

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

д.е.н., доцент

_____ Горіна Г.О.

« » _____ 2021 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Туризм»

на тему: **«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО РИНКУ В
УКРАЇНІ ТА СВІТІ»**

Виконав: здобувач вищої освіти	студент 2 курсу групи зТУР-20М Понурок Ольга Ігорівна	_____ (підпис)
Керівник:	к.пед.н., доцент Богатирьова Галина Андріївна	_____ (підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань
Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг

2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства
Форма здобуття вищої освіти заочна
Ступінь «Магістр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

д.е.н., доцент

_____ Горіна Г.О.
« ____ » _____ 2021 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Понурок Ольги Ігорівни

1. Тема роботи: «Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку в Україні та світі»

Керівник роботи к.пед.н., доцент Богатирьова Г.А.

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
від «28» травня 2021 року № 101-с

2. Строк подання студентом роботи: «29» листопада_2021 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): обґрунтування теоретичних аспектів круїзної галузі; дослідження її стану та тенденцій розвитку.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «28» травня 2021 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір напрямку дослідження, аналіз бази та літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження. Формулювання, обґрунтування та затвердження теми роботи	13.09.2021-27.09.2021	
2	Підготовка основної частини роботи	28.09.2021-02.11.2021	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	03.11.2021-17.11.2021	
4	Підготовка вступу роботи.	18.11.2021-20.11.2021	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	21.11.2021-28.11.2021	
6	Представлення роботи на кафедрі для рецензування	29.11.2021	
7	Оформлення презентаційних матеріалів, проходження нормоконтролю	1.11.2021-29.11.2021	
8	Захист дипломної роботи	11.12.2021	

Здобувач ВО _____

(підпис)

Понурок О.І.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

Богатирьова Г.А.

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

Сторінок: , рисунків: 3, таблиць: 8, використаних джерел: 77, додатків: 5

Мета кваліфікаційної роботи є: аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку круїзного туризму як джерела соціально-економічного зростання, визначення особливостей розробки, створення та реалізації круїзного туристичного продукту та розробка практичних рекомендацій щодо активізації розвитку круїзної галузі в Україні та світі.

Об'єкт дослідження: туристична діяльність.

Предмет дослідження: тенденції розвитку круїзного ринку в Україні та світі.

Завданнями роботи визначені: дослідження теоретико-методологічних засад розвитку круїзного туризму в Україні та світі; аналіз стану і тенденцій розвитку ринку круїзних послуг в Україні та світі; особливості розробки, створення та реалізації круїзного туристичного продукту; розробка практичних рекомендацій щодо поліпшення стану розвитку круїзної галузі (на прикладі Одеського морського порту).

Методи / методика, використані у кваліфікаційній роботі: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять круїзного туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування круїзного ринку в Україні та світі; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку круїзного ринку в Україні та світі.

Основні результати дослідження: за результатами проведеної роботи було досліджено теоретичні аспекти становлення і розвитку круїзного туризму в Україні та світі; проаналізовано стан і тенденції розвитку круїзного ринку в Україні та світовий досвід; обґрунтовано особливості розробки та створення круїзного туристичного продукту; розроблено рекомендації щодо поліпшення розвитку круїзного ринку на прикладі Одеського морського порту.

Ключові слова: КРУЇЗ, КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ, КРУЇЗНИЙ РИНОК, КРУЇЗНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
ОСНОВНА ЧАСТИНА	
1. Теоретико-методологічні засади розвитку круїзного туризму в Україні та світі.....	8
2. Стан і тенденції розвитку ринку круїзних послуг в Україні та світі: особливості розробки, створення та реалізації круїзного туристичного продукту.....	13
3. Практичні рекомендації щодо активізації розвитку круїзної галузі (на прикладі Одеського морського порту).....	40
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Актуальність теми. Морський круїзний туризм є одним із найпопулярніших і швидкозростаючих сегментів вітчизняного й міжнародного туристичного ринку. Впродовж останніх десятиліть ринок морських круїзів демонстрував значне збільшення і стабільний приріст, є сектором туристичного ринку і поєднує в собі декілька видів туризму, є прибутковим навіть в умовах економічної кризи.

Теоретичні аспекти морського круїзного туризму розглядаються у роботах М.А. Мальської, В. Худо, В. Цибуха, В. Жихарьової, Ю. Ларкіна, Н. Лінського, Ю. Погребняка та ін. Вивченням специфіки круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географії круїзних маршрутів займалися Александрова А.Ю., Біржаков М.Б., Долматов Г.М., Надточій В.Г. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та Україні вивчали Данчик М.М., Кізілова Є.Ю., Тищенко Є.А., Зацепіна Н.О., Дем'янченко А.Г., Соловійов А.А., О.В. Тищенко, А.О. Филипенко, Антоненко І.Я., Мельник І.Л. та ін.

Однак, як показав аналіз, у цих джерелах не приділено достатньо уваги причинно-наслідковим зв'язкам динамічного зростання круїзної індустрії, що охоплює майже всі сфери економіки країни.

Круїзний туризм вважається один з найскладніших видів туризму, оскільки включає в себе організацію харчування, екскурсії по містах, розважальну програму та багато іншого. Сьогодні круїзні подорожі входять в десятку провідних трендів міжнародного ринку туризму. Інтенсивність розвитку глобального круїзного ринку залежить від збільшення пасажиромісткості суден нового покоління та підвищення якості послуг, що надаються провідними світовими операторами. Це актуалізує увагу фахівців до проблемних питань й прогнозів розвитку українського та світового круїзного ринку.

Круїзний туризм є унікальним сегментом туристичної індустрії, економічний ефект від розвитку якого проявляється у створенні додаткових робочих місць, підвищенні зайнятості населення, прагненні розвитку менш розвинених економічно регіонів, а й за рахунок непрямого впливу, який називається «ефектом мультиплікації».

Прямий вплив круїзного туризму включає отримання прибутку підприємств виробничого сектору, що обслуговують круїзні судна; витрати пасажирів, які не входять у вартість туру; витрати команди, які сконцентровані переважно на витратах на продовольчі товари та напої; а також забезпечення зайнятості населення.

Непряма дія здійснюється за рахунок розвитку не пов'язаних з туризмом секторів, таких як сільське та портове господарства, суднобудування, харчова та легка промисловості, надання фінансових, страхових та комерційних послуг

тощо, а також за рахунок повторних витрат, вироблених туристом у даному регіоні.

Інтенсивний розвиток круїзного ринку спонукає українських та світових фахівців туристичної галузі звернути увагу на шляхи розвитку круїзного бізнесу та інвестиційні пропозиції як перспективний напрямок розвитку економіки. Розширення програм обслуговування туристів в портах з метою додаткового дослідження потенціалу розвитку круїзного ринку, збільшення попиту українських і зарубіжних споживачів на круїзні послуги спонукає до більш детального дослідження.

Виходячи з викладеного, **метою роботи** є аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку круїзного туризму як джерела соціально-економічного зростання, визначення особливостей розробки, створення та реалізації круїзного туристичного продукту та розробка практичних рекомендацій щодо активізації розвитку круїзної галузі в Україні та світі.

Для досягнення викладеної мети дослідження в роботі ставляться наступні **завдання**:

1. Дослідити теоретико-методологічні засади розвитку круїзного туризму в Україні та світі.
2. Проаналізувати стан і тенденції розвитку ринку круїзних послуг в Україні та світі.
3. Окреслити особливості розробки, створення та реалізації круїзного туристичного продукту.
4. Розробити практичні рекомендації щодо поліпшення стану розвитку круїзного ринку (на прикладі Одеського морського порту).

Об'єктом дослідження виступає туристична діяльність.

Предмет дослідження: тенденції розвитку круїзного ринку в Україні та світі.

Основними методами виступають: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять круїзного туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування круїзного ринку в Україні та світі; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку круїзного ринку в Україні та світі.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень.

Структура роботи: робота складається із основної частини, вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. Робота містить 60 сторінок, 3 рисунки, 8 таблиць, 5 додатків, 77 наукових джерел.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

1. Теоретико-методологічні засади розвитку круїзного туризму в Україні та світі

Круїзний туризм є одним з універсальних видів туризму. Він поєднує у собі різні види дозвілля та його форм, включаючи готельне обслуговування, екскурсійну діяльність та ресторанний бізнес.

Термін дуже поширений та має багато трактовок. Поняття «круїз» включає організацію морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст декількох країн [14].

Доцільно вивчити думку вчених та їх визначення щодо цього терміну, зробимо це у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 - Визначення поняття «круїз»

Автор	Визначення поняття
А.В. Бабкін [8]	«подорож на водних видах транспорту, яка включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також розваги на борту морських та річкових лайнерів».
М.Б. Біржаков [13]	«радіальна поїздка по колу на водних видах транспорту з заходом у порти».
В.Г. Гуляєв [19]	«організація морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст декількох країн».
О.Г. Зима [28]	«міжнародний бізнес, який представляє собою комплекс ринкових структур і з'єднує кілька певних міжнародних ринкових сегментів».
А.С. Кусков [33]	«морський або річковий тур, в базову вартість якого включено комплексне обслуговування: проїзд на судні, проживання в каюті харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борту судна».
Л. Паладич [51]	«туристична поїздка з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування та обслуговування».
Ю.В. Погребняк [52]	«Поєднання транспортного засобу, засобів розміщення, харчування та дозвілля на борту лайнера, що дозволяє організаторам вирішити основні проблеми вітчизняного туризму»

Джерело: складено автором на основі [8, 13, 19, 28, 33, 51, 52]

З вищевикладеного, можна зробити висновок, що круїз – це туристична подорож водним видом транспорту в межах однієї або декількох країн з проживанням та харчуванням на борту судна. Також іноді сюди можна віднести розваги на борту та екскурсії у місці висадки пасажирів.

Вчений Бабкін А.В. круїзний туризм відносить до спеціальних видів туризму і характеризує їх такими ознаками [8]:

- 1) «немасовий, досить рідкісний вид туризму;»
- 2) «трудомісткий для створення кінцевого турпродукту;»
- 3) «капіталомісткий вид туризму;»
- 4) «тур, що поєднує ознаки різних видів туризму;»
- 5) «новий вид туризму, зумовлений вторинними потребами людини;»
- 6) «вид туризму з використанням нетрадиційних джерел фінансування».

Однак, незважаючи на присутність більшості представлених вченим ознак, не можна погодитися з характеристикою круїзного туризму як немасового рідкісного виду туризму. «Упродовж останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає приблизно 7,4%. Кількість морських мандрівників щорічно збільшується на 1 млн осіб» [22].

Зацепіна Н.О. розглядає круїз як «подорож на водних видах транспорту, який включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток та портових місць і обов'язково цікаві розваги на борту [26].

Аріон О.В. вважає круїз «морською або річковою туристичною подорожжю на теплоході, який використовується як спосіб перевезення, розміщення, розваг і включає програму берегового обслуговування» [6].

Таким чином, дослідники зазначають, що даний туристичний продукт має комплексний характер. Круїзи постають як результат спільної діяльності цілої сукупності господарюючих суб'єктів.

Голубкова І.А. виділила закономірності розвитку круїзного судноплавства Автор концентрує увагу на систематизації умов та принципів глобального судноплавства і обґрунтовує їх на основі реалізації стратегії розвитку локального сегменту круїзного бізнесу. Поділяючи закономірності на суттєві та принципові та враховуючи закономірності формування круїзного ринку та його основних сегментів, вчена віддається від проблеми розвитку круїзної індустрії в комплексі всіх аспектів, що забезпечують її ефективне функціонування, тим самим віддаючи пріоритетну роль транспортній складовій цього виду туризму [16; 17].

В своїй роботі Погребняк Ю.В. розглядає поліфункціональність круїзного судноплавства та оцінює розподіл потужностей та динаміку світового круїзного флоту. А його розвиток пов'язує з ефективністю функціонування судноплавних компаній-організаторів круїзів [52]. Тим часом, організаційні та психологічні проблеми, пов'язані з функціональною приналежністю круїзного туризму до сфер відпочинку, дозвілля та охорони здоров'я а також галузевої приналежності до сфери транспорту зумовлюють його значне відставання від темпів зростання попиту на круїзно-транспортні послуги.

Паладич Л.І. зазначає, що «круїзний бізнес – дуже специфічна область діяльності, у якої із судноплаванням спільне лише те, що воно існує на судні, у всьому іншому до судноплавання вона ніякого відношення не має, оскільки не існує круїзного ринку в тому сенсі, як він розуміється для флоту вантажного...» [51].

Слід зазначити, що, досліджуючи показники, що характеризують інтенсивність зміни процесів розвитку круїзного туризму в часі, необхідно проводити періодизацію розвитку, тобто розчленування процесів у часі на однорідні етапи, у межах яких показник підпорядковується одному закону розвитку, дотримуючись територіальної та методологічної сумісності досліджуваних даних, що забезпечує достовірність проведеного аналізу та дозволяє виявити спрямованість зміни станів об'єкта [48].

Жихарьова В.В. аналізуючи структуру глобального попиту на світовому ринку круїзного судноплавання та ринкову частку найбільших круїзних судноплавних компаній [25], формулює набір критеріїв, що використовуються туристами при виборі круїзу, досліджує фактори, що впливають на рівень попиту, виявляє проблеми та перспективи круїзного судноплавання у Чорноморському регіоні. Однак, даний аналіз, базуючись на одному часовому періоді та підкріплюючись даними міжнародних круїзних організацій, не враховує фактор часу, що характеризує «поступальний рух, еволюцію, перехід від одного стану до іншого» [31], що не дозволяє оцінити сукупний вплив довгострокових і короткострокових факторів, і в тому числі, різного роду випадкових обставин, що визначають динаміку розвитку круїзного туризму у довгостроковому періоді.

Зарубіжні автори розглядають поняття «круїз» як вид подорожі на морському судні не менше 60 годин, головним чином для задоволення, що включає всі зручності та захід мінімум у два порти (крім портів початку та завершення круїзу) [62; 63; 69].

Основу концепції круїзного туризму заклала американська круїзна компанія «Carnival Cruise Lines», яка виділила характерні для круїзів принципи [60]:

- круїз - це подорож з метою розваг, учасники якої не мають за мету дістатися з однієї до іншої точки маршруту;
- круїзи відбуваються на комфортабельних лайнерах, що беруть на борт максимальну кількість пасажирів та пропонують багату інфраструктуру розваг;
- всі туристи не діляться на класи та мають однаковий доступ до всіх зон корабля, вільно користуються усією інфраструктурою на борту судна;
- круїзний лайнер робить максимальну кількість зупинок у дорозі, де туристи можуть залишити борт та провести час на березі;
- вартість круїзів можна порівняти з аналогічним за класом обслуговування наземним відпочинком на пляжі [60].

Змінивши географію, концепцію сервісу та цінову політику, круїзна компанія «Carnival Cruise Lines» вивела морські круїзи на ринок масового

попиту, зберігши за ними позиції в сегменті елітарного споживання та поклала початок еволюції круїзів як туристичного продукту, яка характеризувалася такими етапами.

I етап (1835-1900) - круїз розглядається як вид морського подорожі, організованої з метою відпочинку та розваг; завершення етапу - будівництво спеціально призначених для здійснення круїзів лайнерів;

II етап (1900-1960 рр.) - круїз виступає як продукт, що має максимальний попит у заможної клієнтури;

III етап (1960-1980 рр.) - круїз перетворюється на товар масового попиту;

IV етап (1980-2000 рр.) - круїз представляє конкуренцію наземним турам;

V етап (2000 р. і до теперішнього часу) – круїз характеризується як різноманітний продукт, максимально адаптований до різних цільових аудиторій [69].

Дослідники цього виду напрямку туризму Ю.В. Забаєв та Є.Л. Драчева також наголошують, «що мотивація вибору круїзного відпочинку туристами включає: бажання відпочити саме на воді у невимушеній і комфортній обстановці; не мати клопотів щодо організації розваг; необхідність побачити нові місця, відвідати музеї та об'єкти культової архітектури» [23].

Розвиток морських круїзів у динамічному аспекті відобразили у навчальному посібнику «Морські круїзи: теорія та практика» автори С.П. Шпилько, Н.В. Андросова та Р.В. Чударев [58], в якому також фахівці проводять аналіз круїзного туристичного продукту з урахуванням особливостей його сучасного стану та відзначають специфіку надання круїзних туристичних послуг.

Вивчаючи класифікаційні ознаки та технічні складові морських круїзних суден, організацію круїзного сервісу з урахуванням особливостей сприйняття морських круїзів окремими категоріями пасажирів круїзного судна, автори акцентують увагу на процесі здійснення морської подорожі безпосередньо на борту судна, не вдаючись до подробиць організації берегового обслуговування круїзних туристів.

