритті підходів до класифікації круїзних компаній), формально-логічний (в процесі формування загальних висновків та висновків до кожного із розділів), статистичний (у п. 2.2. та п. 2.1. при викладенні результатів досліджень). методи математико-статистичної обробки (метод середніх значень, та ін.).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що дана робота є одним із системних досліджень, здійснене комплексно з використанням сучасних методів пізнання, урахуванням новітніх досягнень економічної науки, аналізується зарубіжний досвід діяльності круїзних компаній.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання отриманих результатів, передусім, практичної частини роботи на курсах, лекціях, семінарах з навчальних дисциплін підготовки фахівців з туризму.

Апробація результатів роботи та публікації. Результати проведених досліджень в даній кваліфікаційній роботі були опубліковані у вигляді тез доповідей на всеукраїнській та міжнародній науково-практичній конференціях.

Структура роботи.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, восьми підрозділів, висновків, переліку посилань, який налічує 113 джерел, та 25 додатків. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 120 сторінок.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ГЕНЕЗА

1.1. Сутність та зміст круїзного туризму, його види

Визначення круїзного туризму є ключовим аспектом дослідження круїзної індустрії. Водний туризм загалом має спектр таких видів туризму як наведено у таблиці А.1.

Круїзи – не просто вид подорожей. Це – ціла індустрія, яка об'єднує компанії, зайняті круїзним бізнесом, суднобудуванням, постачанням товарів і послуг для круїзних суден і їх пасажирів, просуванням і реалізацією круїзного продукту.

Промислова революція, яка створила передумови для формування масового туристського ринку, зробила доступнішими для широких верств населення і морські подорожі. Хоча і сьогодні багато хто сприймає їх як виключно елітарний вид відпочинку. У зв'язку з тим, що морський круїзний туризм знаходиться на перехресті декількох наукових напрямків, таких як і організація транспортних перевезень, і економіка, і туризм, і міжнародне право, то і дослідження вчених відображають різні аспекти його розвитку.

Так, Голубкова І. А., виділяючи закономірності розвитку круїзного судноплавства [7], концентрує увагу на систематизації умов і принципів глобального судноплавства, обґрунтовуючи на їх основі інструментарій реалізації стратегії розвитку локального сегмента круїзного бізнесу. Поділяючи закономірності на істотні і принципові і враховуючи закономірності формування круїзного ринку і його основних сегментів, автор віддаляється від проблеми розвитку круїзної індустрії в комплексі всіх аспектів, що забезпечують її ефективне функціонування, тим самим віддаючи пріоритетну роль транспортної складової круїзного бізнесу.

Подібні висловлювання зустрічаються і в роботі Ю. В. Погребняк [11], в якій автор, розглядає поліфункціональність круїзного судноплавства і оцінює розподіл потужностей і динаміку світового круїзного флоту, його розвиток,

що пов'язує з ефективністю функціонування судноплавних компаній-організаторів круїзів.

Тим часом, організаційні та психологічні проблеми, що пов'язані з функціональною приналежністю круїзного туризму до сфер відпочинку, дозвілля і охорони здоров'я і галузевою належністю до сфери транспорту, обумовлюють його значне відставання від темпів зростання попиту на круїзно-транспортні послуги.

Технологію організації морських круїзів досліджувала А.Ю. Александрова [6], написавши навчальний посібник, який включає туристично-рекреаційні ресурси та районування, державне регулювання туристичної діяльності, організаційні схеми управління туристичними підприємствами, туристичний продукт, розробка маршруту і формування туру, готельний і ресторанний сервіс, транспортне та екскурсійне обслуговування, самодіяльний туризм, бізнес-план, порядок утворення і рекламна кампанія туристичної фірми, ліцензування та сертифікація, страхування і т. д.

К. С. Нестерова в своїй роботі «Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні» [10] розглядала транспортну послугу як складову транспортної системи.

В роботах Н. О. Зацепіної розглядається круїзний туризм як подорожі, пов'язаної з водним видом транспорту, які включають екскурсії на березі, відвідування значущих місць в порту. Крім того, згідно її думки, круїзний туризм передбачає розважальні програми на борту самих морських і річкових лайнерів [8].

Таким чином, вчені наголошують на комплексному характері даного туристичного продукту, коли необхідно розглядати як результат спільної діяльності різноманітних господарюючих суб'єктів. Науковці зазначають, що вибір круїзного відпочинку туристами включає:

- 1) бажання відпочити саме на воді у невимушених і комфортних умовах;
- 2) не мати клопотів щодо організації розваг;

3) необхідність побачити нові місця, відвідати музеї та об'єкти культурної архітектури.

Наведемо ще декілька різних підходів до визначення круїзу. Наприклад Зима А.Г. визначає круїз як міжнародний бізнес, що представляє собою комплекс ринкових структур і з'єднує кілька певних міжнародних ринкових сегментів [12].

Натомість Гуляєва В.Г. розглядає круїз як процес - організація морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст декількох країн, тим самим підкреслюючи його міжнаціональний характер, що формує для приймаючої сторони образ гостинної держави [14].

Колектив авторів В.К. Федорченко та І. М. Мініч розглядають круїз як туристську поїздку з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування та обслуговування [17].

Н. О. Зацепіна констатує – круїз ніщо інше як подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових місць, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів [16].

О. В. Аріон стверджує, що круїз – морська або річкова подорож на теплоході, яка використовується як спосіб перевезення, розміщення, розваг тощо, і включає в програму берегове обслуговування [15].

Розглянемо інше формулювання визначення круїзу - організована морська, річкова або океанічна подорож на спеціально обладнаному пасажирському судні, яка здійснюється з розважальною метою, дає змогу учасникам подорожі відпочити та дізнатись щось нове про культуру різних міст, країн тощо.

Загалом можна відзначити, що морські круїзи це форма подорожі, при якій туристи відвідують різні порти та місця на борту великих пасажирських суден, які пропонують різноманітні розваги та послуги. У свою чергу річкові круїзи це подорожі по річках або каналах на спеціально обладнаних круїзних

суднах, які дозволяють туристам насолоджуватися пейзажами та відвідувати цікаві місця на берегах. Круїзні лайнери можуть бути великими океанськими суднами або меншими річковими суднами, і вони призначені для забезпечення комфортного пересування та відпочинку для пасажирів під час тривалої подорожі.

Також круїзний туризм можна описати як форму туризму, яка включає подорожі на спеціально призначених круїзних суднах, що пропонують різноманітні послуги та розваги на борту.

У навчальній літературі вживається поняття «круїз» як форма, що об'єднує в собі два основних елементи туризму — подорож і перебування у місці туристичного інтересу [18].

За визначенням короткого словника міжнародної туристичної термінології: «круїз – це морська або річкова туристична поїздка на теплоході, що використовується як засіб перевезення, розміщення, харчування, розваг та ін., що включає і програму обслуговування на березі» [19].

Зважаючи на популярність морських подорожей, поняття круїзу розкривається як морська мандрівка на спеціально призначеному для перевезення туристів з порту у порт судні, яке слідує за певним маршрутом та обладнане для різноманітних розваг пасажирів на шляху слідування [20].

В. Вінніков виділяє функціональний, галузевий і системний підходи до визначення поняття «круїз» як продукції круїзного судноплавства. За функціонального підходу поняття круїз розкривається через рекреаційну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку й виховну функції, тобто враховує і особливості при формуванні продукту виробниками (спеціалізація), і його сприйняття туристами. Галузевий підхід дає можливість розглядати круїз як продукт невиробничої сфери або міжгалузевої сфери. Системний підхід об'єднує попередні, вказуючи на багатоструктурність та поліфункціональність круїзу як комплексу послуг, які надаються різними способами [19].

Круїз за своєю природою є складовою круїзного туристичного продукту, що комбінує комплексне обслуговування на борту судна (річкового або морського) з екскурсійно-розважальними послугами у портах заходу (відповідно до визначеного маршруту). При цьому, за структурного підходу до визначення поняття круїзний туристичний продукт можна говорити, що круїз є його основою частиною.

Для більш поглибленого розуміння сутності поняття круїз розглянемо також точку зору безпосередніх учасників круїзного процесу. Основу концепції круїзного туризму заклала американська круїзна компанія «Carnival Cruise Lines», що виділила характерні для круїзів принципи:

- круїз – розважальна подорож, учасники якої не ставлять своєю першочерговою метою потрапити з однієї точки до іншої;
- круїзи пропонують величезну кількість розваг;
- всі туристи мають однаковий доступ до всіх зон лайнера, поділяються на класи, вільно користуються всією інфраструктурою на борту судна;
- круїзний лайнер здійснює максимальну кількість зупинок на маршруті, де туристи можуть залишити борт і провести час на березі;
- вартість круїзів можна порівняти з аналогічним за класом обслуговування наземним відпочинком на пляжі.

Крім того, для розуміння сутності круїзного туризму та його класифікації, також, необхідно розглянути не тільки визначення самої категорії круїзного туризму, але й основні терміни та поняття, пов'язані з цією галуззю.

Маршрут - визначений шлях або послідовність портів, які включаються в програму круїзу. Маршрути можуть охоплювати різні географічні області та туристичні атракції [21].

Круїзне судно - спеціально обладнане пасажирське судно, що здійснює туристичний рейс (зазвичай, міжнародний, але буває і в межах однієї країни) водними шляхами та перевозить пасажирів, які є учасниками групової

туристичної програми, та, які розміщені на судні з метою здійснення (згідно розкладу) короточасних туристичних відвідин одного або декількох портів.

Порт – морський, транспортний вузол на березі моря або в естуарії річки, що приймає та відправляє морські судна з вантажами та пасажирями.

Маршрут - послідовність портів, які туристи відвідують під час круїзу. Маршрут може мати зупинки в різних країнах та на різних континентах.

Трансфер - перевезення пасажирів від аеропорту, залізничного вокзалу або іншого пункту прибуття до порту, з якого відбувається відправлення круїзу або навпаки.

Каюта – спеціально обладнане приміщення на судні, призначене для проживання людей, а також для різних службових цілей.

Круїзний тариф - це, фактично, повна оплата за проживання в обраній каюті, відвідування різних розважальних заходів (концерти, шоу, вистави в театрі), користування спортивними майданчиками й тренажерними залами (за винятком особистих тренувань із тренером), а також вартість харчування в ресторанах на борту лайнера, за винятком спиртних напоїв.

Внутрішній туризм - тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання (в межах державних кордонів тієї самої країни) для відпочинку, задоволення пізнавальних потреб, занять спортом та інших туристичних цілей.

Міжнародний туризм - це подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування. Знання основної термінології круїзного туризму допоможе краще розуміти його сутність та особливості різних видів круїзів.

Для кращого розуміння різноманітності круїзного туризму розглянемо класифікацію круїзів за різними параметрами.

За тривалістю круїзи поділяються на:

1. Кільцеві тури із заходом у 8-12 портів різних прибережних країн і популярних морських курортів;
2. Маршрути "open jaw", коли туристи прямують тільки в один кінець подорожі;
3. Короткочасні виходи в море на 2-3 дні для спеціальних цілей, наприклад, для організації грального бізнесу.
4. Прибережні морські екскурсії та прогулянкові рейси;
5. Довготривалі подорожі, які можуть тривати до 6 місяців.

Види круїзного туризму:

1. Морський круїз (подорож) - туристична поїздка морем, зазвичай із заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна.
2. Річковий круїз відрізняється від морського тим, що пасажери знаходяться близько до берега, а тому такий круїз зосереджений більше на огляді визначних пам'яток та краєвидів.
3. Експедиційний круїз - менший за своїм масштабом. Мета експедиційного круїзу - взяти участь у комплексному освітньому процесі. Спеціалізується на подорожах, які пропонують враження від природи в таких регіонах, як Північна Європа, Аляска чи Арктика.

За типом судна:

1. Мегакруїзи - це найбільші круїзні лайнери. Вони є новим класом круїзних суден, які зосереджені на максимальному збільшенні місткості та послуг на борту. Деякі мегакруїзи можуть вмістити більше 5000 пасажирів.
2. Середні круїзні судна - судна зі збалансованим співвідношенням пасажирів, комфорту та розваг. На таких суднах більше уваги приділяється сервісу.
3. Яхти - судна, призначені для спортивних або туристичних цілей та відпочинку. До яхт не належать рейсові судна, призначені для комерційних цілей, а також для перевезення значної кількості пасажирів.

4. Річкові круїзні судна - судна, які за технічними характеристиками придатні та у встановленому порядку допущені до експлуатації, виключно, у визначених зонах внутрішніх водних шляхів.

За цільовою аудиторією:

1. Сімейні круїзи спрямовані на розваги й активності для всієї родини, зокрема, для дітей та підлітків. Часто містять спеціальні клуби, анімацію та програми.

2. Круїзи для пенсіонерів зосереджуються на комфорті, спокої та культурних програмах, призначених для людей літнього віку.

3. Тематичний круїз може бути присвячений архітектурному стилю, історичній події, країні, особистості, географічному артефакту або боротьбі за порятунок тварин, які на межі вимирання. Тривалість такого круїзу не має фіксованих термінів і може, в одному випадку, тривати декілька днів, а в іншому - розтягуватися на кілька тижнів.

4. Круїзи для любителів активного відпочинку пропонують широкий вибір спортивних занять, таких як: снорклінг, каякінг, трекінг та ін.

Таким чином, круїзний туризм - це різноманітний вид відпочинку, який може задовольнити потреби туристів. Він поєднує комфорт готелів, з можливістю відвідати багато місць протягом однієї подорожі, а також пропонує різні види круїзів залежно від тривалості, маршруту, типу судна та цільової аудиторії.

Загалом, круїзний туризм продовжує набирати обертів серед широкого кола мандрівників, від молоді до пенсіонерів, від сімей з дітьми до молодих пар, від любителів активного відпочинку до тих, хто шукає спокою. Круїзний туризм є не тільки одним з найдинамічніших, унікальних і популярних видів відпочинку. Він має певні переваги і характеристики, які роблять його більш стабільним.

Підсумовуючи притримуємось тої думки, що круїзний туризм – це універсальний вид туризму, який поєднує в собі всі його форми, а також безліч різноманітних видів обслуговування та організації відпочинку. Він доволі

популярний, порівнюючи з іншими видами туристичного відпочинку, і дозволяє створити унікальний та незабутній досвід для кожного користувача цієї послуги..

1.2. Історичний шлях виникнення та розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній

Моря та океани завжди вабили жителів Землі. Ще з давніх часів сміливі мореплавці мандруючи безкрайними океанськими просторами відкривали і досліджували нові землі та моря на невеликих вітрильниках. Згодом з'явилися судна для перевезення товарів та вантажів. З розвитком промисловості заможні люди почали витратити частину своїх грошових накопичень на різні форми відпочинку та розваг. Адже людська вроджена схильність до подорожей у різні куточки нашої планети зберіглася від перших мандрівників і саме тому інтерес до них у наш час набрав широкого розповсюдження. Історичні дані свідчать, що ще у 2000 р. до н.е. фараони використовували ідею мандрівок водою завдяки спеціально збудованим кораблям, як засобом переміщення у своїх подорожах до Фів чи Дельти. Зазвичай ці кораблі були більш ніж простим засобом пересування, у них поєднувалися розкіш і вишуканість з красою і спокоєм пейзажів створюючи приємну атмосферу як для бізнесу, так і для кохання. Здійснювали розважальні круїзи Середземним морем і римляни. Найбільш популярними були маршрути Капрі, Іскія та інші острови Неаполітанської затоки. Кілька років тому на дні озера Немі, розташованого неподалік від Риму, було знайдено корабель, основним використанням якого було проведення прогулянкових круїзів для римських правителів. Задля цього озеро було з'єднане з морем штучно проритим каналом. Приблизно в XV-XVI століттях у світі посилюється інтерес до далеких морських подорожей у невідомі країни. Для цих цілей стали використовувати швидкохідні чайні кліпери, що вирушали до Китаю, Індії та Австралії. Зазвичай, такі подорожі тривали близько 100 днів. Перші кліпери

почали борознити простори морів і океанів у 20-ті роки ХІХ століття (рис. Б1), але справжнє «золоте століття» цих суден припало на 50-60-ті роки. Це були вузькі шхуни з обтічним корпусом і великою кількістю вітрил [22].

Винахід пароплава (1807 р.) дало небувалий поштовх розвитку морського та річкового водного транспорту. Роберт Фултон спустив на воду колісний пароплав «Клермонт», що здійснив свій перший рейс по Гудзону з Нью-Йорка в Олбані протяжністю 150 миль (270 км) (рис. Б2). З цього часу конструкція пароплавів продовжувала технічно вдосконалюватися, але не тільки як засіб транспортування сільськогосподарських та промислових запасів, а також для перевезення пасажирів. Вже у 1819 р. пароплав «Саванна» перетнув Атлантику та прийшов до порту м. Ліверпуль. Це був перший іноземний пароплав, який відвідав Англію [23].

Потім, у 1835 р., була представлена концепція круїзу, яка додала романтики учасникам водної прогулянки. Артур Андерсон і його партнер Броді Вілкокс заснували компанію «The Peninsular & Oriental Steam Navigation», попередницю нині відомої круїзної компанії «P&O». Перші круїзні маршрути, які почалися зі стимулювання інтересів пасажирів, до авантюрного морського духу та романтики, були не досить досконалі у порівнянні з сервісом теперішнього часу. Пасажирам доводилося самотійно прибирати свої каюти, через відсутність достатньої чисельності стюардів, крім того на борту були відсутні в необхідній кількості приміщення для гігієни та розважальні об'єкти, такі як казино, бари та ресторани.

Невдовзі в Англії почали практикувати прогулянкові рейси між Оркні, Шотландськими островами та Ісландією. Ці пасажирські рейси були організовані для відпочинку громадян на воді і згодом сприяли появі нового туристичного оператора в особі спеціалізованих круїзних компаній. «Cunard Line», глобальна круїзна компанія класу люкс і провідний гравець в історії круїзної індустрії, також почала свою діяльність у цей час. У 1839 р. Самюель Кунард вирішив запустити регулярну морську лінію з відповідною рекламою. Це надало можливість пасажирам заздалегідь дізнаватися про розклад руху

морських суден і обирати різноманітні напрями подорожей. У результаті в 1840 р. уже чотири пасажирські кораблі почали здійснювати регулярні рейси за маршрутом Лондон – Бостон, і в цьому ж році виникає ще одна круїзна компанія «Cunard». Нарешті, круїзна індустрія повільно, але впевнено починає розвиватися. Вважається, що перший сучасний круїзний лайнер з'явився на світ у 1844 р., коли англійське пароплавство організувало туристичну подорож Середземним морем («Lady Mary Wood») [24].

У середині XIX століття з'являється необхідність у використанні пасажирських суден у період міжсезоння в регулярних (лінійних) перевезеннях. Європейська еміграція громадян послужила основою для відкриття трансатлантичних ліній, так як забезпечила потік пасажирів і в результаті за період з 1846 по 1940 рр. на американський континент із Європи емігрували близько 60 млн. осіб. Завдяки такому соціально-політичному явищу судновласники невпинно багатіли і саме це призвело до появи загостреної конкуренції між ними. Зі збільшенням попиту зростала кількість кораблів. Багато судноплавних компаній почали шукати шляхи наповнення пасажирами своїх рейсів, тому удосконалювали належні їм транспортні засоби.

Еволюція відбувалася не тільки в розширенні місць призначення, але взяла напрям і у задоволенні потреб мандрівників, тобто власники збільшили швидкість руху та розмістили на їхньому борту об'єкти розваг, плавальні басейни, спортивні зали, казино, кіноконцертні зали та інше, тим самим пристосували судно до потреб розважального туризму. У цей період підвищилася комфортність та зручність морських подорожей, пов'язані з використанням електрики, наявністю більш просторих та багатопверхових палуб. Ці оперативні дії створили систему обслуговування пасажирів у рейсі, що швидко перетворило судна в висококомфортабельні плаваючі готелі. Великі міграції європейців значно підсилили процес будівництва та морську архітектуру кораблів, створивши ідеальні та дуже швидкі океанські плаваючі машини (лайнери) [25].

Вагомий внесок у розвиток морських подорожей зробив і Томас Кук, відомий як «Принц океанів». З 1856 р. він почав організовувати туристичні поїздки з Англії до Америки, круїзи Чорним і Середземним морями, а також навколосвітні подорожі. Заснування першого бюро круїзних подорожей таким же чином належить йому. Одне з відомих – рейс пасажирського судна «Tagus» («P&O» (тепер «Princess Cruises»)) в 1843 р. з Лондона в Чорне море. На той час круїзні кораблі були єдиним варіантом перевезення пасажирів зі Старого Світу до Нового. Цінник таких подорожей був надзвичайно високий, при цьому на кораблях збиралася неоднорідна публіка; як багаті, так і люди з невеликим достатком (бідняки). Ці два класи пасажирів були повністю відокремлені один від одного. Перший клас був зарезервований для елітних і багатих громадян. Леді та джентльмени насолоджувалися наявною на борту розкішшю: випивали велику кількість шампанського та здійснювали прогулянки на палубі. Надзвичайно пишні інтер'єри були покликані відволікти увагу подорожуючих від бурних хвиль (рис. Б3). У другому класі у пошуках кращого життя подорожували емігранти, які іноді витрачали всі сімейні заощадження на круїзний квиток.

Згодом морські круїзи стали незвичайним та чимало популярним видом відпочинку. З'явилися туристи, готові за розумні витрати побачити світ у морському круїзі. У 1881 р. судноплавна компанія «Peninsular & Oriental Steam Navigating Company» (P&O) спробувала проекспериментувати і переобладнала свій лайнер «Ceylon» на круїзний корабель. «Ceylon» вважається першим круїзним кораблем в історії, призначений виключно для розважальних морських подорожей, і компанія небезпідставно вважає себе винахідником морських вояжів задля відпочинку. Власники компанії використовували лайнер на постійній основі навіть у несезонний період, коли кількість пасажирів, які зверталися до їх послуг, була невелика. До цього не існувало круїзних кораблів, які організовували круїзи на постійній основі протягом сприятливих місяців року [26] .

У 1891 р. Альберт Беллін мав ідею організації круїзів по Середземному морю, щоб максимально обмежити збитки, яких зазнала його компанія через настання зими. У 1910 р. він організував кругосвітню подорож на пароплаві, в якому розміщувалось до 650 осіб. Цей факт стимулював до круїзного суднобудування компанію «Narag – Lloyd Cruises», що побудувала в 1900 р. судно не тільки для морських прогулянок, яке здійснювало круїзи цілий рік, змінюючи та використовуючи лише сприятливі регіони. Для цього компанії крім замовлення будівництва нових суден, здійснювали використання під круїзи і вантажопасажирські судна, які незначний час знаходилися в експлуатації [27]. Такий вид бізнесу ще не займав провідні позиції на світовому ринку, а лише надавав можливість судновласникам використовувати судна, щоб вони не простоювали в зимовий час. Це фактично представляло вирішення важливої логістичної проблеми. Індустрія круїзних подорожей у XIX–XX століттях знаходилася у зародковому стані. Проте згодом такий вид туризму зупинив надання послуг на деякий час через ряд трагічних подій, а саме: через загибель лайнера «Titanic» (1912 р.), обстріл пароплава «Lusitania» (1915 р.) з пасажирами на борту німецьким підводним човном та початком першої світової війни. На початку 1900-х років круїзна індустрія різко почала рости вгору. Корабель, що представляє цей період, – «Титанік», який був побудований компанією «White Star Line». «Титанік», що об'єднав у собі усі передові технології того часу, був символом людської технологічної цивілізації. Компанія «Кунард» продовжувала залучати до подорожей все більше і більше пасажирів, вводячи в експлуатацію будівництво нові кораблі «Мавританія» та «Луїзитанія», відомих своєю швидкістю, розкішшю та комфортом. Компанія «Кунард» мала за мету швидко обійти запеклого конкурента, «White Star Line». Але мрія про славу зникла в квітні 1912 р., коли «Titanic» затонув у холодних водах Північної Атлантики під час свого першого плавання (рис. Б4).

