

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Одеський національний політехнічний університет

**Анотація.** У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку українського та світового круїзного ринку. Аналізується стрімкий розвиток круїзного туризму в світі в останні десятиліття. Впродовж останніх десятиліть ринок морських круїзів демонстрував значне збільшення і стабільний приріст. На світовому круїзному ринку спостерігається дуже висока концентрація флоту в руках небагатьох круїзних компаній, які контролюють майже 85% ринку круїзних послуг. Розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки: збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів; створення нових робочих місць у сферах, задіяних для обслуговування круїзного судноплавства; рекламування туристичних можливостей регіону (країни в цілому); розширення можливостей для міжнародного співробітництва; залучення інвестицій у розвиток транспортної та туристичної інфраструктури тощо.

**Ключові слова:** Круїзи; круїзний ринок; морські круїзи; річкові круїзи; морські подорожі; річкові подорожі; круїзний туризм; Міжнародна асоціація круїзних ліній (КЛПА).

### ANALYSIS OF CURRENT TRENDS IN THE CRUISE TOURISM MARKET

**Abstract:** The article considers modern tendencies of development of the ukrainian and world cruise market. The rapid development of cruise tourism in the world in recent decades has been analyzed. Over the past decades, the market for sea cruises has shown a significant expanse and a steady increase. On the world cruise market, there is a very high concentration of fleet in the hands of a few cruise companies, which control almost 85% of the cruise market. The development of cruise tourism has a synergistic effect for the development of the local economy: increasing revenues to the budgets of all levels; creating new jobs in the areas involved in cruise shipping services; advertising of tourism opportunities of the region (country as a whole); expanding opportunities for international cooperation; attraction of investments in the development of transport and tourist infrastructure, etc.

**Keywords:** cruise, cruise market, sea cruises, river cruises, sea travel, river travel, cruise tourism, Cruise Lines International Association (CLIA).

Круїзний туризм, настільки популярний в усьому світі, прийшов на український ринок порівняно недавно, не більше ніж 10 років тому і вважається одним з найбільш швидкозростаючих секторів ринку. Треба сказати, що щорічний приріст в середньому в світі не менше 7%. Прийнято вважати, що в умовах кризи морський туризм залишався єдиним прибутковим сектором туризму. За останні 30 років круїзна індустрія динамічно розвивалась, в основному за рахунок попиту в Північній Америці, зростаючого попиту на європейському ринку і відносно недавно в регіоні Австралія - Азія.

Серед основних глобальних тенденцій розвитку круїзного туризму можна виділити наступні фактори:

1. Зменшення середнього віку туриста (турист «молодшає»). Якщо раніше основний склад круїзних мандрівників представляли туристи від 60 років і старше, то середній вік туриста за останні 5 років становить 30-50 років. Це пов'язано з популяризацією круїзного туризму серед молоді та сімей з дітьми, а також з тим, що різні види відпочинку стають доступні будь-якому громадянину.

2. Скорочення або навіть відсутність глибини продажів. Круїзний туризм характеризується великою глибиною продажів. В середньому за статистикою кожна друга продаж круїзу – заїзд з відправленням не раніше, ніж через півроку – дев'ять місяців. Однак в останній час тенденція змінилася. В даний час майже кожна продаж – заїзд з відправленням протягом одного – трьох місяців. Все частіше став з'являтися запит на «гарячий круїз» – визначення, яке раніше взагалі було відсутнє в термінології круїзних операторів.

3. Кадровий склад. Продажі круїзів вимагають великої кількості знань і досвіду, який формується роками. Серед інших складових навчання кожного менеджера – персональний наставник, відвідування й огляд лайнерів в порту, рекламні тури, супровід груп та ін. В середньому навчання займає не менше

року, саме тому велика цінність і затребуваність якісно підготовленого менеджера з продажу морських круїзів.