Докладну характеристику процесів розвитку круїзного туризму розкрито в роботах М.Б. Біржакова та В.І. Никіфорова [13], в яких вчені розглядають умови виникнення круїзів та їх еволюцію в історичному аспекті, систематизують засади організації круїзних маршрутів, аналізують географію круїзної діяльності та особливості судів, призначених для круїзного плавання. Вони приділяють увагу як процесу обслуговування туристів на борту судна, так і системі реалізації та просування круїзного туристичного продукту, проблемах посадки та висадки туристів у морських портах.

Разом з тим, незважаючи на досить докладний опис процесів функціонування круїзної індустрії, у працях вчених не представлена економічна інтерпретація показників, на підставі яких можна оцінити рівень розвитку досліджуваних процесів у контексті комплексного аналізу їх складових елементів.

Дослідивши статті Н.А. Логунової [34], С.Г. Нездоймінова [45], можемо зробити висновок, що круїзний туризм сприяє: залученню до обслуговування круїзних суден як портів, так і туроператорів агентських компаній, закладів громадського харчування, установ культури і автотранспортних компаній; інтенсифікації надходжень до бюджетів всіх рівнів; створенню нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства у різних сферах; стимулюванню розвитку суміжних галузей, включаючи суднобудування та судноремонт; рекламуванню туристичних можливостей регіону країни; розширення можливостей для міжнародного співробітництва; залученню інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури [65].

Також у спільній заяві Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та Міжнародної морської організації (ІМО) підкреслюється важливість круїзного сектора для світової економіки [77].

Круїзний туризм має два відгалуження та ділиться на морські круїзи та річкові круїзи. Річкові круїзи і сьогодні дуже ефективні і мають попит у країнах та туристських регіонах, де є судноплавні річки, а річковий транспорт традиційно є основним засобом пересування. Даний напрямок туризму вважається одним із найбільш пріоритетних та високоприбуткових секторів сучасного туристичного бізнесу.

2. Стан і тенденції розвитку ринку круїзних послуг в Україні та світі: особливості розробки, створення та реалізації круїзного продукту

Ринок морських круїзів, наближених до сучасних, виник після 1960 р. з активним розвитком авіаційних трансконтинентальних рейсів. Саме тоді виникла необхідність пошуку нових форм даних перевезень [16]. Але розвиток круїзного ринку почався набагато раніше.

Ознаки зародження круїзної індустрії беруть початок у середині ХІХ століття. Після відкриття Америки судноплавні компанії стали здійснювати перевезення емігрантів з Європи до Америки. З 1846 по 1940 рр. на американський континент із Європи емігрували близько 60 млн. осіб, з них 36 млн. виїхали в США [59].

Під час зворотньої подорожі з Америки до Європи рейси були майже без пасажирів. Щоб цьому запобігти, почалися пошуки рішень. У цей період підвищилася комфортність та зручність морських подорожей, що пов'язано з використанням електрики, наявністю більш просторих палуб, розпочалася організація розваг на борту корабля. У 1818 році компанія Black Ball Line, що здійснювала свою діяльність з Нью-Йорка, стала першою судноплавною компанією, що запропонувала регулярні трансатлантичні пасажирські рейси зі США до Англії з комфортом для пасажирів.

На початку ХХ століття лайнери, що повертаються з Нью-Йорка та Канади до Європи, були заповнені пасажирами. Поступово ці вояжі з Нового світу до Старого почали позиціонуватися як прогулянкові морські подорожі. Умови перебування на борту поступово поліпшувалися і лайнери почали будувати з акцентом на комфорт, а не швидкість [44].

Після закінчення Першої світової війни кілька судноплавних компаній переключилися з лінійних перевезень пасажирів на індустрію морських круїзів. 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. Щоб компенсувати зимовий спад прибутків у лінійному судноплаванні, англійські судноплавні компанії «Cunard» та «White Star» організували взимку 1922-1923 рр. круїзи (по три кораблі) з Нью-Йорка в Середземне море [66].

26 жовтня 1958 року американська авіакомпанія Pan American відкрила безпосадкові трансатлантичні авіарейси. Це призвело до кризи в індустрії морських пасажирських перевезень. Власники судноплавних компаній зіштовхнулися із серйозними проблемами через різке падіння попиту на їхні послуги. Компанія Home Lines стала однією з перших судноплавних компаній, яка в 1963 році повністю переорієнтувалася на розвиток індустрії морських розважальних подорожей.

Ідея морських подорожей у сучасному вигляді належить американцю Бобу Дікенсону, співробітнику компанії Ford Motors [69]. Ним у 50-ті роки ХХ ст. була розроблена концепція круїзного відпочинку з вектором розваг на лайнері. Вона включала в себе окрім самого руху на кораблі багато розваг на самому судні: ресторани, казино, тренажерні зали, бібліотеки, розважальні шоу та інше.

Хоча досягнення в авіаційній галузі завдали нищівного удару по трансатлантичних подорожах, 1960-ті ознаменувалися періодом зародження сучасної круїзної індустрії. У нових умовах круїзні компанії стали пропонувати пасажиром подорожі з метою відпочинку та створили образ корабля для розваг, який залучив багатьох пасажирів. Круїзні кораблі сконцентрувалися на створенні неформальної ситуації, надаючи численні розваги на борту корабля.

Завдяки своїй комфортабельності та розвагам найвищого рівня на борту корабля, круїзи сьогодні перетворили морську подорож швидше на визначну пам'ятку, ніж можливість побачити щось нове та незвідане. Минули часи обслуговування винятково багатих людей, ця індустрія зорієнтована на широкі маси і зараз є найшвидшим по зростанню сектором індустрії туризму. Круїзна індустрія перебуває на підйомі та забезпечує якісний відпочинок мільйонам пасажирів у всьому світі [43].

Круїзний туризм поєднує в собі кілька видів туризму, таких як рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий і є досить капіталозатратним і складним напрямом.

В цілому водні туристичні подорожі мають значну низку переваг: великий обсяг одноразового завантаження, найвищий рівень комфорту, можливість реалізації різних видів та цілей туризму, можливість повноцінного відпочинку, повний комплекс життєзабезпечення. Недоліками водних подорожей є: невисока швидкість руху (відносний недолік), синдром замкнутого простору, обмежена мобільність, схильність до частини людей морської хвороби, часом високі тарифи.

Морські круїзи бувають внутрішніми (без виходу за межі територіальних вод країни) та міжнародними. Міжнародним круїз називається у тому випадку, якщо пункт відправлення або прибуття знаходяться в різних державах або в одній державі, а проміжний порт круїзу перебуває в іншій державі.

Морські круїзи класифікуються на види за тривалістю круїзу, регіоном плавання, за вартістю подорожі, класом судна або тематичними розвагами на борту: кільцеві маршрути із заходом у 8-12 портів різних прибережних країн та найпопулярніших морських курортів; «незамкнені маршрути», коли туристи прямують лише в один кінець маршруту; короткочасні виходи в море на 2-3 дні спеціальних цілей, як, наприклад, для організації грального бізнесу; прибережні морські екскурсії та прогулянкові рейси; тривалі маршрути та навколосвітні подорожі, які можуть тривати до півроку.

Однією з головних класифікацій круїзних маршрутів є їх тривалість. Вони можуть бути: короткострокові – тривалістю від кількох годин до кількох діб; середньострокові – тривалістю від 5 до 13 діб; довгострокові, де тривалість морського круїзу сягає 2-х місяців.

CLIA - Cruise Lines International Association (КЛІА) - Міжнародна асоціація круїзних ліній – «організація міжнародного рівня, що об'єднує і представляє інтереси компаній, туристичних агентств та асоціацій, які залучені у глобальному круїзному секторі». 9 асоціацій круїзної галузі, що представляють різні регіони, об'єдналися 17 грудня 2012 р. в єдину Міжнародну асоціацію круїзних ліній, із загальною організаційною структурою для успішного розвитку світового ринку круїзного судноплавства та представлення інтересів круїзних операторів, круїзних портів туристичних агентств, різних галузей туристичного бізнесу, партнерів в особі національних органів державної влади.

«CLIA виконує ключову роль у круїзній галузі у формуванні політичної стратегії і вибудовуванні ділових зв'язків на міжнародному рівні, сприяє просуванню круїзної діяльності в нових туристичних регіонах, заснованої на більш злагодженій взаємодії, комунікації та співпраці із зацікавленими сторонами. Асоціація представляє інтереси наступних категорій членства:

57 круїзних ліній, що пропонують морські та річкові круїзи. Круїзні компанії-члени CLIA складають понад 95% світового круїзного потенціалу та обслуговують понад 23 мільйонів пасажирів на рік;

350 виконавчих партнерів - ключових постачальників і партнерів круїзних ліній. Виконавчі партнери відіграють важливу роль в успішній роботі круїзної індустрії, включаючи порти та пункти призначення, розвиток круїзного судноплавства, постачальників послуг» [71].

Міжнародна асоціація круїзних ліній має свої представництва у Північній і Південній Америці, Європі, Азії і Австралії, а також 15 офісів розташованих у: Бразилії, Алясці, Австралії, Бельгії та Люксембурзі, Франції,

Італії, Нідерландах, Північній Америці, Північній Азії, Канаді, Південно-Східній Азії, Іспанії, Великій Британії та Ірландії.

Круїзний туризм має величезний фінансовий ефект для розвитку не тільки регіональної економіки, а й усієї економіки світу.

Згідно з галузевими даними 2020 року, круїзний сектор забезпечує 1,2 мільйона робочих місць і щороку приносить 150 мільярдів доларів США у світову економіку. Туризм є життєво важливим для малих острівних держав, де він забезпечує мільйони засобів до існування та приносить значні соціально-економічні вигоди.

Згідно з ЮНВТО, круїзний туризм включає «широкий спектр заходів для мандрівників на додаток до його традиційної функції забезпечення транспорту та проживання». Як вже відмічалось, круїзна індустрія є найбільш швидкозростаючим сектором туристичної індустрії, з попитом, який, за оцінками, зростатиме на 7,0% на рік за останнє десятиліття, а круїзний пасажиропотік перевищив поріг 30 мільйонів пасажирів у 2019 році [76].

У той же час цей бізнес надзвичайно нестабільний і стає дедалі капіталомісткішим. Вартість новобудови круїзних суден може бути в кілька разів вищою, ніж у комерційних океанських суден, приблизна вартість оцінюється в 1,3 мільярда доларів за судно, що вміщає до 6000 пасажирів [61].

У 1990-х роках круїзна індустрія пережила масштабну реструктуризацію після хвилі консолідацій. Найбільші холдингові круїзні компанії придбали дрібніших, які продовжували працювати як «бренди» з новими бізнес-підприємствами, проте підтримували постійну лояльність клієнтів та пропонуючи різні рівні якості та обслуговування.

Круїзний судноплавний бізнес пропонує комплекс комбінованих глобальних морських та туристичних послуг для круїзних пасажирів, оскільки він обслуговує відпочинок на борту та на березі з повним пакетом різноманітних послуг, пов'язаних з рекреаційним туризмом. Однак згодом у світовому круїзному бізнесі спостерігається фундаментальне стратегічне зрушення [63].

В той час як раніше послуги круїзного судноплавства були в основному орієнтовані на заможних клієнтів та значних цінкових витрат, галузь поступово змінювалася, щоб залучити круїзних пасажирів із середнім доходом різного віку та соціального профілю. Ця тенденція була підтримана привабливими пакетами круїзних послуг за розумними цінами, оскільки величезна місткість нових судів призвела до значної економії за рахунок масштабу. У широкому сенсі круїзне судноплавство сприймається як «клієнтський ринок», сформований смаками, що змінюються, і тенденціями споживачів. Круїзні пасажирів все частіше вважають за краще «платити більше за враження, ніж за майно».

Основними учасниками круїзного бізнесу є понад 55 круїзних компаній, що пропонують морські, річкові та спеціалізовані круїзні послуги та покривають понад 95% світового круїзного потенціалу. Сюди включають також понад 340 виконавчих партнерів, які є ключовими постачальниками круїзних ліній, в тому числі порти; постачальники послуг з розвитку суден та бізнес-послуг; близько 15 000 туристичних агенцій, господарів франшиз та консорціумів; 25 000 членів турагентів у всьому світі [55].

На відміну від комерційного морського судноплавства, світовий круїзний бізнес продемонстрував високі темпи зростання та стійке відновлення після фінансової кризи 2008 року. За сукупним виторгом круїзна індустрія принесла 46,6 млрд доларів [51].

Економічний обсяг світової круїзної індустрії у 2018 році оцінюється у 150 мільярдів проти 126 млрд доларів у 2016 р.

З урахуванням пасажиропотоку у світі, за оцінками експертів, сукупні прямі покупки становлять 7,97 млрд. доларів на 2018 рік, що відповідає середнім витратам пасажирів у розмірі 376 доларів США перед посадкою на судно та 101 доларам США при відвідуванні порту під час круїзу. Крім того, 65% круїзних пасажирів проводять кілька додаткових днів у портах посадки чи висадки. Круїзний бізнес розвиватиметься у країнах Карибського басейну,

Австралії, Бразилії, Європи, Північної Америки, Азії, Канади, Великобританії та Ірландії. Вплив круїзної індустрії на мультиплікатор доходів у всьому світі має ширші економічні наслідки, оскільки вони поширюються на широкий спектр суміжних секторів бізнесу та видів діяльності [58].

Протягом 2008-2018 років у світовому круїзному бізнесі спостерігалось безпрецедентне 10-річне середнє зростання кількості круїзних пасажирів [63]. Продемонструємо це наглядно у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Міжнародний попит на круїзи

Регіон	Кількість пасажирів, млн							Приріст за 10 років, %
	2008	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Північна Америка	10.29	11.82	12.21	12.20	12.49	13.12	14.34	39.4
Європа ¹	4.47	6.40	6.39	6.58	6.79	6.94	7.17	60.4
Решта світу ²	1.54	3.09	3.74	4.40	5.87	6.66	7.00	354.7
Всього	16.30	21.31	22.34	23.18	25.15	26.72	28.51	74.9

¹Європа включає Росію та країни Центральної та Східної Європи за межами Європейського Союзу.

²Решта світу включає Азію, Австралію-Нову Зеландію-Тихоокеанський регіон, Південну Америку, Центральну Америку, Африку, Близький Схід - Аравія, Кариби.

Джерело: на основі даних [55]

Згідно табл. 2.1 можна відмітити, що високі темпи приросту показує європейський круїзний ринок (60,4%), за якими йдуть ринки Північної Америки (39,4%). Ця цифра зростає майже до 75%, якщо врахувати зростання пасажирів глобально.

Якщо порівняти кількість перевезених круїзних пасажирів у світі за 30 років, починаючи з 1990 р. (3,6 млн. пасажирів) і до 2020 р. (32,0 млн. пасажирів), ця цифра буде майже + 790%. Відобразимо аналітичні дані на рис. 2.1.

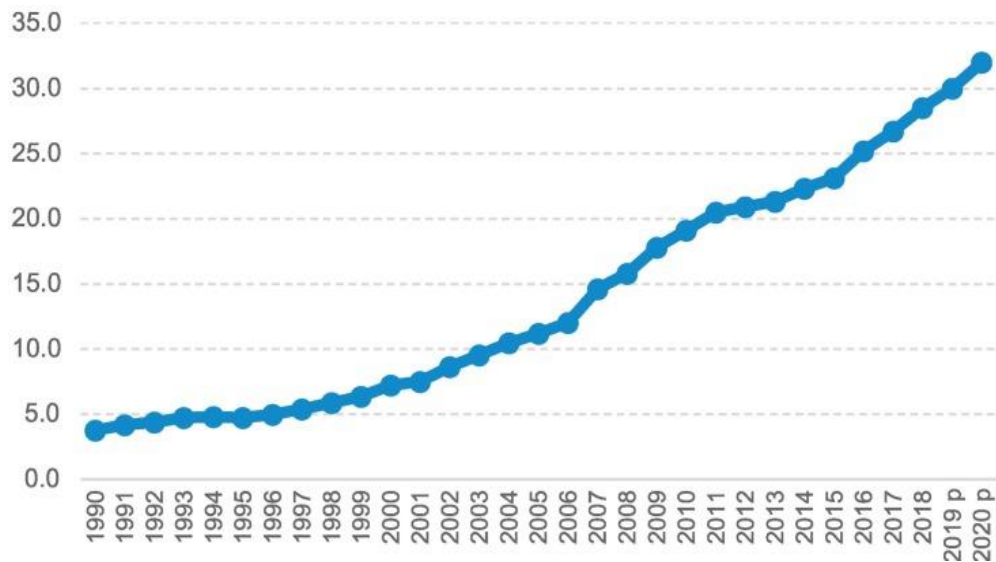


Рисунок 2.1 - Перевезені пасажери круїзів по всьому світу, млн. чол.