Загибель славнозвісного судна «Titanic» справила значний вплив на світ круїзів, оскільки вона змусила провести глибокі зміни у правилах безпеки, які

вимагаються від судноплавних компаній. Цей інцидент посилив стандарти безпеки міжнародних круїзних суден. Серед нових вимог до пасажирських суден (особливо трансатлантичних) варто виділити: – обов'язок мати рятувальні човни та жилети для всіх пасажирів та членів екіпажу; – зобов'язання цілодобової роботи радіостанції з чергуванням протягом 24 годин 2 радистів на кожному кораблі; – для надзвичайних ситуацій встановлюються виняткові радіочастоти; – використання SOS у азбуці Морзе стандартизовано як код для надзвичайних ситуацій.

З початком першої світової війни великі круїзні кораблі почали використовуватися для переміщення боєприпасів і військ, ефективність використання розмірів корабля і співвідношення корисної площі зробили стрибок вперед. Фундамент розвитку круїзної індустрії був закладений ще під час Великої депресії. У 1927 р. французькі суднобудівники представили «Іль де Франс», який вважається першим пасажирським судном, повністю оформленим у сучасному стилі. Саме цей корабель мав відомий модерністський стиль ар-деко, що проявився не тільки в архітектурі, а й у моді та живописі. Його характерними рисами були сувора закономірність, розкіш та сучасні матеріали. З появою корабля «Іль де Франс» почала підходити до кінця епоха плавучих готелів з їх класичними, багатими інтер'єрами (рис. Б5) [28].

У період із 1920 по 1933 рр. у Америці діяв «сухий» закон, який забороняв виробництво та продаж алкогольних напоїв у Сполучених Штатах. Дія цього закону зробила надзвичайно популярними в країні круїзи у невідомому напрямку. Суть таких подорожей полягала в тому, що це дозволяло американцям легально вживати спиртні напої поза межами територіальних вод США. У 1922 р. корабель «Лаконія», що належав британській компанії «Кунард Лайн», здійснив першу в історії вояжну подорож (рис. Б6). Він вирушив з Нью-Йорка, перетнув Панамський канал, побував у Японії та інших країнах Далекого Сходу, потім продовжив подорож через Суецький канал, Середземне море і повернувся назад до Нью-Йорка. У

наступні роки компанія «Кунард Лайн» запропонувала громадянам кругосвітні круїзи тривалістю шість місяців [29].

Згодом, у 1930-х роках, почалася епоха дизельних суден, і круїзна індустрія отримала новий поштовх. Ці роки стали свідками появи круїзів, організованих німецьким міністерством праці для своїх робітників. Кораблі «Бремен» та «Європа» мали ряд нових особливостей. Всі каюти на борту розташовувалися по корпусу судна, таким чином, кожна каюта мала доступ до природного освітлення. Німецькі кораблі відрізнялися радше не розкішшю, а комфортом. Примітно, що члени екіпажу мали такі умови для проживання, як пасажери [30].

Найбільший у світі круїзний лайнер «Queen Mary» був спущений на воду в 1936 р., що розпочало еру круїзних суден. Побудований у 1948 р., «Caronia» зарекомендував себе як найкрасивіший корабель. Каронію прозвали «зеленою богинею» і «кораблем мільйонера». До цього моменту при проектуванні круїзних суден враховувалась лише швидкість. Не було великого місця для великої кількості пасажирів, і пасажирам доводилося ділити місця за обіднім столом [31].

Круїзи раптово припинилися у 1939 р. з початком другої світової війни. Необхідність транспортування величезної кількості військ та персоналу стала приводом для переобладнання їх у транспортні кораблі, плавучі госпіталі, а після війни вони використовувалися для перевезення біженців, які шукали нове життя на чужині. Проте вже на початку 50-х років ХХ ст. було закладено велику кількість суден подвійного призначення (вантажопасажирських) англійськими, італійськими, голландськими та скандинавськими суднобудівельними компаніями. У 1958 р. поява літака як нового транспортного засобу викликала глибокі зміни в морському транспорті. Бурхливий розвиток авіаційних рейсів почав тіснити традиційні морські подорожі і тому було необхідно шукати нові форми даних перевезень. Великі судна почали занепадати, і багато судновласників змінили пасажирські лінії на вантажні. Інші судновласники вважали за краще відновити свою діяльність

і почати конкурувати на ринку туристичних круїзів, інвестуючи великі суми у відбудову та трансформацію старих океанських лайнерів. Цей період ознаменувався виникненням кількох круїзних регіонів біля розвинених країн: Середземне море, Балтика, Північна Європа, острови південної частини Тихого океану (Австралія та Нова Зеландія), Аляска, Мексика, Гаваї та Карибський басейн (США). Лише в 1960 р. круїзні судна знову відновили свою діяльність. Кожна круїзна компанія, що перебувала під загрозою зникнення, почала шукати новий шлях на заміну трансатлантичного маршруту, і Карибське море стало привертати увагу як новий круїзний маршрут.

Починаючи з використання карибського маршруту, круїзна індустрія відродилася. Ера повномасштабного сучасного круїзного бізнесу поступово набувала успіху. Проте дійсного розквіту круїзна справа отримала лише в 70-х рр. ХХ ст. Сучасна круїзна індустрія, як ми її знаємо сьогодні, зародилася в основному в Маямі в 1970-х роках, коли круїзні судна почали ходити по всьому Карибському морі. У той час це був ще ексклюзивний продукт, орієнтований на невеликий ринок. Зазвичай кораблі мали місткість від 400 до 800 пасажирів. Однак енергетична криза 1970-х років, яка спричинила зростання цін на нафту змусила великі судноплавні компанії, на чолі з Carnival і Royal Caribbean, почати розмірковувати про будівництво більших суден, які б дозволили розширити ринок для нових клієнтів і знизити експлуатаційні витрати. Саме тоді в США була реалізована ідея круїзних подорожей, вельми цікавих та насичених розвагами. Поступово круїзні кораблі стали справжніми плавучими містами, які пропонують усі зручності. Тоді з'явилась нова концепція методології обслуговування круїзних туристів, яку висунув та здійснив головний маркетолог круїзної фірми Carnival – Боб Дікенсон, який раніше працював у відомій автомобільній компанії Ford Motors. Він запропонував ідею розвитку розваг на круїзах. Наприклад, влаштовувати день Нептуна, лотереї, фестивалі та інше. Раніше у салонах розкішних лайнерів можна було побачити тільки самих титулованих осіб – політиків, членів королівських сімей, мільонерів, зірок кінематографу. У кожної країни був свій

предмет гордості – свій суперлайнер. До 1980 р. круїзний бізнес здійснювали вже 15 великих світових компаній. До таких компаній належать: «Royal Caribbean International» (12 суден), «Carnival Group» (22 судна), а також «Holland America Line», «Princess Cruises».

Якщо говорити про стан круїзного розвитку на Чорному морі, то дослідники переконують нас в тому, що історія морського туризму в Україні бере початок ще з 1957 р., коли до міста Одеси почали прибувати пасажирські судна «Победа» та «Грузія». У 1960 р. в країні був організований перший круїз на Кримсько-Кавказькій лінії. Перші середземноморські круїзи, що вирушали з Одеси, тобто власне з території УРСР, розпочалися у 1967 р. Приводом для їх початку стали військові дії між Об'єднаною Арабською Республікою і Ізраїлем, унаслідок чого різко скоротився традиційний для Єгипту потік європейських туристів. У результаті домовленості між ОАЄ і СРСР до Єгипту, аби компенсувати брак європейських туристів унаслідок арабо-ізраїльського конфлікту, спрямовувалися радянські туристські групи. В один бік одна група туристів мандрувала морем, у зворотньому напрямі – літаками. Друга група туристів рухалася їй назустріч: спочатку літаком, потім морем. Під час проходження морського круїзного відрізка туристи відвідували міста Варну, Стамбул, Неаполь і прибували до Олександрії, з якої автобусами діставалися Каїру. Інші групи прилітали одразу до Каїру з Одеси, а поверталися додому морським шляхом [32].

Станом на 1 січня 1988 р. транспортний вантажопасажирський флот Мінморфлоту СРСР налічував 21 морське судно загальною місткістю 12 тис. пасажиромісць, які обслуговували 14 океанських та 20 внутрішніх ліній і працювали на круїзних лініях Чорноморського морського пароплавства (м. Одеса). У 1991 р., після розпаду СРСР та переходу Чорноморського морського пароплавства під юрисдикцію України, Кримсько-Кавказька лінія припинила своє існування. Потенціал розвитку круїзного бізнесу все ще залишається величезним, оскільки ця сфера не досягла своєї точки зрілості. За статистикою, лише 3% населення Європи за своє життя брали участь у круїзі. І є райони

світу, де поняття про круїзний туризм майже не впроваджено. В Азії кількість людей, які подорожували в круїзі, не перевищує 1%. Сьогоднішні круїзи перетворилися на курорт на борту і вже не вважаються транспортним засобом для пасажирів. Через зростаючий попит до круїзної індустрії широкого розвитку набуває будівництво нових суден, які є більш технологічними та екологічними. Таким чином, еволюція круїзного сектору матеріалізувалася у появі спеціалізації в рамках круїзів, як за типом маршрутів, так і за типом суден та видів діяльності та послуг на борту. Круїзний світ є окремим міні-світом, який захоплює та надає всі умови для чудового відпочинку. Для залучення потенційних клієнтів судноплавні компанії проводять спеціальні опитування, щоб повністю задовольнити всі бажання подорожуючих. Опрацювання результатів допомагає їм забезпечити якісніше обслуговування, а також урізноманітнити круїзне життя. Просторі та затишні каюти для відпочинку, льодові ковзанки, обладнання для скелелазіння, організація концертів, доступ до Інтернету, можливість дивитися телебачення, обслуговування в номерах протягом 24 годин, басейни, казино, тренажерні зали, бібліотеки, солярії, тенісні корти, майданчики для гольфу, ресторани, бари, кінотеатри – дозволяють покинути буденний світ речей та зануритися у дивовижні моменти насолоди. До вищеперерахованих розваг додається ефект від повільного пересування по водних просторах, що допомагає зняти стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму.

1.3 Переваги круїзного туризму порівняно до інших видів туризму

Якісне обслуговування на круїзних суднах може забезпечити високий рівень конкурентоспроможності круїзних послуг щодо інших популярних видів туристських послуг. Багато круїзних компаній зрозуміли, що чудову якість обслуговування можуть забезпечити їм значні конкурентні переваги, результатом яких стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку, так як основна частка прибутку підприємств туризму формується за

допомогою виручки, одержуваної від обслуговування постійних (зворотних) клієнтів [39]. Саме постійні клієнти формують стабільний попит на туристичні послуги, що допомагає останнім у забезпеченні постійного приросту доходів.

Враховуючи тенденції світового розвитку та прагнення до всебічної стійкості основними тенденціями для розвитку круїзного туризму має бути досягнення більшої стійкості галузі, підвищення якості обслуговування яке має ґрунтуватися на дослідженні індивідуальних потреб туристів, що утворюють основну споживчу групу туристських ресурсів. Для позитивної оцінки споживачами якості обслуговування необхідно перевищення їх очікувань від отримуваних послуг та відпочинку в цілому, що гарантує високу привабливість круїзних послуг та велику імовірність бажання відтворити цей досвід. Якщо гості отримують задоволення, вони надають позитивні рекомендації знайомим, друзям, залишають відгуки у соціальних мережах, таким чином сприяють поширенню подібного відпочинку. Для цього необхідно бездоганно забезпечити відповідність стандартам якості, наприклад: безпека підвищує почуття добробуту гостей; ввічливість зміцнює приємну атмосферу; візуальний вигляд забезпечує приємний кадр для сервісної взаємодії та ефективність сприяє перевищенню очікувань гостей [40].

Для досягнення лояльності гостей та повернення їх на круїзні кораблі менеджери зобов'язані надати послугу, що не тільки відповідатимуть, але й перевищать їх сподівання. Тоді гості, спираючись на власний досвід, позитивно розповідатимуть про свій круїзний відпочинок та рекомендуватимуть круїзи іншим людям. Однак, щоб перевищити очікування гостей, слід встановити стандарт їхніх очікувань. Гості відчують перевищення своїх очікувань лише в тому випадку, якщо відчули, що отримали набагато більше, ніж те, за що вони заплатили за витрачений час та гроші.

Наслідуючи світові тенденції, підвищення стійкості галузі в нових умовах економічного розвитку може надати значних переваг круїзному

туризму, оскільки багато туристів орієнтовані на отримання стійких та соціальновідповідальних туристичних послуг. Споживачі прагнуть скорочення викидів в атмосферу, зменшення засмічення, збереження флори і фауни під час відпочинку [41].

Виділимо найвагоміші переваги круїзного туризму:

- круїзний туризм дозволяє відвідати кілька країн та міст, без необхідності пакувати валізи та щоразу змінювати місце проживання.

- корабель виконує функції готелю, ресторану та розважального центру, забезпечуючи комфорт під час подорожі.

- широкий вибір маршрутів та круїзів, компанії пропонують багато різних маршрутів, що охоплюють всі континенти та регіони світу. Від Середземномор'я до Аляски, від Амазонки до Антарктики.

- широкий вибір розваг та заходів: на борту круїзного лайнера ви можете насолодитися широким спектром розваг, включаючи: театральні вистави, концерти, кіно та казино. Також є спеціальні клуби та анімаційні програми для дітей.

- екскурсійні програми в портах також допоможуть вам ознайомитися з культурою та історією місць, які ви відвідуєте. "все включено": означає, що у вартість тарифу входять чай/кава та алкогольні напої в будь-який час у всіх барах і ресторанах лайнера.

Основними характеристиками круїзного туризму є відпочинковий аспект та розмаїття послуг на борту. Круїзні компанії надають різноманітні зручності та послуги для задоволення потреб пасажирів, такі як ресторани, спа-центри, басейни, фітнес-центри, театри, казино, магазини та інші розваги. Крім того, на борту організуються різні заходи, включаючи виставки, лекції, вечірні шоу та тематичні вечірки.

Визначення круїзного туризму також пов'язане з елементами пасажирського комфорту та безпеки. Круїзний лайнер-велике пасажирське судно, спеціально призначене для організації круїзних подорожей. Каюта-простір, призначений для проживання пасажирів на борту круїзного лайнера.

Каюти можуть бути різних категорій, включаючи внутрішні, з видом на море або балконні каюти. Круїзні лайнери мають різні категорії кают для різних потреб пасажирів, від економ-класу до розкішних сюїтів. Забезпечення безпеки пасажирів та екіпажу є пріоритетом у круїзній індустрії, і включає такі аспекти, як рятувальні вправи, медичний персонал та системи безпеки на борту суден. Узагальнюючи, вивчення теоретичних аспектів круїзного туризму дозволяє отримати розуміння основних понять, принципів та особливостей цього виду туризму. Це надає основу для подальшого дослідження розвитку та управління круїзною індустрією, а також для визначення факторів успіху та викликів, що стоять перед круїзними компаніями та туристичними дестинаціями.

У круїзному туризмі маршрути грають важливу роль, оскільки вони визначають порти відправлення та прибуття, а також місця, які пасажирів будуть відвідувати протягом круїзу. Маршрути можуть охоплювати різні географічні області, такі як Карибські острови, Середземномор'я, Аляска, Азія та багато інших. Кожен маршрут має свої унікальні особливості, привабливі туристичні атракції та можливості для пасажирів.

Подорожі на круїзних лайнерах або кораблях для розкішного відпочинку та відвідування різних портів уздовж морських або океанських маршрутів.

Парусний туризм - використання вітру для плавання на вітрильних суднах, таких як шхуни, яхти або катамарани. Це може бути як прокат суден, так і багатоденні подорожі з перебуванням на борту.

Дайвінг туризм - пірнання під воду з аквалангом або іншими засобами для дослідження підводного світу, включаючи корали, рифи, водяні печери та інші морські формації.

Сноркелінг - активність, під час якої туристи спостерігають підводний світ з поверхні води, за допомогою маски, трубки для дихання та плавців. Це популярний вид туризму в регіонах з прозорою теплою водою та багатим морським життям.

Водні спорти включають активності, такі як вейкбординг, водний лижний спорт, каякінг, веслування на дошках SUP та інші види водних розваг.

Риболовля відпочинковий або спортивний вид туризму, під час якого туристи займаються ловлею риби на морі або океані. Це може бути як прокат судна для риболовлі, так і участь у риболовних турнірах.

Яхтинг відпочинковий або спортивний вид туризму, під час якого туристи користуються яхтами для плавання по морях та океанах. Це може бути як власна яхта, так і оренда.

Доступність: колись круїзи вважалися розкішшю, але завдяки широкому діапазону цін і спеціальним пропозиціям, що пропонують круїзні компанії, вони стали доступними для широкого кола мандрівників.

Отже, круїзний туризм пропонує низку переваг, що є привабливими для різних категорій туристів. Завдяки зручності, різноманітним маршрутам, розвагам, безпеці та доступності, круїзи стали популярним вибором для мільйонів людей, які шукають незабутній відпочинок.

В межах круїзного туристичного продукту, як вже зазначалося, базові послуги надаються на борту судна. Відповідно оновлення продукту забезпечується на основі співпраці з новими партнерами як трансформація взаємодії, реакція на зміни попиту. Порівнявши структуру класичного туристичного продукту і круїзного (табл. В1), ми прийшли до висновку, що для круїзного характерним є визначення переліку «постійних» основних та додаткових послуг, які складають ядро круїзних туристичних послуг. Тобто, система організації продукту починається з узгодження переліку «постійних» послуг, що надаються на борту судна у складі пакетної пропозиції, проплаченої при бронюванні, та послуг, що надаються за окрему оплату.

Підтримання темпів постійного зростання ринку круїзного туризму відбувається за рахунок інвестування круїзних операторів у сфері інновацій та постійного вдосконалення круїзного туристичного продукту. При оцінці тенденцій розвитку круїзного ринку, крім сегментації за регіональною ознакою, науковці [44, 45] використовують економічну та демографічну

ознаки. С. Нездоймінов умовно виділяє два сегменти круїзного ринку, що паралельно розвиваються: масовий (мега-лайнери, довжиною понад 300 м і пасажиромісткістю до 2000 осіб і більше) та нішовий (індивідуальний туризм на суднах невеликого розміру, пасажиромісткістю до 500 осіб). Існує також і проміжна категорія, до якої належать судна пасажиромісткістю від 500 до 1000 осіб (колишні великі лайнери), проте їх кількість з кожним роком зменшується через нерентабельність. Для обох сегментів ринку характерна висока диференціація продукту, що надається: для масового сегменту – на борту судна; для нішового сегменту – на березі, під час відвідання круїзних портів [45].

Дана сегментація визначає орієнтири інноваційної діяльності компаній, які полягають у спрямуванні ресурсів на впровадження конкретних інновацій, однак не враховує спеціалізацію пропонованих круїзних туристичних продуктів. Сегментація ринку за В. Жихаревої базується на визначенні чотирьох групи продуктів за категоріями круїзних ліній: круїзні лінії першого класу, круїзні лінії класу преміум, круїзні лінії класу люкс, специфічні круїзні лінії [44].

В основі даного поділу лежать кількісні критерії: тип і місткість судна, кількість пропонованих послуг на борту, тривалість подорожі та якісні критерії, що визначають тип круїзного туристичного продукту за його ціннісною складовою. WTO виділяє п'ять сегментів круїзного ринку: «люкс», «преміум», «сучасний», «спеціалізований» та «бюджетний» [49].

Сегментація круїзного ринку за В. Жихаревою та WTO проводиться за типом круїзного туристичного продукту, тому можна говорити про їх співставність. Виділення фахівцями WTO окремого сегменту бюджетних круїзних туристичних продуктів вказує на одну з основних інноваційних тенденцій сучасного круїзного ринку. Бюджетні круїзи пропонуються лідерами ринку для диференціації власної пропозиції та розвитку (освоєння) нового субсегменту ринку, що корелюється зі стратегією мінімізації витрат. Оцінка частки бюджетних продуктів у структурі попиту сучасних круїзних

ліній компаній можна розглядати як окрему проблему для дослідження. Особливістю компаній, що працюють на круїзному ринку є їх спрямованість на дестинації. Тому, для маркетингових цілей круїзні лінії та оператори зазвичай проводять сегментування свого ринку в залежності від типу круїзу, а потім за напрямками [51].

Окремі круїзні компанії працюють в усіх регіонах світу, наприклад, лідери круїзного ринку, інші пропонують продукт підвищеної якості на обмежених територіях. На основі даних Cruise Market Watch про частку ринку круїзних компаній визначимо частку круїзного ринку по кожному сегменту пропонованому фахівцями WTO (табл. В2). Слід зазначити, що холдингові круїзні компанії позиціонують всі свої бренди як окремі торговельні марки (як окремий бренд сьогодні може позиціонуватися й конкретне круїзне судно), об'єднуючи їх у групу для надання додаткових гарантій безпеки туристам та дифузії інновацій. Частка ринку сучасних круїзних ліній складає 70,5% від світової пропозиції, сегмент преміум займає 24,4%, на їх формування працюють понад 20 великих та середніх компаній (материнських та дочірніх), просуваючи продукт в основних круїзних регіонах світу. За оцінками експертів у період 2006-2010 років майже 70% від додаткових потужностей ринку було введено саме у цих двох сегментах [49].

Тобто інноваційні зміни в даних сегментах спрямовані на спеціалізацію круїзних суден як основу для диференціації продукту, а також ключовий фактор вибору потенційним туристом подорожі. Люкс лінії, так само як і спеціалізовані лінії формують 3,0% та 2,1% у структурі ринку, забезпечуючи організацію унікальних нішових маршрутів, інноваційна складова яких проявляється у пошуку нових портів призначення з унікальними атракціями [54].

Сьогодні спостерігається значна кореляція між круїзними лініями та популярними туристичними напрямками, що говорить про освоєння круїзними операторами в першу чергу тих напрямів призначення, які є сформованими туристичними дестинаціями привабливими для туриста –

сучасні продукти та преміум сегмент. В той же час, можна говорити й про освоєння нових destinations для зменшення перенавантаження на рекреаційні території та формування нових конкурентних переваг за рахунок мобільності круїзних суден – люкс сегмент та спеціальні продукти. Порівняння зазначених груп сегментів ускладнюється значною диференціацією продукту.

Спеціалізація круїзних компаній та диференціація їх пропозиції повинна базуватися на врахуванні структурних перетворень, що супроводжують розвиток круїзного ринку. Бажання підтримати темпи зростання ринку та пошук регіонів (destinations) для практичної реалізації даного завдання вказують на формування відповідальної пропозиції (табл. В3).

Інноваційні зміни у розвитку світового круїзного ринку визначають орієнтири для інноваційної активності всіх його суб'єктів. Процеси консолідації світового круїзного ринку підвищують гарантії безпеки для туристів, збільшують їх інформованість, знижують операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, одночасно забезпечуючи його стандартизацію через зменшення кількості посередницьких структур та соціальну відповідальність учасників ринку. Однак, тим самим укрупнення круїзних операторів зменшує кількість альтернатив розвитку ринку: за рахунок об'єднання створюється перевага за масштабами збуту, використовується дифузія інновацій, впроваджених у інших секторах економіки, не виділяються ресурси для самостійного пошуку нововведень.

Провідні холдинги круїзних компаній вкладають великі кошти в розвиток світового ринку. Всі зазначені кошти було вкладено у придбання майна та обладнання, тобто у будівництво нових суден та підтримку матеріальної бази у експлуатації. «Carnival Corporation & PLC» як лідер інвестує найбільші суми кошти у розвиток флоту, однак у зв'язку зі сплатою страхових відшкодувань у 2012 році розмір інвестицій було зменшено на 508,0 млн.дол. США. «Royal Caribbean Cruises Ltd. Co» проводить реструктуризацію активів, оскільки у 2011 роках та 2013 роках вкладено кошти у розвиток флоту

неконсолідованих філій, а у 2011-2012 роках продано судна. Окремо слід відмити стрімке нарощення матеріальних активів «Norwegian Cruise Line Holdings Ltd» з 184,8 до 894,9 млн.дол. США в аналізованому періоді, що дозволило холдингу увійти в трійку лідерів ринку. Зазначені лідери ринку представляють материнські круїзні корпорації, працюючи в усіх регіонах ринку з дочірніми круїзними компаніями, які володіють незначним флотом (2-5 суден), гнучкими в управлінні – горизонтальна інтеграція. Відповідно дані дочірні підприємства є дочірніми судноплавними компаніями. Зазначений розмір інвестування в підтримку та розширення матеріальної бази вказує на приналежність компаній до групи інноваційно активних суб'єктів ринку.

