

Триус Є. О., студентка гр. ТМ-21
Логвин Д. М., студент гр. ТМ-21
Науковий керівник – Логвин М. М., к. геогр. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Світова круїзна індустрія – ринок, який стабільно зростає вже третій десяток років. Це зростання відображений в замовленні 106 нових круїзних лайнерів – за прогнозами, вони будуть спущені на воду протягом найближчого десятиліття. За рахунок такого збільшення круїзного флоту число пасажирів, які щорічно вибирають круїзний відпочинок, має зрости з 28 млн осіб в 2018 р. до майже 40 млн в 2030 році.

Світовий круїзний флот зараз включає в себе 386 лайнерів, причому 221 з них – це круїзний флот Північної Америки, що не дивно: майже половина пасажирів круїзних лайнерів – з США і Канади. Пасажирів з Європи – менше третини від загального числа, і на європейський регіон припадає 124 круїзні лайнери. На Азію, Тихоокеанський регіон і Австралію припадає 41 корабель.

Круїзний ринок – це олігополія. За даними з The Cruise Industry News Annual Report 2019, найбільший гравець – концерн Carnival, в який входять дев'ять круїзних компаній з брендами Carnival Cruise Line, Princess Cruises, Holland America Line, Seabourn, Cunard, AIDA Cruises, Costa Cruises, P & O Cruises (UK), P & O Cruises (Australia). У концерну Carnival – 105 лайнерів, на кінець 2018 року він обіймав 41,8 % ринку.

Royal Caribbean Cruises володіє 52 круїзними лайнерами – вони ходять по морях і океанах під шістьма брендами: Celebrity, Royal Caribbean, Pullmantur, Azamara, TUI і Sky Sea. Останніми двома брендами Royal Caribbean Cruises володіє спільно з іншими компаніями, причому про Sky Sea вже доречно говорити в минулому часі, оскільки до кінця 2018 р. комерційна діяльність цього підприємства була завершена. Створена для роботи на ки-

тайському ринку круїзна лінія проіснувала три роки і перевезла за цей час понад 200 тис. Китайських пасажирів. Частка ринку Royal Caribbean Cruises за підсумками минулого року – 23,3 %.

Третій за величиною частки гравець – Norwegian Cruise Line з 26 лайнерами і трьома брендами – Norwegian, Oceania and Regent Seven Seas займає 9,4 %. Ще 8 % – у MSC Cruises і 4,6 % – у Genting Hong Kong.

Перерахована п'ятірка гравців займає майже 90 % ринку, такий розклад склався в результаті серії злиттів і поглинань, в минулому ринок був більш сегментований. Зараз учасники ринку позиціонують свої бренди з урахуванням маркетингової сегментації – у того ж Carnival є як круїзні лінії класу люкс, так і Costa – який працює в нижньому для круїзного ринку ціновому сегменті. Зростання цінової доступності круїзного туризму – одна з причин стрибка його популярності, сучасні пасажирів круїзів в середньому не настільки заможні, як їх попередники з 80-х років минулого століття. 7 днів – саме таку тривалість круїзу вибирає 40 % пасажирів, це дані Міжнародної асоціації круїзних ліній (CLIA) [3].

На туристів вікової категорії 50+ доводиться більше половини всіх пасажирів, особливо дивно, що туристів від 70 років і старше на круїзних лайнерах – 14 %. За оцінкою американських експертів, літній людині проживання в приватному будинку для літніх людей обійдеться приблизно в ту ж суму, що і проживання на круїзному лайнері. Очевидно, що такий варіант не підходить людям похилого віку з деменцією, яким потрібен постійний нагляд, або літнім людям, прикутим до ліжка.

Звіт «Стан круїзної індустрії в 2019 році» прогнозує, що 11 ключових тенденцій допоможуть прискорити зростання галузі, а основними рушійними силами будуть соціальні мережі і «оздоровчі» подорожі. Ось ці 11 круїзних трендів [1]:

1. «Інстаграмні» подорожі. Щодня в соцмережі Instagram публікується близько 351 млн постів з тегом #travel. Круїзери будуть ділитися своїм круїзним досвідом прямо з борту лайнера.

2. «Повне оновлення». Мандрівники шукають способи позбутися від стресу, тому все більше круїзних ліній пропонують

оздоровчі заходи, спа-досвід, здорові меню і останні фітнес-інновації на борту.

3. Культурне збагачення. Тепер круїзні пасажери хочуть не просто отримати досвід подорожі, але і зануритися в культуру, яку відкривають, вийшовши за рамки звичайних екскурсій.

