

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Гуманітарний факультет
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ

Виконав: здобувач вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-213_2

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Володимир АЛЕКСАНДРОВСЬКИЙ

Керівник: к.геогр.н., доцент Дар'я ГУРОВА

Рецензент: к.н.держ-упр, доцент

Світлана ЗАХАРОВА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«12» лютого 2026 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

АЛЕКСАНДРОВСЬКОГО Володимира Сергійовича

1. Тема роботи (проекту) АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ,
керівник роботи (проекту) ГУРОВА Дар'я Дмитрівна, к.геогр.н., доцент,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 11 лютого 2026 року № 48
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2026 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти, дані первинного бухгалтерського обліку, статистичні звіти.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні основи дослідження круїзного туризму. 2) Аналіз специфіки та сучасного стану розвитку круїзного туризму. 3) Проблеми та перспективи розвитку круїзного туризму.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 11 таблиць, 6 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ГУРОВА Д.Д., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	02.04.2026
2	ГУРОВА Д.Д., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	16.04.2026
3	ГУРОВА Д.Д., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	30.04.2026
Нормо контроль	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	12.05.2026

7. Дата видачі завдання 12 лютого 2026 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	12.02.2026	виконано
2	Вивчення літературних джерел	15.02-10.03.2026	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	11.03-17.03.2026	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	18.03-31.03.2026	виконано
5	Виконання першого розділу	02.04.2026	виконано
6	Виконання другого розділу	16.04.2026	виконано
7	Виконання третього розділу	30.04.2026	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02.05.2026	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	09.05.2026	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2026	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2026	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2026	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	19.05.-26.05.2026	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.06.2026	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	05.06.-30.06.2026	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____ Володимир АЛЕКСАНДРОВСЬКИЙ
(підпис)Керівник роботи (проекту) _____ Дар'я ГУРОВА
(підпис)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є аналіз розвитку круїзного туризму світу на сучасному етапі.

Об'єкт дослідження: круїзний туризм як складова світового туристичного ринку.

Предмет дослідження: теоретичні, організаційно-економічні та інноваційні аспекти функціонування і розвитку круїзного туризму.

Методи дослідження: аналіз і синтез, порівняльний та системний підхід, статистичний аналіз, узагальнення наукових джерел, а також елементи прогнозування, що дозволило комплексно оцінити стан і перспективи розвитку круїзної індустрії.

Інформаційна база дослідження: підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження, тощо.

Практичне значення результатів: вдосконалення стратегій розвитку круїзних компаній, підвищення ефективності управління туристичними потоками, а також для формування державної політики у сфері туризму з урахуванням принципів сталого розвитку та інноваційних підходів.

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2026» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 13 – 17 квітня 2026 р., м. Запоріжжя., а також на Міжнародній науково-практичній конференції 27 травня 2026 р., м. Умань. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань.

Обсяг. Загальний обсяг – 74 сторінки, основна частина – 69 сторінок.

Графічний матеріал. Робота містить 11 таблиць та 6 рисунків.

АНОТАЦІЇ

АЛЕКСАНДРОВСЬКИЙ Володимир. Аналіз розвитку круїзного туризму в світі. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У кваліфікаційній роботі вивчено історичні передумови формування круїзного туризму, а також географію та різновиди круїзних маршрутів; визначено специфіку формування круїзного туристичного продукту, охарактеризовано сучасних гравців круїзного ринку та проаналізовано вплив глобальних криз на стійкість галузі; розроблено прогностичні сценарії розвитку круїзного туризму та обґрунтовано рекомендації щодо підвищення його конкурентоспроможності. Практичне значення результатів: вдосконалення стратегій розвитку круїзних компаній, підвищення ефективності управління туристичними потоками, а також для формування державної політики у сфері туризму з урахуванням принципів сталого розвитку та інноваційних підходів.

Ключові слова: туризм, круїз, географія, круїзний ринок, розвиток, екологізація.

ALEKSANDROVSKIY Volodymyr. Analysis of the development of cruise tourism in the world. – Qualifying work.

The qualification work studied the historical prerequisites for the formation of cruise tourism, as well as the geography and types of cruise routes; determined the specifics of the formation of the cruise tourism product, characterized modern cruise market players and analyzed the impact of global crises on the stability of the industry; developed forecast scenarios for the development of cruise tourism and substantiated recommendations for increasing its competitiveness. Practical significance of the results: improving cruise company development strategies, increasing the efficiency of tourism flow management, as well as for the formation of state policy in the field of tourism taking into account the principles of sustainable development and innovative approaches.