У табл. В4 визначено чотири типи круїзних компаній в залежності від пріоритетів їх інноваційної політики. Крім круїзних корпорацій та їх дочірніх компаній круїзний туристичний продукт формують круїзні оператори та незалежні судноплавні компанії, які мають значно обмежені ресурси для інноваційної діяльності.

Дослідження змін на ринку круїзного туризму дало можливість виділити зміни у круїзному туристичному продукті (табл.В5). Основним поштовхом для впровадження інновацій стала зміна самої концепції круїзного продукту, яка полягала у перетворенні подорожей з елітного туризму у масовий туризм як за допомогою розширення переліку послуг, так із використанням інструментів маркетингу.

Наприклад, враховуючи особливості круїзного бізнесу компанія «Princess Cruises» у своїй маркетинговій діяльності дотримується таких критеріїв:

- 1) вивчення потреб споживачів та запитів клієнтів компанії;
- 2) максимальна орієнтація на повне задоволення потреб круїзерів за критеріями привабливості порту та пізнавальних екскурсій;
- 3) якісне обслуговування туристів незалежно від вартості круїзу та розмірів теплоходу;

4) диференціювання круїзів за близькістю до портів та за акцентами на морські подорожі;

5) подорожі повинні бути безпечними, що у значній мірі забезпечує приток двох груп мандрівників: орієнтованих на екзотику та експедиційні труднощі, орієнтованих на наявність інфраструктури у морському басейні [42].

Таким чином, основою для формування інноваційного круїзного туристичного продукту є вивчення потреб споживачів для визначення базових послуг, які повинні надаватися на борту та на березі, відповідно, за результатами визначаються джерела інновацій: розбудова флоту (судна), визначення напрямів сервісного обслуговування та пошук туристичних маршрутів.

Зазначені напрями реалізуються, зважаючи на можливості круїзної судноплавної компанії. Аналіз ринку круїзного туризму свідчить, що основним напрямом розвитку круїзного туристичного продукту є розбудова флоту, оскільки з 2000 по 2013 рік у світі було побудовано 167 круїзних суден, окремі з них є найдинамічнішими та інноваційними концепціями дизайну, нові класи, великі та малі, річкові та морські [48].

Технічні можливості окремих суден є винятковими та інтегрують нововведення з суміжних секторів економіки (табл. В6). Технічні характеристики суден дають можливості реалізувати продуктові, технологічні та управлінські інновації радикального чи поліпшуючого характеру, а також паралельно посилювати безпеку подорожі та її якісні параметри. Зазначені інновації для лідерів ринку виступають інноваціями розвитку через активне інвестування коштів у розбудову флоту, незважаючи на терміни окупності проектів. Слід також відмітити, що виходу нового судна на круїзний маршрут передують прогнозна оцінка його пропускних можливостей відповідно до темпів зростання регіонального ринку, а також аналіз економічної ситуації в країнах-постачальниках круїзних туристів, оскільки економічна ситуація суттєво впливає на рівень споживання круїзного туристичного продукту.

Завдяки попиту круїзний туризм перебуває у постійній зміні. Слід визнати, що в умовах кризи морський туризм залишається єдиною прибутковою галуззю туризму. Серед основних глобальних тенденцій розвитку круїзного туризму можна виділити наступні фактори:

1. Середній вік туриста поступово зменшується. Цей фактор можна зв'язати з появленням інтересу до круїзного туризму серед молоді та сімейних пар через його доступність та різноманітність. За останні декілька років приблизний діапазон користувачів такого виду відпочинку становить від 30 до 50 років в середньому.

2. Появлення на туристичному ринку «гарячих круїзів». Такі круїзи виникають, коли туроператор розуміє, що своєчасно реалізувати всі квитки не вдається. Наприклад, лайнер відпливає 20 серпня, а 15 числа агенція бачить, що на рейс залишилося ще 50 вільних місць.

3. Наявність компетентних кадрів. Продаж круїзного судна вимагає багато знань і досвіду, накопиченого протягом багатьох років. Інші компоненти навчання кожного менеджера включають персональних репетиторів, відвідування та інспекції портових лайнерів, рекламні тури, групову підтримку тощо. Навчання займає в середньому не менше року, тому добре підготовлені менеджери з продажу круїзів високо цінуються і затребувані.

4. Збільшення розмірів кораблів. Круїзні кораблі стають все більшими та більшими, що дозволяє компаніям залучати більше туристів на кожен рейс. Нові кораблі здатні вмістити понад 6000 пасажирів та 2000 членів екіпажу.

5. Розширення географії маршрутів, подорожі до екзотичних та незвичайних місць. Круїзні компанії розширюють свої маршрути, включаючи в них менш відомі регіони та екзотичні країни. Також з'являється все більше маршрутів з виходом в море без відвідування портів.

6. Підвищення екологічної свідомості. Круїзні компанії активно займаються питаннями збереження довкілля та екологічної стійкості. Вони все частіше інвестують у технології, які дозволяють знизити викиди шкідливих

речовин та покращити якість води. Наприклад, на деяких кораблях впроваджено системи II та автоматизації, у тому числі системи управління відходами та моніторингу безпеки.

7. Нові зручності на борту. Круїзні компанії намагаються забезпечити своїх пасажирів різноманітними зручностями на борту, такими як великі аквапарки, штучні водоспади, різноманітні кулінарні ресторани та інші. 8. Підвищення рівня безпеки. Круїзні компанії активно працюють над підвищенням рівня безпеки на кораблях та в портах. Вони впроваджують нові технології та програми, які допомагають попереджати можливі небезпеки та захищати пасажирів. 9. Різнманітність розваг на борту. Круїзні компанії намагаються запропонувати пасажиром якнайбільше різноманітних розваг на борту. Це можуть бути театральні вистави, концерти, активності на свіжому повітрі тощо.

РОЗДІЛ II

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СВІТОВИХ КРУЇЗНИХ КОМПАНІЙ

2.1. Основні регіони круїзного туризму та особливості їх використання круїзними компаніями

За останні роки морські та океанські круїзи міцно зайняли своє місце серед найбільш перспективних галузей світового туристичного бізнесу. На думку експертів в галузі туризму ця галузь індустрії подорожей постійно розвивається, а попит на послуги операторів, що займаються організацією круїзів, зростає з року в рік. На основі зробленого аналізу історії розвитку та сучасного стану круїзного судноплавства визначено необхідність розвитку круїзного туризму, як перспективного виду відпочинку, а також доведено необхідність підвищувати ефективність використання наявних природних ресурсів для розвитку круїзного туризму та трансформувати це у перспективні напрямки туристської діяльності.

Вивченням сутності круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географію круїзних маршрутів займалися Олександрова А.Ю., Біржаков М.Б., Долматов Г.М., Надточій В.Г. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та в Україні вивчали Данчик М.М., Кізілова Є.Ю., Тіщенко Є.А. Інформація про розвиток круїзного туризму в світі представлена статтями, фотографіями та в Інтернет ресурсах, але є фрагментарною.

Станом на 2023 рік можемо виділити наступні регіони морського круїзного туризму (

У той час як розвиток круїзного бізнесу має надзвичайно успішну бізнес-модель, круїзний сектор також стикається з кількома значними проблемами, такими як виключно конкурентне комерційне середовище, занепокоєння щодо надмірної потужності та можливості призначення для обслуговування більших суден. Хоча місця призначення прагнуть прийняти розширення галузі, вони також повинні керувати часто різноманітними

потребами громад, водночас захищаючи місцеве довкілля та мінімізуючи будь-які витрати, пов'язані зі стійким круїзним напрямком [65].

Вибір місць призначення та географічних районів перед тим, як відвідати їх під час майбутнього наземного відпочинку, є одним з найбільш впливових аспектів при виборі круїзної відпустки на борту круїзного лайнера, і більшість пасажирів круїзу часто надають перевагу Карибському басейну, Алясці, Багамам, Європі та іншим країнам. На основі порівняння з іншими категоріями туризму круїзний досвід постійно отримує найвищі оцінки від клієнтів за широким спектром важливих атрибутів відпустки. Перспективи круїзу визнали високу цінність круїзної відпустки, і люди, які вже користувалися цією послугою, вважають її найкращим співвідношенням ціни та якості.

Протягом багатьох років круїзна галузь має високий відсоток оцінки задоволеності клієнтів: близько 97% усіх круїзерів оцінюють свій досвід як «задоволений» або «надзвичайно задоволений». Існує також високий рівень повторних круїзних пасажирів: близько 55% клієнтів відправляються в круїз щорічно, а близько 30% зацікавлені у повторному досвіді в майбутньому. Круїзний туризм стає все більш популярним у всьому світі. Однак здоров'я та безпека тисяч круїзних туристів опинилися під загрозою через пандемію COVID-19. Відмова від заходу круїзних суден була найважливішою причиною небезпеки для здоров'я, з якою стикаються пасажирів. Більше того, деякі прибережні держави вирішили закрити свої кордони, залишивши пасажирів на волю в разі спалаху COVID-19 на борту. У лютому круїзному лайнеру *Westerdam* під голландським прапором з пасажирами, підозрюваними у зараженні вірусом COVID-19 на борту, було відмовлено зайти в Манілу на Філіппінах, Гаосюн на Тайвані, Китай, Ішігакі в Японії, Гуам у Сполучених Штатах і Лаєм Чабанг у Таїланді [66].

Вирішення міжнародних проблем охорони здоров'я в різні періоди вимагає різних моделей управління та міжнародної правової системи охорони здоров'я, що їм відповідає. У контексті глобалізації роботу з запобігання

пандемії більше не можна розглядати як відповідальність окремої країни. Державний суверенітет поширюється на внутрішні води, що охоплюють їх поблизу території, над якою держава здійснює свій суверенітет. Ці води включають води портів, заток і лиманів. Порти є фактичними торговими місцями для суден, які відкриті для всього світу та мають обмежений доступ державами, що ними володіють [67].

Відтак, у даному дослідженні було виявлено тенденції та перспективи розвитку сучасного круїзного туризму на початку XXI ст. Круїзний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, оскільки це досить трудомісткий, капіталомісткий вид туризму, що поєднує в собі декілька видів туризму, – рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний. Під круїзом слід розуміти подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів. Рекреаційними ресурсами круїзного туризму є: моря, озера, річки, канали. Круїзінг – це міжнародний бізнес комплекс ринкових структур, що є, і що сполучає декілька певних міжнародних ринкових сегментів. До перевезень туристів водним транспортом відносять: морські перевезення і круїзи, річкові подорожі і круїзи, подорожі на поромах, катамаранах, яхтах, морські і річкові прогулянки (екскурсії) та інші види водних подорожей. Найбільш поширений вид водних подорожей – круїзи. Круїзний туризм поділяється на: – морський круїз – подорож звичайна по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів у внутрішні райони країн; – річковий круїз – подорож водним транспортом по внутрішніх водних артеріях (річкам, озерам, каналам).

Морські подорожі мали епохальне значення для людства – ознаменували нову еру в географічному дослідженні Землі, дали поштовх для епохи Великих географічних відкриттів, для розвитку багатьох областей природознавства, сприяли інтенсифікації світової торгівлі. Початок морського туризму відноситься до середини XIX століття, коли лінійні пасажирські компанії почали шукати шляхи використання пасажирських суден у період

міжсезоння в лінійних перевезеннях. «Джерелом» пасажирів для трансатлантичних ліній була європейська еміграція: за період з 1846 по 1940 рр. на американський континент із Європи емігрували близько 60 млн. осіб, з яких близько 36 млн. виїхали в США [68, с. 153].

Загострена конкуренція змушувала судновласників постійно поліпшувати умови проживання на судні, обробку кают і всю систему обслуговування пасажирів у рейсі, що швидко перетворило судна в висококомфортабельні плавучі готелі.

Перші повідомлення про спеціально організовані рейси морських пасажирських суден з метою відпочинку відносяться до 1835 р., коли в Англії були оголошені регулярні прогулянкові рейси між Оркні, Шотландськими островами та Ісландією. Через два роки автори цієї ідеї заснували судновласницьку компанію «P&O». У 1840 р. компанія починає групові туристичні поїздки по Середземному морю за допомогою агентства Томаса Кука, які відразу ж отримали велику популярність. Через кілька років для цих цілей починають фрахтувати вже цілі судна. Одне з відомих – рейс пасажирського судна «Тагус» («P&O») в 1843 році з Лондона в Чорне море [68, с. 171].

Новий напрямок на ринку організації відпочинку надав сильний імпульс круїзному суднобудуванню, в результаті чого в 1900 р. «Narag-Lloyd Cruises» побудував судно тільки для круїзів, яке здійснювало круїзи цілий рік, змінюючи лише регіони. Одночасно із замовленням нових, переобладнувалися під круїзи і знаходилися в експлуатації, вантажопасажирські судна. Круїзні подорожі довго розглядалися лише як побічний бізнес, що дозволяв судновласникам зайняти судна в несезонний період. Основними ж були лінійні перевезення пасажирів і пошти. Ситуація почала змінюватися напередодні Першої світової війни. У 1911 р. «Cunard» побудував свій лайнер «Франконія», який став прототипом пасажирських суден подвійного призначення – лінійно-круїзних. Період між Першою і Другою світовими війнами характеризується широким поширенням круїзних подорожей, хоча в

основному в несезонний період. Провідними країнами в цьому секторі індустрії відпочинку стали Великобританія, як найбільша судноплавна держава, а також США і Німеччина, де приділяється розвитку морського туризму велике значення. Щоб компенсувати зимовий спад у лінійному судноплаванні, англійські судноплавні компанії «Cunard» та «White Star» організували взимку 1922–1923 рр. круїзи (по три судна) з Нью-Йорка в Середземне море [68, с. 178].

У Німеччині в 1933 році провідними лінійними судноплавними компаніями «Гамбург Америка Лайн», «Норддойчер Ллойд» та «Гамбург Зюд» були організовані морські подорожі з метою відпочинку в Середземне й Північне моря, на острови Атлантичного океану, в Західну Індію та Америку – в цілому на 12 суднах. В цей же час активізує на круїзному ринку свою діяльність і німецька компанія «Narag-Lloyd Cruises», судна якої почали перші круїзні рейси через Атлантику. У 1934 р. Німецький робітничий фронт нацистського режиму розпочав організацію круїзів під гаслом «Сила через радість», проводячи в життя ідею масового морського туризму. Раніше для цих цілей фрахтували великі навіть за сьогоdnішніми критеріями судна, що перевозили по 2 тис. пасажирів, але в 1938 – 1939 рр. були побудовані спеціальні круїзні судна «Вільгельм Густлоф» і «Роберт Лей». У 1935 р. на круїзний ринок вийшли греки. Заснована незадовго до цього компанія «Hellenic Mediterranean Lines» придбала яхту і почала використовувати її для круїзів. Друга світова війна зупинила розвиток круїзів майже на 10 років. Під час війни багато пасажирських, в тому числі і круїзних суден загинуло, і тому круїзний ринок наприкінці 40-х років ХХ ст. був досить слабким. Проте вже на початку 50-х років ХХ ст. було закладено велику кількість суден подвійного призначення (вантажопасажирських) англійськими, італійськими, голландськими та скандинавськими компаніями. Першими круїзними суднами, побудованими після війни, були «Океаніка» компанії «Home Lines» та італійське «Італія», які здійснювали рейси зі східних та західних портів США в район Карибського басейну. Цивілізований ринок морських круїзів

виник після 1960 р., коли бурхливий розвиток авіаційних трансконтинентальних рейсів почав тіснити традиційні морські подорожі і було необхідно шукати нові форми даних перевезень.

До 1980 р. круїзний бізнес здійснювали вже 15 великих світових компаній. До таких компаній належать: «Carnival Group» (22 судна), «Royal Caribbean International» (12 суден), а також «Princess Cruises», «Holland America Line». До 1995 р. індустрія «плавучих готелів» налічувала вже 220 великих пасажирських лайнерів загальною місткістю 150 – 572 місця. До 1999 р. круїзи виконали перевезення понад 8 млн. осіб, а в 2009 р. – 14 млн. Тільки протягом найближчих 4 років планується будівництво 50 нових круїзних лайнерів [69, с. 52].

Передбачається будівництво прозорих підводних човнів, що надають широкий огляд підводного світу. Щорічно обсяги продажів круїзних компаній світу збільшуються до 100%, а щорічні обороти досягають 9 млрд. доларів. Основними регіонами круїзного бізнесу є Карибський (75% обсягу) і Середземноморський басейни (20% обсягу). Для круїзних подорожей освоюються акваторії Північного полюса і Антарктиди. Для туристів тут відкрили свої льодові бази Великобританія, Нова Зеландія та росія.

Аналіз світового ринку морського туризму показує, що існує тенденція щорічного збільшення туристів, охочих зробити морські подорожі на 10 %. Щороку круїзи здійснюють більше 15 млн. чоловік; 60% з яких доводяться на Північну Америку (США); 20% – на Європу. Сьогодні круїзи використовуються для спеціалізованих бізнес-шкіл, семінарів, конференцій, шоу-програм. Серед ділових людей користуються попитом круїзні конгрес-тури, навчальні тури, інсентів-тури, програмні мовні тури. Для їх організації на теплоходах обладнуються конференц-зали з повним набором технічних засобів та оргтехніки. Найбільшими круїзними портами світу являються: Майамі (США); Акапулько (Мексика); Генуя (Італія); Сінгапур; Марсель (Франція); Дубай (ОАЕ); Ванкувер (Канада); Гонолулу (Гаваї). Головним центром морського круїзного туризму в Україні є Одеса. Сьогодні для

українських морських портів актуальним стає пошук нових видів діяльності, одним з яких, поза сумнівом, повинен стати морський, перш за все в'їзний туризм. Можна виділити наступні регіони морського круїзного туризму (див табл. Г1)

Основні райони морських круїзів – Карибський басейн і Середземне море. Головною перевагою Карибського басейну є те, що круїзи можна проводити круглий рік. Тривалість круїзних маршрутів коливається від 3 днів до 2 тижнів. Класичні морські круїзи – це Середземне море. Круїзні маршрути охоплюють відразу декілька європейських країн – Іспанія, Франція, Італія, Греція – і країн Північної Африки – Марокко, Туніс, Єгипет. Великою популярністю користуються круїзи уздовж берегів Британії, Скандинавії та Росії. В останні декілька років стали популярні круїзні маршрути до берегів Антарктиди і до Північного полюса. «Льодові» круїзи здійснюються круглий рік: влітку маршрути пролягають в Арктику, взимку основний напрям – Антарктида. Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі тривалістю більше 120–140 днів. Останнім часом велику популярність отримали круїзи на поромах як різновид морських круїзів. В основному через їх короткостроковість і економічність [70].

Річковий круїзний туризм найбільшою мірою розвинений в європейських країнах (Франція, Німеччина, Румунія, Угорщина, Італія). Провідні круїзні річки світу: Сена; Луара, Ельба, Рейн, Дунай, Янцзи, Волга, Єнісей, Амазонка; Нил; Міссісіпі; Міссурі. Найбільш популярні круїзні маршрути по Луарі, Рейну, Роне, Сене, Ельбі. Судна, вживані на річкових маршрутах в Європі, відносяться до преміум класу. Голландська круїзна компанія Sea Cloud експлуатує два річкові круїзні судна класу «люкс». Водні туристські подорожі мають цілий ряд переваг по відношенню до наземних: найбільш високий рівень комфорту, значний обсяг одноразової завантаження (1000 осіб і більше), можливість реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний, бізнес-туризм, навчальний туризм, шоп-туризм, паломницький тощо), можливість повноцінного відпочинку, повний комплекс

життєзабезпечення. Але ж є і недоліки: невисока швидкість руху транспортних засобів, обмежена мобільність, синдром «замкненого простору», схильність до частини людей «морської хвороби», у ряді випадків високі тарифи та ін. Основними мотивами вибору водних подорожей туристами є бажання відпочити на воді, побачити нові міста, відвідати музеї, монастирі, церкви та інші пам'ятки. Слід також зазначити, що відпочинок на воді, на думку фахівців, найбільш корисний для здоров'я (повільне переміщення по водних просторах знімає стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму). Таким чином, потрібно зазначити, що переваги морської подорожі перед наземною очевидні. Тому світовий круїзний ринок на початку XXI ст. зазнає значних змін. У 2009 р. обсяг круїзних туристів у світі подолав позначку в 14 млн. осіб. Згідно з прогнозами експертів, в 2012 р. кількість круїзних пасажирів повинна збільшитися до 18 млн., а ще через 2 роки – до 20 млн.

Більш детально розглянемо регіон Карибського басейну. Його популярність обумовлюється в першу чергу географічними факторами: вигідним розташуванням, широтою, кліматичними умовами, наявністю великої кількості островів. По-друге, більшість карибських круїзів стартують з великих портів США: Маямі, Форт-Лодердейл, Тампа, Порт-Канаверал та ін.. Щодня з цих міст виходять десятки мега-лайнєрів місткістю до 5000 пасажирів і круїзних суден поменше.

Протягом більшої частини року на островах комфортний клімат. Це найпопулярніший круїзний регіон для послуги оренди теплоходу, особливо для мандрівників, які хочуть тепла, моря і відпочивати на незайманих пляжах.

Карибські круїзи складаються з трьох окремих регіонів: Східний Карибський басейн, Західний Карибський басейн і Південний Карибський басейн. Порти південної частини Карибського басейну знаходяться поблизу екватора. Туристи насолоджуються теплим кліматом і чудовою природою, відвідуючи острова Тринідад і Тобаго, Гренада, Сент-Вінсент і Гренадіни та Барбадос. Карибські східні круїзи це заходи суден на Багамські острови, в Пуерто-Ріко, до Домініканської Республіки. Пасажири відвідують острови з

багатою флорою і фауною та відпочивають на пляжах з білосніжним піском. Маршрути по Західному Карибському басейну прокладені по екзотичних місцях, таких як Беліз і Гондурас, а також Ямайка і Кайманові острови, які відрізняються гарною екзотичною природою, прекрасними пляжами, незайманими місцями.

Круїзів по Карибському басейну мають безліч переваг, найголовніші серед яких:

- круїзи є «безвізовими». Це означає, що пасажирам не доведеться оформляти цей вид документів ні для основного плавання, ні для відвідування острівних держав на Карибах;

- карибський круїз припускає відвідування не тільки всесвітньо відомих туристичних островів, також і невеликих, й зовсім крихітних незаселених острівців;

- Кариби – це більше семисот островів, кожен з яких унікальний; – на відміну від інших популярних турів, круїзи по Карибському басейну не містять тривалих переходів, а значить, і час, проведений на борту, значно зменшується на користь більшого перебування на суші [73].

Інфраструктура портів регіону є якісною. У трійку лідерів портів за оснащеністю і кількістю прийнятих лайнерів входять: Нассау (Багамські острови), Бриджтаун (Барбадос) і Ораньєстад (Аруба) [74].

Нассау на Багамських островах по праву можна назвати головним круїзним портом всього Карибського басейну. У круїзних причалів можуть одночасно пришвартуватися відразу 6 великих лайнерів. Порт завантажений цілорічно. Пляжі в околицях порту обладнані всім необхідним. Представлені будь-які види розваг: водні види спорту, дайвінг, снорклінг, екскурсії по островах, дискотеки, наявність великої кількості закладів харчування і багато іншого. Нассау зустрічається в більшості карибських маршрутів, будь-то короткі круїзи вихідного дня на 3-4 ночі або повноцінні морські тури на 7-14 ночей.