Джерело: на основі даних [55]

Пасажери круїзів походять з різних географічних регіонів і вихідних ринків. Проаналізуємо дані у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 - Кількість круїзних пасажирів по регіонам світу, %

Регіони	2018 рік	2019 рік
Північна Америка	54.5	50.2
Європа ³	26.0	23.7
Азія	9.2	15.0
Австралія – Нова Зеландія – Тихий океан	5.2	5.1
Південна Америка	3.5	3.1
Регіони	2018 рік	2019 рік
Скандинавія – Ісландія	–	0.8
Східна Європа	–	0.8
Африка	–	0.5
Близький Схід/Аравія	1.6	0.4
Карибський басейн	–	0.2
Центральна Америка	–	0.2
Всього	100	100

³Європа: Бельгія, Нідерланди, Люксембург., Франція, Німеччина, Італія, Скандинавія, Іспанія, Португалія, Великобританія.

Джерело: на основі даних [55]

Північна Америка залишається безумовно найбільшим джерелом круїзних пасажирів, на яку припадає більше половини світових потоків круїзних мандрівників (50,2%). Однак їх частка зменшилася порівняно з 2007 роком (66%). Далі слідує Європа (23,7%), і її частка також трохи скоротилася. Азія, з іншого боку, є перспективним регіоном круїзних пасажирів і має високий потенціал (15,0% у 2019 році проти 9,2% у 2018 році). Попит з боку пасажирів також скоротився порівняно з 2018 роком. Особливе зниження демонструє Близький Схід/Аравія- кількість пасажирів скоротилася на 75%.

Розбивка бажаних напрямків по регіонах за 2018-2019 роки представлена в табл. 2.3.

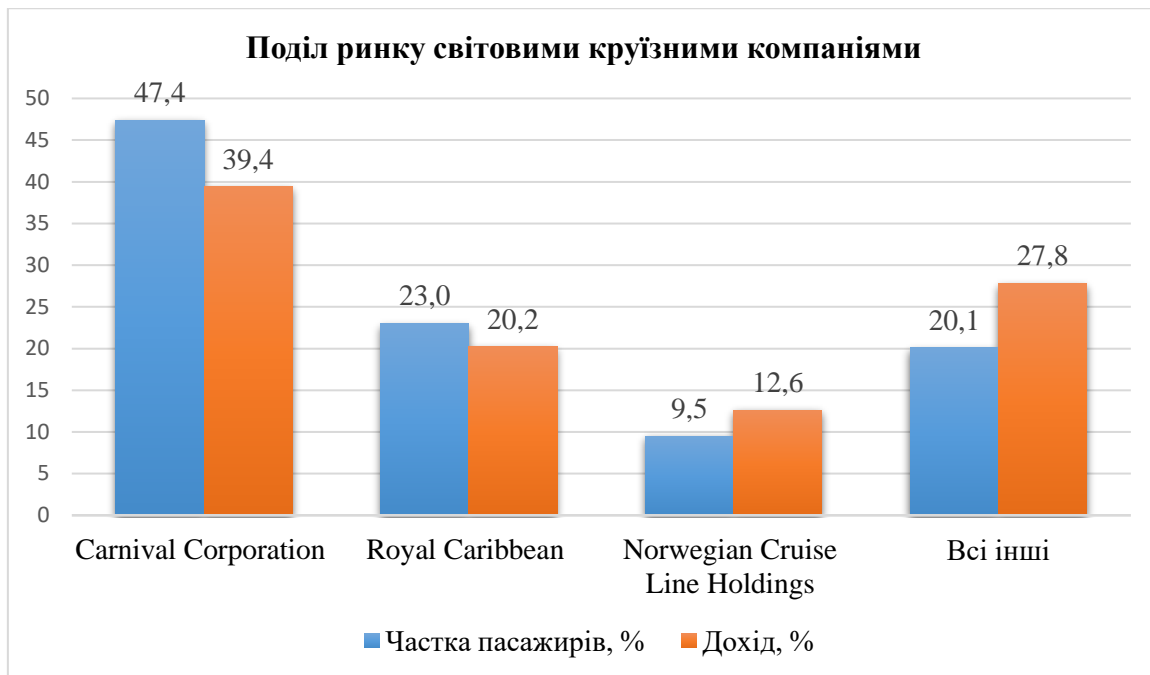
Таблиця 2.3 - Популярність круїзних ліній за регіонами плавання, %

Регіон	2018	2019
Карибський басейн	34,4	32,0
Середземноморський	17,3	17,0
Всі інші	16,2	17,0
Європа (без Середземномор'я)	11,1	11,0
Китай	4,9	5,00
Австралія – Нова Зеландія – Тихий океан	4,8	5,0
Аляска	4,7	5,0
Азія без Китаю	4,3	5,0
Південна Америка	2,3	2,0
Всього	100	100

Джерело: на основі даних [54]

З табл. 2.3 слідує, що Карибське море залишається головним круїзним напрямом високого попиту (32%), Середземноморський регіон (17%) займає другу позицію, Європа (без Середземномор'я) також в трійці лідерів (11%), всі інші регіони слідують на відстані і користуються значно меншим попитом.

Розподіл частки круїзного ринку серед основних круїзних гравців представлено нижче на рис. 2.2.



Всі інші: MSC Cruises, TUI Cruises, Dream Cruises, Disney, Viking Cruises, Star Cruises, Pullmantur, Hurtigruten, , Celestyal Cruises, Cruises & Maritime Voyages, Fred Olsen, Marella Cruises, Phoenix Reisen, Silversea, Crystal, Hapag Lloyd, Ponant, Saga Cruises, Windstar, Quark Expeditions, American Cruise Lines, Blount Small Ship Adventures, Orion Expedition Cruises, SeaDream Yacht Club, Travel Dynamics, Grand Circle Cruise Line, Hebridean Island Cruises. Рік 2018.

Джерело: складено на основі даних [60]

Рисунок 2.2 - Поділ світового ринку круїзними компаніями

Проаналізуємо дані рис. 2.2. За даними 2018 року три провідні оператори керують на світовому круїзному ринку.

Carnival Corporation займає домінуючу позицію з часткою ринку пасажирів і доходів на рівні 47,4% і 39,4% відповідно.

Carnival Corporation заснована в 1972 році, є британсько-американським круїзним оператором і в даний час володіє титулом найбільшої у світі туристичної компанії для відпочинку. Це компанія з подвійними біржами, що означає, що вона працює як дві компанії: Carnival Corporation і Carnival PLC, які функціонують як єдине підприємство [52]. Спочатку компанія була відкрита на Нью-Йоркській фондовій біржі в 1987 році з наміром залучити капітал для майбутніх придбань.

Протягом багатьох років, починаючи з 1990 р. вони продовжували купувати інші компанії, а також розвивати нових постачальників, таких як CSSC Carnival Cruise Shipping. Зараз компанія має різноманітні штаб-квартири в Сполучених Штатах, Великобританії, Австралії, Китаї, Італії та Німеччині. Carnival Corporation & PLC (CCL) пропонує круїзні послуги під торговими марками Carnival Cruise Lines, Holland America Line, Princess Cruises та Seabourn у Північній Америці; AIDA Cruises, Costa Cruises, Cunard і P&O

Cruises в Європі, Австралії та Азії. Carnival керує 100 круїзними лайнерами і є єдиним домінуючим гравцем на круїзному ринку, оскільки контролює частку ринку на рівні 48%.

Royal Caribbean Cruise з частками пасажирів і доходів у 23,0% і 20,2% відповідно має в два рази менші масштаби, ніж Carnival.

Royal Caribbean International- компанія, яка була заснована в 1968 році зі штаб-квартирою в Майамі, штат Флорида. Вона має звання другого за величиною оператора круїзних ліній у світі. Royal Caribbean Cruises Ltd. (RCL) працює як глобальна компанія під круїзними брендами Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara та Silversea Cruises. Фірма також має інтерес до брендів TUI Cruises, Pullmantur і SkySea Cruises. Royal Caribbean управляє 60 суднами і володіє значною часткою ринку круїзних круїзів – 23%. До 2025 року компанія планує запустити 11 нових круїзних лайнерів із середньою місткістю понад 4500 пасажирів [75].

На додаток до своїх круїзних ліній, Royal Caribbean International має 50% акцій TUI Cruises у спільному підприємстві з TUI AG. Ця круїзна лінія спеціально розроблена для німецькомовних клієнтів, які шукають круїзну лінію преміум-класу.

Третьою за величиною є Norwegian Cruise Line Holdings з частками пасажирів і доходів на рівні 9,5% і 12,6% відповідно.

Norwegian Cruise Line Holdings (NCLH) є холдинговою компанією зі штаб-квартирою в Майамі, штат Флорида. Ця організація володіє та управляє трьома різними круїзними лініями: Norwegian Cruise Lines, Oceania Cruises та Regent Seven Seas Cruises [74].

NCLH є третім за величиною круїзним оператором у світі, контролюючи 9,5% частки круїзного ринку.

Ці три головні компанії контролюють частку світового ринку круїзів, яка становить 80% з точки зору пасажирів і 72,2% з точки зору доходу відповідно.

Оглянемо ще низку круїзних компаній, що мають трохи менше активів, але є достатньо великими і на діаграмі входять в вертикаль, зазначену як «всі інші».

Mediterranean Shipping Company (MSC) - заснована в 1970 році в Неаполі, Італія, MSC є швейцарсько-італійською судноплавною лінією з присутністю у всіх великих портах світу. Круїзний оператор MSC Cruises зосереджується на святкових круїзах для своїх пасажирів [68].

MSC Cruises є найбільшою в світі приватною круїзною компанією і четвертою за величиною в світі. У 2019 році MSC Cruises випустила першого в світі персонального помічника під назвою ZOE. Цей пристрій є в кожній кімнаті на кораблі, і він доступний, щоб задати питання про ваше перебування, забронювати екскурсії, перевірити свій рахунок тощо. Цей пристрій штучного інтелекту представлений на двох їхніх існуючих кораблях і планується використовувати на будь-яких нових кораблях у майбутньому.

TUI cruises - німецька круїзна компанія, створена в 2007 році між TUI AG і Royal Caribbean Cruises як спільне підприємство. Ця конкретна лінія

орієнтована на німецьких туристів і сильно конкурує з круїзами AIDA [80]. Флот включає круїзні лайнери трьох брендів: TUI Cruises, Harap-Lloyd Cruises і Marella Cruises. Це круїзна лінія преміум-класу, і її зручності включають їжу та розваги, пристосовані для німецьких пасажирів. Компанія зосереджена на покращенні навколишнього середовища, досягнувши підвищення ефективності використання викидів вуглецю на 6,5% у всіх круїзних операціях у 2020 році.

Genting Hong Kong- холдингова компанія управляє круїзним і курортним бізнесом, найбільшою круїзною лінією є Dream Cruises зі штаб-квартирою в Гонконзі, Genting заснував Dream Cruises у 2015 році як азіатську круїзну компанію класу люкс, дебютувавши у своєму першому круїзі в листопаді 2016 року [66]. У серпні 2020 року Genting Hong Kong зазнав фінансових втрат через пандемію COVID-19, призупинивши всі виплати кредиторам.

Disney Cruise Line (DCL)-круїзна лінія є дочірньою компанією Walt Disney Company. У 1996 році Magical Cruise Company Limited спустила на воду своє перше судно в Лондоні зі штаб-квартирою в Селебрейшн, Флорида. Компанія володіє з чотирма кораблями: Disney Magic, Disney Wonder, Disney Dream і Disney Fantasy. Ще три кораблі планується приєднати до флоту до 2025 року. Станом на 2015 рік Disney Cruise Lines володіла 2,8% всього ринку круїзів [64].

Viking Cruises, що базується в Швейцарії, зі штаб-квартирою в Лос-Анджелесі, штат Каліфорнія, є круїзною лінією, яка пропонує пригоди на річках, океані та експедиції. Їхні три підрозділи називаються Viking River Cruises, Viking Ocean Cruises та Viking Expeditions [87]. Компанія має 76 річкових суден, 6 океанських суден і пропонує подорожі до Америки, по Карибському басейну, Європі, Росії, Єгипту та Азії.

Більшість круїзних компаній мають великі інвестиційні плани на 2019-2025 роки, табл. 2.4.

Таблиця 2.4 - Інвестиції компаній 2019-2025 рр, млрд. дол. США.

Рік	Carnival Corporation	Royal Caribbean	Norwegian Cruise Line Holdings	Загалом в секторі (приблизно)
2019	0,78	0,95	1,10	9,965
2020	0,95	0,95	–	9,823
2021	–	1,20	–	13,034
2022	0,95	1,10	0,85	13,745
2023	0,75	1,30	0,85	10,895
2024	0,75	1,10	0,85	6,650
2025	–	1,10	0,85	6,210
Разом 2019–2025	4,18	7,20	4,50	70,322

Джерело: складено автором на основі даних [60]

З табл. 2.4 можна зробити висновок, що трійка лідерів галузі, компанії Carnival, Royal Caribbean і Norwegian планують інвестувати \$4,2 млрд, \$7,2 млрд і \$4,5. млрд. відповідно у новобудову суден на суму майже 16 млрд. дол. в інвестиціях. Найвищі показники демонструє Royal Caribbean. При загальних інвестиціях круїзного сектору до 70,3 млрд. дол., частка спільних інвестицій цих трьох компаній відповідає 23% загального інвестиційного бюджету круїзних круїзів.

Круїзні компанії послідовно пропагують набір амбітних і капіталомістких стратегій для підтримки зростання бізнесу. Інвестиційні проекти нового будівництва спрямовані на розширення та модернізацію існуючого флоту суднами більшої місткості. Загальна потужність круїзної галузі досягла 537 тис. пасажирів і 314 суден, з приблизно 55 активними круїзними компаніями на кінець 2018 року [55]. Узагальнимо ці дані в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 - Пасажиромісткість круїзного флоту

Головна компанія	Бренди компанії	Кількість круїзних суден	Пасажиромісткість, тис. чол.
Carnival	Carnival	26	71 300
	Princess	17	42 000
	AIDA	12	29 300
	Costa Cruises	12	29 200
	Holland America	15	25 900
	P&O Cruises	8	18 600
	P&O Cruises Australia	5	8200
	Cunard	3	6700
	Seabourn	4	2000
		Всього	103
Royal Caribbean	Royal Caribbean	26	84 700
	Celebrity	13	25 500
	Azamara	3	2100
		Всього	42
Norwegian	Norwegian	16	46 600
	Oceania Cruises	6	5200
	Regent (Radisson)	4	2600
		Всього	26
Всі інші ⁴	Загалом	143	137 100
Разом		314	537 000

⁴ *Всі інші: MSC Cruises, TUI Cruises, Disney, Star Cruises, Pullmantur, Dream Cruises, Hurtigruten, Viking Cruises, Celestyal Cruises, Cruises & Maritime Voyages, Fred Olsen, Marella Cruises, Phoenix Reisen, Silversea, Crystal, Hapag Lloyd, Ponant, Saga Cruises, Windstar, Quark Expeditions, American Cruise Lines, Blount Small Ship Adventures, Orion Expedition Cruises, SeaDream Yacht Club, Travel Dynamics, Grand Circle Cruise Line, Hebridean Island Cruises.*

У великих круїзних холдингів були інвестиційні плани на 2019–2025 роки. Наприклад, Carnival, Royal Caribbean і Norwegian мали б інвестувати 4,2 млрд доларів, 7,2 млрд доларів і 4,5 млрд доларів. млрд. відповідно, в нові кораблі, до 16 млрд. дол. в інвестиціях. При загальному обсязі інвестицій у круїзний сектор до 70,3 млрд доларів, доля загальних інвестицій цих трьох основних гравців становить 23% від загального інвестиційного бюджету круїзів.

Загалом, у 2019-2025 роках виконується вражаюча книга замовлень на новобудову круїзних суден. Варто відзначити, що великий розмір судна в кількох випадках може вмістити понад 6000 пасажирів круїзу. Останні щодо інвестиційних планів круїзних круїзів показують, що до кінця 2020 року планується ввести в експлуатацію 278 суден, а 19 суден планується ввести в експлуатацію в 2020 році. Середній вік круїзного флоту становить 14,1 року, що покращився з 14,6 років у 2018 році.

