# ОСОБЛИВОСТІ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

## **Сутність круїзного (морського) туризму.**

## **Особливості надання круїзних туристичних послуг.**

1. **Світовий ринок круїзних послуг.**
2. **Сучасний стан круїзного туризму в Україні.**

## **1. Сутність круїзного (морського) туризму**

Поняття **“круїз”** включає організацію морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст декількох країн. **Круїз** – це не лише організація морських і річкових подорожей з відвідуванням портових міст кількох країн, а й у межах однієї, що сприяє задоволенню фізичних, духовних та інших потреб відпочиваючих. А також, **круїз** – це морський або річковий тур, у базову вартість якого включено комплексне обслуговування на борту судна: проїзд на судні, проживання в каюті (в залежності від вибраного класу), триразове харчування (в день), розваги.

**Круїз** – вид туризму, що останнім часо розвивається досить інтенсивно. Кількість пасажирів, які подорожують на круїзних суднах, щороку збільшується, відповідно зростають і доходи від цього виду відпочинку.

**Круїз** – це унікальний туристичний продукт, що поєднує в собі транспортування, розміщення і розважальну програму. При правильній і комфортній організації проживання, харчування, достатній кількості розваг на борту і екскурсійних програм протягом стоянок – круїз є одним із найбільш вишуканих видів подорожей.

**Морський круїз** – подорож звичайна по замкнутому кругу з радіальними поїздками з портів у внутрішні райони країн.

**Морські круїзи** – один із найбільш комфортабельних, а тому і найбільш дорогих видів відпочинку. Термін проведення морських круїзів в залежності від напрямку маршруту може варіюватися від одного тижня до одного місяця. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком.

Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адріатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і острова Ісландія; по Скандинавським країнам з відвідуванням Санкт-Петербургу; через Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану.

Річкові круїзи відрізняються від морських набагато меншими розмірами суден і охоплюють невеликі території відвідування. Такі круїзи менш схильні до впливу погодних умов, а також дозволяють вивчати архітектуру і визначні пам’ятки населених пунктів без причалювання туди, організовувати зелені стоянки у будь-якому за бажанням живописному куточку. Річкові подорожі можуть бути короткочасними (1-3 дні) і довготривалими (25-30 днів). Найбільш популярні серед туристів маршрути річкових круїзів проходять по Рейну і його притокам – Майну, Везеру, Мозелі, а також по Дунаю, Волзі, Нілу і Амазонці.

Морський туризм має достатньо тривалу передісторію. Перші круїзні послуги як основний вид послуг морського туризму мали елітний характер і низький рівень безпеки. Круїзний бізнес почав активно розвиватися з початком експлуатації трансатлантичних лайнерів з 1860 по 1960 рр. Найвідоміші круїзні компанії світу «Carnival Corporation» (рік заснування – 1972) і «Royal Carribean International» (рік заснування – 1968) виникли після краху індустрії трансатлантичних подорожей.

Перший круїзний лайнер мав назву «Oceanic» і був збудований у 1965 р. для круїзів у північноамериканському географічному сегменті ринку. Саме з середини 60-х рр. починається розвиток масового круїзного бізнесу. У 80-х рр. розквіт світового круїзного бізнесу досяг свого апогею шляхом перетворення на потужну високоприбуткову індустрію.

У сучасних умовах круїзний бізнес щорічно нарощує темпи розвитку. Понад 150 крупних судновласників американського, грецького, італійського, датського, норвезького походження пропонують широкий асортимент круїзних послуг, удосконалюючи їх якість, надаючи різноманітні додаткові послуги.

Іншим видом морського туризму є яхтинг, підтримка та стимулювання розвитку якого відбувається у Норвегії, Туреччині, Хорватії, Італії, Франції та інших країнах, що дозволяє створити додаткові робочі місця, отримати доходи від обслуговування туристів, надходження від функціонування марин.

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

Прийнята наступна **цінова класифікація круїзних маршрутів**:

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

**По тривалості круїзні маршрути класифікуються**:

* на короткострокових (від декількох годин до декількох діб);
* середньострокові (від 5 до 13 діб);
* довгострокові (до 2 місяців).

Каюти на морських круїзних судах відрізняються великою різноманітністю за площею, інтер’єром, набором зручностей, що, природно, відбивається на ціні.

Найбільш **загальна класифікація кают**:

* економічні (каюти з штучним освітленням);
* стандартні (з вікнами);
* преміум (з балконами).

У круїзній компанії Royal Caribbean прийнята своя класифікація кают:

**1. каюти класу люкс з виглядом на океан:**

R – королівські апартаменти: окрема спальня з двоспальним ліжком, індивідуальна веранда, душ, звичайні зручності, вітальня з диваном, рояль, холодильник, міні бар, їдальня;

A – “оунерс суїт”: ліжко великого розміру, індивідуальна веранда, окрема вітальня з диваном, холодильник, міні бар;

АА – “роял фемілі суїт”: дві спальні з ліжками, вітальня з диваном, індивідуальна веранда, холодильник, дві ванні кімнати;

В – “гранд суїт”: два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник.

З – “суперіор суїт”: два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник;

D – каюта “делюкс”: два ліжка, індивідуальна веранда, крісла, диван, холодильник;

**2. сімейні каюти з виглядом на океан:**

FF – каюти великого розміру, розраховані на розміщення 6 чоловік;

каюти з виглядом на океан:

F, H, I – комфортабельні каюти, обладнані двома ліжками, із звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном;

**3. внутрішні каюти:**

K, L, M, N, O, P, Q – комфортабельні каюти, обладнані двома ліжками, із звичайними зручностями, туалетом, телевізором, телефоном.