Не відстає від Нассау і наступний порт-рекордсмен Бриджтаун на Барбадосі. Круїзні причали цього міста також можуть прийняти одночасно до 6 лайнерів. Перш ніж вирушити насолоджуватися пляжним відпочинком, більшість туристів воліють відвідати місто-столицю Барбадосу. Багато хто називає Бриджтаун копією Лондона під пальмами. У місті безліч вікторіанських будівель і пам'яників архітектури, а торгові центри безмитної торгівлі не залишають байдужим любителів шопінгу. Ораньєстад – це не тільки великий круїзний порт, а також і столиця Аруби. Причали порту розраховані на візит відразу 3 круїзних лайнерів. Ораньєстад зустрічає гостей яскравими тропічними пейзажами, музеями, торговими центрами і мальовничою колоніальною архітектурою. Кращі пляжі острова з білосніжним піском, який не нагрівається від сонця розташовані в радіусі 5 хвилин їзди від міста. Серед великих круїзних портів Карибського басейну варто також відзначити Монтего-Бей на Ямайці, Косумель в Мексиці, Сан-Хуан в Пуерто-Ріко, Шарлотта-Амалія на острові Сен-Томас та інші. Існує також велика кількість круїзних зупинок на островах, де не можуть пришвартуватися великі лайнери, наприклад, на острові Сен-Бартс або Вірджин-Горда. В такому випадку судна стають на якір, а пасажирів до берега доставляють на тендерних катерах [74]. Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що Карибський регіон має розвинену інфраструктуру як портів так і лайнерів для обслуговування пасажирів круїзних суден, зручним географічним положенням, можливістю цілорічного функціонування, наявністю пам'яток, унікальною природою. Карибський басейн, як і всі інші регіони, однаково постраждав від світової пандемії COVID-19, але круїзна галузь наразі знаходиться на етапі активного відновлення. Це відкриває багато нових можливостей для проектування нових унікальних круїзів в регіоні.

Окремо вважаємо необхідним розглянути питання екологічної проблеми територій де знаходиться найрозвиненіша круїзна інфраструктура та як наслідок території які приймають найбільшу кількість круїзних туристів.

В круїзному туризмі питання екологізації пов'язано з оптимальним використанням туристичних ресурсів природного та антропогенного характеру. У формуванні круїзного продукту задіяні кліматичні умови, річкові та морські води, річкова та морська флора і фауна, підводні ландшафти, прибережні території, портова інфраструктура, пляжна інфраструктура, річкові та морські судна різної місткості та комфортабельності, транспортна та комунікаційна мережі, інші.

На основі даних ресурсів персонал круїзної судноплавної компанії визначає географічний регіон (район) та розробляє для нього маршрути подорожей, оцінюючи їх ключові елементи та враховуючи мотивацію туристів, а також прогнозує перспективи диференціації пропозиції в майбутньому. Невідповідність або відсутність окремого ресурсу виступає перешкодою для роботи компанії та впливає на місткість ринку круїзного туризму. При цьому більшість компаній концентруються на територіях, які мають всі можливості для формування продукту, що посилює як конкуренцію, так і рекреаційне навантаження.

Тому, незважаючи на «високі бар'єри» для входу на ринок круїзного туризму, окремі учасники обирають саме стратегію сегментної спеціалізації, збільшуючи кількість маршрутів та круїзних суден, що працюють в межах одного регіону. Світова практика дає можливість виділити географічні регіони, що мають найбільше рекреаційне навантаження, з позиції круїзного туризму: Карибський басейн та Середземне море. За статистичними даними частка даних регіонів складає 52,4% у структурі ринку круїзного туризму [75].

До базових переваг, що сприяли активному розвитку круїзного туризму у цих регіонах, належать: сприятливі кліматичні умови; розвинена портова інфраструктура; розвинені транспортні та комунікаційні мережі; лібералізація процедур паспортного та митного контролю; наявність історичних та культурних пам'яток; розвиток сфери розваг; підтримка розвитку круїзного бізнесу на державному рівні тощо. Питання виснаження ресурсів, що задіяні у формуванні круїзного туристичного продукту стає центром уваги для

бізнессередовища та держави. Формами екологізації туризму на державному рівні є цільові управлінські заходи прямого та непрямого впливу, спрямовані на зменшення рівня виснаження рекреаційно-туристичних ресурсів.

Пряме управління в даному випадку передбачає нормативно-правове регулювання туристичної діяльності, обмеження загальної кількості відвідувачів відповідно до гранично припустимого туристичного навантаження на природні комплекси, регламентації та зонування природоохоронних територій, використання спеціальних технологій мінімізації забруднення навколишнього середовища тощо. Непрямий метод управління ґрунтується на зміні поведінки самих туристів та представників туристичної індустрії шляхом підвищення рівня їх екологічної освіти, екологічної просвіти місцевого населення, використання засобів інформаційного впливу (екологічний PR, іміджеві стратегії тощо), виховання культури спілкування (між людьми різних соціальних прошарків, різного майнового стану, міжетнічного, міжрелігійного тощо), формування поважного відношення до місцевих жителів, формування культури екологічного відпочинку (екорекреаційної культури) [77].

Серед форм екологізації туризму в приватному секторі виділяють процеси, спрямовані на екологізацію технологій обслуговування туристів, які передбачають зменшення сировинно-, водо-, енергоємності послуг, що надаються у складі туристичного продукту, впровадження замкнених технологічних циклів. Відповідно круїзні судноплавні компанії визначають власні стратегічні цілі на основі принципів соціально-екологічної відповідальності та виступають з ініціативами по зменшенню негативного впливу круїзів на природне середовище, забезпечуючи баланс стійкості й стабільності господарської діяльності за рахунок збереження їх високого потенціалу в майбутньому.

Екологізація круїзного туристичного продукту розглядається ринком як невід’ємна ознака його якості та конкурентоспроможності. Круїзні судноплавні компанії здійснюють пошук інноваційних рішень у сфері екології

та підвищення рівня енергоефективності суден. «Зелені технології», які ще десять років тому вважалися досить далекою перспективою, сьогодні стали базовими умовами при проектуванні кожного нового круїзного судна.

Положення Міжнародної конвенції по запобіганню забруднення з суден (MARPOL 73/78) постійно переглядаються для підвищення рівня екобезпеки водних ресурсів. На відповідність круїзного флоту даному міжнародному документу працює Європейська програма по підтримці екологічних проектів, яка впроваджує проект «Сталий круїз» («Sustainable Cruise»). У межах проекту передбачено впровадження технологій по скороченню та переробці відходів, а саме: зменшення використання тари та упаковки в усіх процесах, пов'язаних з організацією круїзних ліній; скорочення твердих побутових відходів та управління біорозкладними (органічними) відходами; переробка паперу, підвищення енергоефективності при організації даних робіт [78].

Крім зазначених технологій круїзні судна облаштовують енерго- та водозберігаючими приладами, панелями сонячних батарей, приладами для зменшення шуму, системами кондиціонування повітря, очистки стічних вод та переробки пального, комп'ютерними програмами, здатними проводити оцінку продуктивності роботи судна (в т.ч. системами життєзабезпечення кают), покривають корпус нетоксичними фарбами, що зменшують тертя корпусу, проклеюють плівку на вікна для підвищення теплоізоляції внутрішніх приміщень тощо [79].

Сьогодні міжнародні круїзні судноплавні компанії будують судна на основі двопаливних двигунів на зрідженому природному газі (LNG). Таким чином, програма екологічної безпеки круїзних судноплавних компаній базується на удосконаленні операційних процесів за рахунок впровадження ощадливих технологій при будівництві круїзних суден.

Однак, слід зазначити, що дані заходи мають комплекс підтримуючих дій, які реалізуються безпосередньо під час круїзу, а саме:

- проведення екологічних семінарів та програм для туристів – реалізується у межах круїзної програми, зокрема, ознайомлення з роботою енерго;

- та водозберігаючих приладів, проведення екскурсій до лабораторій в межах судна, залучення експертів-екологів до проведення семінарів щодо збереження природних ресурсів у конкретних регіонах тощо;

- проведення екологічних тренінгів для персоналу суден – передбачає ознайомлення з роботою всіх систем судна для інформування туристів про переваги подорожі, проведення спільних семінарів з пасажирами;

- планування маршруту круїзу для мінімізації витрат пального – реалізується шляхом оптимізації часу руху та стоянок судна, врахуванні кліматичних особливостей географічних районів, використанні виключно енергосистем міст при стоянці у портах (вимкненні внутрішніх джерел живлення під час стоянки).

Для реалізації окремих напрямів програми екологічної безпеки в круїзному туризмі необхідно підкреслити важливість співпраці круїзних судноплавних компаній з міжнародними організаціями та університетами з питань дослідження зміни клімату. Круїзні судна обладнують лабораторіями для моніторингу за природним середовищем, зокрема для збору даних про якість морської води та кліматичні умови. Екологічні ініціативи круїзних судноплавних компаній як заходи програм корпоративної соціальної відповідальності відзначаються екологічними нагородами. В різних регіонах світу міжнародними фондами та організаціями, державними спеціалізованими організаціями, містами та портами круїзним судам присвоюють «Зелені зірки», винагороди або премії з охорони навколишнього середовища, що вказують на їх внесок у збереження екосистем. Круїзні судноплавні компанії сприяють реалізації світових сертифікаційних програм з екологізації та сталого розвитку туризму, зокрема:

- Blue Flag Campaign – добровільний екологічний знак присуджений більш ніж 3850 приморським районам у 48 країнах світу, в тому числі у 2750 районах у 21 країні Європи;

- Green Globe (включаючи Green Globe Travel) – ініціатива, що передбачає видачу сертифікату відповідності на основі 41 критерію і 337 показників та охоплює підприємства з понад 90 країн світу;

- Certification for Sustainable Tourism Program – CST [76].

Відзначення винагородами свідчить про добровільну реалізацію принципів соціальної екологічної відповідальності. Крім того, дані ініціативи, виступаючи інструментами екологізації туризму, реалізують і маркетингові функції, забезпечуючи іміджеву підтримку їх учасникам. Екологічні протоколи впроваджуються круїзними судноплавними компаніями в межах міжнародного стандарту ISO 14001 для систем екологічного менеджменту. Досягнення акредитованої сертифікації має комерційну цінність для компанії, включаючи не тільки скорочення викидів парникових газів та раціоналізацію управління відходами, а також забезпечуючи подолання бізнес-ризиків та отримання конкурентних переваг [80]. Обов'язковими членами екіпажу круїзних суден стають екологічні офіцери, які контролюють всі питання пов'язані з екологічною безпекою та гарантують дотримання взятих компанією екологічних зобов'язань під час круїзу.

2.2. Круїзні компанії та стан ринку круїзних подорожей у світі

Найбільш поширений вид водних подорожей — круїзи, це поняття охоплює організацію морських і річкових подорожей з відвіданням портових міст декількох країн. Ідея морських подорожей системою круїзу належить американцю Бобу Дікенсону, співробітнику компанії Ford Motors. Ним у 50 ті роки ХХ ст. була розроблена концепція круїзного відпочинку, яка передбачала потужну індустрію розваг на теплоході. Цивілізований ринок морських круїзів виник після 1960 р., коли бурхливий розвиток авіаційних

трансконтинентальних рейсів почав тіснити традиційні морські подорожі й було необхідно шукати нові форми даних перевезень [84].

Круїзні судна сертифікуються за 6 категоріями (зірками). До вищої, шостої, належать судна категорії суперлюкс. Круїзний ринок можна умовно поділити на два сегменти, що паралельно розвиваються: масовий (мегалайнери, довжиною понад 300 м і пасажиромісткістю до 2,000 осіб і більше) та нішовий (індивідуальний туризм на суднах невеликого розміру, пасажиромісткістю до 500 осіб). Для обох сегментів ринку характерна висока диференціація продукту, що надається: для масового сегменту — на борту судна; для нішового сегменту — на березі, під час відвідування круїзних портів [89].

Круїзні судна характеризуються наступними видами: 1. Вітрильні круїзні судна. Вітрильники не втрачають свою привабливість як круїзні пасажирські судна і в наші дні. Активно функціонує компанія «Star Clippers», що здійснює на трьох розкішних вітрильних судах «Royal Clipper», «Star Clipper» і «Star Flyer» круїзи в Середземномор'ї, Карибському басейні, трансокеанські рейси, плавання в районі Далекого Сходу. Регіони плавання визначаються сезонними погодними умовами. Тривалість такого виду круїзів від 7 і 14 діб. Вартість від 2000 до 5000 USD. Каюти поділяються на шість категорій (включаючи клас DeLux з двоспальним ліжком), з ліжками twin або двоярусними ліжками, є тримісні каюти. Всі каюти обладнані душем і санвузлом різної комфортності. Компанія співпрацює з British Airways і здійснює підсадку пасажирів в проміжних портах. Пропонуються спеціальні програми для молодят, організація конференцій, свят. Обслуговування пасажирів вельми елітне, харчування – різноманітне і екзотичне, є салони для некурящих і звичайно ж можливість для заняття водними видами спорту, цікаві екскурсії та ін. 2. Круїзи на старовинних і традиційних вітрильних суднах. Цей вид туризму активно розвивається в Європі і США. У приватному володінні чи володінні різних компаній збереглася велика кількість вітрильних суден класу «В» (які вміщують від 6 до 40 пасажирів), побудованих

на початку століття, або в наші дні, але за старовинними кресленнями і з дотриманням традиційних методів побудови. Існує два способи відправитися в подорож: або купити індивідуальний тур і приєднатися до спланованого маршрутом, або орендувати судно з капітаном і самостійно вибрати напрямок і тематику подорожі. Вартість круїзу варіюється в залежності від судна, тривалості плавання і послуг, що надаються: участь в регаті «Катті Сарк-2001» (один перехід, 6 днів), наприклад, коштує для дорослого - 551 USD, для молоді (15-25 років) – 420 USD. Якщо взяти судно в повну оренду, наприклад, вартість добової оренди 24-місцевої шхуни високого класу «Najaden» в Стокгольмському архіпелазі коштує 5700 USD.

3. Круїзний яхтовий туризм. Значна частина вітрильних яхт – приватні судна. Яхта – це дороге придбання, і тому доступна людям заможного класу. Обслуговування яхти – справа клопітка, вимагає спеціальних знань і навичок. Відпочинок на яхті має широке поширення в більшості розвинених країн світу, особливо в Європі, Америці та Австралії. Професійних яхтсменів і любителів об'єднують яхт-клуби, в яких організують спілкування людей, влаштовують змагання, далекі і короткі круїзні плавання. Вартість стоянки катера довжиною 10-12 м обходиться власнику в 10-15 USD на добу. Не всім дістається місце біля причалу, деякі яхти і катери стоять в гавані на буї, з берега до них добираються на невеликому човні типу «Zodiak». Переважна більшість приватних яхт належать сімейним власникам. Це і визначає специфіку яхтових подорожей. Для сімейних яхтових круїзів характерні короткочасні плавання, на «weekend». Дуже популярні круїзи по внутрішніх водних шляхах тим, що можна відвідати багато цікавих місць за короткий проміжок часу.

4. Чартерний круїз на моторній яхті. Моторна яхта являє собою невелике приватне круїзне судно, де часто екіпаж перевищує число гостей. Власники круїзерів використовують свої судна в двох напрямках: відпочивають самі або здають в чартер спеціальним брокерським чартерним компаніям. Такі типи компаній особливо поширені в США, Великобританії та Австралії. Тривалість круїзу залежить від бажання клієнта і в середньому становить 1-2 тижні.

Вартість варіюється від типу і місткості яхти, кількості працюючого екіпажу і тривалості плавання. Зазвичай видається за схемою «все включено», хоча можливі й інші варіанти. Маршрут круїзера буде спланований за бажанням гостей. Незважаючи на високу вартість, чартер таких суден дуже популярний, бронювання яхт, наприклад на Різдво або новорічні свята, відбувається за 1-1,5 року. 5. Круїзи на поромах. У загальному випадку під поромом розуміється спеціальні плавзасоби і судна для регулярного перевезення транспортних засобів і великих потоків пасажирів на невеликі відстані через водні простори між береговими пунктами. На великих озерних і морських переправах активно використовуються великі морські і трансокеанські пороми.

Основними транспортними характеристиками суден є: 1. Мореплавність – сукупність основних характеристик судна: плавучість, стійкість, непотоплюваність, керованість, плавність качки. Важливий показник – міцність корпусу, здатного протистояти впливу масових навантажень, хвиль, льодів, виходу на хвилю. Головні розмірні показники – довжина і ширина корпусу, висота борту і посадки. 2. Масові показники: водотоннажність і повна вантажопідйомність. 3. Об'ємні показники: вантажомісткість і пасажиромісткість (кількість місць, призначених для перевезення пасажирів), а також валова місткість судна. 4. Показники швидкості: в практиці експлуатації суден розрізняють технічну швидкість і середню шляхову експлуатаційну швидкість. Технічна швидкість – показник, який задається замовником при проектуванні і будівництві судна – максимальна швидкість руху. І експлуатаційна колійна швидкість – досягається в процесі певних умов плавання на маршруті за даний відрізок часу. Ця швидкість залежить від умов плавання, включає затримки а шлюзах, портах, змінюється в залежності від завантаження судна, погодних умов, напрямку вітру, хвилювання, льодової обстановки, глибин. Морські судна поділяються на такі категорії: 1. Необмеженого морського (океанського) плавання. Це середньо- і великотоннажні судна, з підвищеною міцністю корпусу, високими морехідні якості, технічні характеристики яких гарантують безпеку плавання в океані за

будь-яких умов; 2. Обмеженого плавання, зазвичай в межах одного моря, в полегшених навігаційних умовах, як правило, це малотоннажні судна маломірного флоту; 3. Прибережного (місцевого) і рейдового плавання, район плавання обмежений рейдами або акваторією порту; 4. Змішаного «ріка-море», служать для виконання робіт на морських і річкових шляхах і системах; 5. Судна льодового плавання, пристосовані для самостійного плавання в льодових умовах або слідує за криголами. Вони мають підвищену міцність корпусу і захист гвинтів від пошкоджень. Перевезення туристів морським транспортом регулюється правовими актами міжнародного і національного законодавства. При міжнародних перевезеннях діють договори і конвенції, серед яких слід виділити Афінську конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу, Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі, Міжнародну конвенцію про уніфікацію деяких правил, що стосуються перевезення пасажирів морем, Міжнародну конвенцію про пошук і рятування на морі. Стабільний попит на круїзний продукт обумовлює й будівництво суден: сума заявлених за останні роки інвестицій на створення нових океанських лайнерів перевищувала 6,5 млрд дол. У 2015-2019 рр. витрати круїзної індустрії становили щороку майже 120 млрд. дол. США., підтримуючи зайнятість майже 1 млн. осіб [103]. Експерти КЛІА виділили 13 основних трендів розвитку круїзної індустрії на найближчі роки [102]. Серед них – зростання популярності річкових круїзів. Відповідно до прогнозів до 2022 р. на Carnival Corporation припадатиме 42,1% круїзного ринку, а її флот складатиме 113 суден; на Royal Caribbean Cruises відповідно – 22,8% та 53 судна; MSC Cruises – 9,9% та 19 суден; Norwegian Cruise Line – 9% та 27 суден. Таким чином, ці чотири компанії контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку, а їх загальний флот складатиме 212 суден.

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).

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.).

Так найбільший в світі круїзний лайнер *Harmony of the seas* вийшов у своє перше плавання 16 травня 2016 р. Лайнер побудовано на верфі Сент-Назер у Франції, а його будівництво коштувало 1 млрд євро. Довжина судна – 362 м; ширина – 65 м; каютний фонд – 2,747 кают; водотоннажність 227 тис. т. Судно має 18 палуб (з них 16 – пасажирських). Повне завантаження судна – 6,400 гостей (при двомісному розміщенні – 5,497 гостей). Багатонаціональний екіпаж складається з 2,300 осіб. На борту працює понад 20 ресторанів, 23 плавальних басейни і парк з понад 10 тис. рослин і 50 деревами. На кораблі є сім тематичних зон: Центральний парк; СПА та фітнес; відкрита прогулянкова палуба; розваги та шоу; королівський променад; басейни та спортмайданчики; дитяча зона. *Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (Norwegian)* є круїзною компанією, що зареєстрована на Бермудських островах, зі штаб-квартирою в окрузі Майамі-Дейд (Флорида, США). Компанія найбільш відома своєю концепцією *Freestyle Cruising* ("Круїзи у вільному стилі"), яка полягає в тому, що відсутній чітко визначений час для приймання їжі та не потрібна певна форма одягу. Це надало гостям її круїзних лайнерів більше свободи та вибору. Світовий круїзний флот в 2019 р. становив 355 суден. Прогнозується, що до 2022 р. він нараховуватиме 367 суден із загальною кількістю ліжко-місць 640,5 тис. (табл. 2.2.2).

2019 рік став рекордним за кількістю спущених на воду круїзних лайнерів – 24 нових кораблі. Найбільшим лайнером, який був введений в

експлуатацію став Costa Smeralda місткістю 5224 пасажирів. Він першим почав працювати на зрідженому природному газі, що робить його одним з найбільш екологічно чистих у світовій круїзній галузі. Найменший новий лайнер в цьому році – Magellan Explorer від Antarctica 21 – на 100 гостей. Туристів, які вирішили відправитися в круїз вперше, перш за все цікавлять особливості самої подорожі: що являє собою лайнер, які розваги на ньому доступні. Круїзний лайнер можна порівняти з плавучим готелем. На кораблі розміщена традиційна готельна інфраструктура. Різниця лише в одному: будівлі звичного готелю розкидані по території, а на лайнері все приміщення компактно розподілені по палубах. Сучасні круїзні кораблі надзвичайно великі. Зазвичай вони досягають 300 м в довжину, налічують близько 20 поверхів-палуб і можуть прийняти на борт одну-дві тисячі осіб. Наприклад, один з найбільших на сьогоднішній день англійський лайнер Queen Mary-2 розрахований на 2620 пасажирів, його довжина – 345 м (це три з половиною футбольних поля або чотири квартали сучасного Нью-Йорка), а висота – 72 м (лайнер вище, ніж Статуя Свободи). На будь-якому круїзному лайнері передбачена маса розваг. На більшості судів є поля для міні-гольфу, баскетбольні та волейбольні майданчики, спортивні, танцювальні клуби, тренажерні зали, кілька басейнів, spa-центрів, джакузі. До послуг відпочиваючих – дитячі клуби, бібліотеки, театри і кінотеатри, магазини dutyfree, ресторани і бари. Нічне життя в круїзі теж вельми різноманітна: капітанські прийоми, урочисті вечери, дискотеки, казино, європейські та бродвейські шоу. Оскільки корабель – це плавучий готель, йому відповідає певна кількість зірок. Не існує прописаної інструкції про присвоєння зірок круїзним лайнерам відповідно до наявності на них тих чи інших центрів відпочинку і розваг. Тому визначити, чим 4-зірковий лайнер відрізняється від 5-зіркового, часом дуже складно. На обох кораблях є класичний набір інфраструктури, і сервіс однаково гарний. Відмінності більш відчутні між кораблями 3 * і лайнерами класу «люкс». У перших може не бути басейну, зменшиться число ресторанів. Про респектабельності корабля говорить і

кількість пасажирів: в порівнянні з лайнерами 3 * та 4 * на кораблях 6 * на одну і ту ж саму інфраструктуру доводиться менше відпочиваючих. Нарешті, фактором, що вказує на високу зірковість, є харчування. Точніше, його різноманітність і елемент платності. Як правило, на лайнерах економ-класу не настільки великий вибір ресторанів, меню не відрізняється особливою широтою вибору, а у вартість харчування не входить спиртні напої. На кораблі класу «люкс» все інакше. До послуг відпочиваючих великий вибір ресторанів, страв і безкоштовних напоїв.

Існує думка, що круїз - це дорога подорож, яке можуть собі дозволити виключно заможні люди. Насправді, ціни на круїзні тури найрізноманітніші: від цілком економічних (від \$ 650-680 за тижневий тур по Середземномор'ю на лайнері 3 або 4 зірки) до дорогих (\$ 4-6 тис.) І надзвичайно дорогих (до цієї категорії належать кругосвітні круїзи тривалістю від 70 до 110 днів і вартість \$ 50-60 тис.). На ціну круїзу впливає ряд факторів. Перш за все, це тривалість подорожі і сезонність круїзу. Так, ціни в високий сезон в липні-серпні виявляться набагато вище вартості весняних і осінніх турів. Наступні фактори – екзотичність і насиченість маршруту. Найдешевші – круїзи по Середземномор'ю, а традиційно дорогими вважаються круїзи по Атлантичному і Індійському океанах. На ціну туру також впливають клас корабля і тип каюти. Відзначимо, що внутрішнє оздоблення і площа кают практично не відрізняються від «змісту» звичайного готельного номера: аналогічні ліжка, шафи, душові або ванні кімнати. Останній фактор, що впливає на ціну круїзу, – місце швартування лайнера. Зазвичай кораблі швартуються в порту, але можуть стояти на рейді. В останньому випадку круїзна компанія істотно заощаджує, і ця обставина впливає на ціну самого круїзу. Однак стоянка на рейді не надто зручна для мандрівників. Адже щоб потрапити на берег, треба дочекатися, поки команда корабля спустить шлюпки на воду, на що йде багато часу. Зазвичай в ціну морського вояжу включаються: - портові збори, - проживання в каюті вибраної категорії, - відвідування основних визначних пам'яток (якщо вони заявлені в маршруті), - послуги

російськомовного супроводжуючого (якщо він є), - цілодобове харчування на борту лайнера в основному ресторані з обслуговуванням по меню, в 24-годинному ресторані системи «шведський стіл» і в інших тематичних ресторанах, - відвідування всіх розважальних програм, - користування басейном і пляжним інвентарем, тренажерним залом, джакузі і саунами, - відвідування дитячих клубів. Додатково турист оплачує авіаквитки (більшість круїзів починаються і закінчуються в європейських містах), страховку, візи і додаткові екскурсії.