Таблиця 2.6 - Замовлення на будівництво круїзних лайнерів

Рік	Загальна місткість суден по пасажирам	Загальний тонаж	Загальна вартість судна, млн. дол.
2019	42 446	1625	9965
2020	38 080	1415	9823
2021	44 860	1897	12,759
2022	45 952	1957	13,479
2023	44 212	1746	10,922
2024	27 530	1077	6650
2025	22 060	940	6210

Джерело: складено на основі [86]

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) 11 березня 2020 оголосила спалах COVID-19 глобальною пандемією. Більшість країн світу ввели обмеження на міжнародні поїздки та заборонили маршрути, які не є необхідними, щоб стримувати поширення вірусу. Нещодавні оцінки ЮНВТО показують, що майже повна глобальна ізоляція різко зупинила економічне зростання, безпрецедентно вплинувши на більшість секторів бізнесу, особливо на індустрію подорожей, туризму та круїзів. Фактично, ці драматичні обставини зрештою призвели до неминучого закриття бізнесу круїзних лайнерів [83].

Пандемія COVID-19 і подальша пауза в рекламі круїзних ліній мали руйнівний вплив на круїзну спільноту. За оцінками, з середини березня до вересня 2020 року призупинення круїзних операцій призвело до втрати більш ніж 77 мільярдів доларів.

Це означає падіння на 300 млн. грн. туристів і \$320 млрд. втрати у доходах від міжнародного туризму, що більш ніж утричі перевищують втрати під час світової фінансової кризи 2008 року.

Зосередившись на глобальному круїзному бізнесі, поширення вірусу змусило багато країн закрити свої кордони, внаслідок чого тисячі круїзних

пасажирів залишилися в морі, а судна шукали порт для стикування. Канада, наприклад, заборонила всім судам із чисельністю понад 500 осіб заходити до своїх портів (середина березня). Австралія, Нова Зеландія та США заборонили всім судам, що прибувають із іноземних портів, і наказали всім суднам під іноземним прапором залишити країну. Круїзні пасажери та члени екіпажу були поміщені в карантин на борту, і круїзним лайнерам доводилося щосили боротися із затримкою репатріації [67].

Наступні моменти підкреслюють низку критичних наслідків пандемії коронавірусу для круїзної індустрії:

- більшості операторів довелося призупинити всі рейси, інші скасували більшість круїзів;

- круїзні компанії зазнали згубних фінансових наслідків з точки зору прибутку і в той же час додаткових витрат у бік збільшення (наприклад, витрати, пов'язані з суттєвим відшкодуванням коштів за відміну, витрати, пов'язані зі стикуванням суден у портах, де судна були поміщені на карантин, витрати на технічне обслуговування, навіть якщо воно не використовується для двигунів круїзних суден для забезпечення енергії та обслуговування бортових служб, кондиціонування повітря, опріснення води;

- захисна реакція на поширення коронавірусу викликала ефект доміно та далекосяжні наслідки для багатьох компаній, пов'язаних з круїзами, та круїзних напрямків, оскільки багато малих острівних держав та інші місцеві економіки значною мірою залежать від робочих місць, грошових потоків доходів та ефектів ланцюжка створення вартості, створюваних круїзні лайнери та пов'язаний з ними бізнес. Наприклад, круїзна індустрія, за оцінками, вносила близько 2,0 млрд. доларів у Карибський басейн щороку; це призводить до вкладу 5,9% до загального ВВП деяких країн, як у випадку з Сент-Кітсом та Невісом [70].

Будемо сподіватися, що круїзні компанії залишаться спроможними підтримувати свої високі фінансові показники, які обговорювалося вище.

Близько 76% пасажирів, круїзи яких були скасовані через пандемію, обрали кредит на майбутні поїздки замість відшкодування. Крім того, згідно з недавнім опитуванням CLIA, 82% круїзерів заявили про свою зацікавленість у бронюванні круїзу для наступної відпустки. Незважаючи на множинні спалахи COVID-19 та загальну невпевненість, у кількох звітах зафіксовано збільшення кількості бронювань на 2021 рік порівняно з 2019 роком. Це відображає постійний інтерес круїзних пасажирів до продовження круїзних подорожей і туристичних послуг у майбутньому [71].

Компанії проводять рекламні акції по зниженню цін на круїзні пакети у 2021 році, щоб конкурувати та поживити круїзний попит. Ведеться боротьба за кожного клієнта, адже компанії зазнали збитків через пандемію.

Після глобальної паузи в круїзних операціях у середині березня, круїзні лайнери відновили плавання в частинах Європи, Азії та Півдня Тихого океану з липня 2020 року.

З початку липня до середини грудня 2020 року їх було більше, ніж 200 відпливів. Цей успіх свідчить, що нові протоколи медичні протоколи ВООЗ працюють, як задумано, щоб зменшити ризик COVID-19 серед пасажирів, екіпажу.

Станом на червень 2021 року прогнозувалося 270 круїзних операцій. Планується, що 20 нових лайнерів дебютують до кінця 2021 році [49].

У будь-якому випадку оцінка впливу після COVID-19 на світовий круїзний бізнес може бути точнішою після того, як пандемія закінчиться. Це цілком може призвести до складного подальшого емпіричного дослідження.

Круїзна індустрія має глобальний економічний вплив, який підкреслює величезне зростання круїзної індустрії та відповідний внесок у міжнародну економіку до глобальної надзвичайної ситуації в галузі охорони здоров'я.

У 2019 році завдяки круїзам було створено 1 166 000 робочих місць, що дорівнювало 50,53 мільярдам доларів заробітних плат та 154,5 мільярда доларів загального прибутку від даної індустрії у всьому світі в 2019 році.

Аналіз також показав, що пасажир витратив 385 доларів США в портових містах перед посадкою в круїз і витрачають 100 доларів США в кожному пункті призначення, тобто порту під час стоянки в круїзі [48].

Для подальшого відновлення галузі і безпеки на борту вводяться нові протоколи круїзу: деякі з нових протоколів включають стовідсоткове тестування екіпажу та пасажирів на коронавірус перед посадкою, носіння масок, фізичне дистанціювання, стратегії керування повітрям та вентиляції, а також розширені медичні можливості.

Вводяться спеціальні додатки для смартфона для мандрівників на кораблі, що дозволять пасажиру повідомляти про події на борту лайнера, замовити обід в номер або забронювати похід до спа-центру.

Носіння електронного браслета дозволить круїзеру відкривати свою каюту, платити на кораблі, і навіть замовляти їжу і напої до свого шезлонга.

Запроваджується концепція «розумного будинку на морі» – це інноваційні рішення, які мають створювати нові враження від проживання, у тому числі віртуальні види у внутрішніх каютах та верандах.

Круїзна галузь продовжує тримати лідерство у впровадженні передових морських екологічних технологій. Дизайнери суден і судновласники при погляді в майбутнє розуміють, що потрібно рухатися до відповідального туризму. Ведеться постійний пошук, щоб зменшити вплив суден на навколишнє середовище під час морських пригод. Дотримання круїзними компаніями принципів охорони навколишнього середовища пов'язано з високими інвестиційними витратами на будівництво круїзних лайнерів нового покоління. Видатки на суднобудівництво також зростають, оскільки на лайнерах використовуються інноваційні передові технології.

Наразі 23,5 мільярда доларів інвестовано у кораблі з новими технологіями для зменшення викидів вуглецю. Мета-зниження викидів вуглецю на 40% у 2030, порівняно з 2008 роком [60].

Для двигунів планується використовувати зріджений природний газ (ЗПГ): 49% нових потужностей лайнерів буде покладатися на ЗПГ для основного двигуна. 24 круїзні лайнери у книзі замовлень на 2027 рік будуть мати живлення від зрідженого природного газу.

Системи очищення відпрацьованих газів (СОВГ): понад 69% світових потужностей наразі використовують СОВГ, тоді як 96% кораблів, що не використовують ЗПГ, будуть мати СОВГ. Використовуючи ці системи, вміст сірки у вихлопних газах зменшиться на 98%, а також скоротиться кількість твердих частинок.

99% нових суден на замовлення будуть мати розширені системи очищення стічних вод, які можуть конкурувати з найкращими прибережними очисними спорудами. Завдяки ним глобальна потужність, що обслуговується цими системами, досягне 78,5%.

Перспективним заходом зменшення викидів на причалі слугує прибережна електроенергія або так звана «електрика з берега».

Електрика з берега (Shore Side Electricity або скорочено «SSE») є ефективним засобом скорочення викидів CO₂ для океанських суден [65]. У той час як головні двигуни (ГД) зазвичай вимикаються під час перебування судна на причалі, допоміжні двигуни (ДД) судна все ще працюють для забезпечення електроенергією, а його допоміжні котли (ДК) для забезпечення тепла. Потужність допоміжних двигунів необхідна для розвантаження вантажу або для забезпечення функцій готелю, наприклад, для електронних приладів на борту круїзних суден. Потужність ДК потрібна для того, щоб «підтримувати температуру палива та циліндри головних двигунів теплими, щоб уникнути пошкоджень від низькотемпературних скорочень» [71], а також для забезпечення пари «вентиляційного, холодильного, насосів, комунікацій та іншого важливого бортового обладнання, для підтримки основної функції та безпеки судна» [66].

Потреба в електроенергії на причалі може бути забезпечена за рахунок стаціонарного виробництва електроенергії, що надходить з берега. Також, з берега може надходити пар [73] для заміни тепла від ДД. Це вимагає більшої інфраструктури в порту, або пар може вироблятися на борту суден з електричними паровими котлами [67], що працюють від електрики з берега.

Крім того, SSE дає можливість різко зменшити місцеве забруднення повітря від викидів, не пов'язаних з CO₂, і, отже, сприяти здоров'ю населення та зменшити кількість передчасних смертей у портових районах [63]. З цих причин Європейська комісія планує «регулювати доступ суден, що найбільше забруднюють довкілля, до портів ЄС і зобов'язати судна, що прикріплені до берега, використовувати електроенергію з берега» в рамках Зеленої угоди [65]. У резолюції Європейського парламенту «Міжнародне управління океаном» підкреслюється, що «берегова енергетика відіграє ключову роль у екологічному судноплаванні [...], таким чином усуваючи викиди судових двигунів у портових водах, зменшуючи забруднювачі та викиди парникових газів, і також зниження шуму, вібрації та зносу двигуна» [70].

58% нових потужностей мають бути сумісні з SSE. 32% потужностей глобального флоту вже здатні до SSE, а 25% існуючих потужностей буде переобладнано для використання SSE. Судна будуть підключатися у 14 портах по всьому світу, які вже модернізовані до використання цієї технології.

Круїзна індустрія стає більш свідомою, приділяє увагу збереженню місцевої культури та визначних місць для мінімізації впливу на навколишнє середовище; вивченню альтернативних творчих способів управління потоками відвідувачів і впровадженню більш високих стандартів відповідального туризму. До останніх відноситься партнерство з місцевими органами влади, диверсифікація місцевих екскурсій, берегового зв'язку [47].

У всій круїзній індустрії загалом можна прогнозувати багатообіцяючу динаміку росту. Це підтверджується глобальними змінами смаків і привілеїв споживачів щодо круїзних послуг, незалежно від покоління пасажирів.

Очікується, що кількість круїзних пасажирів з таких ринків, як Китай, Індія та Латинська Америка, буде і далі розвиватися і збільшуватися, чим буде сприяти покращенню глобального доходу та умов економічного зростання. Крім того, соціальні демографічні здвиги вказують на те, що по мірі того, як кількість шлюбів у світі знижується, спостерігається зростання числа одиноких дорослих, які прагнуть скористатися послугами одиночних круїзів з акцентом на «подорож на самоті». Круїзні компанії реагують на цю нову клієнтуру, пропонують цільові послуги «одиночних подорожей». Пропонуються каюти-студії, соло-салони та індивідуальні заходи. Ще одна підгрупа круїзних клієнтів – круїзери-жінки, число яких постійно зростає. Багато туристичних компаній створюють орієнтовані на круїзні маршрути жінок, які ґрунтуються на конкретних інтересах та здатні зміцнювати зв'язки між жінками та громадськістю [56].

Круїзери тепер звертають увагу на місця, які раніше були недоступні. Попит на круїзні пакети в міжсезоння також демонструє зростаючу популярність такого виду відпочинку, оскільки туристи можуть переважно відвідувати тропічні напрямки, щоб уникнути внутрішнього холодного сезону.

Кількість людей, які поєднують роботу з відпочинком також зростає. Ця цільова група може користуватися послугами круїзного відпочинку в поєднанні з віддаленою електронною роботою, скорочуючи час відпустки та продовжуючи отримувати дохід. З іншого боку, круїзні послуги мікротуристів також демонструють тенденцію до запиту, так як багато круїзерів зацікавлені у швидких розважальних поїздках на. У відповіді на це круїзні компанії пропонують невеликі круїзи тривалістю від трьох до п'яти днів, плануючи більш короткі маршрути різними напрямками.

Незважаючи на те, що круїзні лайнери становлять менше 1% світового морського флоту, вся судохідна галузь дає вигоду від впровадження нових технологій і методів, які раніше не застосовувалися. Розвиток нових технологій і більш чистих видів палива залишається пріоритетом для круїзної промисловості. Будемо вважати, що круїзна індустрія і далі послідовно буде

підтримувати практику екологічного туризму з нахилом на управління DESTИНАЦІЯМИ та встановлення партнерських відносин з органами влади в ключових місцевих сферах.

У зв'язку з тим, щоб фінансувати ці величезні інвестиції та витрати круїзні оператори беруть кредити. Один з провідних міжнародних банків, який спеціалізується на судовому кредитуванні, DVB-Bank «зупинив активний маркетинг і, в принципі, створення нового бізнесу в сфері фінансування перевезень [64].

Вірогідно, впровадження таких заходів потягне за собою фінансові наслідки для круїзних ліній як з точки зору структури витрат, так і з точки зору доходів. Це може сповільнити темпи модернізації круїзного флоту, спричинити зменшення суднобудування.

Динамічний розвиток світового круїзного ринку зумовив необхідність формування системи обслуговування круїзних туристів. Вона стала основою для створення індустрії круїзів, що об'єднує компанії, зайняті круїзним бізнесом, суднобудуванням, постачанням товарів та послуг для круїзних суден та пасажирів, просуванням та реалізацією круїзного турпродукту.

Застосування нових технологій, розширення ринків збуту та збільшення споживчої цінності круїзного турпродукту свідчить про те, що круїзна індустрія знаходиться на стадії кількісних і якісних перетворень, що визначають її на відміну від інших видів матеріальних та нематеріальних виробництв [26]. Особливістю, що відрізняє круїзну індустрію від інших видів туристичної діяльності є те, що круїзне судно являє собою туристичний центр або курорт, одночасно виступає і транспортом і засобом відпочинку. При цьому, аналітики круїзного ринку вказують, що круїзний туризм – це унікальне явище, яке має мало спільного із традиційним поняттям судноплавства – за винятком того, що воно пов'язане з судном, – так як не існує круїзного ринку в тому сенсі, як це розуміється стосовно інших секторів судноплавства: фрахтування, ринку навалочних та наливних вантажів, контейнерних, лісових та інших перевезенням» [37].

Спеціалісти круїзного бізнесу виділяють багато відмінностей між круїзним туризмом та лінійними морськими пасажирськими перевезеннями [46]:

1) мотивація подорожі. У круїзному туризмі мотивацією плавання виступають: відпочинок, розвага, огляд визначних пам'яток та інші цілі поїздки;

2) пасажирів. Соціальна структура пасажиропотоків морських та круїзних перевезень суттєво відрізняється за рівнем доходів, освіти, роду занять. Також вони мають різні демографічні та етнічні характеристиками. Зазвичай, основним контингентом круїзних туристів є забезпечені, освічені, сімейні люди середнього віку, які віддають перевагу комфортабельному відпочинку з насиченою пізнавальною програмою, то пасажиром звичайного судна може бути будь-яка людина незалежно від її соціально-економічного статусу, віку, національності, віросповідання;

3) асортимент послуг. У складі круїзного туру представлено різноманітний спектр послуг: вишукане харчування, комфортне проживання, розважальні та персональні програми відпочинку та багато іншого, в той час як основним видом послуг, пасажиром морського судна, що надаються, є послуги перевезення;

4) особливості суден. При проектуванні круїзних кораблів «центральний наголос у розвитку конструкцій – величезні безпечні красиві судна великої пасажиромісткості з відносно невисокою швидкістю плавання, але надзвичайно стійкі до хвилювання» [10], на відміну від лінійних перевезень, для яких мінімізація часу доставки пасажирів з порту відбуття до порту призначення, має першорядне значення. Нерівномірне навантаження енергоспоживання протягом доби обумовлює забезпечення судна потужною енергоємною системою кондиціонування повітря, що призводить до принципово іншої схеми силових агрегатів – ставиться кілька енергетичних установок середньої потужності, здатних швидко відключатися або запускатися у міру потреби для згладжування піків у споживанні енергії. Велика увага приділяється кількості простору на палубах, інтер'єру корабля, висоті стель, обладнання вестибюлів, залів відпочинку, наявності показників та схем орієнтації, зниження шуму механізмів та вібрації.