Основні райони морських круїзів – Карибський басейн і Середземне море. Головною перевагою Карибського басейну є те, що круїзи можна проводити круглий рік. Тривалість круїзних маршрутів коливається від 3 днів до 2 тижнів, маршрути класифікуються по наступних напрямах: Західні Кариби, Східні Кариби, Південні Кариби.

Класичні морські круїзи – це Середземне море. Круїзні маршрути охоплюють відразу декілька європейських країн – Іспанія, Франція, Італія, Греція – і країн Північної Африки – Марокко, Туніс, Єгипет. Великою популярністю користуються круїзи уздовж берегів Британії, Скандинавії і Росії. Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі тривалістю більш 120-140 днів.

**Морські круїзи** – один із найбільше комфортабельних, а тому і найбільш дорогих видів відпочинку. Ціни ж на вітчизняні водяні подорожі в три-п’ять разів нижче загальносвітових завдяки більш низької фрахтової ставці судів і більш дешевому сервісу. З цієї причини конкуренція на вітчизняному круїзному ринку існує тільки між вітчизняними турфірмами і майже відсутня з іноземними. Занімаючі більш високе положення, закордонні круїзні фірми не починають особливих спроб упровадження на український ринок. І навіть відкриття представництва відомої західної турфірми “Роял Каріббіен Круїз Лтд”, що працює в багатьох водяних басейнах світу, – поки єдиний випадок.

**Водні туристські подорожі мають такі переваги:**

– високий рівень комфорту;

– значний обсяг одноразового завантаження (1000 пасажирів і більше);

– можливість реалізації різних видів туризму (пізнавальний, бізнес-туризм, навчальний туризм, шоп-туризм, паломницький та ін.);

– можливість повноцінного відпочинку;

– повний комплекс життєзабезпечення.

**Недоліками водних туристських подорожей є:**

– невисока швидкість руху транспортних засобів;

– обмежена мобільність;

– синдром «замкнутого простору»;

– схильність частини людей до «морської хвороби»;

– у ряді випадків високі тарифи та ін.

Слід відзначити, що **круїзний ринок сьогодні характеризують чотири основних фактори**: спеціалізація пропозиції; плавання на комфортабельних теплоходах; відповідність розміру теплоходу набору послуг, які пропонуються; автоматизація.

Перші три фактори відображають плавання на розкішних яхтах і великих теплоходах з кількістю місць більш як дві тисячі із створеною на борту інформаційною системою простого автоматичного управління, що лежить в основі четвертого фактору – автоматизації.

Круїзи, як правило, влаштовують по системі “все включено”(all inclusive): харчування (майже цілодобове); розваги; деякі екскурсії. Додатково оплачуються алкоголь; додаткові страви на замовлення, не включені в меню; чайові персоналу; процедури в салонах краси; спеціальні екскурсії; спеціальні види спорту в портах прибуття, наприклад, плавання з аквалангом; медичне обслуговування; телефонні дзвінки на берег; прання. Всі круїзи побудовані за принципом: вночі – переходи, вдень – стоянки, екскурсії. Інколи бувають довгі переходи – доба – дві в морі, потім – декілька днів на березі.

**Існує кілька поширених класифікацій пасажирських кораблів і круїзних маршрутів.** Міжнародна асоціація круїзних компаній CLIA (Cruise Lines International Association) **поділяє маршрути в залежності від вартості дня проживання на чотири категорії**:

економічні ($75-150 в день, судна компаній Festival, Thomson),

класичні ($100-200 в день, компанії Carnival, Norwegian, Costa Cruises),

преміум-круїзи ($150-400 в день, компанії Princess, Royal Carribean, Holland America) і круїзи-”люкс” (до $1000 в день, компанії Silversea Cruises, Radisson Seven Seas, Crystal).

У свою чергу, круїзні кораблі класифікуються з допомогою зірок – від 1 до 6 зірок і групи: Standart (2\*-4\*), Premium (5\*-5\*+) і Lux (6\*).

До категорії супер-люкс (6\*) належить всього 4 судна у світі. Вартість круїзу даного класу $6000-8000 у тиждень, оскільки туристи розміщуються лише в апартаментах, і у вартість круїзу входить все, включаючи чайові. Кораблі такого класу розраховані всього на 200 пасажирів і 150 членів екіпажу. Харчування лише індивідуальне із врахуванням конкретних запитів, звичок, традицій. Тут реалізується елітний клубний відпочинок, де немає категорії пасажирів, а існує поняття – «гості».

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

**Форми круїзного подорожування можуть бути різноманітними:**

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

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

3. Поєднання круїзу з частковим перебуванням на березі.

**Розрізняють дві системи круїзних подорожей:**

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

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

Звичайно для перевезення туристів використовують швидкохідні суда, що забезпечують більш високу швидкість доставки. Частіш за все річкові або морські суда застосовують для доставки туристів на острови архіпелагів або за відсутності інших транспортних засобів. Перевезення туристів пасажирськими рейсовими судами здійснюють на підставі попереднього бронювання квитків.

Як і інші транспортні організації, судноплавні компанії надають знижки і пільги залежно від кількості мандрівників і категорій туристів.

Той факт, що більшість одиниць пасажирського флоту країни базується в Одесі, визначає спрямованість маршрутів морських круїзів, поданих на ринку. Найбільш частими пропозиціями є – теплохідні подорожі по Середземному морю з заходом у порти Туреччини (Стамбул), Греції (Пірей), Єгипту (Порт- Саїд, Олександрія), Ізраїлю, Італії, Іспанії й інших країн. Мають успіх у туристів круїзні тури по Балтійському і Північному морям, що починаються із С.-Петербургу або Калінінграду із зупинками припинення у портах Північної Європи і Скандинавії. Особливо популярний традиційний морський круїз навколо Європи (Одеса – С.-Петербург), що дозволяє за одну поїздку побачити практично всі головні країни “Старого світу”.