Сукупний прибуток від круїзної індустрії у 2015 р. склав 39,6 млрд дол. США. Кожний круїзний пасажир витрачає в середньому до 1,700 дол. США, найбільшу частку з яких складає вартість квитка. Очікується, що у 2018 р. чисельність круїзних пасажирів досягне 24 млн осіб. Проте 70% круїзних пасажирів здійснили подорож впродовж останніх 10 років і лише 40% — останніх 5 років. Такі дані свідчать про зменшення купівельної спроможності населення. За даними КЛПА, щорічний дохід круїзного пасажир становить близько 114 тис. дол. США. Круїзи поєднують морський та береговий відпочинок, у т.ч. екскурсії. Пасажири морських круїзних суден не користуються послугами готелів і ресторанів та вважаються екскурсантами з особливим імміграційним паспортним режимом. У більшості випадків для країн транзиту, де пасажири виходять на берег, віза не вимагається, однак строк їх перебування, як правило, не перевищує 72 години. Залежно від програм берегового відпочинку прийнято розрізняти дві системи організації круїзів: європейську та американську. Європейська система передбачає подорожі морем із заходом у різні порти з наданням у них екскурсійної програми. Практикуються навіть одно та дводенні поїздки до інших міст. Така система круїзних поїздок охоплює нині до 60% всіх круїзів. Разом з тим, набуває популярності американська система, основною метою якої є надання можливості пасажирам, що знаходяться у круїзі, відпочивати на пляжах у пунктах заходу судна. Всі круїзи пропонують гнучкі ціни, знижки для туристів (поза сезоном, завчасне бронювання подорожі, повторне звернення тощо).

Основними факторами, які впливають на ціну, є тривалість круїзу, сезон, розміщення та розмір каюти, оснащення корабля, відпочинкові програми. На багатьох кораблях співвідношення клієнтів та обслуговуючого персоналу становить 1:2 [82].

Слід враховувати, що круїзні кораблі мають найвищі оперативні видатки в індустрії туризму. Щоб покрити витрати, кораблі мають мати завантаження не менше 80 - 90%, авіалінії – 60-65%, готелі 50-60%. Тому круїзні послуги залишаються одними з найдорожчих у сфері туристичного обслуговування. Річкові подорожі завдяки наявності берегового обзору більш інформативні, до того ж є можливість значної кількості стоянок. Річкові круїзи виникли набагато раніше за морські, завдяки їх відносно легшому освоєнню. Перші річкові екскурсії на човнах Темзою (Англія) були організовані ще Томасом Куком ще у 1843 р. Майже у той самий час у Північній Америці компанія American Express розпочинає регулярні екскурсії Міссісіпі на колісному пароплаві Mississippi. Рівень доходів споживачів круїзних послуг обумовлює їх розподіл на сегменти, що можуть дозволити собі круїзну послугу бізнес(, середнього та економ(класу. У середньому споживачі круїзної послуги бізнес(, середнього та економ(класу щодня впродовж подорожі витрачають близько 500, 300 і 100 дол. США відповідно [94, с. 43].

Річкові круїзи є найбільш популярними у країнах, які мають потужні річкові та озерні системи, а також системи каналів (США, Канада — Великі озера (загальна протяжність траси по річках, озерах і каналах — понад 40 тис. км). Подібні круїзи здійснюються Нілом, Рейном, Дунаєм. Нині річкові круїзи організовуються також Ладозьким озером, басейнами Волги, Дніпра, Лени, Обі, Янцзи, ка налами та річками Франції та Швеції. В Україні популярними є круїзи Дунаєм та Дніпром із заходом у Чорне море. Список найбільших у світі річкових круїзних ліній включає в себе такі: A(ROSA, AmaWaterways, Avalon Waterways, CroisiEurope, Emerald, Scenic, Tauck, Uniworld Boutique River Cruise Collection, Viking Cruises [100].

Сучасні тенденції свідчать про значну популярність поромних круїзів як різновид морських круїзів. Причина полягає в основному у їх короткій тривалості та економічності [96, с. 17].

Широко розвиненим є поромне сполучення у Балтійському басейні між Фінляндією, Швецією, Німеччиною, країнами Балтійського регіону. Незамерзаючий водний простір Балтійського моря (замерзають лише Фінська й Ботнічна затоки) дозволяє організувати постійне поромне сполучення упродовж усього року. Активні паромні перевезення здійснюються на лініях Гельсінкі й Турку (Фінляндія) — Стокгольм (Швеція) — Травемюнде, Росток (Німеччина). Саме на цих напрямках має місце стійкий пасажиропотік із платоспроможним попитом [82, с. 67].

Найбільш популярними є естонська судноплавна компанія Tallink Silja Oу, котра нині є найбільшим паромним оператором Балтики, та її конкурент — поромний оператор Viking Line. Штаб(квартира компанії Tallink розташована в Таллінні. В 2006 р. компанія придбала фінську судноплавну компанію Silja Line, що була головним конкурентом Tallink. Потім Tallink і Silja Line об'єдналися в одну дочірню компанію Tallink Silja Oу, котра працює на території Фінляндії. В Естонії вона оперує під назвою материнської компанії AS Tallink Grupp. Пасажирам компанії пропонується доступ до всіх регіонів Балтійського моря. Цілий рік маршрути компанії з'єднують Латвію, Фінляндію, Швецію, Естонію, Данію та Аландські острови. Viking Line (Viking Line Abp) — фінський судноплавний концерн, що здійснює пасажирські та вантажні перевезення Балтикою. Він зареєстрований на Аландських островах з головним офісом в Марієгамні, котрий також є портом приписки більшості поромів компанії. Компанія була заснована в 1959 р. Філософія Viking Line полягає у наданні можливостей доступних морських подорожей всім категоріям пасажирів.

За даними КЛІА, в 2014 р. 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 [91].

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 кожну 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 в 2014 р., половина припадає на Китай. Таким чином, за рахунок Китаю глобальний турпотік було забезпечено ще 480 тис. круїзних подорожуючих [88].

У 2016 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 2016 р. показник, згідно прогнозам, 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 [87].

Експерти КЛПА виділили 13 основних трендів розвитку круїзної індустрії на найближчі роки [91]. Серед них — зростання популярності річкових круїзів. У 2016 р., як очікувалося, на круїзні маршрути учасників КЛПА, флот яких у сукупності нараховує 170 суден, мало вийти 18 нових річкових суден. Також продовжиться зростання круїзного флоту: у 2016 р.

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. На 2015 р. вже понад 30 тис. туристичних компаній є членами КЛПА, 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 запусають все більшу кількість послуг та розваг, націлених на сімейну аудиторію. За оцінкою КЛПА, в 2016 р. на маршрутах зросте кількість ночівель в портах заходу, у пасажирів буде більше можливостей зануритись в місцеве середовище, зросте кількість та різноманітність екскурсій. Продовжить свій розвиток й "мультикультурний" тренд, тобто максимальне представлення національних кухонь, ресторанів, магазинів, шоу та інших елементів розваг і сервісу на борту лайнерів [87].

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 в порівнянні з 2015 р.).

На 2015 р. Китай займав восьме місце на світовому ринку круїзних подорожей. За прогнозами експертів, до 2020 р. країна стане найбільш динамічним та жвавим круїзним ринком в АТР [86].

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 [85].

Вік сучасних круїзних пасажирів становить 40—50 років. У 2000(х рр. цей показник був на рівні 50—60 років, що свідчить про притік більш молодих споживачів. За прогнозами спеціалістів, щорічно вік споживачів круїзних послуг буде знижуватися і до 2020 р. дорівнюватиме 35—40 рокам [94, с. 40].

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 [90].

Згідно з доповіддю "Круїзна Індустрія в 2015 році", опублікованому авторитетним круїзним виданням Cruise Industry News, світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, в свою чергу, належать до 4 великих груп. Очолює список найбільших круїзних компаній холдинг Carnival Corporation. Флот найбільшого з брендів, що

входить до нього — Carnival Cruise Line, налічує понад 20 суден і постійно поповнюється новими. За ним йде Royal Caribbean International, а на третьому місці перебуває компанія Norwegian Cruise Line (NCL).

Всі ці операторські компанії базуються у США. Четвертий у рейтингу й перший круїзний судновласник Європи — MSC Cruises. Замикає ТОП(10) провідних круїзних компаній світу іспанська Pullmantur. 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 в 2015 р. 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 342 лайнера. Майже 40% маршрутів круїзних компаній світу припадає на Карибський регіон, на другому місці — Середземномор'я (17%), на третьому — Азійсько(Тихоокеанський регіон (10,4%) [99].

Відповідно до прогнозів до 2022 р. на Carnival Corporation припадатиме 42,1% круїзного ринку, а її флот складатиме 113 суден; на Royal Caribbean Cruises відповідно — 22,8% та 53 судна; MSC Cruises — 9,9% та 19 суден; Norwegian Cruise Line — 9% та 27 суден. Таким чином, ці чотири компанії контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку, а їх загальний флот складатиме 212 суден (табл. Г1). 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 — американонорвезьке 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.) [88].

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 [92].

Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (Norwegian) є круїзною компанією, що зареєстрована на Бермудських островах, зі штаб(квартирою у невключеній території в окрузі Майямі(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 ліжок(місць 640,5 тис. (табл. Г2).

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) [89].

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). З 16 морських портів Чорноморського регіону, що підходять для прийому круїзних суден (порти Болгарії, Румунії, Росії, Грузії, Туреччини), 6 належать Україні: Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія та Керч. Ці міста володіють унікальними історичними, культурними та туристичними пам'ятками, які могли би бути привабливими для туристів круїзних маршрутів [89].

Нажаль, всі зазначені порти, крім Одеси, розташовані на території тимчасово окупованої АР Крим.

Таким чином маємо зазначити, що розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки: збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів; створення нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства; рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому); розширення можливостей для міжнародного співробітництва; залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури тощо. За оцінками експертів, кожний круїзний турист під час транзитного заходу судна у порт в середньому за 10 годин стоянки витрачає в місті перебування від 50 до 100 євро. Отже, круїзний туризм є вельми прибутковою галуззю економіки [89].

Найбільша питома вага у споживанні круїзних послуг припадає на мешканців країн Північної Америки. Це обумовлено досить високим рівнем

життя у цьому регіоні, наявністю відповідних природних ресурсів тощо. Специфікою цього сегменту є те, що на північноамериканському ринку круїзних перевезень функціонують національні судноплавні та туристичні компанії. Така організація круїзного бізнесу обмежує доступ іноземних судноплавних компаній і сприяє розвитку економік країн Північної Америки. Європейський морський туризм, хоч і поступається за обсягами північноамериканському, щорічно нарощує прибутки. Мешканці європейських країн формують до 30% попиту на світовому ринку круїзних послуг. У європейському круїзному бізнесі функціонує п'ятірка країн, які розподіляють між собою близько 80% прибутків: Велика Британія, Німеччина, Італія, Іспанія та Франція. Останнім часом відзначається азійський регіон з 12—15% попиту на круїзні послуги. Однією з найбільш перспективних країн Азії для розвитку круїзного туризму є Китай. Попит на круїзні подорожі населення азійських країн дещо відрізняється від світових. Основною туристичною дестинацією є країни Європи (60%) та країни регіону (40%). А частка країн Карибського басейну у структурі попиту є незначною та становить близько 14% [94].

Спостерігається тенденція набуття великої популярності круїзів на пороммах як різновиду морських круїзів. У країнах Європи найбільш популярними поромними операторами є компанії Tallink Silja Oу та Viking Line. Для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній компанії консолідують свої ресурси та утворюють холдингові структури. Світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, у свою чергу, належать до 4 великих груп. Відповідно до прогнозів до 2022 р. чотири провідні компанії (Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line) контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку.

2.3 Тенденції розвитку круїзного туризму на прикладі круїзних компаній

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.

Останні роки принесли дуже великі зміни в круїзну індустрію та в туристичну сферу в цілому. Найбільшим чинником занепаду круїзної індустрії була світова пандемія COVID-19. В цей період через безліч карантинних обмежень кількість пасажирів, а також прибуток круїзних компанії значно знизився. Для наглядного розуміння обсягів прибутку круїзної галузі, розглянемо таблицю Д1.

Динаміка показників обсягів прибутку за останні 5 років свідчить, що круїзний бізнес розвивався швидкими темпами, це демонструють показники за 2018-19 р.р.. 2020 рік — падіння прибутків в дев'ять разів, що пояснюється карантинними обмеженнями. У 2021 р. обсяги прибутків збільшилися більш ніж у чотири рази, у 2022 р. у шість разів, що свідчить про швидкі темпи відновлення галузі. Обсяг прибутку круїзних компаній пропорційно залежить від кількості обслугованих пасажирів. За останні роки найбільше туристів скористалися послугами круїзних компаній у 2019 році, тоді ця цифра сягала майже 30 мільйонів пасажирів (рис.Д2).

Максимальна кількість пасажирів морських круїзів в період з 2018 по 2019 роки. Дані за 2020 та 2021 роки свідчать про стрімке зниження пасажиропотоку на 84% в порівнянні з 2019 р., найнижчі показники зафіксовані у 2020 році – 4,8 млн. пасажирів. Варто звернути увагу на доволі швидке відновлення круїзної галузі в 2022 році, якщо така тенденція продовжуватиметься, то вже за кілька років круїзна галузь зможе повернутися до рівнів 2019 року за показником пасажиропотоків. Розглянемо статистику напрямлень, які відвідували клієнти туристичних компаній табл. Д3.

Дані таблиці свідчать, що країни Карибського басейну є лідерами серед всіх напрямлень та дестинацій, що пояснюється вдалим географічним положенням регіону відносно до США, так як громадяни цієї країни складають майже 50% всіх круїзних пасажирів. Другим регіоном є — Середземномор'я, його популярність обумовлена доступністю круїзів та відсутністю тривалих переходів між круїзними портами. Третім регіоном на який перепадає 12% пасажирів є Азія, а далі відповідно Північна Європа – 8%, Східне Середземномор'я – 6% та Північна Америка – 4%.

За прогнозами експертів у 2027 році місткість ринку круїзного туризму складе понад 38 млн. осіб, що забезпечить темп приросту у 151% у порівнянні з 2017 роком (на 12,8 млн. більше). Для підтримки темпів зростання ринку здійснюються інвестиції у суднобудування, проводиться підтримка курсу на інноваційність технологій, здійснюється політика щодо сталої співпраці з партнерами-постачальниками [57].

Замовлення суден та укладання контрактів на будівництво залежить від потужностей суднобудівних підприємств та верфей, роботи їх постачальників та партнерів тощо, і окремо визначається масштабами роботи в межах кожного конкретного проекту. Нарощення замовлень на нові будівництва сформувало листи очікувань на провідних суднобудівних підприємствах Німеччини, Голландії, Італії, Франції, США, Японії та інших країн. Слід зазначити, що провідні круїзні компанії позиціонують всі свої бренди як окремі торговельні марки (втому числі як окремий бренд сьогодні може позиціонуватися і конкретне круїзне судно), об'єднуючи їх у групу для надання додаткових гарантій безпеки туристам та дифузії інновацій. Частка ринку сучасних круїзних ліній складає 70,5% від світової пропозиції, сегмент преміум займає 24,4%, на їх формування працюють понад 20 великих та середніх компаній (материнських та дочірніх), просуваючи продукт в основних круїзних регіонах світу. За оцінками експертів у період 2006-2017 років майже 70% [46].

Конкретна стратегія лідерів ринку по нарощення круїзного флоту є наступальною, оскільки всі компанії працюють на оновлення основних

засобів: «Carnival Corporation» – 26 одиниць (включаючи 6 суден для базової марки, 6 суден для «PrincessCruises», по 4 для «CostaGroup» та «AIDA Cruises»); «Royal Caribbean Cruises Ltd. Co» – 24, (в тому числі 7 суден для базової марки, по 4 для «Celebrity Cruises» та «Silversea Cruises», а також 9 у партнерстві з «TUI»); «Norwegian Cruise Line Holdings Ltd» – 11; «MSC Cruises» – 14; «Genting Group Hong Kong» – 7, включаючи 4 судна для «Crystal Yacht Expedition Cruises»; «Viking Ocean Cruises» – 18. На рис. Д4 наведено графік замовлень на круїзні судна у період 2017-2027 років.

Врахування замовлень на будівництво суден дозволяє розробити більш точні прогнози розвитку ринку. Клас суден вказує на перспективи освоєння певних регіонів світу, однак визначити конкретні стратегічні цілі компаній складніше. Отже, базовими цілями безумовно є утримання позицій на ринку, оновлення флоту за всіма сегментами ринку, надання комплексного пакету послуг за рівнем сервісу обраного туристом тощо, що відповідає якісній структурі замовлень на нові судна, серед яких є лайнери різної місткості на дизельних двигунах (від 2-х до 10-и) та парусні яхти класу люкс. Відповідно, ключовим у розвитку ринку круїзного туризму на сучасному етапі є формування флоту під конкретні сегменти ринку з врахуванням латентного попиту та в розрізі популярності сучасних круїзних продуктів [26]. В регіональному розрізі складніше ідентифікувати задачі круїзної компанії, але закріплення за окремими дочірніми компаніями маршрутів, формує потенціал для регіонального аналізу

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.

Компанія Carnival Cruise Lines Inc. (CCL) є засновницею британоамериканського 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 Tropical. В 2007 р. компанія зробила назви суден однотипними, що починаються словом "Carnival". Друга за величиною круїзна компанія – американо-норвезьке спільне підприємство Royal Caribbean Cruises Ltd., яке офіційно зареєстроване в Монровії (Ліберія) та має штаб-квартиру в Майямі (США). 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 бнайбільших 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 невключеній 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.

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.

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. представлено в табл. Д5.

РОЗДІЛ III

ПРОБЛЕМНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК КРУЇЗНОЇ ІНДУСТРІЇ У СВІТІ

3.1 Пандемія коронавірусу та її вплив на світову круїзну індустрію туризму

«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 Крейггед (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.

У цьому підрозділі розглянемо круїзний туризм в умовах пандемії COVID-19. Круїзний туризм був серйозно постраждалим галуззю під час цієї світової кризи, і пройшов через значні зміни та адаптації, щоб забезпечити безпеку пасажирів та персоналу.

Перерахуємо найвідоміші результати діяльності круїзних компаній світу щодо реакції на поширення коронавірусної інфекції та адаптації до роботи в нових умовах:

– Скасування та перенесення круїзів: Пандемія COVID-19 призвела до скасування багатьох запланованих круїзів та перенесення дат відправлення. Це було обумовлено обмеженнями в'їзду в багато країн, закриттям портів і введенням соціального дистанціювання. Круїзні компанії активно співпрацювали з пасажирями, пропонуючи зміну дати або варіанти повернення коштів.

– Змінені маршрути та порти: Круїзні компанії швидко реагували на зміну ситуації, змінюючи свої маршрути та порти. Деякі країни вводили обмеження на в'їзд туристів, тому круїзні компанії змушені були шукати альтернативні маршрути або порти. Це може включати зміну планованого напрямку або заміну одного порту на інший.

– Запровадження протоколів безпеки: Круїзні компанії зосереджуються на забезпеченні безпеки пасажирів та персоналу. Заходи безпеки включають обов'язковий процес тестування на COVID-19 перед посадкою, температурний скринінг, обмеження кількості пасажирів на борту, вдосконалену систему вентиляції та фільтрації повітря, а також посилену санітарію. На круїзних суднах також вводяться правила щодо носіння масок та дотримання соціальної дистанції.

– Вдосконалення медичної служби: Круїзні компанії посилили свою медичну службу, включаючи наявність кваліфікованих лікарів та медсестер на борту. Це дозволяє швидше реагувати на будь-які випадки підозрілих симптомів або можливі випадки COVID-19.

– Залучення експертів з громадського здоров'я: Багато круїзних компаній співпрацюють з провідними експертами з громадського здоров'я та дотримуються рекомендацій і протоколів, щоб забезпечити безпеку на своїх суднах. Це може включати консультування відомих лікарів та спеціалістів з епідеміології для розробки стратегій запобігання поширенню інфекції. Хоча

круїзний туризм продовжує існувати, важливо враховувати, що пандемія COVID-19 все ще має вплив на цю галузь.

Перед плануванням круїзу важливо ознайомитися зі змінами в маршрутах, портах та протоколах безпеки, які встановлюються круїзними компаніями. Дотримання правил і вказівок співробітників круїзного судна є важливим для забезпечення безпеки і комфорту всіх пасажирів. Пандемія COVID-19 мала значний вплив на водний туризм в Україні. Основними аспектами, які варто враховувати, є обмеження в'їзду, закриття туристичних об'єктів, скасування та перенесення подій, зміни в туристичних маршрутах та зміна пріоритетів туристів. Пандемія призвела до введення обмежень на міжнародний туризм, включаючи обмеження на в'їзд та виїзд, а також прикордонний контроль. Це призвело до зменшення числа туристів, які відвідували Україну з інших країн. Такі обмеження також стосувалися водного туризму, оскільки порти та інфраструктура для водних туристичних круїзів були тимчасово закриті або працювали з обмеженнями.

Багато туристичних об'єктів, таких як музеї, пам'ятки, парки, ресторани та готелі, також були тимчасово закриті або працювали з обмеженнями, включаючи ті, які знаходяться біля водних туристичних місць. Це мало великий вплив на водний туризм, оскільки туристи не могли відвідати певні місця та скористатися послугами, пов'язаними з водними розвагами. Додатково, багато водних туристичних заходів, таких як фестивалі, регати та інші водні події, були скасовані або перенесені на невизначений термін через обмеження на масові збори та необхідність дотримання соціального дистанціювання. Це призвело до розчарування серед туристів та зміни планів щодо водного відпочинку.

Також водний туризм в Україні зазнав змін в туристичних маршрутах. Деякі водні туристичні компанії змушені були змінити свої маршрути через обмеження та закриття певних регіонів. Наприклад, круїзи по Дніпру були замінені на круїзи вздовж інших річок та озер в Україні, де не було обмежень і було можливо забезпечити безпеку туристів. Зміна попиту та пріоритетів

також була помітною під час пандемії. Туристи стали більш обережними та зосередилися на безпеці, гігієні та дотриманні соціальної дистанції. Багато туристів більше уваги приділяли вибору туристичних послуг та об'єктів, які можуть забезпечити необхідні заходи безпеки. Наразі наша країна знаходиться в більш складному становищі аніж воно було за пандемії – в країні йде повномасштабне вторгнення . Тож зрозуміло, що така галузь як туризм – практично перестає існувати . Туризм в Україні під час війни відчув значний вплив і зазнав значних змін. Війна має серйозний негативний вплив на туристичну галузь, оскільки створює нестабільну та небезпечну ситуацію для подорожей та відпочинку. Один з основних аспектів, що впливає на туризм в умовах війни, - це безпека. Військові конфлікти створюють нестабільну ситуацію, загрозу для безпеки туристів та несприятливі умови для подорожей. Це може відлякати як внутрішніх, так і зарубіжних туристів від відвідування України.

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 завантаженням. 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.

Міжнародна асоціація круїзних ліній (CLIA), найбільша в світі організація з торгівлі круїзної індустрією, опублікувала звіт «Прогноз стану круїзної індустрії на 2020 р.», в якому прогножуються 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. Е1.

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.