5) строки плавання. У круїзному туризмі терміни плавання залежить від напряму маршруту, кількості портів під час заходу судна, часу перебування туристів у порту. Ці критерії можуть значно змінюватись в залежності від обраного туру та його вартості. Метою морської пасажирського перевезення є найбільш швидка доставка до місця призначення, відповідно термін плавання визначається відстанню від порту до порту та погодними умовами. Крім того, визначальну роль мають сезонні коливання попиту на морські поїздки з урахуванням умов навігації, відпускнуго періоду, календаря святкових, вихідних днів та канікул;

6) географія маршрутів. Мотивація круїзних подорожей пасажирів зумовлює відмінність географії морських круїзів від маршруту звичайних морських перевезень. Круїз має на увазі захід судна в порти, розташовані в містах та регіонах, що є популярними туристичними центрами; в той час, як морські пасажирські лінії плануються так, щоб зв'язати великі ділові центри чи місця, повідомлення між якими необхідно та економічно виправдано в силу їх географічного розташування (між островами архіпелагу, островом і материком тощо).

Відповідно до Закону України «Про туризм», «турист – особа, яка здійснює подорож Україною або в іншу країну з не забороненої законом країни перебування метою терміном від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та зобов'язанням залишити країну чи місце перебування у зазначений термін» [42].

Таким чином, можна виділити чотири основні критерії ідентифікації поїздки як туристської [46]:

1) географічний, що передбачає виїзд із постійного місця проживання;

- 2) тимчасовий, що визначає терміни здійснення поїздки (від доби до року);
- 3) соціальний, що забезпечує реалізацію туристичних цілей;
- 4) економічний, в основі якого відсутність оплачуваної діяльності у місці перебування.

Круїзи як вид подорожей повністю відповідають вищенаведеним критеріям. Тривалість круїзу становить не менше, ніж 60 годин і не більше півроку. Пасажирами круїзних суден можуть бути як резиденти країни, у територіальних водах якої здійснює своє плавання круїзним судном, так і нерезидентами країни тимчасового перебування, які подорожують з туристичною метою і не займаються ні на борту судна, ні на березі (при заході судна до порту) оплачуваною діяльністю.

У Законі також дано визначення туристичного продукту, під яким розуміється «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що об'єднує не менше двох таких послуг, що реалізується або пропонується до реалізації за певною ціною, до складу якої входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням та розміщенням» [50].

Розглядаючи круїзний туристичний продукт, слід зазначити, що в ньому відбувається з'єднання всіх перерахованих вище послуг. Зазвичай послуги перевезення та розміщення виявляються різними підприємствами; перші – транспортними, другі – готелями, тобто підприємствами, на балансі або в управлінні яких перебувають колективні засоби розміщення. Отже, першою особливістю круїзу як турпродукту є те, що круїзне судно одночасно є транспортним засобом, і колективним засобом розміщення; готельні та транспортні підприємства беруть участь у створенні турпродукту опосередковано, оскільки формує круїзний продукт туроператор на основі договірних відносин з іншими підприємствами [54].

Компанія-організатор круїзу пропонує для продажу на ринок комплекс послуг, що включає послуги як пасажирського перевезення, так і розміщення. Відповідно, другою особливістю круїзу як турпродукту є те, що в первісному вигляді він створюється круїзною компанією, а не на основі договорів з різними підприємствами, які постачають дві основні послуги, необхідні для формування туристичного продукту як комплексу послуг, що реалізується за загальною ціною [58]. При цьому значним компонентом круїзного туристичного продукту є послуги, що надаються сторонніми організаціями пасажирам судна на березі (екскурсійне обслуговування, трансфери, розважальні видовищні заходи тощо).

Разом з тим, галузева специфіка круїзного туризму полягає в тому, що послуги пасажирського перевезення та розміщення, що входять до нього, надаються туристу навіть у тому випадку, якщо протягом усього круїзу пасажир не зійде на берег [43].

О.В. Аріон, характеризує специфіку створення круїзного туристського продукту, що позначив основні риси, що принципово відрізняють круїзний туризм з інших видів відпочинку [6]:

- теплохід є одночасно засобом транспортування та місцем проживання туристів, у якому каюти відповідають номерам у п'яти зіркових готелях;
- обслуговування надається за формулою «all inclusive», або «все включено у вартість»;
- під час подорожі на борту лайнера пропонується широкий асортимент розважальних програм та додаткових послуг (spa-салони, фітнес-центри, магазини, майданчики для гольфу та багато іншого);
- маршрути прокладаються регіонами, що користуються найбільший попит у туристів;
- стоянки плануються у місцях із великою кількістю атракцій;
- берегове обслуговування в портах передбачає широкий спектр екскурсій у супроводі кваліфікованих гідів; також може бути запропоновано відвідування театральних вистав та шоу, прокат автомобілів, бронювання номерів у готелях, замовлення ресторанів тощо;
- згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації, пасажери круїзних суден вважаються екскурсантами з особливим паспортним режимом.

Найчастіше у країнах транзиту пасажиром для виходу на берег не потрібна спеціальна віза, однак час їхнього перебування, як правило, не перевищує 72 години.

Слід зазначити, що круїзний продукт як системоутворюючий комплекс послуг можна надати у вигляді трьох основних підсистем [16]:

- послуги, що пропонуються на борту судна (розміщення, оздоровчі, громадського харчування, торгівлі, спортивні тощо);
- послуги, що споживаються туристами на березі під час посадки/висадки пасажирів, стоянки в портах заходу (екскурсійні, транспортні, культурно-розважальні тощо);
- послуги, пов'язані з просуванням та реалізацією круїзного продукту та наданням сприяння пасажиром у процесі організації транспортного подорожжя (оформлення віз та страховки, придбання квитків на літак або поїзд, замовлення екскурсій та готелів, надання послуг перекладача та т.п.).

До складу пропонованих послуг входять також послуги, які включаються в круїзний пакет (проживання в каюті обраної категорії, харчування за системою, прийнятою на даному судні, розважальні та спортивні програми на борту лайнера і т.п.), та послуги, що реалізуються за певну плату (медичні та 4) економічний, в основі якого відсутність оплачуваної діяльності у місці перебування.

Круїзи як вид подорожей повністю відповідають вищенаведеним критеріям. Так, тривалість круїзу становить не менше, ніж 60 годин і не більше півроку. Пасажиром круїзних суден можуть бути як резиденти країни, у територіальних водах якої здійснює своє плавання круїзним судном, так і нерезидентами країни тимчасового перебування, які подорожують з

туристичною метою і не займаються ні на борту судна, ні на березі (при заході судна до порту) оплачуваною діяльністю.

У Законі також дано визначення туристичного продукту, під яким розуміється «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що об'єднує не менше двох таких послуг, що реалізується або пропонується до реалізації за певною ціною, до складу якої входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням та розміщенням» [56].

Розглядаючи круїзний туристичний продукт, слід зазначити, що в ньому відбувається з'єднання всіх перерахованих вище послуг. Зазвичай послуги перевезення та розміщення виявляються різними підприємствами; перші – транспортними, другі – готелями, готелями тощо, тобто підприємствами, на балансі або в управлінні яких перебувають колективні засоби розміщення.

Отже, першою особливістю круїзу як турпродукту є те, що круїзне судно одночасно є транспортним засобом, і колективним засобом розміщення; готельні та транспортні підприємства беруть участь у створенні турпродукту опосередковано, оскільки формує круїзний продукт туроператор на основі договірних відносин з іншими підприємствами [30]. Компанія-організатор круїзу пропонує для продажу на ринок комплекс послуг, що включає послуги як пасажирського перевезення, так і розміщення. Відповідно, другою особливістю круїзу як турпродукту формах, що у свою чергу визначають якість надання круїзних туристичних послуг [32].

Існує кілька систем класифікації рівня якості круїзного туристичного продукту, які визначають порядок формування цін на круїзи з урахуванням термінів експлуатації лайнера, набору пропонованих послуг на борту судна, меню, кваліфікацію обслуговуючого персоналу. Найбільш повно параметри оцінки якості надання круїзних послуг представлені у щорічному британському довіднику Berlitz Complete Guide to Cruising & Cruise Ships, в якому крім «зірковості» лайнера, наведено відповідну систему для основних критеріїв оцінки круїзу, табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Основні критерії оцінки круїзу

Параметри оцінки	Характеристика параметрів
Стан лайнера – 25 %	- технічні параметри/безпека (загальний технічний стан судна, вік, фарбування, стан меблів та ін.); - відкриті палуби/вільний простір (середня площа кожного пасажира, кількість палуб, зони відпочинку та інших.); - щільність пасажиропотоку/внутрішнє оснащення лайнера (стан ліфтів, прохідність та місткість різних громадських зон тощо); - декор/меблі/предмети мистецтва (колірна гама декору, якість меблів, картини, скульптури тощо); - СПА/фітнес (спортзали, СПА-центри, програми фітнесу, басейни тощо).

Розміщення на кораблі – 10 %	<ul style="list-style-type: none"> - каюти рівня «сьют» (розміщення, оснащення, якість меблів та освітлення на балконі, якість постільної білизни тощо); - каюти рівня «без вікна» - «з вікном» - «з балконом» (розстановка меблів, обладнання ванної кімнати, рівень шуму, освітленість тощо).
Харчування та обслуговування – 20 %	<ul style="list-style-type: none"> ресторан/харчування (зовнішній вигляд ресторану, розташування вікон/якість скатертин, серветок, посуду тощо); - бари (навички спілкування персоналу з пасажиром, виставлення рахунків, рівень шуму тощо); - каюти (обслуговування у каюті, рівень обслуговування стюардами тощо); - відкриті палуби (чистота, наявність шезлонгів та столиків, якість роботи персоналу тощо); - чайові.
Розваги – 5 %	<ul style="list-style-type: none"> - розваги (якість шоу, музичне оформлення, світловий супровід, хореографія, вокальні дані артистів та ін.).
Проведення круїзу – 20 %	<ul style="list-style-type: none"> - програми для пасажирів (спортивні програми, лекції, змагання, рівень залучення пасажирів та персоналу тощо); - фільми/ТВ-програми (оцінка підбору фільмів та програм, що демонструються на лайнері тощо); - стандарти гостинності (якість роботи персоналу – від працівників адміністрації до найвищого офіцерського складу команди); - загальне уявлення продукту (уявлення круїзу в каталозі та в реальності).

Джерело: складено на основі [48]

Зважаючи на вищевикладене, необхідно підкреслити, що первинними ознаками, що визначають місце круїзів у видовій структурі туризму, є фізико-географічні характеристики середовища, в якій здійснюється подорож, та споживчі властивості відповідного туристичного продукту. Технічні особливості використовуються для цих цілей транспортних засобів, що є одночасно об'єктом розміщення та надання супутніх послуг пасажиром, що належать до похідних від первинних – вторинних ознаками, що мають істотне значення для процесу організації цього виду туризму [43].

За останнє десятиліття базова споживча модель круїзного туризму тісно пов'язана з сегментами ринку і природним чином інтегрувалася з іншими видами туризму. Внутрішня структура круїзного туризму визначається рівнем та напрямками спеціалізації круїзного продукту та діяльності круїзних

компаній. Основний поділ круїзів як виду туризму включає їх диференціацію на морські та річкові, що здійснюються у внутрішніх водах, до яких належать річки, озера, великі водосховища і канали.

За економічною природою морські та річкові круїзи є однорідними видами діяльності та представляють дві підсистеми круїзного туризму, що відрізняються за географією маршрутів, особливостями плавання суден у внутрішніх та зовнішніх водах, технічними відмінностями морських та річкових суден, сервісу, що пропонується на борту тощо. Враховуючи унікальні властивості круїзного турпродукту, круїзні компанії віддають перевагу використанню стратегії диференціації, згідно з якою продукту надаються такі характеристики, які будуть гідно оцінені великою кількістю покупців.

Факторами впливу на ціну є тривалість круїзу, сезон, розміщення та розмір каюти, оснащення корабля, інфраструктура самого судна. На багатьох з них співвідношення клієнтів до обслуговуючого персоналу складає 1:2. Слід враховувати, що круїзні кораблі мають найвищі оперативні видатки в індустрії туризму. Щоб покрити витрати, кораблі потрібні мати завантаження не менше 80 - 90%. Тому круїзні послуги залишаються одними з найдорожчих у сфері туристичного обслуговування.

Внаслідок чого, маркетингова політика підприємств спрямована на створення круїзних продуктів, максимально адаптованих до інтересів споживачів, що подорожують з різними цілями, походять з різних верств суспільства і різних демографічних груп, складовими елементами яких є [29]:

- круїзне судно;
- транспортні засоби, що використовуються на березі та в процесі переміщення до місця призначення;
- тривалість круїзного туру;
- маршрут морської подорожі;
- форма надання житла на березі на етапі прибуття та завершення круїзу;
- показники мобільності.

До найважливіших критеріїв, що забезпечують можливість здійснення морської круїзної подорожі, відносяться технічна оснащеність судна, призначеного для здійснення круїзу та параметричні характеристики порту заходу круїзного лайнера, що визначає високий рівень спеціалізації круїзного продукту, передбачає кілька ієрархічних рівнів [31].

Перший рівень включає розробку спеціальних програм перебування пасажирів на борту судна та на березі під час стоянок у порту, розвинену систему атракцій та культурно-видовищних заходів.

Другий рівень передбачає спеціальне обладнання круїзного судна обслуговування конкретного контингенту пасажирів.

Третій – будівництво спеціальних круїзних суден, що відповідають концепції відповідного круїзного продукту, у тому числі з точки зору їх судноплавних якостей.

Четвертий рівень полягає у створенні умов для безпечного прийому круїзних суден, що зумовлює будівництво морських портів зі спеціальними терміналами, що володіють великою пропускнуою здатністю та належно обладнаними для реєстрації пасажирів та їхнього багажу, здійснення туристських формальностей (митних фіскальних санітарних іміграцій).

Міжнародна асоціація круїзних компаній пропонує 4 базові типи круїзів: класичні або стандарт круїзи; круїзи преміум-класу; люкс-класу та ексклюзивні [32].

Наведені типи круїзів суттєво відрізняються один від одного. Проведемо аналіз та характеристики кожного з класів, визначимо їх особливості. Результати викладено нижче в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 - Характеристика круїзних класів

Клас	Притаманні риси	Цільовий клас пасажирів	Круїзні компанії
Стандарт	<ul style="list-style-type: none"> - велика пасажиромісткість суден (від 2000 пасажирів); - каюти невеликого розміру; - орієнтованість на сімейний відпочинок (діти часто подорожують безкоштовно); - наявність дитячих ігрових клубів, майданчиків і басейнів; - відносно невисока ціна круїзів; - рівень сервісу 3-4 зірки. \$75-\$150 на особу на добу	<ul style="list-style-type: none"> - сім'ї з дітьми та/або підлітками; - молодь віком до 30-ти років; - люди похилого віку; - мандрівники одинаки; - пари, які шукають романтичного відпочинку; 	Carnival Cruise Lines, Costa Cruises, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line, Princess Cruises, Royal Caribbean International,
Преміум	<ul style="list-style-type: none"> - менша заповнюваність лайнера; - більше обслуговуючого персоналу на одного пасажирів; - вишукане харчування, наявність делікатесів; - високий рівень сервісу; орієнтованість більше на дорослих пасажирів; - стратегія на підтримку певного рівня якості, ніж на мінімізацію витрат \$150-\$400 на особу на добу	<ul style="list-style-type: none"> - вибагливі мандрівники з високими запитами до комфорту - люди, яких не цікавлять маршрути «масмаркет» 	Celebrity Cruises, Disney Cruise Line, Holland America Line, Cunard, Azamara, Oceania
Люкс	<ul style="list-style-type: none"> - невеликі розміри кораблів (300-800 пасажирів); - великі каюти; - висока кухня; - ексклюзивний 	<ul style="list-style-type: none"> - дорослі, які шукають невеликий корабель зі зручностями вищого класу; 	Silversea, Crystal Cruises, Regent Seven Seas Cruises, Seabourn

	персоналізований сервіс рівня; - орієнтація на високий рівень якості; - висока вартість круїзів; - екзотичні маршрути круїзів; понад \$700-\$1000 на особу на добу	- мандрівники, які прагнуть унікальних маршрутів; ультра-розкішню; - люди з знанням мистецтва і кухні; - мандрівники, які шукають винятковий сервіс і рівень комфорту	
--	--	--	--

Джерело: складено автором за даними [57]

Система реалізації круїзних турів слабо корелюється із системами продажу наземних та інших турів, має свої особливі принципи та методологію, значно орієнтовану продаж через комп'ютерні мережі та мережа Інтернет, і відрізняється високою ефективністю. На просування туристичного продукту витрачаються значні кошти, постійно вивчається стан ринку, розробляються спеціальні шоу-програми, залучаються нові категорії споживачів [36].