А от теплохідні прогулянки в басейнах Індійського і Тихого океанів, до берегів країн Південно-Східної Азії є рідкістю для вітчизняного круїзного бізнесу. Терміни проведення морських круїзів найрізноманітніші й у залежності від напрямку маршрутів коливаються від одного тижня до одного місяцям. Починатися і закінчуватися вони можуть як в однім порту, так і в різних - як у російських або українських, так і в будь-яких іноземних портах.

Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплохідними турами, тому що туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і повертають назад з кінцевої точки подорожі літаком.

Ринок круїзів знаходиться в активному розвитку і далекий від насичення. Хоча як і раніше основним районом круїзних поїздок залишається Карибський басейн, проте росте попит на круїзи в райони Аляски, Балтійського моря, Середземного.

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

Круїзні судна, як і готелі, оцінюються по цілому ряду критеріїв, після чого їм привласнюється певна кількість зірок. Використовуються наступні критерії: судно і його оснащення, стан кают, живлення, обслуговування, розважальні програми, асортимент додаткових послуг на борту.

**Морські круїзні судна за якістю обслуговування і рівню комфорту класифікуються** таким чином:

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

**Для морських круїзних судів також прийнята класифікація по тоннажу** (об’єм внутрішнього простору судна в гросс тоннах, 100 куб. футів складає 1 гросс тонну):

* великі (понад 60 тис. гросс тонн);
* середні (до 60 тис. гросс тонн);
* малі (до 25 тис. гросс тонн).

Останнім часом намітилася тенденція до будівництва великих круїзних судів. Найбільшим круїзним лайнером до останнього часу вважався 17 палубний Voyager of the Sea, що належить компанії Royal Caribbean. Його водотоннажність складає 142 тис. т, кількість пасажирів – 2200 туристів і 1180 членів екіпажа. Унікальні розміри судна: 311 м в довжину, 47 м завширшки, 70 м у висоту. Особливістю цього лайнера є те, що вперше на борту корабля побудовані льодовий каток і справжня вулиця променад під скляним куполом. У січні 2020 р. в Саутгемптоне був спущений на воду новий найбільший океанський лайнер Queen Mary 2. Його водотоннажність складає 150 тис. т, висота від ватерлінії 70 м. Новий лайнер прийняв на борт 2620 туристів.

У останні декілька років сталі популярні круїзні маршрути до берегів Антарктиди і до Північного полюса. “Льодові” круїзи здійснюються круглий рік: влітку маршрути пролягають до Арктики, взимку основний напрям – Антарктида. Американська компанія Quark Expedition організовує круїзи на російському криголамі “Капітан Хлібників” по маршруту Шпіцберген – Гренландія – Канада – Чукотка – Шпіцберген. Вартість “льодових” круїзів досить висока – від 10 тис. дол. до 18 тис. дол., проте щорічний попит стабільно росте на 2 %, причому за рахунок російських туристів.

## **2. Особливості надання круїзних туристичних послуг**

Морські й річкові перевезення туристів здійснюються, як правило, у вигляді пасажирських перевезень, екскурсійних подорожей, подорожей на паромах і круїзів. Забезпечення морських і річкових перевезень проводиться спеціальними компаніями (пароплавствами, круїзними компаніями), які в більшості випадків виступають у ролі туроператорів.

В окремих наукових працях 2000-х рр., присвячених вивченню проблем морського туризму, вказується, що круїз є специфічною морською подорожжю, в якій судно відправляється і повертається до того ж самого порту. Такий підхід не відповідає сучасним вимогам, адже виключає з переліку круїзних пасажирів тих, хто приєднується до круїзу в інших, ніж порт відправлення місцях. Іноді підкреслюється те, що при круїзній подорожі важливими є не місце призначення і процес перевезення від пункту А до пункту Б, а безпосередньо сама подорож, розваги на борту і туристичні екскурсії на місцях, які входять до круїзного продукту. Тобто круїзне судно у цьому випадку виступає не як транспортний засіб, а як місце розміщення. Воно є водночас готелем і аналогом традиційних курортів та тематичних парків. Так, зазначено, що круїз - це подорож на морському чи річковому судні, що використовується як засіб транспортування, розміщення, харчування, розваг пасажирів. В звіті про круїзний бізнес в регіоні Балтійського моря визначено, що «круїз - це подорож впродовж як найменше 60 годин на морському судні здебільшого з метою отримання задоволення». Круїз передбачає перевезення пасажирів з їх багажем, розміщення і харчування. Круїзна подорож повинна включати як найменше відвідування двох портів, крім базових (портів відправлення і призначення).

**Круїзний бізнес** – це господарська діяльність з надання послуг туристичного перевезення морським пасажирським транспортом. Під суб’єктом круїзного бізнесу будемо розглядати суб’єктів господарювання, які приймають участь у створенні круїзного продукту в локальному сегменті ринку круїзних послуг. Відповідно до даного визначення, основними суб’єктами круїзного бізнесу є судноплавні та туристичні компанії.

Суб’єктів ринку круїзних послуг доцільно розподілити на такі групи: виробники, постачальники ресурсів, споживачі, державні органи. Ефективна взаємодія представників цих груп забезпечує функціонування системи морського туризму, яка розвивається за власними внутрішніми закономірностями з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища (рис. 1.).