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 круїзної індустрії з'являється відповідальність за розвиток поваги і співпраці з круїзними DESTINATION;

- 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 трьохп'ятиденного періоду, пропонуючи більш короткі маршрути з різних напрямків [109].

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. ЕЗ.

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 бейбумерів, 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 можливістю 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 судах.

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. [110].

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% [111].

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 [112].

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 суб'єкт 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 [112].

Через пандемії коронавіруса 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 року (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 [111].

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% [113].

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 ½ 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 [113].

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, посилює 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 пропонує 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 [112].

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 викликаній 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 коронавірусу 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 коронавірусу продовжать рости [115].

У першому кварталі 2020 року Norwegian Cruise очікувала, 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 круїзній 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. Подруге, 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 [115].

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 [115].

Таким чином, в цілому Royal Caribbean досить добре капіталізований і володіє достатнім прибутком, щоб витримати негативний вплив коронавіруса. 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 коронавіруса, 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 зросла 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 [115].

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%) [116].

Оцінки для інших регіонів світу в даний час передчасні через мінливу ситуацію. Разом з тим до будь-якої оцінки слід ставитися з обережністю через нестійку і невизначену еволюцію 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 круїзної 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 [116].

3.2. Сучасні загрози світовій індустрії круїзного туризму в умовах постковідної економіки та агресії росії

Світова економіка с початком війни росії проти України перейшла від фази відновлення після епідемії коронавірусу до різкого сповільнення в умовах потрясінь та невизначеності, спричиненої агресією росії. Руйнування логістичних ланцюжків та впровадження санкційних обмежень проти російської федерації призвело до дисбалансу попиту й пропозиції, що зумовило великі проблеми на світових товарних ринках, прискорення інфляційних процесів та зростанню цін. В короткостроковій перспективі виробникам належить пройти кілька важливих трансформацій, що можуть викликати певні ризики, що передусім призведуть до складнощів з дорученням до фінансових джерел. Мова про структурні зміни в умовах переходу до домінування регіональних ринків, поступове згортання стимулів

у вигляді дешевого бюджетного фінансування, звертання соціальних програм підтримки населення і його частини в якості трудової сили, погіршення ситуації на фінансових ринках через підвищення відсоткових ставок, ускладнення доступу позичальників до кредитних ресурсів, різке здорожчання енергоресурсів, яке вплине на весь спектр споживчих цін. Слід сказати, що нова економічна реальність пов'язана і з поширенням в світі епідемій небезпечних хвороб, які несуть ризик перерости в пандемії, як це сталося з COVID-19. Попри те, що уряди багатьох країн намагаються (і будуть це продовжувати) уникати локдаунів, сфера торгівлі та послуг буде страждати від обмежень та втрачати ресурси для розвитку. Це сталося, наприклад, з туристичною галуззю, яка постраждала в період нокдаунів 2020 - 21 років і потягла за собою в занепад багато як суміжних, так і несподівано віддалених промислових галузей, таких як корабельне будування.

До речі, саме туристична галузь першою продемонструвала структурне переформатування з глобального ринку на регіональні, сконцентрувавши увагу на продуктах локального значення. Втім, проблеми, пов'язані з пандемією не йдуть ні в яке порівняння своїми масштабами з наслідками війни РФ проти України.

Війна в Україні має значний негативний вплив на туристичну індустрію і круїзи не є виключенням. Останнім часом багато туристів відмовляються від поїздок в певні туристичні регіони України, наприклад для круїзів фактично заблоковано увесь чорноморський регіон, через небезпеку, пов'язану з війною. Крім того, війна в Україні спричиняє зниження кількості іноземних туристів, які бажають відвідати країну, через обмеження в русі суден у прибережних районах та зупинку модернізації туристичної інфраструктури (портів, готелів, ресторанів). Зниження здатності країни залучати круїзні судна та туристів у результаті війни, призводить до зменшення доходів туристичного сектора і втрати робочих місць.

Загалом, круїзний туризм може стати стабільним джерелом доходу для України та сприяти розвитку туристичної індустрії. Країна має багато

потенціалу, який може привернути туристів з усього світу, а подальший розвиток і розширення круїзних пристаней та інфраструктури будуть сприяти цьому.

Світова круїзна індустрія сьогодні активно продовжує свій розвиток в постковідний період. Великі фінансові втрати потребують шляхів відновлення для побудови в майбутньому стійкої галузі. У практичному сенсі, індустрія знаходиться в пошуку стратегій удосконалення критичних аспектів, викликаних пандемією.

Круїзні компанії розробляють процедури надання максимальної безпеки та гігієни, покращують методи циркулювання повітря та збільшують простір громадських місць на борту туристичних суден. Круїзні компанії співпрацюють з адміністраціями портів і місцевими органами влади, розробляючи ефективні плани дій у надзвичайних ситуаціях для боротьби зі спалахами COVID-19.

Співпраця круїзних компаній і туристичних агенцій для розробки сучасних маркетингових рішень в індустрії вказує на те, що найближчим часом пасажери шукатимуть більш персоналізовані послуги, а менші судна дозволять забезпечити відчуття конфіденційності та безпечності відпочинку.

Тому компанії, що відновлюють туристичні послуги, приділяють увагу співпраці з портовими агентствами для закупівлі продукції, організації інфраструктури та високоякісного обслуговування на невеликих лайнерах, популярність яких до пандемії була значно меншою.

Переформатування ринку міжнародних перевезень призвело до низки логістичних складнощів, пов'язаних з нестабільністю постачання, а у випадку з Україною – неможливістю виконати зобов'язання по контрактам. Підвищення цін на пальне та його дефіцит на головних транспортних коридорах призвело до стрімкого зростання біржових цін, а також цін на внутрішніх ринках. Країни знаходяться у пошуку більш безпечних торгових шляхів, що призводить до подорожчання транспортної складової. Поки всі ринки очікують на нормалізацію і закінчення війни, світовий ринок вирішує

проблему з пошуком нових обсягів енергоносіїв, які мають замінити російські вуглеводні. В липні 2022 року країни-члени ОПЕК прийняли рішення збільшити видобуток нафти і газу, щоб уникнути рецесії економік розвинутих держав. США прийняли рішення про часткове постачання на світовий ринок палива своїх нафтових резервів, Саудівська Аравія теж погодилася на третину збільшити видобуток нафти. Тобто головні гравці на світовому ринку енергоносіїв переформатовують системи видобутку і постачання, щоб уникнути тиску ціни енергоносіїв на світову економіку і замінити РФ на цьому глобальному ринку. Центробанки теж змінюють свою політику, щоб стримати інфляційний тиск. Насамперед це стосується запровадження більш жорсткої грошовокредитної політики. Такі кроки погіршують ринкові умови для бізнесу та ускладнюють реалізацію довгострокових проектів, а короткострокові посилюють свої ризики. Низка країн, як і США, підвищують свої облікові ставки, що веде до подорожчання грошової маси. Економіка КНР вже демонструє від'ємні показники -0,4% щомісячно, починаючи з травня 2022р.. І хоча це пов'язано більше з позицією китайського уряду щодо політики нульового COVID, проте санкційні обмеження все ж таки торкнулися цієї країни, а постійне втручання державного сектору в приватний бізнес теж не призводить до позитивних змін. Треба сказати, що Китай є одним із найбільших торговельних партнерів України. Але позиція керівництва КНР по відношенню до війни в Україні, пов'язана з демонстрацією дружніх стосунків Ден Сяо Піна з очільником РФ та його підтримка стратегії росії по відношенню до України, вже створили велику загрозу для стабільності існування азійського ринку. Варто зазначити думку експертів, що країни з ринковою економікою, що формується, які зорієнтовані на сировинні товари та енергоресурси, отримають потенціал збільшення експортних та податкових надходжень з огляду на цінову кон'юнктуру сировинних ринків. Тобто для України кон'юнктура сировинного ринку може стати сприятливішою [118]. Ризик розширення театру воєнних дій на всю Україну, чи навіть, країни східного поясу ЄС здатні на певний час зруйнувати весь ринок Європи,

знищивши торгові шляхи, що надають судноплавство та комерційна авіація. А перехід економіки ЄС на воєнні рейки взагалі змінить структуру глобальної економіки та призведе до регіоналізації та локалізації усієї міжнародної економіки. В підсумку слід зазначити, що всі вищезазначені зміни та проблеми фокусуються саме на Україні, яка стала буквально епіцентром геополітичних та гео економічних потрясінь. Згідно з аналітичними даними Нацбанку, які опубліковані ним в липневому звіті, у 2022 році основним чинником збереження стійкості української економіки залишиться попит на зерно, електроенергію та зовнішні запозичення.

На сьогодні найбільш активно застосовують гібридні дії на морі КНР та Іран. При цьому характер таких дій має свої особливості, які будуть розглянуті нижче. На сьогодні все частіше експерти звертають увагу на те, як КНР використовує свій найбільший у світі рибальський флот та рибальські флотилії у своїх геополітичних інтересах. Китайських рибалок уже охрестили у закордонній пресі “маленькими синіми чоловічками” [2], за аналогією із “зеленими чоловічками” російських іррегулярних підрозділів. Їхній кадровий склад представлений десятками тисяч відставників Народно-визвольної армії Китаю (НВАК).

При цьому, у КНР налічується близько 370000 безмоторних рибальських суден і ще 672000 моторних. КНР приділяє значну увагу підготовці зазначених сил. Так, керівництво провінції Хайнань (Південний Китай) не лише субсидує великі рибальські шхуни на кілька тисяч юанів на день за ведення промислу на спірних ділянках акваторії, а й проводить військову підготовку рибалок Рибальські судна “синіх чоловічків” практично

повністю за рахунок держави були оснащені приймачами китайської супутникової навігаційної системи “Бейдоу”, також йде програма з введення в дію суден зі сталевими корпусами замість дерев’яних. Такі судна можуть бути використані більш ефективно при тарані та навалі. Також було збільшено вік, до якого можуть залишатися у “морському ополченні” його члени.

Офіційна назва цих структур – Морська Міліція Народно-Визвольної Армії Китаю (ММ НВАК). Вона була створена в кінці 50-х років з метою захисту східного узбережжя КНР від потенційної агресії з боку Республіки Китай (Тайвань). Безпосередньо в бойових діях ММ НВАК була використана вже в 1974 році під час битви за Парасельські острови. Її роль полягала у транспортуванні на острови підрозділів НВАК.

Результатом цієї операції була капітуляція Південно-В'єтнамських сил і окупація островів КНР. Це створило прецедент, оскільки використання рибальського флоту у воєнних діях не спровокувало силову відповідь з боку США, попри те що агресія була спрямована проти союзника США. З цього моменту Пекін став активно використовувати ММ НВАК для досягнення морського панування в регіоні.

Традиційно, керівництво КНР використовує ММ НВАК для підтримки стратегічних морських операцій з метою:

- перешкоджання свободі операцій опонента (рибальський флот у цьому випадку рухається “роями”);
- переміщення підрозділів і забезпечення десантних операцій на острови, які являються спірними територіями;
- ведення розвідувальної та допоміжної діяльності в інтересах ВМФ НВАК (пошук “недружніх” об’єктів в підводному просторі, агресивні дії проти рибальських суден інших країн (аж до потоплення таких суден після тарану), перешкоджання морській економічній діяльності інших країн в районах, на які претендує КНР тощо).

Проблемою для регулярних військово-морських флотів інших країн під час зіткнення з подібною активністю ММ НВАК є легальність використання сили. Рибальські судна мають яскраво виражений цивільний вигляд і, за міжнародним правом, їх заборонено атакувати під час військових операцій. В той же час, такі судна демонструють військову поведінку під час дій в інтересах морської політики КНР, і легко можуть повертатися до своєї мирної діяльності в рамках одного і того ж виходу в море. Така “гібридна” поведінка

сильно ускладнює створення правил та інструкцій для командирів ВМС і Берегової охорони країн-опонентів КНР. Крім застосування “синіх чоловічків”, в Південно-Китайському морі КНР активно перетворює океанські рифи та атоли на штучні острови, на яких створює мережу опорних баз. Така діяльність спостерігається, зокрема, щодо групи Парасельських островів (Paracel Islands), островів Скарборо (Scarborough) та Спратлі (Spratly).

Малайзія, Філіппіни, В'єтнам, Тайвань, Бруней, Індонезія, а також США неодноразово протестували проти таких експансіоністських дій Китаю. Зокрема, лише на островах Спратлі Китай утворив сім штучних островів. На рифах Fiery Cross, Subi та Mischief з'явилися злітно - посадкові смуги довжиною до 3 тис. метрів, призначені для літаків дальньої авіації та бомбардувальників.

При цьому, вище політичне керівництво КНР запевняє, що острови ніколи не будуть милітаризованими. Проте це не відповідає дійсності, оскільки Китай розбудовує острови до рівня військових баз, споруджує підземні сховища, позиції зенітних ракетних систем протиповітряної оборони, станції розвідки та розміщує бойові літаки.

Крім вказаного, КНР ігнорує рішення Гаазького арбітражного суду, який у липні 2016 року оголосив створення штучних островів незаконним, і як таке, що не відповідає нормам міжнародного права. Водночас, Китай не поспішає відмовлятися від своїх територіальних претензій та від використання у власних інтересах виняткової економічної зони в межах 200 морських миль навколо островів. Все це перетворює Південно-Китайське море де-факто на власність Китаю, що стає все більш геополітично та стратегічно важливим, оскільки воно є основною складовою торговельного шляху з Японії та Далекого Сходу на захід до Європи.

Важливими прикладами з досвіду гібридних дій, що стосується саме негативного впливу на морські перевезення, є дії ВМС ЗС Ірану та ВМС Корпусу вартових Ісламської революції (КВІР) зазначеної держави. Такі дії відмічаються з грудня 2018 року, коли Президент Ірану виступив з публічною

промовою, у якій повідомив про намір закрити Ормузьку протоку, через яку проходить близько 30% всієї нафти, що транспортується морем, у випадку блокування США експорту нафти з Ірану. Після цього відмічались неодноразові випадки ураження нафтових танкерів в Перській та Оманській затоках невідомими силами та засобами.

Нижче розглядаються випадки застосування ВМС ЗС та ВМС КВІР Ірану щодо створення перешкоджання судноплавству в районі Перської затоки.

У 2022 році, коли танкер “Lana” був заарештований у Греції, а іранська нафта, що перебуває на ньому, конфіскована на користь США. Після цього Іран захопив у Перській затоці 2 грецькі танкери – “Delta Poseidon” і “Prudent Warrior”. Грецький суд тоді визнав конфіскацію нафти з танкера “Lana” незаконною і пізніше нафту повернули на танкер.

Пізніше, 27 квітня 2023 року Іран затримав в Оманській затоці нафтоналивний танкер “Advantage Sweet”, який перебував під прапором Маршаллових островів, належав китайській компанії та керувався турецьким оператором “Advantage Tankers”. За даними сервісів відстеження суден, танкер вийшов 25 квітня з порту Міна-Сауд у Кувейті і 7 червня мав прибути до порту Х'юстон. За даними “Al Jazeera”, партія кувейтської нафти призначалася американській компанії “Chevron”.

Кадри захоплення судна Державне телебачення Ірану показало 28 квітня 2023 року. У репортажі було показано, як 27 квітня 2023 спецназ військово-морського флоту Ірану у ході операції із застосуванням вертольоту здійснив висадку на палубу танкера. Іран пояснив причину затримання нафтоналивного танкера наступним:

- “Advantage Sweet” зіткнувся з неназваним іранським судном за кілька годин до його затримання;
- кілька членів екіпажу іранського судна опинилися за бортом і зникли безвісти, інші отримали поранення;

- танкер втік з місця події і протягом 8 годин ігнорував виклики по радіозв'язку, перш ніж його заарештували на підставі ухвали суду.

Заступник командувача ВМС Ірану заявив, що ВМС країни неодноразово закликали судно зупинитися з метою проведення всебічного розслідування, але жодної відповіді від судна не було.

У той же час представники 5-го Оперативного флоту ВМС США, що базується на Близькому Сході, заявив, що дії Ірану є порушенням міжнародного права, Іран повинен негайно звільнити танкер, а дії Ірану щодо переслідування суден, і втручання в права судноплавства в регіональних водах становлять загрозу для морської безпеки і світової економіки.

Вказані дії Ірану щодо захоплення “Advantage Sweet” також не випадкове. Ймовірно, воно було пов'язано із конфіскацією США пов'язаного з Іраном нафтоналивного танкера “Suez Rajan”, який ходить під прапором Маршаллових островів і управляється грецьким оператором. “Suez Rajan” перебував недалеко від узбережжя Південної Африки, а потім був арештований за кілька днів до затримання “Advantage Sweet” Іраном.

03 травня 2023, Іран захопив нафтовий танкер “Niovi” – судно під панамським прапором, яке експлуатувалося грецькою судноплавною компанією “Smart Tankers”, та здійснювало рух із Дубая до порту Фуджейра в Оманській затоці. Згідно із заявою представників ВМС США, близько десяти швидкохідних катерів ВМС КСІР атакували судно посеред Ормузької протоки і змусили нафтовий танкер змінити курс у напрямку іранських територіальних вод. Знімки, опубліковані ВМС США, свідчать про те, що на момент захоплення судно було порожнім.

Іранські ЗМІ не повідомили причини захоплення, але інформаційне агентство “Mizan” процитувало слова генерального прокурора Тегерана, який заявив, що це сталося за рішенням суду.

Слід відзначити, що з початком повномасштабного вторгнення росії до України, майже в усьому світі фіксуються гібридні дії на морі до яких перейшли вже не тільки регіональні лідери такі як КНР чи Іран а й інші країни.

Так наприклад у хронологічному порядку перелічимо райони напруженості які з'явилися упродовж 2022-2023 років:

- з 07 листопада 2023 - східне середземномор'я, через проведення військових дій Ізраїлю у Секторі Газа;

- 11 листопада 2023 року надійшла новина про ймовірність розміщення військових кораблів росії у Лівії;

- Референдум у Венесуелі було проведено 3 грудня 2023 року за ініціативою президента Ніколаса Мадуро щодо претензій Венесуели на володіння регіоном Гаяна-Ессекібо, частини сусідньої Гаяни. Референдум мав п'ять запитань щодо плану уряду щодо на створення штату Гаяна-Ессекібо з наданням його населенню венесуельського громадянства;

- 04 січня 2024 року Аргентина заявила про свої права на Фолклендські (Мальвінські) острови, Південну Джорджію і Південні Сандвічеві острови та прилеглі морські території. Відповідну заяву опублікувало Міністерство закордонних справ Аргентини.

- 3 листопада 2023 року хусити блокують судноплавство в Червоному морі. Вони атакують торгові судна, які нібито мають зв'язки з Ізраїлем. Хусити заявляють, що таким чином ведуть війну проти Ізраїлю і допомагають боротьбі палестинського угруповання ХАМАС.

- 19 грудня 2023 року США розпочали операцію Prosperity Guardian проти хуситів у червоному морі.

Таким чином можемо окреслити нові умови в яких світовій круїзній індустрії доведеться адаптуватися. Усі зазначені події безпосередньо негативно впливають на круїзну індустрію у цих регіонах. Оскільки безпековий фактор є визначним для круїзних подорожей навідрізу від торгівельно логістичних кампаній, для яких просто збільшилися видатки на страхування та перепланування маршрутів. У тому числі у зв'язку з тим, що

круїзна індустрія не має стратегічного значення, від неї не залежить енергетична чи продовольча безпека окремих країн чи взагалі питання виживання цілих народів.

Тож вважаємо що у найближче десятиліття актуальними питаннями для круїзної індустрії світу стануть:

- Забезпечення безпекових основ круїзних маршрутів;
- Пошук нових локації для круїзного туризму;
- Адаптація та корегування маршрутів на тих локаціях де це можливо.

Вирішення зазначених питань безумовно призведе до:

- зміни якості круїзних продуктів;
- збільшення видатків круїзних компаній та як наслідок здорожчання кінцевої вартості круїзних продуктів;
- збільшення уваги компаній до персоналізованих круїзів і віп-круїзів, та зменшення обсягів надання масового продукту.

Український морський та річковий туризм потребує значних інвестицій для розвитку інфраструктури, відбудови портів, поліпшення технічного оснащення суден, розширення кількості маршрутів та послуг харчування і дозвілля. На даному етапі, через війну в Україні фінансування сектору туристичних послуг зупинено, тому круїзна індустрія, незважаючи на чималу акваторію, все ще знаходиться на початкових стадіях розвитку. Подальші дослідження круїзної індустрії зможуть забезпечити популяризацію круїзів у межах країни та світу, і надати поштовху для відбудови туристичної галузі в умовах безпеки.

Окремо хотіли би зазначити, що наразі з'явився ще один фактор який з часом вплине не тільки на світову круїзну індустрію, але і здатен докорінно змінити мапу морських торговельних шляхів та геополітичні основи які склалися за останні 30 років. Цим фактором є застосування Україною морських дронів.

Вперше морські безекіпажні катери для атаки на російський флот Україна використала восени минулого року. Найгучніша акція – напад на базу

Чорноморського флоту в Севастополі 29 жовтня, коли за непідтвердженими даними вдалось пошкодити до чотирьох суден.

За 10 місяців потому українські дрони-камікадзе вдарили по другій базі ВМФ РФ на Чорному морі – в Новоросійську (Краснодарський край) Пробоїну в корпусі отримав великий десантний корабель "Оленегорський гірник". Джерело ВВС каже, що це була спільна операція Служби безпеки України і Військово-морських сил.

Між цими інцидентами в Чорному морі також відбувалися події, ймовірно пов'язані з українськими безекіпажними катерами. Зокрема, це була одна з версій вибуху біля опор Керченського мосту 17 липня.

При цьому натепер абсолютно невідомо яким чином використання морських дронів вплине на світові торговельні шляхи, однак можемо абсолютно точно зазначити, що це лише початок ери використання морських дронів.

До основних переваг такої зброї слід віднести:

- Висока ефективність;
- Невисока у порівнянні із цілями та наслідками вартість виготовлення;
- Простота конструкції.

Таким чином можна окреслити майбутні проблемні аспекти застосування морських дронів:

- Розповсюдження використання такого виду озброєння, через доступність виготовлення та використання не тільки для окремих невеликих країн які захочуть використати свій вплив на морські торговельні шляхи а й для окремих недержавних утворень, терористичних та бпндитських угруповань комерційних та некомерційних організацій;

- Перекриття морськими дронами великих акваторій що надасть змогу блокувати не тільки торговельні шляхи а й цілі моря чи райони у тому числі і основні локації круїзного туризму.

Вважаємо доцільним почати вести роботу, щодо недопущення розповсюдження подібної зброї. І як країна з найбільшим досвідом, щодо

використання подібного виду зброї ми маємо очолити цю діяльність на рівні ООН та інших міжнародних організацій.

ВИСНОВКИ

Загалом, круїзний туризм продовжує набирати обертів серед широкого кола мандрівників, від молоді до пенсіонерів, від сімей з дітьми до молодих пар, від любителів активного відпочинку до тих, хто шукає спокою. Круїзний туризм є не тільки одним з найдинамічніших, унікальних і популярних видів відпочинку. Він має певні переваги і характеристики, які роблять його більш стабільним.

Підсумовуючи притримуємось тої думки, що круїзний туризм – це універсальний вид туризму, який поєднує в собі всі його форми, а також безліч різноманітних видів обслуговування та організації відпочинку. Він доволі популярний, порівнюючи з іншими видами туристичного відпочинку, і дозволяє створити унікальний та незабутній досвід для кожного користувача цієї послуги.

Сьогоднішні круїзи перетворилися на курорт на борту і вже не вважаються транспортним засобом для пасажирів. Через зростаючий попит до круїзної індустрії широкого розвитку набуває будівництво нових суден, які є більш технологічними та екологічними. Таким чином, еволюція круїзного сектору матеріалізувалася у появі спеціалізації в рамках круїзів, як за типом маршрутів, так і за типом суден та видів діяльності та послуг на борту. Круїзний світ є окремим міні-світом, який захоплює та надає всі умови для чудового відпочинку. Для залучення потенційних клієнтів судноплавні компанії проводять спеціальні опитування, щоб повністю задовольнити всі бажання подорожуючих. Опрацювання результатів допомагає їм забезпечити якісніше обслуговування, а також урізноманітнити круїзне життя. Просторі та затишні каюти для відпочинку, льодові ковзанки, обладнання для скелелазіння, організація концертів, доступ до Інтернету, можливість дивитися телебачення, обслуговування в номерах протягом 24 годин, басейни, казино, тренажерні зали, бібліотеки, солярії, тенісні корти, майданчики для гольфу, ресторани, бари, кінотеатри – дозволяють покинути буденний світ

речей та зануритися у дивовижні моменти насолоди. До вищеперерахованих розваг додається ефект від повільного пересування по водних просторах, що допомагає зняти стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму.