Інтеграція круїзів з іншими видами туризму, різноманітність послуг та охоплення значної кількості споживачів з різними потребами передбачає орієнтування круїзних компаній на організацію певного виду круїзу, в якому вони можуть досягти конкурентних переваг завдяки найбільш повному задоволенню потреб відповідного ринкового сегмента [37]. Крім того, процес організації круїзної подорожі знаходиться під впливом різних сезонних факторів попиту, що визначає нерівномірну динаміку обсягу продажів круїзів протягом року та змушує круїзних операторів до формування такої пропозиції круїзного продукту, що забезпечує можливість цілорічної експлуатації круїзних суден.

Особлива увага приділяється виявленню найбільш затребуваних круїзів за термінами плавання, аналіз яких здійснюється відповідно градації, прийнятої у європейській статистиці, згідно з якою виділяється п'ять категорій морських круїзів: до 4 днів; 5-7 днів; 8-14 днів; 15-21 день; 22 дні та більше. Разом з тим, розглядаючи специфіку круїзної індустрії, слід відзначити досить широкий склад її учасників, найбільш значущими з яких є [32]:

- круїзні компанії, що організують та безпосередньо реалізують круїзні тури (незалежно від того, чи є вони власниками використовуються для цих цілей (круїзних суден або їх фрахтувальниками);

- морські порти, що забезпечують умови для базування та причалювання круїзних суден;

- суднобудівні та судноремонтні підприємства, що займаються будівництвом круїзних суден та наданням технічних послуг щодо їх обслуговування;

- підприємства, які є обов'язковою частиною круїзного турпродукту з погляду обслуговування пасажирів на березі (транспортні підприємства,

екскурсійні бюро, підприємства громадського харчування, готелі та готелі, система атракцій та розваг).

Господарські зв'язки круїзної промисловості можна простежити до підприємств добувної промисловості та сільського господарства, які є невід'ємними елементами її функціонування як цілісної системи (так, з руди, що добувається виплавлений метал для будівництва круїзного судна, у меню ресторанів будуть входити страви з вирощеної сільськогосподарської продукції тощо) [38].

Отже, круїзна індустрія залучає до сфери своєї діяльності всі супутні галузі – портове господарство, суднобудування, транспорт, сферу розміщення туристів, зв'язок, громадське харчування, торгівлю, банки та фінансове обслуговування, індустрію розваг та атракції, музеї та інші культурні об'єкти, та надає стимулюючий вплив на їх розвиток. «Відповідно до концепції ефективного розвитку, рівень конкурентоспроможності круїзного туризму як значного сектора економіки залежить від рівня задоволеності споживача; при цьому круїзний турпродукт є не просто набір взаємопов'язаних туристичних послуг, а реалізацію з боку споживача духовних, емоційних потреб, досвіду перебування у незвичайних умовах шляхом споглядання незвичною для туриста довкілля» [25].

Дискомфорт навіть на одному етапі подорожі надасть негативне враження на весь відпочинок та сформує негативне ставлення як до самого круїзного продукту, так і до компаній, його таким, що надає, і до регіону, зокрема.

Як було зазначено раніше, під час подорожі круїзний пасажир споживає найрізноманітніші послуги: пасажирського перевезення, розміщення, громадського харчування, торгівлі, культурно-розважальні, оздоровчі, екскурсійні та ін. Але, перш за все, він потребує послуги з підтримки своєї життєдіяльності – житло, харчування, транспорті, дозвіллі, що обумовлює створення відповідних транспортної та туристської інфраструктур, необхідними умовами для розвитку яких є: сприятливий інвестиційний клімат, ініціатива та інтерес з боку підприємницьких структур та органів влади та можливість інтеграції з міжнародними круїзними організаціями.

Таким чином, розвиток круїзного туризму залежить від усіх секторів економіки, які тісно взаємопов'язані між собою та в сукупності формують високоякісний круїзний продукт [24].

Міжнародні морські перевезення туристів здійснюються в рамках різних міждержавних угод. До них відносяться:

1. Міжнародна конвенція з охорони людського життя на морі (СОЛАС74). Лондон 1974 рік [40].

2. Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їхнього багажу. Була прийнята 13 грудня 1974 року на Міжнародній юридичній конференції з питань перевезення на судах пасажирів та їхнього багажу, в Афінах [7].

3. Міжнародна конвенція по запобіганню забруднення з суден 1973 року [41].
4. Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких правил відносно обмеження відповідальності власників морських суден [42].
5. Міжнародна конвенція з пошуку та рятування на морі 1979 року [40]. Конвенція була укладена у Німеччині, місто Гамбург.

3. Практичні рекомендації щодо активізації розвитку круїзної галузі (на прикладі Одеського морського порту)

Можна з впевненістю стверджувати, що морські круїзи - один з самих швидкорослих секторів світового туристичного ринку, що примушує українських фахівців і управлінців морської галузі держави підсилити увагу до сучасних проблем розвитку круїзного бізнесу та інвестиційних пропозицій судновласників в басейні Чорного і Середземноморського морів. В той же час, вирішальну роль в розвитку міжнародних транспортних систем, модернізації українського торгового флоту, доданню нового формату економіки. морегосподарського комплексу повинна зіграти Морська доктрина України [54].

Відповідно до Морської доктрини України на період до 2035 р., «основними завданнями державної морської політики є підтримка і розвиток морегосподарської діяльності на технологічному, екологічному, соціальному рівні для забезпечення задоволення потреб українського суспільства, конкурентоспроможності на світовому ринку, повного використання геополітичного потенціалу держави [54].

Також серед задач - забезпечення у внутрішніх водах і територіальному морі України режиму судноплавства, яке відповідає міжнародному морському праву і міжнародним стандартам безпеки, підвищення рівня безпеки судноплавства на українських судах, ефективне здійснення функцій морської адміністрації і інших функцій держави, які передбачені міжнародними договорами України в галузі судноплавства; сприяння розвитку всіх галузей економіки приморських регіонів держави і забезпечення пріоритетності розвитку морегосподарської діяльності.

Пріоритетом національних інтересів України у сфері морської діяльності є задоволення потреб її народу і економіки у використуванні ресурсів Азовського і Чорного морів, Керченської протоки з урахуванням дій Російської Федерації як країни-агресора та інших районів Світового океану, посилення позиції України серед провідних морських держав, забезпечення її безпеки і суверенітету. Здійснити це заплановано шляхом економічно доцільної і екологічно безпечної морегосподарської діяльності, пов'язаної з вивченням, розвідкою, здобиччю, використуванням, збереженням і відтворенням природних ресурсів, забезпеченням їх невиснажливого використування; торговим судноплавством, портовою діяльністю, суднобудуванням і судноремонтом; забезпеченням розвитку морського туризму і ін. Основною метою державної морської політики України в регіональному аспекті є створення умов для динамічного збалансованого соціально-економічного розвитку приморських регіонів, повне використання переваг їх розташування» [50].

Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на напрямках міжнародних транспортних коридорів. Від ефективності функціонування

морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку.

Причорноморський регіон, на думку спеціалістів, має всі умови та потенціал, в тому числі природно-кліматичний, для розвитку круїзного судноплавства.

Українські геополітики вважають, що «найважливішою проблемою Чорномор'я є пошук шляхів формування нового економічного простору із преференційним режимом вільної торгівлі та спільного підприємництва. Чорноморський регіон розташований у геополітичному центрі Євразії на перетині історичного шляху «із варяг у греки». Європейський і ринок Близького Сходу, велика кількість торгових портів створюють належні перспективи для морської інтеграції України [25].

Для реалізації пріоритетів розвитку, зазначених у вищевказаному документі, проаналізуємо круїзну діяльність в нашій державі, визначимося з перспективами розвитку.

«Згідно з даними за 2011р., на частку круїзного ринку Чорного моря припадав лише 1% європейського круїзного ринку суднозаходів, у той час як ринок Західного Середземномор'я становить - 47%, а на частку регіону Східного Середземномор'я припадає - 33% від усіх проведених пасажирами на борту круїзних судів ночівель» [22]. Українські туристи більше орієнтуються на європейські круїзи, які пропонують міжнародні компанії. У 2013 році з Одеси відбулась серія круїзів під назвою «Перлина Середземномор'я» на теплоході компанії MSC Ligica в Геную (Італія) і навпаки з посадкою в Генуї і кінцевим пунктом маршруту в Одесі.

До 2014 року зростала кількість інтернаціональних туристів на круїзних судах, що прибували в порти України. Однак інфраструктура українських портів, за виключенням Одеси, не дозволяла приймати лайнери понад 300 м. Судно в один порт зайти не може, їх повинно бути мінімум декілька в одному переході. З метою розширення пропозицій на ринку круїзів Royal Caribbean Cruises планувала інвестувати кошти в Ялтинський морпорт і розвивати порт в Севастополі, вклавши кошти для будівництва потрібної інфраструктури [1]. Невеликі судна компанії «Silver Sea Cruises» у 2013 році (максимум до 350 пасажирів, але з дуже високим стандартом обслуговування) починали маршрут з Поті (Грузія), заходили в порти Росії, України, Болгарії і Румунії. Але в 2014 році вектор розвитку круїзної індустрії різко змінився з приходом до влади Російської Федерації на територію Криму. Таким чином, з 2014 року в міжнародній круїзній галузі України залишився тільки порт Одеси.

Оскільки збільшення середньої місткості флоту провідних круїзних операторів – це велика проблема для приймаючих портів. Інфраструктура українських портів не пристосована для прийому мегалайнерів. Виключенням є Одеський морський порт, який єдиний в Україні пристосований і має змогу

біля причалу приймати судна довжиною не менше 240 м з осадкою 8,5 м. Пропускна здатність пасажирського терминалу Одеського порту - до 4 млн. осіб за рік. Він здатен приймати до п'яти кораблів одночасно.

Належну інфраструктуру для прийому великих круїзних кораблів мають такі чорноморські порти – Одеса (Україна), Констанца (Румунія), порти Бургаса та Варни (Болгарія).

З туристичної точки зору портове місто Одеса багате історико-культурною спадщиною, має сучасний пасажирський термінал, глибоководні причали для швартування круїзних лайнерів, розвинену готельно-ресторанну мережу, велику розважальну індустрію і міську інфраструктуру. Саме весь цей комплекс туристичних послуг викликає цікавість не тільки у українського, а й міжнародного туриста.

Цілеспрямована робота з розвитку круїзного напрямку Одеського порту приносила свої дивіденди. До 2014 року щорічно зростала кількість круїзних суднозаходів в Одеський порт. Відобразимо це на рис. 3.1.

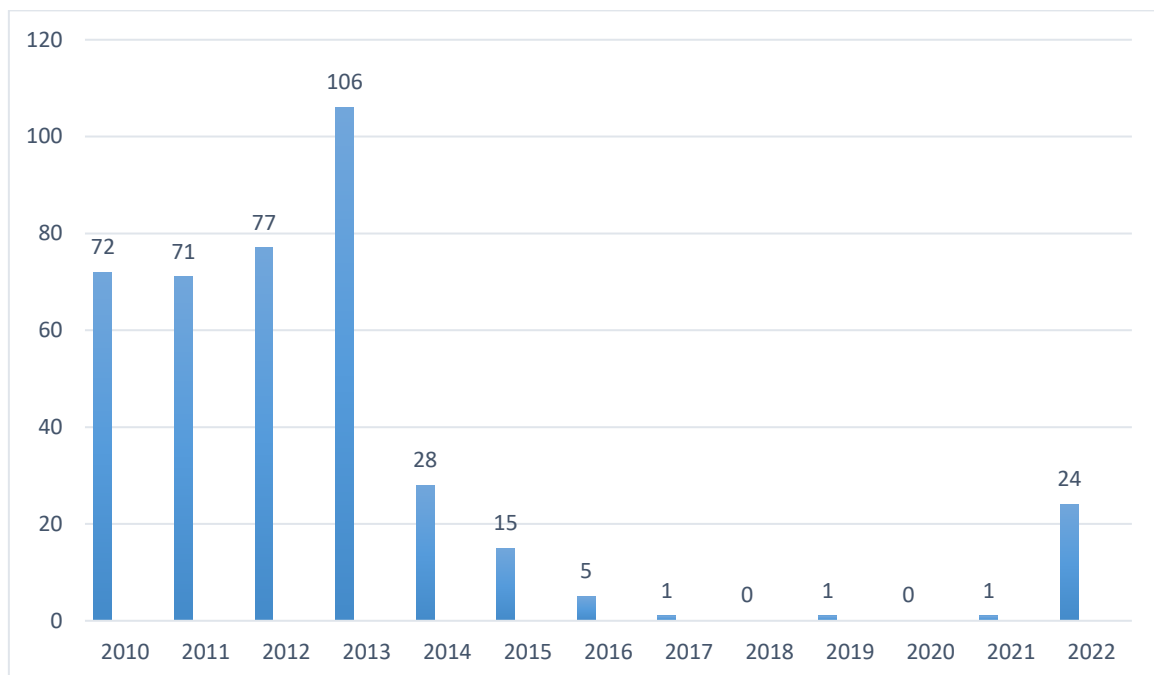


Рисунок 3.1 - Кількість суднозаходів у 2010-2022 рр.

Джерело: складено на основі [3]

Рекордний показник відзначається у 2013 році - 106 заходів круїзних лайнерів.

Однак, починаючи з 2014 року з причин, пов'язаних з геополітичною ситуацією в Україні, а саме анексією Криму і небезпечною ситуацією в Чорноморському регіоні кількість заходів суден в Одеський порт під іноземними прапорами різко змінилась.

14 червня 2017 року в порту пришвартувався експедиційний лайнер «Island Sky» зі 104 туристами на борту. У 2018 році ця позначка стала нульовою.

І лише 30 жовтня 2019 року прибув теплохід «Амера» з 750 туристами на борту. Переламним став 2020 рік, на щорічній міжнародній виставі «Seatrade Cruise» американські судновласники компаній SilverSea Cruises и Azamara Cruises, що входять в холдинг Royal Caribbean Cruises, визнали Черноморський регіон абсолютно безпечним для пасажирів [2]. Це визначило новий виток круїзного турпотоків для України.

До початку пандемії коронавірусної інфекції Одеський порт мало б відвідати у 2020 році- 11 лайнерів, у 2021 - планувалося 22 заходи, у 2022 році - 24 заходи лайнерів. Позитивна динаміка після трирічної паузи вказувала на поступове зростання заявок на заходи у порт Одеси круїзних лайнерів. Але свої корективи вніс COVID-19, який майже зупинив цю сферу морського туризму. У зв'язку з карантинними обмеженнями у 2020 році жодне круїзне судно не зайшло в порт Одеси замість заявлених 11.

Наразі відмічається поступові ознаки відродження цього напрямку туристичної галузі.

У червні 2021 року кількість бронювань на круїзи у світі по всіх напрямках у 2022 році перевищує показники 2019 року. На 2022 рік Одесу по результатам заявок, що надійшли від круїзних операторів, відвідає 31 туристичний корабель.

Одеський порт входить в асоціацію «MedCruise»- це одна й з найбільших асоціацій круїзних портів, туроператорів та судновласних компаній у сфері круїзingu Середземного та прилеглих морів [64].

Співпраця з місцевими туроператорами і адміністрацією міської ради Одеси у напрямку розвитку туризму та покращення туристичної інфраструктури міста та рівня туристичного обслуговування.

В результаті переговорів були досягнені домовленості з портами Болгарії та Румунії по створенню продукту, який дозволить відновити круїзи по Чорному морю. Між портами Одеса, Констанца (Румунія), Варна і Бургас (Болгарія) був підписаний договір з детальним планом дій на найближчі 3 роки.

Створено Чорноморську робочу групу представників порів Чорного моря. А саме міст Одеса, Констанца, Варна та Бургас. Проводяться регулярні засідання та зустрічі з представниками круїзних ліній та міжнародної преси. Головна мета - показати міжнародним круїзним компаніям, що Чорноморський регіон є безпечним для круїзних пасажирів і порти мають повне технічне оснащення для прийняття будь-якого круїзного судна.