Державні регуляторні органи

Навчальні заклади, школи парусного спорту, курси гідів

Банківські установи, кредитні фонди, інвестори

Екскурсійні, страхові компанії

Суднобудівельні, судноремонтні заводи

Морські порти

Постачальники супутних товарів, обладнання, рекламні кампанії

Яхтинг-клуби, власники моторних лодок

Заклади розміщення, санаторії

Туристичні компанії

Круїзні компанії

Виробники

Послуги морського туризму

Споживачі

Заклади харчування, розваг

Рис. 1. Система складових круїзного туризму

У процесі виробництва послуг яхтового туризму приймають участь основні виробники і виробники, що надають додаткові послуги, виробляють супутні товари, забезпечують кадрову підтримку тощо. Зазначені виробники є суб’єктами ринку послуг морського туризму, тобто учасниками процесу виробництва послуг морського туризму.

Для забезпечення стійкості розвитку такої системи необхідною є наявність механізмів плідної співпраці між всіма елементами системи, інформаційних і фінансових потоків між ними, нормативно-правових засад господарювання окремих складових системи морського туризму. Система морського туризму має бути відкритою і гнучкою до факторів зовнішнього середовища. Державні регуляторні органи відіграють важливу роль у нормалізованому функціонуванні системи морського туризму. По-перше, вони створюють умови господарювання суб’єктів ринку послуг морського туризму, по-друге, контролюють процес виробництва послуг з метою підвищення їх безпеки та якості.

В межах системи круїзного туризму виробляються основні та додаткові послуги морського туризму. Важливим елементом системи круїзного туризму є постачальники кредитно-фінансових (банки, кредитні фонди, інвестори), трудових ресурсів (навчальні заклади, школи парусного спорту) і постачальники супутніх товарів (обладнання, рекламних матеріалів). Доцільно визначити два основних критерії, на основі яких окремий суб’єкт можна віднести до системи круїзного туризму:

* значення виробництва послуги або продукції для функціонування морського туризму. За цим критерієм в системі функціонують суб’єкти, що виробляють основні послуги, і підприємства, що надають додаткові послуги.
* залежність обсягу реалізації послуг морського туризму від обсягу туристичного попиту. У цьому аспекті є транспортні послуги, послуги розміщення, харчування, страхування, кредитно-фінансові послуги тощо.

У науковій літературі виникають певні розбіжності між поняттями «круїзний туризм» і «морський туризм». Використання терміну «морський туризм» вважається більш доцільним, адже поняття круїзу вже включає в себе туристичні мотиви. Круїз – це тимчасова туристична пасажирська подорож на морському або річковому судні. На наш погляд, круїзний і морський туризм неможна ототожнювати, адже перший є одним з основних видів морського туризму.

Суттєві проблеми визначення морського туризму обумовлює те, що він відноситься до морегосподарської діяльності. Відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності в Україні, морегосподарська діяльність не є окремим видом господарської діяльності.

Тривалий час не існувало уніфікованого визначення морегосподарської діяльності, закріпленого у законодавчій базі. Лише у 2009 р. у «Морській доктрині України на період до 2035 р.» з’явилося поняття «морська господарська (морегосподарська) діяльність», яка визначена як «процес отримання вигоди від використання ресурсів Азовського та Чорного морів, Керченської протоки та інших районів Світового океану для задоволення потреб людини і суспільства та розширеного відтворення природно-ресурсного потенціалу Світового океану».

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

Поряд із довготривалими круїзами сьогодні практично у всіх регіонах завойовують велику популярність “круїзи в нікуди” – одно- чи дводобові поїздки без причалювання в інші порти. Як правило, таке судно виходить із базового порту в 6 год вечора у п’ятницю і повертається у неділю ввечері.

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

В наші дні Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочується державою, пропагується та стимулюється шляхом соціалізації туристичних послуг і тому прийнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг. Поступові зміни на краще в економічній ситуації та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об’єктивні передумови для розвитку сприятливого стосовно туристичної діяльності ринкового середовища. Окрім цього Україна володіє значним ресурсним потенціалом (р.Дніпро, р.Дунай, Чорне і Азовське моря тощо) для розвитку ринку круїзних послуг.

У сучасних умовах **при виборі круїзної послуги найважливішими є такі чинники:** безпечність судна, вартість круїзної послуги, строк надання круїзної послуги, легкість та швидкість доступу до порту відправлення, високий рівень сервісу та відповідальність персоналу, характеристики круїзного судна, якість та умови розміщення і харчування.

Все більша кількість туристів обирають ті круїзи, порт відправлення яких розташований найближче до їх дому, що дає можливість легше і комфортніше дістатися до місця призначення, в тому числі власним транспортом (технологія «easy drive cruise» як один із методів популяризації круїзних послуг). Досвід функціонування суб’єктів круїзного бізнесу доводить, що у 85 % випадків проблема низької якості круїзної послуги обумовлена неефективним менеджментом.

Потреба клієнта у відпочинку

Уява клієнта про види туризму і ступінь привабливості круїзної послуги

Інформація отримана на ринку про круїзні послуги

Співпадіння всіх передумов

Мотивація придбати круїзну послугу

Рис. 2. Процес формування мотивації придбання круїзної послуги

До типових помилок управління, які негативно впливають на загальну якість круїзних послуг, слід віднести очікування швидкого результату, низький рівень кваліфікації, відсутність досвіду, нестача часу, відсутність програм і стратегій розвитку, помилкова сегментація ринку, неефективне управління ресурсами, низький рівень соціально-економічної відповідальності, завищена ціна і низька якість послуги, неврахування вимог безпеки круїзного перевезення.

Для України найбільш характерною формою круїзного подорожування є поєднання круїзу з частковим перебуванням на березі. Туристу надається можливість відпочити тиждень на морському чи океанічному узбережжі, а потім протягом ще одного тижня чи кількох днів – круїз – вдень зупинки у містах, екскурсії та обіди, а вночі – розваги на палубі.