4. На борту з розумними технологіями. Цифрові браслети, брелоки, намиста – круїзні компанії пропонують гостям корисні інновації, якими можна скористатися як на борту, так і на суші.

5. Осмислені подорожі. Люди хочуть подорожувати по світу більш свідомо, і тепер круїзні компанії співпрацюють з місцевою владою, щоб оберігати культурну спадщину і впроваджувати інновації, які зменшують вплив лайнерів на навколишнє середовище.

6. Унікальні напрямки – це нова розкіш. Мандрівники хочуть відвідати віддалені регіони, такі як Галапагоські острови і Антарктида.

7. Покоління Z в морі. Покоління Z (люди, що народилися в період з середини 1990-х до середини 2000-х рр.) складе чималу частку від числа всіх круїзерів протягом наступних двох років.

8. Пригоди не в «годину пік». Круїз надає мандрівникам можливість отримати незабутні враження в холодні місяці, наприклад, відвідати різдвяні ярмарки в Європі або відправитися до полярного саява.

9. Два в одному: робота і відпочинок. Все більше людей поєднують роботу з відпочинком, тому більше круїзних лайнерів пропонують безкоштовний Wi-Fi і зручні місця для роботи на борту.

10. Круїзи, орієнтовані на жінок. Кількість жінок, які подорожують збільшується, тому круїзні лінії створюють маршрути, в які можна відправитися в компанії подруг.

11. Соло-подорожі. Google повідомляє про збільшення числа пошуків «подорожей поодиночі» і «соло-подорожей», тому круїзні компанії надають людям прекрасну можливість подорожувати самостійно і заводити нових друзів уже на борту.

За підсумками 2018 р. всі світові круїзні компанії перевезли 26 млн пасажирів, що на 3,3 % більше, ніж роком раніше. За-

гальна місткість всіх лайнерів в світі склала 537 тис. Осіб, кількість суден – 314.

У 2019 р. були введені в експлуатацію ще близько 20 лайнерів, в тому числі, найбільше в світі круїзне судно Costa Smeralda місткістю 5 тис. Пасажирів. Його будівництво обійшлося більш ніж в \$ 1 млрд.

Останніми роками зростає популярність цього виду туризму в, певною мірою, в Україні [2].

Найчастіше зараз будуються лайнери-гіганти і маленькі круїзні кораблі, середній сегмент непопулярний. Причому, гігантські лайнери затребувані вже кілька років, а інтерес до маленьких судам з'явився недавно. Маленькі судна місткістю менше 500 пасажирів затребувані не тільки через дешевизну, а й завдяки зростанню популярності експедиційних круїзів в важкодоступні куточки планети – в Арктику, Антарктику і інші місця. Деякі оператори, такі як норвезька Hurtigruten або американська Crystal Cruises, будують навіть суду, здатні ходити лише по одному маршруту – наприклад, до Галапагоських островів.

Ще однією тенденцією в 2019 р. став курс круїзних компаній на екологію. Так, в 2018 р. багато операторів вже відмовилися від пластикового посуду на круїзах, замінивши її алюмінієвою. Змінюється і ситуація з паливом для судів. Так, гігантський лайнер Costa Smeralda ходитиме виключно на зрідженому природному газі, а новий гібридний лайнер Hurtigruten, буде використовувати і паливо, і батареї. Крім того, всі нові лайнери 2019 року, що працюють на нафтовому паливі, будуть оснащені спеціальними системами очищення вихлопних газів.

Таким чином, круїзний туризм являє собою окрему галузь людської діяльності із своїми ознаками, особливостями, які обумовлені специфікою надання і споживання послуг та організації перебування.

Список використаних інформаційних джерел

1. 11 круизных трендов 2019 года [Електронний ресурс]. – URL: <https://inflatcruises.com/ru/news/view/news-cruise-trends-2019>. (дата звернення: 11.12.2020). – Назва з екрана.

2. Логвин М. М. Ukraine in the structure of the international market tourists services / М. М. Логвин // Розвиток туризму в Україні: проблеми, виклики та перспективи : Матеріали Круглого столу, Львів, 26 вересня 2019 р. – Львів : ЛНУВМтаБТ, 2019. – С. 63–67.
3. CIN Annual 2020 [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.cruiseindustrynews.com/flip/cina2020/mobile/index.html#p=4>. (дата звернення: 11.12.2020). – Назва з екрана.
4. Cruise Line International Organization [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.cruising.org/> (дата звернення: 11.12.2020). – Назва з екрана.
5. The global travel consumer. Current and emerging trends [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.wayn.com/media/WTTCSBudgetTravelWAYNEmergingTrends.pdf> (дата звернення: 11.12.2020). – Назва з екрана.