Технічні характеристики суден дають можливості реалізувати продуктові, технологічні та управлінські інновації радикального чи поліпшуючого характеру, а також паралельно посилювати безпеку подорожі та її якісні параметри. Зазначені інновації для лідерів ринку виступають інноваціями розвитку через активне інвестування коштів у розбудову флоту, незважаючи на терміни окупності проектів. Слід також відмітити, що виходу нового судна на круїзний маршрут передує прогнозна оцінка його пропускних можливостей відповідно до темпів зростання регіонального ринку, а також аналіз економічної ситуації в країнах-постачальниках круїзних туристів, оскільки економічна ситуація суттєво впливає на рівень споживання круїзного туристичного продукту.

Завдяки попиту круїзний туризм перебуває у постійній зміні. Слід визнати, що в умовах кризи морський туризм залишається єдиною прибутковою галуззю туризму. Серед основних глобальних тенденцій розвитку круїзного туризму можна виділити наступні фактори:

1. Середній вік туриста поступово зменшується. Цей фактор можна зв'язати з появленням інтересу до круїзного туризму серед молоді та сімейних пар через його доступність та різноманітність. За останні декілька років приблизний діапазон користувачів такого виду відпочинку становить від 30 до 50 років в середньому.

2. Появлення на туристичному ринку «гарячих круїзів». Такі круїзи виникають, коли туроператор розуміє, що своєчасно реалізувати всі квитки не вдається. Наприклад, лайнер відпливає 20 серпня, а 15 числа агенція бачить, що на рейс залишилося ще 50 вільних місць.

3. Наявність компетентних кадрів. Продаж круїзного судна вимагає багато знань і досвіду, накопиченого протягом багатьох років. Інші компоненти навчання кожного менеджера включають персональних

репетиторів, відвідування та інспекції портових лайнерів, рекламні тури, групову підтримку тощо. Навчання займає в середньому не менше року, тому добре підготовлені менеджери з продажу круїзів високо цінуються і затребувані.

4. Збільшення розмірів кораблів. Круїзні кораблі стають все більшими та більшими, що дозволяє компаніям залучати більше туристів на кожен рейс. Нові кораблі здатні вмістити понад 6000 пасажирів та 2000 членів екіпажу.

5. Розширення географії маршрутів, подорожі до екзотичних та незвичайних місць. Круїзні компанії розширюють свої маршрути, включаючи в них менш відомі регіони та екзотичні країни. Також з'являється все більше маршрутів з виходом в море без відвідування портів.

6. Підвищення екологічної свідомості. Круїзні компанії активно займаються питаннями збереження довкілля та екологічної стійкості. Вони все частіше інвестують у технології, які дозволяють знизити викиди шкідливих речовин та покращити якість води. Наприклад, на деяких кораблях впроваджено системи II та автоматизації, у тому числі системи управління відходами та моніторингу безпеки.

7. Нові зручності на борту. Круїзні компанії намагаються забезпечити своїх пасажирів різноманітними зручностями на борту, такими як великі аквапарки, штучні водоспади, різноманітні кулінарні ресторани та інші. 8. Підвищення рівня безпеки. Круїзні компанії активно працюють над підвищенням рівня безпеки на кораблях та в портах. Вони впроваджують нові технології та програми, які допомагають попереджати можливі небезпеки та захищати пасажирів. 9. Різноманітність розваг на борту. Круїзні компанії намагаються запропонувати пасажирам якнайбільше різноманітних розваг на борту. Це можуть бути театральні вистави, концерти, активності на свіжому повітрі тощо.

Спостерігається тенденція набуття великої популярності круїзів на поромах як різновиду морських круїзів. У країнах Європи найбільш популярними поромними операторами є компанії Tallink Silja Oу та Viking

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

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.

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 круїзної 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.

Світова круїзна індустрія сьогодні активно продовжує свій розвиток в постковідний період. Великі фінансові втрати потребують шляхів відновлення для побудови в майбутньому стійкої галузі. У практичному сенсі, індустрія знаходиться в пошуку стратегій удосконалення критичних аспектів, викликаних пандемією.

Український морський та річковий туризм потребує значних інвестицій для розвитку інфраструктури, відбудови портів, поліпшення технічного оснащення суден, розширення кількості маршрутів та послуг харчування і дозвілля. На даному етапі, через війну в Україні фінансування сектору туристичних послуг зупинено, тому круїзна індустрія, незважаючи на чималу акваторію, все ще знаходиться на початкових стадіях розвитку. Подальші дослідження круїзної індустрії зможуть забезпечити популяризацію круїзів у межах країни та світу, і надати поштовху для відбудови туристичної галузі в умовах безпеки.

Окремо хотіли би зазначити, що наразі з'явився ще один фактор який з часом вплине не тільки на світову круїзну індустрію, але і здатен докорінно змінити мапу морських торговельних шляхів та геополітичні основи які склалися за останні 30 років. Цим фактором є застосування Україною морських дронів. Це питання потребує подальшого детального вивчення та постійного спостереження розвитку локальних та глобальних наслідків не тільки для круїзної індустрії а й для усіх аспектів людського буття у світі.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Юрченко С. А., Юрченко Е. Е., Кондрова А. Е. Особливості розвитку сучасного морського круїзного туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм.* 2014. Т. 1 (3). С.185-189.
2. «Аналіз сучасних тенденцій ринку круїзного туризму» URL : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2021/> (дата звернення - 15.10.2023)
3. Ярова Н. В., Воркунова О. В., Ліщенко В. С. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі. *Науковий погляд у майбутнє.* 2016. Т. 1, № 4. С. 4-10.
4. Silva A. L. Rd. An overview of the impact of COVID-19 on the cruise industry with considerations for Florida // *Transportation Research Interdisciplinary. Perspectives.* 2021. Vol. 10. P. 100391 – 100397. doi: 10.1016/j.trip.2021.100391
5. Millefiori L. M., Braca P., Zissis D., Spiliopoulos G., Marano S., Willett P. K., Carniel S. COVID-19 impact on global maritime mobility // *Scientific Reports.* 2021. Vol. 11(1). P. 11039 – 18039. doi:10.1038/s41598-021-97461-7
6. Александрова А. Ю. Международный туризм. URL: https://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm (дата звернення – 01.11.2023).
7. Голубкова И.А. Экономический механизм развития круизного судоходства Украины: Монография. Одесса: «Издатинформ», 2011. 323 с.
8. Зацепіна Н. О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету.* 2012. Вип 34. С. 232-234.
9. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку. *Світу. Інвестиції: практика та досвід.* 2018. № 5. С. 20-25. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5964&i=3> (дата звернення – 05.11.2023).

10. Нестерова К. С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Одеса, 2016. 193 с.
11. Погребняк Ю. В. Анализ тенденций мирового круизного флота. *Сборник профессорско-преподавательской научно-технической конференции в Одесском национальном морском университете*. 2005. Вып. № 13. С. 138-142.
12. Зима А.Г. Особливості та розвиток транспорту в туризмі: препринт / А. Г. Зима, І. І. Лісіцина. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. 310 с.
13. Логунова Н. А. Інноваційний розвиток підприємства вектор – сучасної економічної політики держави / Н.А. Логунова, Н. А. Красовська. *Економіка: проблеми теорії і практики*. 2010. Т. 56. № 2. С. 317–328.
14. Федорченко В. К. Словник туристських термінів / В.К. Федорченко, І. М. Мішч. Київ : Дншро, 2000. 156 с.
15. Герасименко В.Г. Основи туристичного бізнесу. Одеса: вид-во «Чорномор'я», 1997. 156 с.
16. Федонш О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник/ О. С. Федонш, І. М. Ретна, О. І. Олексюк. Київ : КНЕУ, 2004. 316 с.
17. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч.посібник / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. Харків: Бурун Книга, 2011. 112 с.
18. Винников В.В. Рынок круизного судоходства : Курс лекций для повышения квалификации специалистов, руководителей и специалистов-практиков в области туристического транспортного бизнеса и транспортного менеджмента, теории и практики организации туристических перевозок Одесса : ОНМА, 2011. 51 с.
19. Логунова Н.А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма: дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 : дата защиты: 24.12.14 / Наталья Анатольевна Логунова; Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2014. 439 с.

20. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму. *Журнал європейської економіки*. 2011. Т.10. №2. С.178-187.
21. Історія винаходу пароплавства. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/istorijavinahodu-paroplava-istorija.html> (дата звернення – 14.11.2023).
22. Про перші судна та пароплави. URL: <https://cprs.kiev.ua/news/piznavalne/pro-pershisudna-ta-paroplavy/> (дата звернення – 14.11.2023).
23. Історія винаходу пароплавства. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/istorijavinahodu-paroplava-istorija.html> (дата звернення – 14.11.2023).
24. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму : навч. посібник. Львів. 2016. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/history-tourdevelopment-Pankiv.pdf> (дата звернення – 01.11.2023).
25. Компанія Peninsular and Oriental Steam Navigation. URL: https://ru.frwiki.wiki/wiki/Peninsular_and_Oriental_Steam_Navigation_Company
26. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму : підруч.; Харк. нац. акад. міськ. господарства. Харків : ХНАМГ, 2010. 294 с.
27. Дивовижна історія французького океанського лайнера. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nBgwHJE6o7w&vl=ua> (дата звернення – 10.11.2023).
28. «Бремен» – лайнер легенда. Історія величного корабля. URL: <https://matsam.livejournal.com> (дата звернення – 15.11.2023).
29. RMS Caronia. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/RMS_Caronia (дата звернення – 16.11.2023).
30. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник: Вінниця : «ППК«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

31. Протокол до Афінської конвенції про перевезення морем пасажирів та їх багажу 1974 року/ URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_094 (дата звернення – 15.11.2023).

32. When Are Cruise Lines Around the World Expected To Resume Service?: вебсайт. URL: <https://www.cruise critic.com/news/5206/> (дата звернення - 15.11.2023)

33. Якість в туризмі. Quality in tourism : веб-сайт. URL: <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism> (дата звернення – 20.11.2023)

34. Park S. Tourist Experiences And Word-of-Moutj: The Mediating Effect Of Memory. An Abstract Of A Dissertation. Department of Hospitality Management College of Human Ecology Manhattan, Kansas 2016. 179 p.

35. Джонсон Д. Екологічно стійкий круїзний туризм: перевірка реальності DOI: 10.1016 / S0308-597X(02)0000881 URL: https://www.researchgate.net/publication/222675319_Environmentally_sustainable_cruise_tourism_A_reality_check (дата звернення – 20.11.2023)

36. Морський і річковий транспорт України. URL: http://probine.net.ua/?page_id=469 (дата звернення – 20.11.2023)

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

38. Захаріна А.Г. Визначення сутності та особливостей круїзного туризму. *Держава та регіони*. 2013 р., № 3 (72). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2013/3_2013/9.pdf (дата звернення – 20.11.2023)

39. 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.

40. О. Нездойминов С. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Нездойминов, Н.Андреева. *Економіст*. 2014. №7 (333). С. 43-45.

41. Жихарева В.В. Круизный рынок: современные тенденции развития URL : <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyjrynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html> (дата звернення – 20.11.2023)

42. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездойминов С.Г. та ін.]; за заг. ред. професора В.Г.Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.

43. Филипенко А.О. Пріоритети розвитку морегосподарського комплексу України в умовах глобалізації: аналітична доповідь / [А.О. Филипенко, В.В. Баришнікова; за ред. А. О. Филипенка]; Регіон. філіал нац. ін-ту стратегічн. досліджень у м. Одесі. Одеса : Фенікс, 2013. 168 с

44. Cruise Compete Cruise Trends. URL: http://www.cruisecompetecruise.com/cruise_trends_report.php/ (дата звернення – 20.11.2023)

45. Cruise Lines International Association, Inc (CLIA) URL: <http://www.cruising.org/> (дата звернення – 23.11.2023)

46. 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.

47. Cruise Tourism from a broad perspective to a focus on Zeeland // Research Centre for Coastal Tourism. 2012. VOLUME 4. 40 p.

48. Kostas E. Sillignakis. Cruise Industry: An overview: [Electronic resource]. URL: <http://www.sillignakis.com/> (дата звернення – 23.11.2023)

49. Lampinen Pekka. Servicescapes in Cruise Ship Design – Case xpTray Design Concept / Lampinen Pekka // Logistics Master's thesis. 2010. 106 p.

50. Vojvodic K. Educational cruises – tourism products promoting learning / Vojvodic K. // Journal of International Scientific Publications Educational Alternatives, 2012. Volume 10, Part 1. P.4-15.

51. Cruise Market Watch. URL: <http://www.cruisemarketwatch.com/> (дата звернення – 20.11.2023)

52. The Statistics Portal. URL: <http://www.statista.com/> (дата звернення – 20.11.2023)

53. Логунова Н.А. Компаративный анализ результативности развития европейского круизного рынка. *Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление»*. 2013. Том 26 (65). № 2. С. 66-79.

54. Михайліченко Г.І. Інноваційні зміни у розвитку світового туристичного ринку. *Бізнес Інформ*. 2011. № 6. С.49-52.

55. Vogel M. The Business and Management of Ocean Cruises / Vogel M., Papathanassis A., Wolber B. London: CABI Publishing. 2011. 296 p.

56. François Weil. The future's cruises: what concepts and what products for what customer base? URL: http://www.tourmag.com/I-The-future-s-cruises-whatconcepts-and-what-products-for-what-customerbase_a66218.html (дата звернення – 20.11.2023)

57. David Johnson. Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check / David Johnson // Marine Policy. 2002. Vol. 26, issue 4, P. 261–270.

58. Кюдис К.Р. Современные тенденции развития круизного судоходства Черноморского региона. *Интернет портал Nauka.zinet.info*. URL : <http://nauka.zinet.info/29/kyudis.php> (дата звернення – 25.11.2023)

59. Річна звітність Carnival Corporation & PLC та Royal Caribbean Cruises Ltd. Co URL : <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml> (дата звернення – 20.11.2023)

60. Річна звітність Norwegian Cruise Line Holdings Ltd URL : <https://www.nclhltd.com/> (дата звернення – 25.11.2023).

61. Growth of the Cruise Line Industry // Cruise Market Watch : URL: https://cruising.org/-/media/clia-media/research/2023/clia_state-of-the-cruise-industry-report-sept-2023-update-live.ashx (дата звернення – 25.11.2023).
62. Lester, J., Weeden, C. (2004) Stakeholders, the natural environment and the future of Caribbean cruise tourism. URL: https://www.academia.edu/762877/Lester_J_Weeden_C_2004_Stakeholders_the_natural_environment_and_the_future_of_Caribbean_cruise_tourism (дата звернення – 25.11.2023).
63. Wang, H. (2020). Annual report on CHINA's cruise industry (2020). Beijing: Social Science Literature Press, 23–24. URL: <https://mednexus.org/doi/full/10.1186/s40249-020-00662-x> (дата звернення – 25.11.2023).
64. Choquet and Sam-Lefebvre, 2020. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmars.2022.818140/full#B8> (дата звернення – 25.11.2023).
65. Барановский А. За круїзами майбутнє. *Туризм*. 2008. № 2. С. 52–54.
66. Остах В.М. Популярні регіони круїзного туризму. *Вокруг света*. 2009. № 19. С. 15–19.
67. Щербина Т.В. Утікачі із суходолу. *Вояж і відпочинок*. 2009. № 6. С. 56–59.
68. Хвилер Я. Круїзи завжди в моді. *Турбізнес*. 2009. №13. С. 24-26.
69. Антоненко І.Я., Мельник І.Л. Перспективні напрями розвитку ринку круїзного туризму. URL : http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2019/10.pdf (дата звернення – 27.11.2023).
70. Порти Карибського басейну URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/kruizni-porty-karybskooho-baseinu> (дата звернення – 24.11.2023).
71. Cruise Lines International Association, Inc (CLIA). URL: <http://www.cruising.org/> (дата звернення – 25.11.2023).

72. Яковенко Е.В. Сущность и типы инноваций в сфере туризма. *Культура народов Причерноморья*. 2006. №95 С. 102-105.

73. Ніколаєв К.Д. Збалансоване природокористування на прикладі екологізації туристичної галузі / К.Д. Ніколаєв, В.М. Ісаєнко, К.О. Бабікова. *Вісник КДПУ імені Михайла Остроградського*. Кременчук, 2009. №5 (58). С.117- 120.

74. Офіційний сайт проекту «Sustainable Cruise» URL : <http://www.sustainablecruise.eu/> (дата звернення – 30.11.2023).

75. Paloti M. Green Cruising URL : <http://www.cruisecritic.com/articles.cfm?ID=528> (дата звернення – 25.11.2023).

76. Офіційний сайт Міжнародної організації зі стандартизації ISO URL : <http://www.iso.org/iso/ru/> (дата звернення – 30.11.2023).

77. Герасименко В.Г., Замкова А.В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. Харків: "Бурун Книга", 2011. 116 с.

78. Жихарева В.В. Економіка морського транспорту: підручник / [В.В. Жихарева, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др.]. Харків: БУРУН КНИГА, 2012. 480 с.

79. 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.

80. Китайський круїзний ринок обіцяє стати найбільшим в АТР URL : [http://russian.news.cn/2016\(11/13/c_135826027.htm](http://russian.news.cn/2016(11/13/c_135826027.htm) (дата звернення – 30.11.2023).

81. Китай стане другим по величині круїзним ринком світу, пише "Женьмінь Жибао" URL : https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_ryinkom_mira_pishet_jenn_in_jibao/?full (дата звернення – 05.12.2023).

82. Круїзний ринок в 2016 году планує 60% рост URL : [http://www.atorus.ru/news/press\(centre/new/34480.html](http://www.atorus.ru/news/press(centre/new/34480.html) (дата звернення – 02.12.2023).

83. Круїзний ринок України і світу URL: <http://cruiseek.com> ((дата звернення – 25.11.2023)

84. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень URL : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/> (дата звернення – 02.12.2023).

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

86. Мировой круизный рынок стремительно растет URL : <http://cruiseek.com> (дата звернення – 02.12.2023)

87. Найбільший у світі круїзний лайнер відправився в перше плавання URL : [https://www.unian.ua/world/1346045\(naybilshiy\(usviti\(krujizniy\(layner\(vidpravivsia\(v\(pershe\(plavannya.html](https://www.unian.ua/world/1346045(naybilshiy(usviti(krujizniy(layner(vidpravivsia(v(pershe(plavannya.html) (дата звернення – 02.12.2023)

88. Нездойминов С.Г. Сучасний потенціал регіональних ринків морських круїзів. *Економика, підприємництво и право*. № 2. том 6. 2016. С. 136-145.

89. 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.

90. Основні тенденції у сфері подорожей у 2016 році URL : [http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye\(tendencii\(v\(sfereputeshestviy\(v\(2016\(godu/](http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye(tendencii(v(sfereputeshestviy(v(2016(godu/) (дата звернення – 02.12.2023)

91. Остах В.М. Популярные регионы круизного туризма. *Вокруг света*. 2009. № 19. С. 15-19.

92. 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.

93. Cruise Industry News / 2016—2017 Annual Report URL: [https://www.cruiseindustrynews.com/annual/cruise\(industryreport.html](https://www.cruiseindustrynews.com/annual/cruise(industryreport.html) (дата звернення – 05.12.2023)

94. Cruise Line International Organization URL: <http://www.cruising.org> (дата звернення – 02.12.2023)

95. Growth spurt river cruising URL : [http://www.travelweekly.com/RiverCruising/Growth\(spurt\(river\(cruising](http://www.travelweekly.com/RiverCruising/Growth(spurt(river(cruising) (дата звернення – 05.12.2023)

96. 13 Trends Coming to Cruising in 2016 (And What They Mean) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.travelpulse.com/news/cruise/13\(trendscoming\(to\(cruising\(in\(2016\(and\(what\(they\(mean.html](http://www.travelpulse.com/news/cruise/13(trendscoming(to(cruising(in(2016(and(what(they(mean.html)

97. Жихарева В. В. Современные тенденции развития рынка круизного судоходства. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2012. № 39 (2). С.153-166.

98. Круизные компании в 2018 году перевезли 26 млн. пассажиров URL : <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/55669/> (дата звернення – 05.12.2023)

99. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2018/6.pdf (дата звернення – 07.12.2023)

100. Cruise industry worldwide - statistics & facts. URL : <https://www.statista.com/topics/1004/cruiseindustry/#topicOverview> (дата звернення – 07.12.2023)

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

102. Міжнародна асоціація круїзних компаній (CLIA). URL : <https://cruising.org/news-andresearch/research/2018/deDecember/2019-state-of-the-industry>. (дата звернення – 02.12.2023).

103. UNWTO World Tourism Conference «Cruise Tourism Global Perspective» URL : <https://www.unwto.org/>. (дата звернення – 07.12.2023).

104. Global demand for cruising URL : [http://www. cliaeurope. eu/images/downloads/press_2013/CLIA_press_release_global_economic_contribution_2015. pdf](http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/press_2013/CLIA_press_release_global_economic_contribution_2015.pdf). (дата звернення – 07.12.2023).

105. Котування акцій круїзних компаній. URL: [https://ffin. ru/market/directory/data/quotes/47279/](https://ffin.ru/market/directory/data/quotes/47279/). (дата звернення – 02.12.2023).

106. Carnival Cruise Lines. URL: [https://www. carnival. com](https://www.carnival.com). (дата звернення – 08.12.2023).

107. Royal Caribbean Cruises. URL : [https://www. royalcaribbean. com](https://www.royalcaribbean.com). (дата звернення – 08.12.2023).

108. Norwegian Cruise Line. URL : [https://www. ncl. com/uk/en](https://www.ncl.com/uk/en). (дата звернення – 08.12.2023).

109. Бакаєв О. О. Аналіз ринку морських і річкових круїзних перевезень. *Судоходство*. 2002. №11. С. 14.

110. Матеріали Державного агентства розвитку туризму України URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

111. Press Statement. EU sunflower oil supply outlook critical as a result of Russia's invasion of Ukraine. Ref. 22PRESS064. available at: 103 URL : [https://www.fediol.eu/data/22PRESS064%20FEDIOL%20PR%20on%20Ukraine n%20crisis.pdf](https://www.fediol.eu/data/22PRESS064%20FEDIOL%20PR%20on%20Ukraine%20crisis.pdf) (дата звернення – 08.12.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

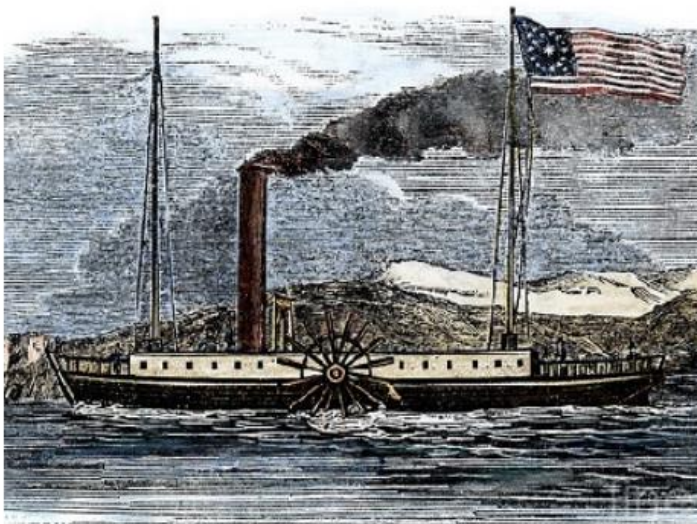
Таблиця А1

Види водного туризму

Вид туризму	Опис
Круїзний туризм	Подорожі на круїзних лайнерах або кораблях для розкішного відпочинку та відвідування різних портів уздовж морських або океанських маршрутів.
Парусний туризм	Використання вітру для плавання на вітрильних суднах, таких як шхуни, яхти або катамарани. Це може бути як прокат суден, так і багатоденні подорожі з перебуванням на борту.
Дайвінг туризм	Пірнання під воду з аквалангом або іншими засобами для дослідження підводного світу, включаючи корали, рифи, водяні печери та інші морські формації.
Сноркелінг	Активність, під час якої туристи спостерігають підводний світ з поверхні води, за допомогою маски, трубки для дихання та плавців. Це популярний вид туризму в регіонах з прозорою теплою водою та багатим морським життям.
Водні спорти	Включає активності, такі як вейкбординг, водний лижний спорт, каякінг, веслування на дошках SUP та інші види водних розваг.
Риболовля	Відпочинковий або спортивний вид туризму, під час якого туристи займаються ловлею риби на морі або океані. Це може бути як прокат судна для риболовлі, так і участь у риболовних турнірах.
Яхтинг	Відпочинковий або спортивний вид туризму, під час якого туристи користуються яхтами для плавання по морях та океанам. Це може бути як власна яхта, так і оренда.