Як не дивно, українські круїзи більш популярні серед іноземців, яких не зупиняє і той факт, що для бронювання потрібно внести передоплату у розмірі 20% загальної вартості туру. Іноземні громадяни платять за круїз мінімум на 30-40% дорожче, ніж українці. Різницю між путівками становить лише багатша екскурсійна програма.

У будь-якій іншій державі, яка володіє ресурсним потенціалом для розвитку круїзних послуг, Росії, США, Німеччині тощо, зазвичай приділяють пильну увагу, позаяк ця галузь – одна з найприбутковіших для національних економік. А в Україні, як свідчать фахівці, ринок круїзних послуг, на жаль, належної підтримки не має. Законодавством приймається чимало нормативно-правових актів у сфері туризму, але саме круїзних послуг вони стосуються поверхнево.

Туристична політика нашої держави на ринку міжнародного туризму базується на маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу держави як країни безпечного та комфортного перебування. Прийняття відповідного законодавства сприяє розвитку міжнародного круїзного туризму в Україні та підвищенню його частки в макроекономічних показниках; розширенню міжнародної співпраці в даній галузі; підвищенню ефективності використання рекреаційних ресурсів; зростанню ролі нашої держави на міжнародному рівні.

Щодо суб’єктів господарювання у сфері круїзного туризму в Україні, то їх діяльність визначається функціонуванням вищезазначеного законодавства. До цих суб’єктів належать всі компанії, які використовують наявні в Україні судна для створення пропозиції, наприклад, теплохід “Маршал Рибалко” фрахтується компанією “Червона рута”. Власне, розбудова транспортної інфраструктури є найболючішим питанням для підприємств галузі, оскільки всі кораблі рекунструйовані, а сьогодення вимагає будівництво нових, більш зручних та комфортабельних. Однією з основних причин є недосконалість податкового законодавства, яке спонукає компанії невигідно використовувати прибуток на розвиток матеріально-технічної бази. Тому виникає необхідність залучення інвестицій як іноземних, так і вітчизняних.

## **3. Світовий ринок круїзних послуг**

У 2019 р. лідери світового круїзного ринку Carnival Corporation (NYSE: CCL), Royal Caribbean (NYSE: RCL), MSC Cruises контролювали 82% круїзних ліній (52%, 22%, 10% відповідно). У 2020 р. трійка лідерів зазнала змін: 79,4% світового ринку покрили Carnival Corporation (NYSE: CCL), Royal Caribbean Cruises Ltd. Co (NYSE: RCL) і Norwegian Cruise Line Holdings Ltd (NASDAQ: NCLH), що у грошовому еквіваленті складає 71,8% світової частки надходжень. При цьому слід зазначити, що Norwegian Cruise Line Holdings Ltd нарощує частку на ринку за рахунок придбання Oceania Cruises і Regent Seven Seas, а Carnival Corporation, і сьогодні займаючи удвічі більшу частку ринку, ніж Royal Caribbean, втрачає позиції через аварійні ситуації на лініях (наприклад, Коста Конкордія у січні 2019 р., Carnival Triumph у лютому 2020 р.).

Інноваційні зміни в круїзному туризмі відбуваються як реакція на структурні перетворення в супутніх секторах економіки. Статистичні дані вказують на зменшення темпів приросту пасажиромісткості круїзних суден з 5,5% у 2013 - 2015 рр. до 2,7% у 2017 - 2019 рр., що пов’язано із скороченням інвестиційних програм у розбудову круїзного флоту (табл. 1).

Таблиця 1.

Структура попиту і пропозиції на ринку круїзного туризму

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік | пасажиромісткість круїзних суден, тис. місць | пропозиція, млн койко- місць | Середня тривалість експлуатації 1 місця, днів на рік | попит, млн осіб | Обсяги над­ходжень, млрд дол. | Середня вартість круїзного про­дукту, тис. дол. |
| 2013 | 377 | 104,0 | 276 | 16,30 | 27,56 | 1,69 |
| 2014 | 397 | 109,6 | 276 | 17,59 | 24,93 | 1,42 |
| 2015 | 423 | 117,9 | 279 | 19,07 | 26,85 | 1,41 |
| 2016 | 443 | 126,7 | 286 | 20,50 | 29,40 | 1,43 |
| 2017 | 455 | 133,4 | 293 | 20,90 | 34,54 | 1,65 |
| 2018 | 470 | 134,5 | 286 | 21,31 | 36,27 | 1,70 |
| 2019 | 482 | 134,8 | 293 | 21,60 | 37,10 | 1,72 |

Динаміка кількості пропонованих до продажу койко-місць визначає ключову проблему – перехід з етапу активного зростання до етапу зрілості. У 2013 р. пропозиція койко-місць складала 104 млн на 377 тис. місць, тобто в середньому одне койко-місце пропонувалося до продажу 275 днів на рік. У 2018 р. 134,5 млн койко-місць на 470 тис. місць, що відповідає 286 дням. Отримані дані вказують на пошук круїзними операторами можливостей по збільшенню норми рентабельності за рахунок збільшення навігаційного періоду. Середня вартість круїзного продукту у 2013 р. складала 1,69 тис. дол. США. Для подолання кризи та стабілізації збуту у 2014 – 2016 рр. оператори почали пропонувати бюджетні круїзні продукти, що призвело до зменшення вартості продукту до рівня 1,40-1,45 тис. дол. США. Вихід з економічної кризи супроводжувався нестабільною ситуацією на ринку енергоносіїв та значним коливанням курсу долара, що збільшило середню вартість продукту до рівня 1,7 тис. дол.США у 2018 р.