Keywords: tourism, cruise, geography, cruise market, development, greening.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

див. – дивись

ін. – інше

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ІІІ – штучний інтелект

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

AR – доповнена реальність

COVID-19 – ковід

ІМО – безкоштовний месенджер для міжнародних відеодзвінків та обміну повідомленнями

ІоТ – інтернет речей

LNG – зріджений природний газ

NCL – Norwegian Cruise Line

RCG – Royal Caribbean Group

VR – віртуальна реальність

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Історія виникнення круїзів	11
1.2. Географія круїзного туризму. Різновиди круїзних маршрутів	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СПЕЦИФІКИ ТА СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	28
2.1. Аналіз специфіки круїзного туризму та особливостей створення продукту круїзного туризму	28
2.2. Сучасні гравці круїзного ринку	37
2.3. Аналіз впливу глобальних криз на стійкість круїзного туризму	42
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ	48
3.1. Екологічні виклики та впровадження концепції сталого розвитку у круїзній індустрії (Green Cruising)	48
3.2. Інноваційні технології в обслуговуванні туристів: від будівництва «розумних» лайнерів до цифровізації сервісу	53
3.3. Прогнозні сценарії розвитку світового круїзного туризму та рекомендації щодо підвищення його конкурентоспроможності	59
ВИСНОВКИ	67
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	70

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючою роллю круїзного туризму у структурі світової туристичної індустрії, а також його значним впливом на економічний розвиток країн, формування міжнародних туристичних потоків і розвиток прибережних територій. Упродовж останніх десятиліть круїзний туризм трансформувався з вузькоспеціалізованого виду подорожей у масштабний сегмент глобального ринку туристичних послуг, який поєднує транспортну, готельну, розважальну та культурно-пізнавальну складові. Водночас динамічність розвитку цієї галузі супроводжується посиленням конкуренції, ускладненням структури туристичного продукту та зростанням вимог з боку споживачів.

Особливої актуальності дослідження круїзного туризму набуває в умовах глобальних трансформацій, пов'язаних із впливом економічних криз, пандемій, геополітичної нестабільності та екологічних викликів. Ці фактори суттєво впливають на функціонування круїзної індустрії, визначаючи необхідність адаптації бізнес-моделей, впровадження інноваційних технологій і переходу до принципів сталого розвитку. Зокрема, зростання антропогенного навантаження на морські екосистеми та прибережні території зумовлює необхідність пошуку ефективних шляхів мінімізації негативного впливу круїзної діяльності на довкілля.

Сучасний етап розвитку круїзного туризму характеризується активною цифровізацією процесів обслуговування, впровадженням «розумних» технологій, підвищенням рівня персоналізації туристичних послуг і зміною споживчих пріоритетів. Це формує нові підходи до створення круїзного продукту, управління туристичними потоками та забезпечення конкурентоспроможності круїзних компаній на світовому ринку. Водночас зростає значення стратегічного прогнозування розвитку галузі, що дозволяє враховувати вплив зовнішніх факторів і формувати ефективні напрями її подальшої трансформації.

Ступінь наукової розробленості теми свідчить про наявність значної кількості досліджень, присвячених окремим аспектам круїзного туризму, зокрема його економічному значенню, географії, організації круїзних перевезень та впливу на довкілля. Серед українських науковців, які зробили вагомий внесок у дослідження туристичної галузі та суміжних із круїзним туризмом проблем, доцільно виокремити наступних: Любіцева О. О., Смаль І. В., Кифяк В. Ф., Мальська М. П., Худо В. В., Герасименко В. Г., Шандор Ф.Ф., Бейдик О. О., наукові праці яких охоплюють питання теорії та практики туризму, територіальної організації туристичних процесів, розвитку туристичних ринків та впровадження інновацій у галузі.

Водночас комплексні дослідження, що поєднують аналіз теоретичних основ, сучасного стану та перспектив розвитку круїзної індустрії в умовах глобальних викликів, залишаються недостатньо систематизованими, що зумовлює необхідність подальшого наукового осмислення цієї проблематики.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є аналіз розвитку круїзного туризму світу на сучасному етапі.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити історичні передумови формування круїзного туризму, а також географію та різновиди круїзних маршрутів;
- визначити специфіку формування круїзного туристичного продукту, та оцінити вплив глобальних криз на стійкість галузі;
- розробити прогностні сценарії розвитку круїзного туризму та обґрунтувати рекомендації щодо підвищення його конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є круїзний туризм як складова світового туристичного ринку.