Представники Одеського морського порту виступили з ініціативою щодо об'єднання сил для розвитку круїзного судноплавства в Чорному морі на міжнародній круїзній конференції «MedCruise».

Україна приймала активну участь у створенні міжнародного радного органу під назвою «Black Sea Working Group», який займається питаннями

відновлення круїзного судноплавства у Північно-Західній частині Чорного моря у постковідний період.

Основними умовами для розвитку портової галузі є: реалізація конкурентної тарифної політики; створення для залучення додаткових вантажо- та пасажиропотоків.

У той же час «основними проблемами функціонування та розвитку портової галузі є:

- зниження рівня прибутковості морських портів у зв'язку із значним зносом основних засобів (більш як 70 відсотків);

- повільне оновлення основних фондів морських портів, невідповідність їх технічного рівня вимогам щодо надання послуг із здійснення операцій з вантажами;

- відсутність дієвого механізму залучення приватних інвестицій для розвитку морських портів та захисту прав інвесторів;

- низький рівень міжгалузевої координації діяльності із забезпечення розвитку транспортної інфраструктури, що призводить до роз'єднання єдиного транспортного потоку, нераціонального використання ресурсів і зниження ефективності використання транспорту;

- низький рівень інформатизації транспортних процесів та інформаційної взаємодії з галузями національної економіки;

- неможливість здійснення повномасштабної оптимізації діяльності морських портів у зв'язку з високим рівнем витрат на утримання об'єктів соціальної інфраструктури.

- жорсткі міжнародні екологічні стандарти і інноваційні запровадження в обладнанні порту» [55].

Влада усвідомивши перспективність розвитку круїзного туризму і проаналізувавши державні тарифи на портові збори і тарифи на послуги в країнах світу (які істотно нижчі за українські), на рівні Кабінету Міністрів і Міністерства інфраструктури України був введений новий порядок для розрахунку величини портових зборів для іноземних круїзних суден [39]. Крім того, була прийнята система сезонних знижок, що передбачає зниження портових зборів на 50% для всіх круїзних суден, що заходять в українські порти з 15 листопада по 15 березня, і на 20% для всіх круїзних суден, що заходять в Одеський порт.

Також для підвищення конкурентоспроможності тарифів і збільшення заходів круїзних лайнерів в українські порти було скасовано корабельний збір для будь-якого судна круїзної компанії, яка вчинила більше двох судно заходів протягом року. Сприятливі рішення були зроблені державними органами влади щодо спрощення митних правил перетину кордону для пасажирів і екіпажів іноземних круїзних суден і запровадження безвізового режиму для круїзних транзитних туристів.

До специфічних сегментів круїзного ринку, що відрізняється організаційними, масштабними і ціновими характеристиками, відносяться експедиційні круїзи. Цей вид пасажирського судноплавства заснований на

використанні маломірних суден. До експедиційним круїзах відноситься 15% рейсів, виконуваних річковими теплоходами, які по експлуатаційно-технічними характеристиками здатні виходити в морську акваторію. Разові заходи окремих круїзних лайнерів в Одеський порт також за змістом наближаються до експедиційного судноплавства. Тільки ті компанії, які спочатку планують заходи в українські порти працюють в режимі стійких круїзів.

Доходи, що отримують об'єкти туристичної діяльності під час обслуговування круїзних мандрівників в Одесі будуть зростати у геометричній прогресії, якщо попит на круїзи по Чорному морю будуть зростати, солідні інвестиції отримає і сам порт.

Причорномор'я також пов'язують з можливим залученням до морських подорожей жителів країн СНД і країн ЄС, для яких переліт в базовий пункт круїзу, перш за все йдеться про Одесу, буде недовгим, наприклад з Угорщини, Чехії, Польщі і ін. Це потенційні пасажери крупних лайнерів, здатних прийняти на борт дві тисячі чоловік. Судна, які в даний час вважають за краще замовляти компанії як рентабельніші, на три і більше тисяч пасажирів, поки до українських портів Чорного моря не заходять.

Як бачимо, в сучасних умовах розвитку круїзної галузі як сектору світової індустрії туризму з участю морського транспорту, порти стають активною частиною великого і дуже динамічного конкурентного середовища, що веде до виникнення нових економічних відносин між портами і круїзними компаніями. Круїзний туризм починає виконувати важливу роль і як чинник регіонального розвитку транзитної території. Розвиваються процеси диверсифікації портової продукції і послуг для туристів, які в умовах трансформації економіки виходять за межі порту. Розвиток круїзного бізнесу в портовій діяльності впливає на появу близьких до портів територій підприємств і організацій, які пов'язані з туристичною діяльністю, комерційною, інформаційною, фінансовою і іншими видами обслуговування круїзних судів і пасажирів.

З впевненістю можна стверджувати, що морські круїзи - один з самих перспективних секторів світового туристичного ринку, що примушує українських фахівців і управлінців морської галузі нашої держави підсилити увагу до сучасних проблем розвитку круїзного бізнесу та інвестиційних пропозицій судовласників в басейні Чорного і Середземноморського морів.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дослідження сучасних тенденцій та стану круїзного туризму в Україні та світі дозволи нам зробити певні висновки.

Круїзний туризм є універсальним видом туризму, глобально інтегрованим до світової економіки, він поєднує у собі практично всі форми рекреації, різні види сервісу та організації дозвілля. Також стимулює розвиток економіки країни, оскільки прибуток від круїзних туристів отримують не тільки круїзні компанії, але й міста, які вони відвідують.

Розглянувши тенденції розвитку круїзного туризму на прикладі діючих міжнародних судноплавних компаній, що надають круїзні послуги, можна зробити висновок про те, що круїзний туризм має значний потенціал розвитку, оскільки навіть у сучасних складних економічних і політичних умовах, особливо з важкою ситуацією у зв'язку з коронавірусною кризою потроху відроджується.

Особливістю круїзного туризму є те, що транспортний засіб бере безпосередню участь в обслуговуванні туристів під час здійснення круїзу. Крім того, лайнер виступає не тільки засобом переміщення туристів по туристичному маршруту, а й місцем проживання, харчування, отримання і джерелом розваг.

Круїзний туризм має значний потенціал розвитку, оскільки навіть у сучасних складних економічних і політичних умовах, особливо у зв'язку з анексією Криму, демонструє активний розвиток.

Нині в Україні розвивається переважно в'їзний круїзний туризм, флот застарілий, а його реконструкція, модернізація круїзної інфраструктури (наявність довгого глибоководного причалу, розвиненої портової інфраструктури, майданчику для висадки пасажирів та паркування автобусів, наявність у портах сучасних пасажирських терміналів і відповідних умов для швидкого обслуговування круїзних суден, туристична інформація іноземними мовами та купівля суден вимагають великих вкладень.

Разом з тим, специфіка круїзного туризму передбачає розробку спеціальних стратегічних планів і програм, які базуються на вивченні особливостей формування круїзного туристичного продукту з урахуванням досвіду передових круїзних дестинацій і аналізу світових стандартів обслуговування круїзних туристів за участю всіх міністерств і відомств, задіяних у його організації.

Негативно вплинула на стан розвитку морського туризму анексія Кримського півострову, тому що там знаходилось більшість портів, у яких доцільно розвивати круїзне судноплавство. Внаслідок цього рейси круїзних лайнерів компаній «Oceania Cruises», «Azamara», «Windstar Cruises», «Regent Seven Seas Cruises» у травні 2014 р. було скасовано. Літній круїзний сезон 2016 р., в якому прогнозувалось в межах 20% зростання кількості суден, які мали зайти в порт, був надзвичайно «низьким» порівняно з аналогічними показниками минулих років. У «Стратегії соціально-економічного розвитку м.

Одеси до 2020 р.» підкреслено, що «першочерговим завданням є ефективне використання транспортно-транзитного потенціалу міста». Втім, на практиці більшість із окреслених цілей не було досягнуто. При цьому необхідно мати на увазі, що в систему організаційного забезпечення круїзної індустрії входять як державні підприємства і організації, так і недержавні структури, подані громадськими некомерційними організаціями. Результативний розвиток круїзного туризму залежить від ефективної діяльності об'єднань підприємств і організацій, що забезпечують потреби учасників круїзного ринку з урахуванням їх спеціалізації та ресурсних можливостей.

Стратегія розвитку круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні повинна бути спрямована на просування круїзів іноземних компаній, що відносяться до категорії «масмаркет» і мають відносно невисоку вартість. Це дозволить збільшити доходи морських портів і підприємств, що надають послуги туристам на березі. У перспективі Чорноморський круїзний ринок повинен більшою мірою враховувати потенційний пасажиропотік з країн регіону. При цьому однією з умов підвищення попиту на круїзи з боку населення пострадянських країн є зниження цін на туристичні послуги (включаючи круїз, авіапереліт, бронювання готелю і т.д.), що надаються вітчизняними туроператорами.

Що стосується розвитку круїзного бізнесу українськими компаніями, то, імовірно, це проблематично в найближчі роки.

У Чорноморському регіоні, починаючи з середини 1990-х рр, різними вітчизняними судноплавними компаніями неодноразово робилися спроби відродити круїзне судноплавство на популярній в радянський час Кримсько-Кавказькій лінії. У 1990-х рр. Чорноморським морським пароплавством був організований круїз по маршруту Одеса-Пірей-Хайфа-Лімассол-Стамбул-Сочі-Ялта-Севастополь-Одеса на теплоході «Одеса Сан», який проіснував менше двох років. На початку 2000-х рр. був організований разовий круїз навколо Чорного моря на теплоході «Тарас Шевченко». У 2006-2007 рр. судноплавна компанія «Укрферрі» організувала кілька чорноморських круїзів на теплоході «Південна Пальміра». Однак стабільної роботи суден вітчизняних компаній на Чорноморському круїзному ринку за цілою низкою об'єктивних і суб'єктивних причин до сих пір не вийшло. Головною особливістю сучасного українського ринку морського круїзного туризму є майже повна відсутність пасажирських кораблів, що на 100 % відповідають усім вимогам сучасної туристичної індустрії. Без придбання нових лайнерів та теплоходів відновити морські подорожі в Україні не вдасться. Відсутність українського пасажирського флоту відчувають, перш за все, громадяни України, що не в змозі користуватися послугами іноземних туристичних фірм, перш за все, внаслідок недоступних цін.

На даний час круїзів по Чорному морю практично немає. Виключенням є круїзна лінія компанії «Червона Рута» з маршрутом річка-море (Київ-Одеса-Фетешті (Румунія)). В останні роки намітилася деяка тенденція до зростання пасажирських перевезень. Це пов'язано з коронавірусною кризою, що

сколихнула інтерес до внутрішнього водного туризму, так як кордони багатьох держав були закриті. Крім цього можна ще відзначити дніпровські круїзи з відвідинами річкових портів (Київ, Одеса, Вилкове) на судні «Принцеса Дніпра».

Для успішної роботи чорноморських маршрутів потрібен сучасний комфортабельний круїзний лайнер класу 4* переважної місткості 1000 -1200 осіб. Це дасть змогу забезпечити вартість квитків в економ-класі на прийнятному для туристів рівні 100 - 120 дол. за день круїзу. Однак такого флоту в Україні немає. Його можуть надати іноземні компанії. Саме вони домінують у Чорному морі у вантажоперевезеннях і можуть так само зайняти круїзний ринок України. Дрібні судноплавні або туристичні компанії, що організують круїзи на одному-двох невеликих судах, як правило, значного віку, і найчастіше орендованих на час, не мають ніяких конкурентних переваг в порівнянні з іноземними круїзними операторами, а значить, і можливості успішно конкурувати з ними, ні за ціною, ні за якістю. З урахуванням комфортабельності судів і рівня сервісу ціни на круїзи українських організаторів повинні бути нижчими, ніж у іноземних круїзних операторів, що пропонують круїзи набагато більш високої якості. Однак досягти цього на практиці буде досить важко, з урахуванням того, що іноземні круїзні компанії використовують комфортабельні лайнери з сучасною туристичною інфраструктурою, ефект масштабу, пов'язаний з розміром суден в поєднанні з високою якістю сервісу.

Чорноморське співробітництво в першу чергу націлене на збільшення кількості суднозаходів іноземних круїзних компаній в регіон, Це призведе до припливу капіталу, і можливо в подальшому, до прагнення вкладати інвестиції в розвиток портів.

Безсумнівним фактором розвитку туризму є і стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві, освітній і культурний рівень населення. Слід зазначити, що сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в його організаційній структурі, в спрямованості розвитку, в стані якісних і кількісних характеристик. З одного боку, сучасний стан туризму розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристичних послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. Слід зазначити, що саме показник за кількістю туристів (як внутрішніх так і іноземних) найкраще характеризує рівень розвитку туристичного сектору.

Так інфраструктура країни і маркетингові стратегії розвитку туристичного бізнесу вимагають оптимізації для досягнення високого рівня забезпечення туристичної привабливості.

Також складною є ситуація з фактором стабільності і безпеки регіону для туристів. В результаті подій 2014 року рівень безпеки регіону було визнано, як незадовільний. Однак у 2020 році міжнародний холдинг «Royal Caribbean» на круїзній виставці оголосив, що Чорноморський регіон є цілком

безпечним для плавання. Прогнозуємо, що цей факт повинен позитивно вплинути на круїзну діяльність для України.

Зарубіжний досвід свідчить, що розвиток туризму передбачає, крім рекреаційного потенціалу, наявність певних умов, що стимулюють розвиток цієї галузі. Зокрема, це пов'язано зі створенням системи податкових пільг, наявністю на території транспортної та комунальної інфраструктур, а також розвиненою індустрією розваг.

Позиціонування України як морської держави вимагає як урахування глобальних тенденцій світової морської торгівлі, так і обліку тих тенденцій, які відбуваються в Чорноморсько-Азовському регіоні. Необхідність розвитку вітчизняного морегосподарського комплексу та портової інфраструктури диктується високою прибутковістю ринку транспортних круїзних послуг завдяки визнаним у світі конкурентним перевагам транспортування водними шляхами.

Проте існує ряд проблем, які в першу чергу вимагають вирішення для підвищення привабливості для міжнародних круїзних компаній.

Це розробка довгострокових інвестиційних проектів щодо відбудови сучасних пасажирських круїзних лайнерів та формування пасажирського флоту із залученням до їх фінансування іноземних та вітчизняних інвесторів. Віднесемо сюди:

- підвищення професійного та культурного рівня працівників круїзних суден, організація стажування персоналу, що працює безпосередньо з туристами в провідних круїзних компаніях з метою доведення до світових стандартів якості обслуговування пасажирів;

- оптимізація методик визначення вартості пасажирських перевезень і розробка ефективних стратегій формування цін на ці послуги, що дасть можливість, з одного боку, забезпечити компаніям необхідний рівень прибутку, а з іншого, - достатній рівень попиту на свої послуги.

- модернізація круїзної інфраструктури: наявність глибоководних причалів; розвиток портової інфраструктури, майданчиків для висадки пасажирів та паркування автобусів; наявність у портах сучасних пасажирських терміналів і відповідних умов для швидкого обслуговування круїзних суден; туристична інформація іноземними мовами.

Однією з важливих перешкод розвитку туристичної індустрії в Україні є технологічна відсталість – практично не застосовуються інноваційні туристичні технології, які в розвинених країнах набули широкого використання. Одним з основних напрямків технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Організації, які надають туристичні послуги повинні усвідомити необхідність впровадження і використання сучасних програмно-технічних інтерактивних інформаційних систем, які сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств. Такі системи запам'ятовують і зберігають в пам'яті значну за обсягом інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити кращі напрямки просування

продукту з урахуванням демографічних чинників, інтересів клієнтів, кращих засобів розміщення тощо.

Потрібно враховувати зовнішні фактори розвитку круїзного туризму в Україні, до яких слід віднести наступні:

1. Природно-кліматичні чинники, які включають метеорологічні і кліматичні чинники (вітри, температури повітря і води, опади і тумани), гідрологічні чинники (коливання рівнів води, хвилювання, течії), геоморфологічні фактори (геологічна будова району, змінність берегів і дна, рух наносів та властивості ґрунтів), пам'ятники природи і екзотичні природні об'єкти, багатство рослинного і тваринного світу, які надають першорядне вплив на можливість організації круїзного туризму і прояв туристського інтересу.