Обсяги надходжень від круїзного туризму у 2020 р., за прогнозами експертів, складуть понад 37,0 млрд дол. США. Після зменшення до рівня 24,93 млрд дол. США у 2014 р. у результаті глобальної економічної кризи, виручка галузі поступово рік за роком зростає. На збільшення обсягів виручки суттєво впливають інфляційні процеси, які збільшують операційні витрати по формуванню круїзного продукту. Конкуренція в круїзному туризмі зміщується по вектору «цінові фактори – нецінові фактори», що обумовлюється необхідністю впровадження інновацій на усіх етапах формування та просування круїзного туристичного продукту.

Попит на круїзний продукт, за даними Міжнародної асоціації круїзних компаній (CLIA), формують регіони Північна Америка та Європа (табл. 2).

Таблиця 1.2

Міжнародний попит на круїзний туристичний продукт, млн. осіб

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регіон | 2014 р. | 2015 р. | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. | темпи приросту 2008 - 2019 рр, % |
| Північна Америка | 10,29 | 10,40 | 11,00 | 11,44 | 11,64 | 11,82 |  |
| Темпи приросту,% |  | 1,07 | 5,77 | 4,00 | 1,75 | 1,55 | 14,87 |
| Європа | 4,47 | 5,04 | 5,67 | 6,15 | 6,23 | 6,40 |  |
| Темпи приросту,% |  | 12,75 | 12,50 | 8,47 | 1,30 | 2,73 | 43,18 |
| Проміжний підсумок | 14,76 | 15,44 | 16,67 | 17,59 | 17,87 | 18,22 |  |
| Темпи приросту,% |  | 4,61 | 7,97 | 5,52 | 1,59 | 1,96 | 23,44 |
| Інші регіони світу | 1,54 | 2,15 | 2,40 | 2,91 | 3,03 | 3,09 |  |
| Темпи приросту,% |  | 39,61 | 11,63 | 21,25 | 4,12 | 1,98 | 100,65 |
| Усього | 16,30 | 17,59 | 19,07 | 20,50 | 20,90 | 21,31 |  |
| Темпи приросту,% |  | 7,91 | 8,41 | 7,50 | 1,95 | 1,96 | 30,74 |

У 2014 р. рівень попиту за даними регіонами складав 90,6% від загального по ринку, а у 2019 р. – 85,5%, що вказує на переміщення пропонуються в регіонах Азії та Австралії. Темпи приросту попиту на лінії, що попиту в регіонах Азії та Австралії за період з 2014 по 2019 рр. склали 100,65%.

На рис. 3 представлено частки ринку, що займають холдингові круїзні компанії у 2019 році. Однак, слід зазначити, що у 2017 році трійка лідерів контролювала 79,4% світового ринку (71,8% за обсягами доходів), що на 2,6% більше за дані 2019 року – 76,8%.



Рис. 3. Частка круїзних компаній на глобальному ринку, 2019 року (%)

Структура попиту за регіонами у період 2009-2019 роки зазнає значних змін (рис. 3): з 90,6% до 61,5% скорочуються обсяги потоку у найбільш розвинені регіони круїзного ринку, а саме: Кариби і Багами, Європа, Середземне море; формується попит на продукти в Азії (особливо Китаї) і Австралії.

Розвиток Азійсько-Тихоокеанського регіону пов’язаний із роботою «Genting Hong Kong» по нарощенню круїзного флоту для організацій річкових та морських круїзів. Наприклад, флот компанії «Star Cruises» на 2019 рік нараховує 7 суден, в тому числі два з них запущено у 2018 та 2019 роках, а у планах замовлення на 2020 та 2021 роки [8].

Структуру ринку глобального круїзного туризму у 2019 році зображено на рисунку 4.

Рис. 4. Структура ринку глобального круїзного туризму у 2019 році, %

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

Сукупний прибуток від круїзної індустрії у 2019 р. склав 39,6 млрд дол. США. Кожний круїзний пасажир витрачає в середньому до 1,700 дол. США, найбільшу частку з яких складає вартість квитка. Очікується, що у 2018 р. чисельність круїзних пасажирів досягне 24 млн. осіб. Проте 70% круїзних пасажирів здійснили подорож впродовж останніх 10 років і лише 40% – останніх 5 років. Такі дані свідчать про зменшення купівельної спроможності населення. За даними КЛІА, щорічний дохід круїзного пасажира становить близько 114 тис. дол. США.

На рисунку 5. представлено динаміку заявлених замовлень на оновлення круїзного флоту.



Рис. 5. Динаміка заявлених замовлень на оновлення круїзного флоту, шт.

В таблиці 5 представлені характеристики найбільших круїзних компаній світу.

Таблиця 5

Найбільші круїзні компанії світу на 2020 р.

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

Цю інформацію підтверджують дані Державного управління КНР з питань туризму, згідно з якими китайський круїзний ринок може стати найбільшим в АТР. На китайському ринку вже присутні найбільші світові круїзні компанії, такі як Carnival, Royal Caribbean, Norwegian, MSC та Genting.

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

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

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

Згідно з доповіддю «Круїзна Індустрія в 2015 році», опублікованому авторитетним круїзним виданням Cruise Industry News, світовий ринок індустрії морських круїзів ділять 20 спеціалізованих компаній, які, в свою чергу, належать до 4 великих груп. Очолює список найбільших круїзних компаній холдинг Carnival rporation. Флот найбільшого з брендів, що входить до нього – Carnival Cruise Line, налічує понад 20 суден і постійно поповнюєть­ся новими. За ним йде Royal Caribbean International, а на третьому місці перебуває компанія Norvegian Cruise Line (NCL). Всі ці операторські компанії базуються у США. Четвертий у рейтингу й перший круїзний судновласник Європи – MSC Cruises. Замикає ТОП-10 провідних круїзних компаній світу іспанська Pullmantur.