Рис. Б1



"The Clermont," Fulton's first American Steamboat.



Роберт Фултон

Рис. Б2



Рис. Б3

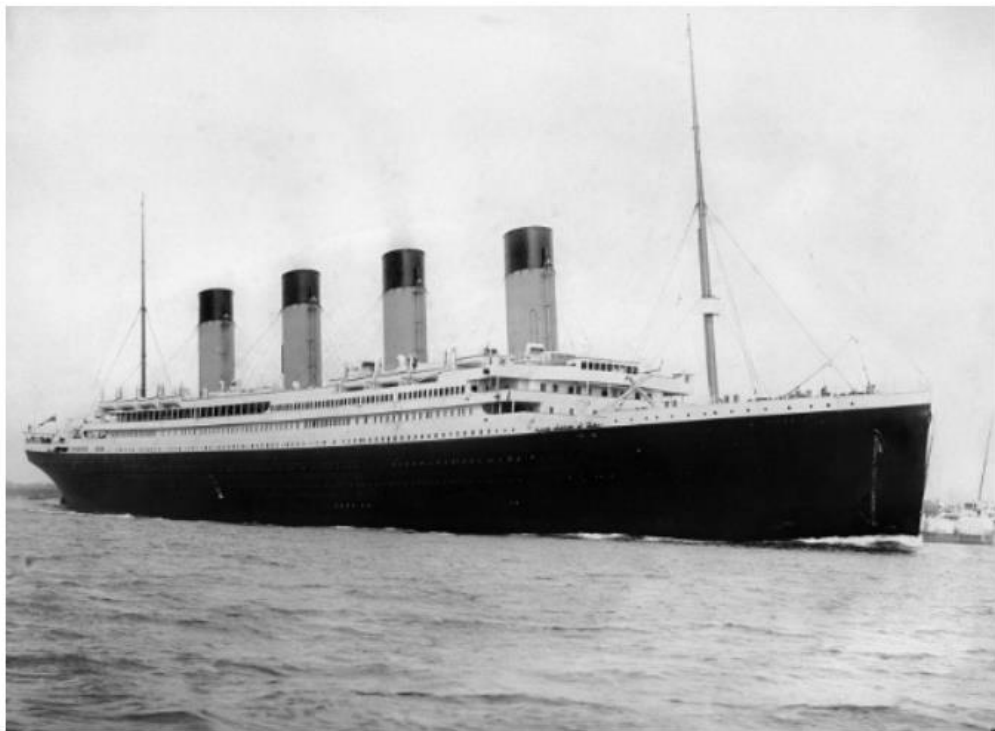


Рис. Б4

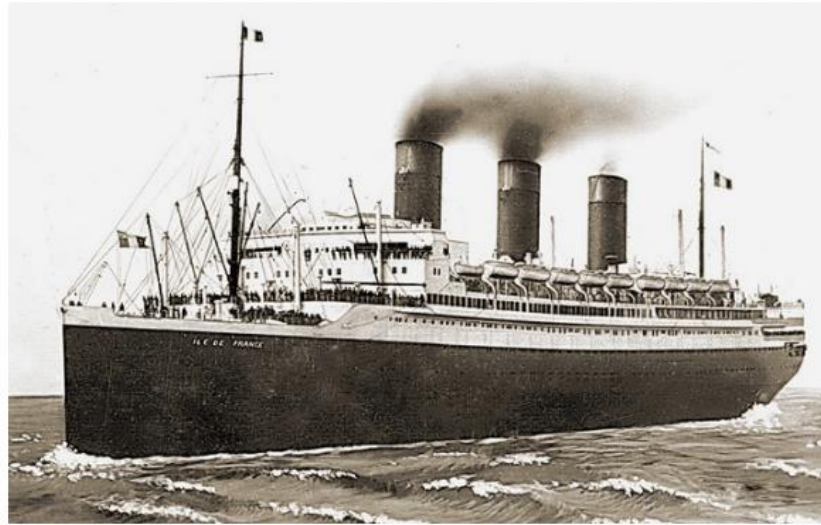


Рис. Б5



Рис. Б6

**Диференціація туристичного продукту
круїзної судноплавної компанії**

Класифікаційна ознака	Вид круїзного туристичного продукту	Класифікаційна ознака	Вид круїзного туристичного продукту
<i>В залежності від типу судна</i>			
За регіоном плавання	Морські (каботажні, міжнародні, трансокеанічні) Річка-море (внутрішні, міжнародні) Річкові (внутрішні, міжнародні)	За тоннажем	Малі (до 25 тис. тон) Середні (від 25 до 60 тис. тон) Великі (понад 60 тис. тон)
Залежно від типу судна та рівня сервісу	Стандарт Преміум Люкс	За фактором сезонності	Цілорічні Сезонні (літні, зимові) Разові
<i>В залежності від круїзного туристичного продукту</i>			
За класифікацією Всесвітньої туристичної організації	Економічні (бюджетні) Класичні Преміум Люкс Ексклюзивні (спеціалізовані)	За класифікацією CLIA	Сучасні (класичні) Преміум-клас Люкс-класу Ексклюзивні Особливі (тематичні)
За тривалістю подорожі	Короткострокові (міні круїзи) Середньострокові Довгострокові (багатоденні)	Залежно від цілей	Класичні Спеціалізовані
За побудовою маршрутом	Лінійні Кільцеві Радіальні Комбіновані	За обсягом охоплення	Навколосвітні Прибережні Експедиційні Трансатлантичні
Залежно від кількості видів транспорту	Морські Авіаморські Велокруїзні	Залежно від програми берегового відпочинку	Європейські Американські
За способом (характером) організації	Комбіновані «Перервані» Автокруїзи Поворотні Транзитні Репозиційні Міні-круїзи Яхт-круїзи	За тематикою	Конгресні Оздоровчі Лікувальні Освітні Гастрономічні Комбіновані тощо

Розроблено на основі 40-53

Сегментація пропозиції світового ринку круїзного туризму

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

Складено за 44, 49, 54

Розвиток попиту і пропозиції на ринку круїзного туризму	
ТРАДИЦІЙНИЙ РИНОК	НОВИЙ РИНОК
	Зміни у структурі пропозиції
Робота середніх та малих круїзних судноплавних компаній з розгалуженою мережею посередників	Горизонтальна інтеграція ринку. Через злиття і поглинання круїзних судноплавних компаній для збільшення визначення на ринку формуються круїзні корпорації (холдинги)
Об'єднання круїзних компаній в асоціації (організації) за регіонами діяльності	Об'єднання регіональних асоціацій (організацій) круїзних компаній. Формування міжнародних структур для організації контролю за розвитком круїзного ринку
Робота круїзних компаній по формуванню круїзних брендів	Підтримка іміджу круїзних брендів
Персонал, що обслуговував туристів, набрався з інших галузей.	Вільне пересування робочої сили. Інтернаціоналізація персоналу круїзних компаній як у навігаційній, так і у сервісній сферах
Розбудова транспортної та портової інфраструктури без врахування потреб круїзного туризму	Розбудова транспортної та портової інфраструктури у регіонах призначення (дестинаціях) під потреби круїзного туризму
Використання класичного маркетингу при формуванні та продажі продукту	Зростання значення інструментів маркетингу, в т.ч. інноваційного, при формуванні та продажі продукту
Будівництво круїзних суден для освоєння потенціалу круїзного ринку	Будівництво круїзних суден з великою пасажиромісткістю як готель-курортів з власним брендом. Модернізація суден під сучасний продукт
Діяльність круїзних компаній орієнтована на отримання прибутку	Соціально-екологічна відповідальність круїзних компаній спрямована на зменшення пере навантаження туристичних дестинацій
Розподіл функцій між учасниками ринку круїзного туризму на основі загальноринкових правил	Розбудова зовнішніх зв'язів круїзних судноплавних компаній на основі стратегічного партнерства
	Зміни у структурі попиту
Попит несеґментований. Продаж типових продуктів, які не приділяли уваги потребам різних груп туристів	Зростання сегментації попиту. Урізноманітнення (диференціація) продукту для врахування усіх вимог туристів
Якість як константа круїзного продукту. Значна залежність між якістю та ціною на продукт	Зростання вимог до якості продукту. Всі круїзні продукти, не зважаючи на тип судна та умови круїзу, повинні бути найвищої якості.
Безпека під час круїзної подорожі гарантується круїзною судноплавною компанією та страховальником	Зростання вимог до параметрів безпеки продукту. Гарантування державою безпеки туристів - «подорожі з дискретивами»
Переважають стандартні продукти, спрямовані на рекреацію та пізнання	Зростання значення активних форм відпочинку. Формування продукту екологічного та спортивного спрямування
Незначний досвід круїзних подорожей	Високий рівень досвідченості та мобільності туристів. Зростання повторних звернень та формування лояльності до певної круїзної компанії
Визначальний вплив круїзних операторів та їх посередників (представників) на вибір туристом продукту	Вплив Інтернет-послуг на формування попиту на круїзний туристичний продукт
Переважає «раннє бронювання» продукту через круїзних операторів та їх представників	Збільшення частки «пізнього бронювання» продукту, що частково пов'язано з «гарячими пропозиціями» круїзних операторів та можливістю он-лайн бронювання
Активний попит на всі послуги, що надаються на борту судна	Зменшення попиту на послуги, що надаються за окрему плату на борту судна

Таксономія (класифікація) круїзних компаній

Тип підприємства	Характеристика	Основа інноваційної політики
1. Круїзна корпорація (материнська)	Компанія, яка має дочірні підприємства для роботи у різних регіонах	Інновації є стратегічним завданням
В т.ч.. дочірня судноплавна компанія	Невеликі судноплавні підприємства, що працюють у різних регіонах та на різних сегментах ринку. Гнучко зв'язані мережею для ефективного управління	Інновації впроваджуються за ефектом дифузії
2. Круїзний оператор	Незалежні та формально організовані підприємства, які не мають власної судноплавної бази	Працюють з метою створення продуктивних інновацій – інноваційний круїзний туристичний продукт
3. Незалежна круїзна судноплавна компанія	Невеликі за розміром підприємства з власною судноплавною базою, пріоритетом яких є утримання на ринку	Створюють інновації разом з партнерами

Порівняння традиційного та нового круїзного туристичного продукту

ТРАДИЦІЙНИЙ ПРОДУКТ	НОВИЙ ПРОДУКТ
Позиціонування як продукту елітарного туризму	Позиціонування як продукту масового туризму орієнтованого на всіх
Будівництво круїзних суден для освоєння потенціалу круїзного ринку	Будівництво круїзних суден з великою пасажиромісткістю як готелів-курортів з власним брендом. Модифікація суден під сучасний продукт
Використання сталих цін за каталогом	Пошук нових способів діяльності на ринку через агресивний маркетинг, формування комбінованих круїзних пакетів, бюджетних круїзних пакетів, скорочення тривалості круїзів, пропонування знижок
Класичні продукти, які передбачають мінімальний час на перебування у портах призначення	Розширення географії круїзних подорожей, в т.ч. організація експедиційних круїзів. Збільшення часу на стоянку у портах призначення
Диференціація продукту	Диференціація не тільки продукту, а і послуг в його структурі (послуги на борту та берегове обслуговування під час зупинки у порту)
Бронювання та продаж продукту через посередників (представників) круїзних компаній	Перебудова системи збуту продукту. Зменшення ролі посередників (представників), в т.ч. через застосування мобільних та Інтернет-технологій

Складено за 44,49,55-61

**Приклади інноваційних рішень впроваджених на
світовому ринку круїзного туризму**

Назва судна, рік запуску / місткість	Компанія	Інновацій у круїзному туристичному продукті
Oasis of the Seas (2009 / 6360)	Royal Caribbean International	Центральний парк, акватеатр, літаючий бар, льодовий каток, драматичний водний театр, колекція пам'яток, двоповерхові каюти, 24 ресторани
Allure of the Seas (2010 / 5400-6400)	Royal Caribbean International	Парк з екзотичними рослинами, водний парк, льодовий каток, спортивні майданчики, дитячий садок, клуб для поціновувачів гумору та джазу
Royal Princess (2013 / 3560-3600)	Carnival Corporation & PLC	Прогулянковий тунель над морем зі скляним полом, кінотеатр під відкритим небом
AIDAstella (2013 / 2194)	Carnival Corporation & PLC	4D-кінотеатр, фото-студія, квітковий магазин
Seabourn (2009)	Carnival Corporation & PLC	Спа-тераси, платформа для занять водними видами спорту
Quantum of the Seas (2014 / 2090)	Royal Caribbean Cruises Ltd	Електронна система браслетів-міток для пасажирів, аеродинамічна труба, кабіна з панорамними вікнами, що піднімається на 100 метрів над рівнем моря, Dynamic Dining – харчування за попереднім бронюванням у тематичних ресторанах, приміщення-трансформери, електронні вікна та інші мультимедійні технології, луна-парк

Складено за 48, 59, 64

Основні регіони круїзного туризму в світі на початку XXI ст.

Регіон	Країни
Басейн Середземного моря	Франція, Італія, Кіпр, Мальта, Греція, Єгипет
Басейн Карибського моря	Барбадос, Гаїті, Ямайка, Мексика, США
Балтійський басейн	Росія, Фінляндія, Латвія
Чорноморський басейн	Туреччина, Україна, Болгарія, Росія
Прибережні води Гавайських островів, Суецький канал, Панамський канал	

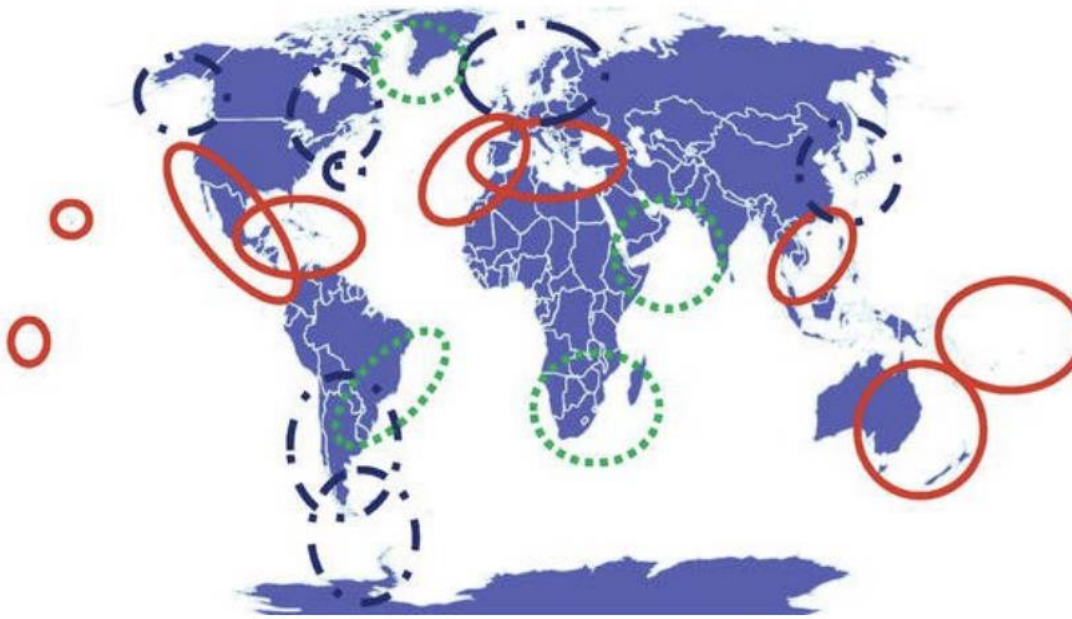


Рис. Г2

Додаток Г
Таблиця Г1

№	Назва круїзної компанії	Кількість суден	Ліжко-міся, тис.	Пасажиromісткість, тис. місць	Ринкова частка, %
1.	Carnival Corporation	113	273,5	13 404,0	42,1
2.	Royal Caribbean Cruises	53	144,3	7 260,9	22,8
3.	MSC Cruises	19	63,0	3 159,3	9,9
4.	Norwegian Cruise Line	27	59,1	2 878,3	9,0
Всього:		212	539,9	26 702,5	83,8

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
Пасажиromісткість, 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

Аналіз річного прибутку круїзних компаній

Рік	Річний прибуток
2018	26 млрд. дол.
2019	27 млрд. дол.
2020	3 млрд. дол.
2021	13 млрд. дол.
2022	18 млрд. дол.

Складено за 104

TOURISM
MODERN WAYS OF SOLVING THE PROBLEMS OF SCIENCE IN THE WORLD



Рис. Д.2

Складено за 105

Аналіз напрямлень круїзного туризму

Найпопулярніші напрямлення	Частка пасажирів %
Країни Карибського басейну	45%
Центральне та Західне Середземномор'я	17%
Азія	12%
Північна Європа	8%
Східне Середземномор'я	6%
Північна Америка	4%

Складено за 105

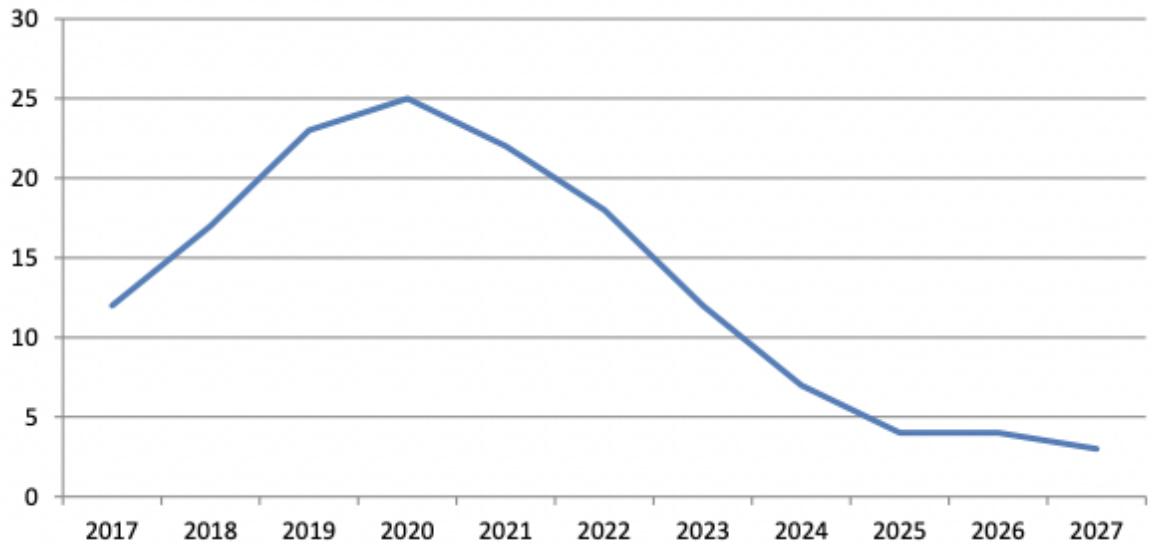


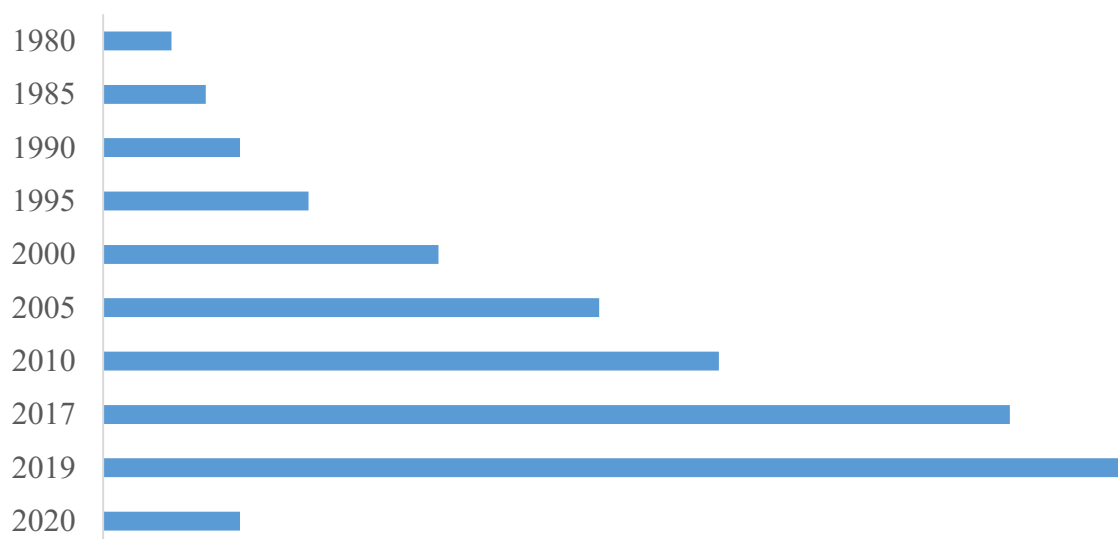
Рис. Д4

Таблиця Д5

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

Додаток Е
Таблиця Е1



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

Таблиця Е2

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

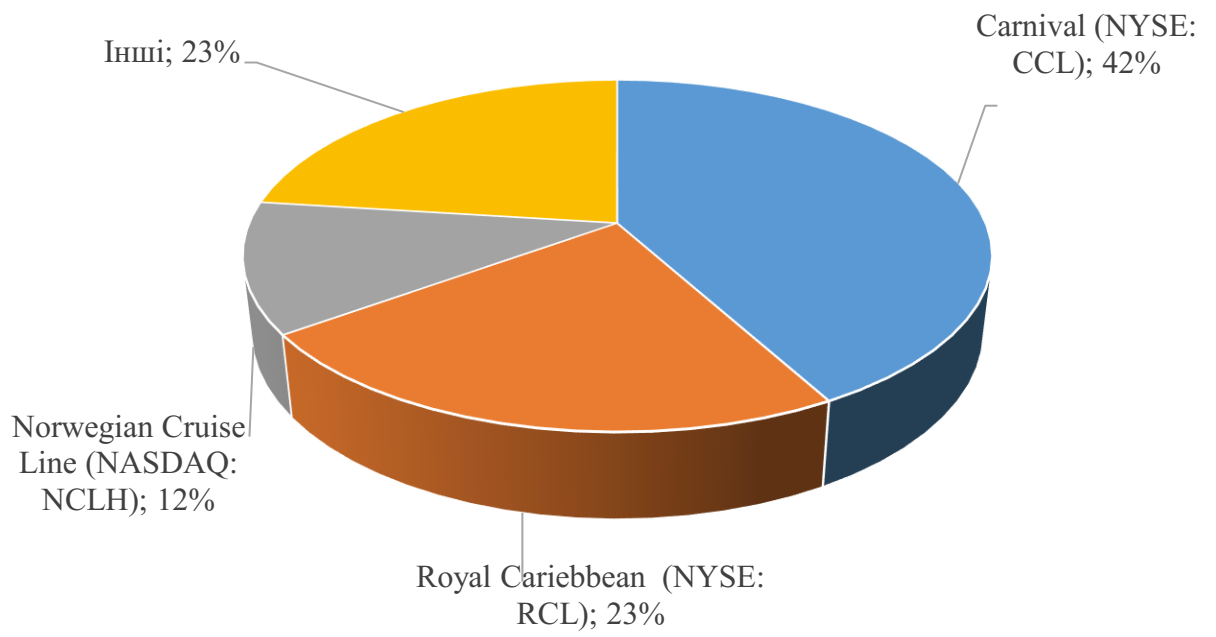


Рис. Е3