4. Вкладення в майбутні круїзи можна розглядати як своєрідний спосіб інвестицій для туристів. Тенденція декількох останніх місяців показує, що все більше і більше заможних круїзних туристів вкладають кошти в круїзи з відправленням наприкінці 2021-2022 рр. Це пов'язано з триваючим зростанням курсу валют. Якщо круїз на 2022 рік повністю оплачується зараз, то курс в національній валюті залишається зафіксованим і не підлягає змінам.

5. Падіння регіональних продажів. Основні причини – криза, ануляція великого числа чартерів, стурбованість туристів ймовірністю неотримання віз з огляду на політичну ситуацію, небажання турагентів приймати нових туроператорів, що входять на регіональні ринки.

6. Візове питання. ЗМІ сприяють підвищенню загальної паніки на ринку, багато туристів бояться навіть пробувати подавати документи на візу, однак на ділі число відказів в візі не збільшилася, більш того, багато країн збільшують терміни дії віз, зменшують вартість візового оформлення чи навіть скасовують їх для деяких країн.

7. Важлива тенденція останнього року – регіональне зміщення переваг туристів. Якщо минулі новорічні свята характеризувалися уподобаннями регіону США і Карибського басейну, то вже зараз очевидно, що наступний Новий рік – це країни Південно-Східної Азії і зимова Європа, включаючи Канарські о-ви, Західне Середземномор'я. Згідно дослідженням маркетингового агентства TMI Consultancy протягом наступних 5 років зростання ринку морських круїзів Австралії / Азії складе 107%, тим часом зростання європейського ринку складе 43%.

Підводячи підсумки, поза сумнівом, важкого для всієї туристської сфери 2020 року, не можна не відзначити, що сучасний стан справ на ринку – найбільш яскравий з можливих прикладів, який можна привести для аналізу актуальних тенденцій.

Серед основних причин, що ще стримують виїзний круїзний туризм в 2021 році:

- загальна криза в галузі і економічний спад, пов'язаний з пандемією;
- заходи по'язані з подіями на Сході і, як наслідок, заборона на заходження іноземних суден в українські порти і порти Криму;
- низка гучних банкрутств туроператорів;
- внаслідок вищевказаних причин - зниження глибини продажів;
- оптимізація туроператорами витрат на тлі падіння глибини продажів і економічної кризи (зменшення штату і кількості офісів, здача найманих приміщень в суборенду);
- в зв'язку з банкрутством ряду великих туроператорів збільшився збиток страхових компаній.
- значне зростання курсу валют і нестабільність ситуації на валютному ринку.

В умовах складної економічної ситуації все більш важливим аспектом становиться діяльність, спрямована на просування і популяризацію круїзного продукту. Для аналізу сучасних тенденцій в просуванні круїзного туризму важливо відповісти на два основних питання «Що ми продаємо?» і «Як ми продаємо?»

В першу чергу потрібно пам'ятати, що круїзи – це високоякісний продукт. Маркетингова політика повинна бути побудована відповідним чином. Основним інструментом фахівця по роботі з агентами є детальне уявлення про пропоновані тури. Відвідуючи нове агентство, фахівець пояснює, наскільки простий у продажу і наскільки якісний продукт пропонує туроператор. По-друге, важливою складовою продажу є надійність і довгостроковість партнерських відносин туроператор - турагент, туроператор - турист. Зростає круїзний флот, удосконалюються конструкції пасажирських судів, зростає їхня комфортабельність, розробляються нові маршрути. Найбільші круїзні лайнери вміщають до 6000 туристів. Круїзна індустрія ХХІ століття характеризується позитивним зростанням і диверсифікацією ринку. Сучасні круїзні лайнери забезпечують комфортне проживання, якісне харчування, організоване дозвілля. Вони обладнані басейнами, спортмайданчиками, полем для гольфу, ресторанами, кінотеатрами, музичними салонами, приміщеннями для дискотек, вертолітними майданчиками та іншими приміщеннями і спорудами для різноманітного і комфортабельного відпочинку.