## **4. Сучасний стан круїзного туризму в Україні**

Круїзний туризм в структурі в’їзного туризму України займає лідируючу позицію, що забезпечує стабільний приток туристів, однак статистичні дані не дають можливості оцінити реальну кількість круїзних туристів з огляду на їх подвійний облік як круїзними компаніями, так і місцевими приймаючими операторами, що надають екскурсійний супровід у портах.

Водно-туристичний потенціал України круїзний туризм може активно розвиватися морськими, річковими маршрутами або маршрутами ріка-море, круїзними судноплавними компаніями або круїзними операторами. Сучасні фахівці пропонують включати до складу круїзного туризму й лінійні паромні переправи та оцінювати їх як окремий продукт – мінікруїз.

**Паромні переправи** – це частина лінійних перевезень, що забезпечують перш за все реалізацію транспортної функції, виступаючи лише складовою круїзної туристичної послуги без залучення природних та антропогенних умов портів до формування берегового обслуговування. В Україні паромні лінії обслуговує судноплавна компанія «УкрФеррі» (маршрут Іллічівськ – Батумі, Батумі – Іллічівськ є її основним пасажирським продуктом).

З усіх країн Чорноморського регіону у рейтингу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму за 2019 рік на останньому місці знаходиться Україна із результатом у 3.98 балів і 76-м місцем, хоча потрібно відзначити, що у по­рівнянні з 2018 р. Україна піднялась у рейтингу з 85 місця на 9 сходинок, що є позитивною рисою розвитку економіки та туризму країни та говорить про їх перспективність і зростання інтересу з боку іноземних туристів до нашої держави у разі стабілізації соціально-економічного та політичного становища. Варто зазначити, що Україна не була включена до списку країн, досліджуваних у звіті 2019 року через недостатню кількість даних, а нова доповідь очікується у 2020 році.

Станом на 01.01.2020 в Україні здійснювали обслуговування круїзних турів дві компанії – акціонерне товариство «Українське дунайське пароплавство» (УДП) та товариство з обмеженою відповідальністю «Круїзна компанія «Червона рута». УДП та «Червона рута», працюючи зарізними маршрутами, покривають основні водні шляхи країни по р. Дунай та р. Дніпро із заходом у Чорне море (рис. 6).

Туристичний продукт на ринку круїзного туризму України

Рейсові

Лінійні

Круїзи

Міні-круїзи

Міжнародні

Внутрішні

Міжнародні

Внутрішні

р. Дунай

р.Дунай – Чорне море

Чорне море

р. Дніпро

р.Дніпро – Чорне море

УДП

«Червона рута»

«УкрФеррі»

Чорне море

не розроблено

на теплоході на паромі

Рис. 6. Круїзні маршрути України

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

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

Круїзний флот «УДП-пасфлот» формують чотири 4-палубні круїзні теплоходи та два 2-па- лубні екскурсійні теплоходи (табл. 6).

Таблиця 6

Круїзний флот ПАТ «УДП» станом на 01.01.2020

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва судна | Загальна кількість номерів | Пасажиро- місткість | Інфраструктура | Програма на борту |
| 4-палубний теплохід «Україна» | 80 | 160 | Система кондиціонування повітря, панорамний ресторан, музичний салон, бар, сонячна палуба з плавальним басейном з підігрівом, сауна, зал для перегляду супутникового телебачення | Музичний оркестр, танцювальні вечори. Різноманітні вечірні програми, в т.ч. «Капітанська вечеря», виступ фольклорних груп |
| 4-палубний теплохід «Молдавія» | 80 | 160 |
| 4-палубний теплохід «Волга» | 80 | 156 |
| 4-палубний теплохід «Дніпро» | 80 | 156 |
| 2-палубні теплоходи «Чайка», «Євгеній Косяков» | 80 | 160 | Ресторан, бар, служба кейтерингу | Відповідно замовлення |

До складу служби експлуатації «УДП-пасфлот» входить агентство «Транскруїз», яке спеціалізується на організації берегових екскурсій та наданні інших видів послуг в українських портах Нижнього Дунаю. Протягом останніх десяти років круїзні теплоходи «УДП- пасфлот» фрахтуються німецькими круїзними операторами (табл. 7).

Таблиця 7

Круїзні оператори - партнери дивізіону «УДП-пасфлот»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Партнери | 2014 рік | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік |
| Зеетурс | \* |  |  |  |  |  |
| Трансокеан(Бремен) | \* | \* |  |  |  |  |
| Фенікс Райзен (Бонн) |  | \* | \* |  |  |  |
| Ніко-турс (Штутгард) | \* | \* | \* | \* | \* | \* |

Зокрема, круїзний оператор «Ніко-турс» фрахтує судна «УДП- пасфлот» для організації круїзів по Дунаю з 2015 року, а з навігації 2017 року всі чотири судна здійснюють подорожі з цим оператором. Діяльність «УДП-пасфлот» полягає в модернізації та технічній підтримці круїзних теплоходів, комплектації їх штату кваліфікованими кадрами та підписанні контрактів на фрахтування на повний навігаційний період. Зазначена політика є пасивною, оскільки підприємство самостійно не працює зі споживачами, не здійснює вибір маршрутів плавання та не формує загальну про­граму круїзу.

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

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

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

Основними видами діяльності круїзної судноплавної компанії «Червона рута» є організація річкових круїзів та кейтерингу на борту суден різних видів та класів. Тобто компанія є спеціалізованим приватним підприємством на ринку круїзного туризму. Флот компанії формують чотири 4-палубні теплоходи та один 3-палубний (табл. 8). Всі судна пройшли реновацію (відновлення) та забезпечують роботу круїзних ліній р. Дніпро та р. Дніпро – Чорне море.