2. Політичні та правові чинники, що визначають міжнародні відносини в сфері круїзного бізнесу, сприяють формуванню позитивного іміджу країни на світовому туристичному ринку та зумовлюють безпеку мореплавання у внутрішніх водах України, а також формують нормативно-законодавчу базу в туристському секторі. Роль політичних чинників зростає з ростом масових заворушень, терористичних атак, захопленням заручників в ряді арабських країн, зміною політичних режимів і свідчить про зростання їх значущості.

3. Економічні чинники, в основі яких податкова, інвестиційна, зовнішньоекономічна діяльність держави, розподіл і зайнятість трудових ресурсів по галузях економіки, а також темпи зростання інфляції, процентних ставок і цін на енергоносії, що визначають рівень доходів і якість життя населення. Економічні фактори безпосередньо впливають на формування вартості туру, визначають попит на круїзний туристський продукт і створюють передумови для розвитку круїзного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Київський ун-т туризму, економіки і права. К. : Знання України, 2002. 351 с.
2. Адміністрація морських портів України.
URL:<http://uspa.gov.ua/diyalnist/krujiznij-turizm>
3. Адміністрація Одеського морського порту
URL:<http://www.port.odessa.ua/ru/o-porte/rukovodstvo/59-of-gp-ampu/russkij/press-tsentr?start=440>
4. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. М. : Аспект Прес, 2001. 461 с.
5. Аметов Р. Соціально-економічний механізм розвитку рекреаційної галузі в регіон. Підприємництво, господарство і право. 2002. № 9. С. 116–119.
6. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник. К. : Альтерпрес, 2008. 192 с .
7. Афіньська конвенція про перевезення морем пасажирів та їх багажу 1974 року: Конвенція від 19.11.1976 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_094#Text
8. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму. Ростов н/Дону: Фенікс, 2008. 252 с.
9. Басевич В.В. Організація морських пасажирських перевезень. М. : Транспорт, 1972. 208 с.
10. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С. 62–68.
11. Басюков Г.Т. Круїзний туризм: особливості і тенденції у 2018 році // Епоха науки. 2018. №14. С. 108–109 с.
12. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку / С.О. Біла // Стратегія розвитку України. № 1. 2016. С. 17–23.
13. Біржаков М.Б., Нікіфоров В.І. Індустрія туризму: СПб. : Видавничий дім Герда, 2007. 528 с.
14. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. К. : Палітра, 1998. 130 с.
15. Бойко М.Г. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму / М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко // Економіка та держава. 2010. № 3. С. 47–49.
16. Голубкова І.А. Економічний механізм розвитку круїзного судноплавства України: монографія / НАН України, Ін-т пробл. ринку і екон.-екол. дослідж. Одеса: Видав. Інформ, 2011. С. 302–322.
17. Голубкова І.А. Фактори і закономірності структуризації глобального круїзного ринку// Вісник економіки транспорту і промисловості : зб. наук. праць. Х. : УкрДАЗТ, 2010. № 31. С. 75–78.

18. Голубкова І.А. Макроекономічна цінність круїзного судноплавства / І.А. Голубкова // Вісник ДІТБ. 2012. № 16. С. 285–289.
19. Гуляєв В.Г. Організація туристичних перевезень. М. : Фінанси і статистика. 2001. 512 с.
20. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: [монографія] / Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Черняхівський Д.О., 2016. 305 с.
21. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей. Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : НАІР, 2014. 364 с.
22. Держстат України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/posl/arh_dpssp.html (дата звернення: 06.06 2021).
23. Економіка і організація туризму. Міжнародний туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаєв, Д.К. Ісмаєв та ін. М. : КНОРУС, 2005.
24. Економічна статистика: навч. посіб. / 3 наук. ред. доктора економічних наук Р.М. Моторина. К. : КНЕУ, 2004. 358 с.
25. Жихарьова В.В. Сучасні тенденції розвитку ринку круїзного судноплавства / В.В. Жихарьова // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2012. № 39 (2). С. 153–166.
26. Зацепіна Н.О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму у світі // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. 2012. Вип. XXXIV. С. 233–234.
27. Заячківська Г.А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація / Г.А. Заячківська // Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 153–157.
28. Зима А.Г. Особливості розвитку транспорту в туризмі: перевезення / А.Г. Зима, І.І. Лісичина. Х. : Видавництво ХНЭУ, 2010. 310 с.
29. Кифяк В.Ф. Організація туризму: [навч. посібник] / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги – ХХІ. 2008. 334 с.
30. Ковешніков В.С. Інноваційні види туризму / В.С. Ковешніков, О.С. Ліфіренко, Н. М. Стукальська // Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 4. С. 38–44.
31. Коль О.Д. Концептуальні основи формування кластера туристських підприємницьких структур по в'їзному туризму у великому місті // Проблеми сучасної економіки. 2010. № 1 (33).
32. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень URL:<http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
33. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Транспортне забезпечення в туризмі. М. : Кнорус, 2008. С. 294.
34. Логунова Н.А. Вплив круїзної індустрії на підвищення конкурентоспроможності економіки України / Н.А. Логунова // Менеджер. 2012. № 3 (61). С. 67–71.
35. Логунова Н.А. Особливості розвитку круїзного туризму: світові тенденції / Н.А. Логунова // Матер. ІХ міжн. науч.- практ. конф. [«Бъдещите изследования-2013»],

(Софія (Болгарія), 17-25 груд. 2013 г.). Софія: «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. Т. 9. С. 76–78.

36. Логунова Н. А. Формування стратегії ефективного розвитку круїзного туризму / Н.А. Логунова // Бізнес Інформ. 2014. № 3. С. 207–212.

37. Лозова О.А. Туризм в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / О.А. Лозова // Культури народів Причерномор'я. 2012. № 229. С. 44–47.

38. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. К. :Альтерпрес, 2002. 436 с.

39. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підручник] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. К. : Знання, 2008. 661 с.

40. Міжнародна конвенція з пошуку та рятування на морі 1979 року: Конвенція. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_138#Text

41. Міжнародна конвенція по запобіганню забруднення з суден 1973 року: Конвенція. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/896_009#Text

42. Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких правил відносно обмеження відповідальності власників морських суден: Конвенція. Брюссель, 25 серпня 1974 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_823#Text

43. Моргулець О.Б. Розвиток сучасного понятійно-категоріального апарату теорії послуг / О.Б. Моргулець // Сталий розвиток економіки. 2013. № 5. С. 34–41.

44. Надточій Г.Л. Географія морського судноплавства. М. : Транспорт, 2006. 295 с.

45. Нездоймінов С.Г. Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України / С.Г. Нездоймінов, Н.М. Андрєєва // Механізм регулювання економіки. 2013. № 4. С. 100–110.

46. Нездоймінов С.Г. Роль морських портів України у розвитку круїзної індустрії. URL: <https://scholar.google.com.ua/scholar?q>

47. Нездоймінов С.Г. Морський круїзний бізнес як вектор міжнародної інтеграції морегосподарського комплексу України / С.Г. Нездоймінов, Н.Н. Андрєєва // Український журнал Економіст. 2014. № 7. С.43–45

48. Осипова О.Я. Транспортне обслуговування туристів / О.Я. Осипова. М. : Академія, 2008. 380 с.

49. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org>

50. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>

51. Паладич Л. Морські круїзи (Морський туризм) / Л. Паладич. М. : Знання, 1989. 64 с.

52. Погребняк Ю.В. Аналіз тенденцій світового круїзного флоту / Збірник науково-технічної конференції в Одеському національному морському університеті. Вид. № 13. Одеса, 2005. С. 138–142.

53. Про внесення змін до наказу Міністерства інфраструктури України від 27 травня 2013 року № 316: Наказ Міністерства інфраструктури України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1037-15#Text>
54. Про затвердження Морської доктрини України на період до 2035 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.10.2009 № 1307. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1307-2009-%D0%BF#Text>
55. Про затвердження Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року. Розпорядження Кабінету міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-%D1%80#Text>
56. Про туризм: Закон України. Відомості Верховної Ради, 1995. № 31. ст. 241.
57. Федорченко В.К. Словник-довідник туристських термінів / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. К. : Дніпро, 2000. 156 с.
58. Шпилько С. Морські круїзи: теорія і практика: навч. посібник / С. Шпилько, Н. Андросова, Р. Чударєв. М. : Радянський спорт, 2012. 147 с.
59. Abramowski T, Sepowski T, Zvolenský P. Determination of regression formulas for key design characteristics of container ships at preliminary design stage. *New Trends Prod Eng* 2018;1(1):247–57. URL: <http://dx.doi.org/10.2478/ntpe-2018-0031>.
60. Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2013. URL: <http://cruises.about.com/od/cruisereading/gr/Book-Review-Berlitz-Complete-Guide-To-Cruising-And-Cruise-Ships.htm>.
61. Brida J.G. Resident's attitudes and perceptions towards cruise tourism development: a case study of Cartage de Indias (Colombia)/ J. G. Brida, E. Riaco, S. Zapata Aguirre // *Tourism and Hospitality Research*. – 2011. – Vol. 11, № 3. – P. 187-202
62. Butler M. *Worldwide Cruise Ship Activity* / M. Butler. – Madrid: World Tourism Organization, 2003. 216 p.
63. Camire D. Rule change could alter cruise industry / D. Camire // *The Honolulu Advertiser*. 2008. № 11. P.1-2.
64. Cruise Line International Association (CLIA). URL: <https://cruising.org/en-gb/>
65. Cruise Lines International Association (CLIA). CLIA. 2019. Cruise trends industry outlook, report, cruise line international association, Miami, Florida. URL: <https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2018/december/2019-state-of-the-industry>
66. Cruise Lines International Association (CLIA). CLIA. 2021. Cruise trends industry outlook, report, cruise line international association, Miami, Florida. URL: https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx
67. Cruise Lines International Association (CLIA). CLIA Statistical Reports. URL: <https://cruising.org/en-gb/regulatory/issues-facts>
68. Cruise Lines International Association (CLIA). CLIA. 2020. State of the cruise industry outlook, report, cruise line international association, Miami, Florida. URL: <https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2019/december/state-of-the-cruise-industry-outlook-2020>.

69. Diedrich A. Cruise ship tourism in Belize: The implications of developing cruise ship tourism in an ecotourism destination / A. Diedrich // *Ocean and Coastal Management*. 2010. Vol. 53. P. 234-244.

70. European Commission. Guidance/best practices document on monitoring and reporting of fuel consumption, CO₂ emissions and other relevant parameters pursuant to Regulation 2015/757 on monitoring, reporting and verification emissions from maritime transport. Part of a series of documents prepared by experts under the umbrella of the ‘European Sustainable Shipping Forum (ESSF)’, 2017, URL: https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/shipping_en#tab-0-1.

71. European Environment Agency (EEA). EEA 2017 CO₂ Emission intensity of electricity generation. 2020, URL: <https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/co2-intensity-of-electricity-generation>.

72. Eurostat. Simplified energy balances (nrg_bal_s). 2018. URL: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nrg_bal_s&lang=en.

73. Giese M. COVID-19 impacts on global cruise industry: How is the cruise industry coping with the COVID –19 crisis? KPMG Report, posted on July 23. 2020. URL: <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/07/covid-19-impacts-on-global-cruise-industry.html>

74. Goldsworthy B, Goldsworthy L. Assigning machinery power values for estimating ship exhaust emissions: comparison of auxiliary power schemes. *Sci Total Environ* 2019;657:963–77. <http://dx.doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.12.014>.

75. Royal Caribbean International. URL: <https://www.royalcaribbean.ru/> TUI Cruises. URL: <https://www.hamburgcruise.net/en/hcn-member/tui-cruises-gmbh/>

76. UNWTO World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-and-imo-issue-join-to-support-safe-resumption-of-cruise-ship-operations>

77. UNWTO World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill>

Додаток А

Флот майбутнього. Дебют нових кораблів членів-учасників СЛІА у 2021 році

Круїзна компанія	Назва лайнера
AIDA Cruise	AIDAcosma
Atlas Ocean Voyages	World Navigator
Aurora Expeditions	Sylvia Earle
Costa Cruises	Costa Toscana
Coral Expeditions	Coral Geographer
Crystal Expedition Cruises	Crystal Endeavor
Emerald Waterways	Emerald Azzurra
Hapag-Lloyd Cruises	Hanseatic Spirit
Holland America Line	Rotterdam
MSC Cruises	MSC Virtuosa
MSC Cruises	MSC Seashore
PONANT Yacht Cruises and Expeditions	Le Commandant Charcot
Royal Caribbean International	Odyssey of the Seas
Scenic Luxury Cruises & Tours	Scenic Eclipse II
Sea Cloud Cruises Sea Cloud Spirit	Sea Cloud Spirit
Seabourn Seabourn Venture	Venture
Silversea Cruises Silver Dawn	Silver Dawn
Swan Hellenic	Minerva
Tradewind Voyages	Golden Horizon
Virgin Voyages	Valiant Lady






Порти України



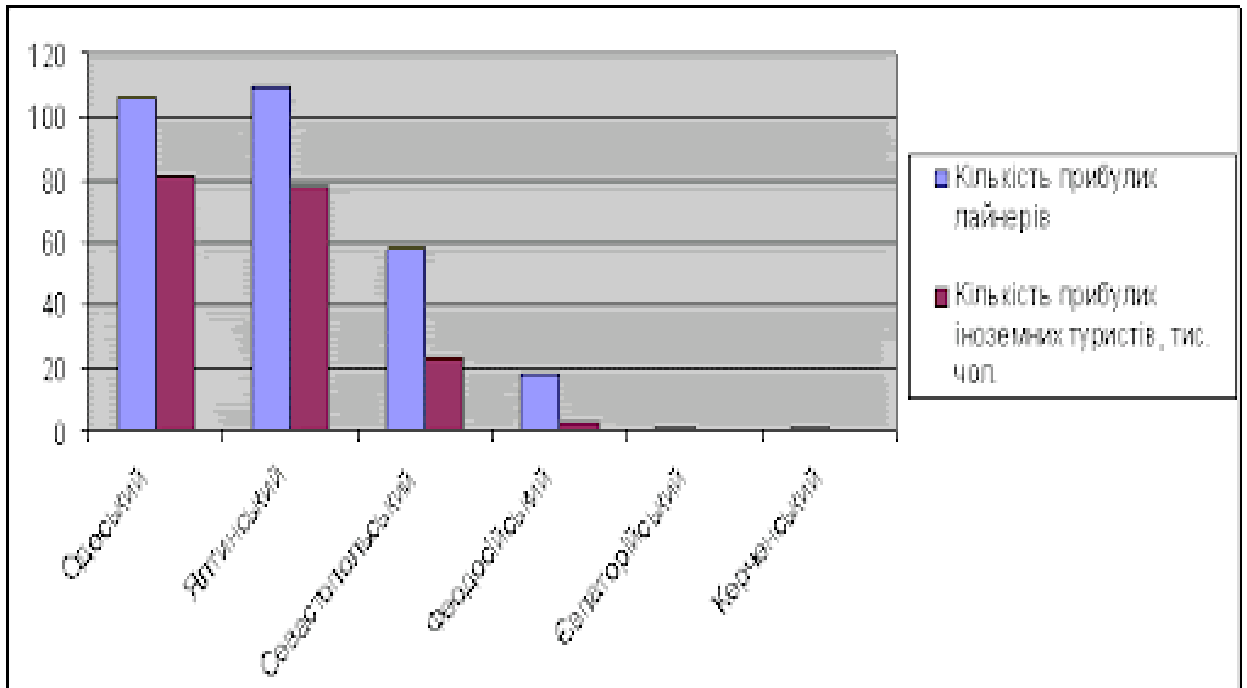
Додаток В

Портові збори в портах України для суден різного класу (2019-2020 рр.)

Портовые сборы (общая сумма), тыс. долл

	Черноморск (Transservice, Transbulk, IGT, Risoil)	Shifting	Південний (TIS-Grain)	Shifting	Одесса (Brooklyn, Novotech, Olympex)	Shifting	Николаев (Greentour, DSSC, Port Silo)	Shifting	Нибулон	Ника-Тера	Ольвия (EVT)
 Handy, 28200 DWT	56	12	57,9	8,8	53,8	12,5	83,6	12,7	101,8	81,5	80,3
 Handymax, 34800 DWT	71,5	15,5	73,3	11,4	68,5	16	120,3	13,6	132,6	117,7	116
 Supramax, 58000 DWT	92,4	21,5	99,5	17,8	90,5	22	162,7	19	187,4	159,9	156,5
 Panamax, 75500 DWT	124	27	126	22	118,5	27,5	214,3	29,5	223,4	210,7	221,1
 Kamsarmax, 81100 DWT	131	29	133	24,3	121,5	29,3	227,1	31	246,7	221,8	218,8

Додаток Г



Туристичний рух на водному транспорті в Україні