Необхідно пам'ятати, що умови диктує ринок, а туроператори постійно шукають нові можливості для виведення продукту на ринок, для його популяризації та збільшення продажів. Необхідно виділити кілька актуальних маркетингових ходів: оптимізований сайт компанії з системою бронювання і особистим кабінетом; установка фрейму на сайті агента; вебінари по тематиці; банери на популярних

туристичних майданчиках; адресне інформування агентів-партнерів; контекстна реклама; структурована розсилка по агентській базі; підтримка щоденної взаємодії з агентом; аналіз регіонального розподілу предпочтений туриста.

Провівши аналіз сучасних тенденцій круїзного ринку, ми виділяємо кілька основних напрямків розвитку круїзного туризму. По-перше, при сьогоденньому положенні справ доцільно зосередитися на корпоративному обслуговуванні. Також з огляду на тенденцію скорочення витрат на проведення корпоративних виїзних заходів, даний сектор як і раніше тримається особняком. Крім того, круїз як варіант проведення виїзного семінару або конференції значно економити кошти через відсутність необхідності оплачувати окремо харчування, оренду конференц-залів та ін. По-друге, це технологічність. У вік комп'ютерів і високих технологій агент вимагає від туроператора новаторських рішень. Все, від системи бронювання і особистого кабінету до додатка для смартфона і навіть інноваційної сувенірної продукції, має бути технологічним і сучасним. Сюди ж можна віднести і креативність маркетингових рішень. Щоб бути лідером на ринку, потрібно бути завжди на два кроки попереду. Далі, як вже говорилося вище, кадровий склад. Міцні постійні відносини з агентом, якісний підхід, освіту, досвід, вміння вигідно представити продукт.

Однак, незважаючи на перераховані фактори, кожен туроператор повинен пам'ятати, що в глобальному сенсі шанс на виживання визначає не кадровий склад, технологічність, креативність маркетингових рішень і т.ін., а умови і стабільність фінансування бізнесу. Грамотне планування і розподіл доходів – основа бізнесу. Будучи частиною туристичної індустрії, круїзний туризм в світі розвивається великими темпами. Затребуваність круїзного продукту залишається значною навіть в умовах глобального кризису.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт групи компаній Інфлот Круїз енд Феррі Україна. <https://inflatcruises.com/>
2. Нездоймінов С.Г., Андрєєва Н.М. Дослідження туристичного руху на водному транспорті України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2017, № 1, с.205-212
3. Офіційний сайт туроператора Фор Гейтс: <https://4gates.com.ua/rus/news/>
4. Офіційний сайт туроператора Інфлот Круїз енд Феррі. URL:<http://www.inflattravel.ru/>
5. TMI Consultancy. URL:<http://www.tmicconsultancy.com/>

**Швагірева Влада Сергіївна**, старший викладач кафедри менеджмент міжнародного бізнесу та інновацій, Одеський національний політехнічний університет, Одеса, e-mail: [v.s.shvagireva@mzeid.in](mailto:v.s.shvagireva@mzeid.in)

**Швагірев Максим Дмитрович**, студент кафедри менеджмент міжнародного бізнесу та інновацій, Одеський національний політехнічний університет, Одеса, e-mail: [m.d.shvagirev@mzeid.in](mailto:m.d.shvagirev@mzeid.in)

**Shvahireva Vlasta S.** – Senior Lecturer, Department of International Business Management and Innovation, Odessa National Polytechnic University, Odessa, e-mail: [v.s.shvagireva@mzeid.in](mailto:v.s.shvagireva@mzeid.in)

**Shvahirev Maksym D.** – student Department of International Business Management and Innovation, Odessa National Polytechnic University, Odessa, e-mail: [m.d.shvagirev@mzeid.in](mailto:m.d.shvagirev@mzeid.in)