Таблиця 8

Круїзний флот круїзної компанії «Червона рута» станом на 01.01.2020 року

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва судна | Загальна кількість номерів | Пасажиро­місткість | Інфраструктура | Програма на борту |
| 4-палубний теплохід «Fidelio» - круїз по р. Дніпро | 74 | 146 | Ресторан, 3 бари, басейн, тренажерний зал, масажна кімната, сауна, джакузі, сонячна палуба | Капітанська вечеря, конкурс «Міс круїз», шоу «Козацькі ігри», піратська вечеря, свято Нептуна, танцювальний конкурс, вечірка «Чорне та біле», шоу українських костюмів, пивне свято, концерт «Прощання з Кримом» |
| 4-палубний теплохід «Принцеса Дніпра» - р.Дніпро і Чорне море | 154 | 280 | 2 ресторани,  2 бари, читальний зал, сонячна палуба |
| 4-палубний теплохід «Зірка Дніпра» - круїз р.Дніпро і Чорне море | 154 | 280 | 2 ресторани,  2-бари, читальний зал, сонячна палуба |
| 4-палубний теплохід «Генерал Ватутін» - круїз р.Дніпро і Чорне море | 154 | 280 | 2 ресторани,  2 бари, читальний зал, сонячна палуба, сауна, салон краси, сувенірний кіоск |
| 3-палубний теплохід «Роса Вікторія» - одноденні круїзи по акваторії Києва |  | 400 | 2 зали ресторану, 2 бари, гостьові каюти, сонячна палуба | Розважальні програми, корпоративні свята |

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

За результатами останнього статистичного спостереження виявлено: якщо загальна кількість суден в Україні, придатних до експлуатації, складає 179 од., то на частку круїзного флоту припадає 4,5%, а пасажиромісткість круїзних суден становить 1,618 тис. пасажиромісць, тобто 5,7% від загальної чисельності. Для оцінювання перспектив розвитку круїзних судноплавних компаній проведено порівняльний аналіз деяких показників їх господарської діяльності.

Контингент споживачів круїзних турів судноплавної компанії «Червона рута» формують громадяни Німеччини, Франції, Іспанії, США, Канади, Швейцарії, Росії, України. Кількість українців не перевищувала 5% від структури однієї лінії, тобто середнє значення коливається в межах 1%. За період існування обслуговано резидентів із 41 країни світу. За даними керівництв, компанія покриває 3,5% ринку в’їзного туризму в Україні.

Основними круїзними лініями компанії є Київ – Канів – Кременчук – Запоріжжя – Херсон – Одеса, Одеса – Херсон – Запоріжжя – Кременчук – Канів – Київ, Київ – Миколаїв, Миколаїв – Київ. Круїз на судноплавна компанія базуються у тих регіонах країни, де є інфраструктура для обслуговування суден.

Кількість обслугованих осіб змінюється відповідно до коливань попиту на галузевому круїзному ринку. Не всі рейси теплоходів УДП включали відвідування портів у дельті Дунаю, агентство «Транскруїз» здійснювало також екскурсійний супровід міжнародних суднозаходів.

Одночасна пропускна спроможність суден «УДП» протягом аналізованого періоду складає 632 місця, а суден «Червона рута» – збільшується за рахунок виведення на лінію теплоходу «Фіделіо» із 840 до 986 місць. Таким чином, можна розрахувати ресурсозабезпечену або максимальну пропускну спроможність, враховуючи кількість запланованих рейсів (табл. 9).

Таблиця 9

Показники використання пропускної спроможності круїзного флоту України

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | 2014 рік | 2015 рік | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік |
| Одночасна пропускна спроможність (кількість місць) | | | | | | |
| «УДП-пасфлот» | 632 | 632 | 632 | 632 | 632 | 632 |
| Темпи приросту, % |  | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| «Червона рута» | 840 | 840 | 840 | 840 | 986 | 986 |
| Темпи приросту, % | - | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 17,38 | 0,00 |
| Ресурсозабезпечена пропускна спроможність (кількість міць, що пропонуються до продажу) | | | | | | |
| «УДП-пасфлот» | 17696 | 17696 | 15484 | 13272 | 15484 | 15484 |
| Темпи приросту, % |  | 0,00 | -12,50 | -14,29 | 16,67 | 0,00 |
| «Червона рута» | 14700 | 14700 | 14700 | 11760 | 24157 | 24157 |
| Темпи приросту, % | - | 0,00 | 0,00 | -20,00 | 105,42 | 0,00 |

Продовження табл. 9

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Реалізована пропускна спроможність (кількість фактично проданих місць) | | | | | | |
| «УДП-пасфлот» | 13760 | 13950 | 10300 | 9420 | 10960 | 9500 |
| Темпи приросту, % | - | 1,38 | -26,16 | -8,54 | 16,35 | -13,32 |
| «Червона рута» | 9120 | 9550 | 10340 | 9845 | 10208 | 10420 |
| Темпи приросту, % | - | 4,71 | 8,27 | -4,79 | 3,69 | 2,08 |
| Невикористана пропускна спроможність (кількість нереалізованих місць) | | | | | | |
| «УДП-пасфлот» | 3936 | 3746 | 5184 | 3852 | 4524 | 5984 |
| Темпи приросту, % | - | -4,83 | 38,39 | -25,69 | 17,45 | 32,27 |
| «Червона рута» | 5580 | 5150 | 4360 | 1915 | 13949 | 13737 |
| Темпи приросту, % | - | -7,71 | -15,34 | -56,08 | 628,41 | -1,52 |

Отже, круїзний туризм в Україні має значний потенціал розвитку, оскільки навіть у сучасних складних економічнихіпол ітичних 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 інфраструктур и, майданчику для висадки пасажирів та паркування автобусів, наявність у портах сучасних пасажирських терміналів і відповід них умов для швидкого обслуговування круїзних суден, туристич на інформація іноземними мовами) та купівля суден вимагають великих вкладень.