Предметом дослідження є теоретичні, організаційно-економічні та інноваційні аспекти функціонування і розвитку круїзного туризму.

Методи дослідження включають аналіз і синтез, порівняльний та системний підхід, статистичний аналіз, узагальнення наукових джерел, а

також елементи прогнозування, що дозволило комплексно оцінити стан і перспективи розвитку круїзної індустрії.

Інформаційну базу дослідження становлять: підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження, тощо.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання для вдосконалення стратегій розвитку круїзних компаній, підвищення ефективності управління туристичними потоками, а також для формування державної політики у сфері туризму з урахуванням принципів сталого розвитку та інноваційних підходів. Матеріали кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра доцільно використати при викладанні дисциплін «Міжнародний туризм», «Спеціалізовані види туризму» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм і рекреація» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка», 13 – 17 квітня 2026 р. м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Круїзна індустрія сьогодення» [60], а також на Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії», 27 травня 2026 р., м. Умань, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «The modern cruise industry» [61].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (56 найменувань). Загальний обсяг – 74 сторінки, основний зміст – 69 сторінок. Робота містить 11 таблиць та 6 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Історія виникнення круїзів

Існує думка, що мореплавство виникло ще до того, як людство опанувало землеробство. Втім, йдеться насамперед про переміщення людей водними шляхами, тобто про явище, яке сьогодні асоціюється з лінійними морськими перевезеннями. У цьому ж контексті увага зосереджується не на транспортній функції, а на водному туризмі – річкових, морських та океанських круїзах як формі відпочинку.

Зародження морського круїзного туризму припадає на середину XIX століття, коли пасажирські судноплавні компанії почали шукати альтернативні способи використання флоту в періоди зниження попиту на регулярні перевезення. Основним джерелом пасажирів для трансатлантичних маршрутів у той час була європейська еміграція: упродовж 1846 – 1940 років до Америки переселилося близько 60 мільйонів осіб, із яких приблизно 36 мільйонів обрали США [1].

Посилення конкуренції між судноплавними компаніями стимулювало суттєве підвищення якості обслуговування на борту. Це проявлялося у вдосконаленні умов проживання, оформленні кают, організації харчування, розвитку дозвілдової інфраструктури та загального сервісу, що поступово трансформувало пасажирські судна у комфортабельні плавучі готелі.

Перші згадки про спеціально організовані морські подорожі з рекреаційною метою датуються 1835 роком, коли в Англії було започатковано регулярні прогулянкові рейси між Оркнейськими та Шетландськими островами й Ісландією. Уже за два роки ініціатори цих подорожей створили судноплавну компанію «Р&О» [2].

У 1840 році ця компанія розпочала організацію групових туристичних поїздок Середземним морем у співпраці з агентством Томаса Кука, які швидко

здобули популярність. Згодом для таких подорожей почали використовувати цілі судна. Серед відомих прикладів – рейс судна «Тагус» у 1843 році з Лондона до Чорного моря.

Розвиток нового напрямку в індустрії відпочинку став потужним стимулом для круїзного суднобудування. На початку XX століття компанія «Narag-Lloyd Cruises» створила спеціалізоване круїзне судно, яке здійснювало подорожі протягом усього року, змінюючи лише маршрути. Паралельно відбувалося переобладнання вантажопасажирських суден під потреби круїзного туризму [3].

Тривалий час круїзні подорожі залишалися другорядним видом діяльності, що дозволяв ефективніше використовувати судна в міжсезоння, тоді як основний прибуток забезпечували регулярні перевезення пасажирів і пошти. Ситуація почала змінюватися напередодні Першої світової війни: у 1911 році компанія «Cunard» побудувала лайнер «Франконія», який став прообразом суден подвійного призначення — для лінійних перевезень і круїзів [4].

У міжвоєнний період круїзні подорожі набули значного поширення, хоча й переважно використовувалися в низький сезон. Лідерські позиції у цій сфері посідали Велика Британія, США та Німеччина. Зокрема, британські компанії «Cunard» і «White Star» у зимовий сезон 1922 – 1923 рр. організували круїзи з Нью-Йорка до Середземного моря, намагаючись компенсувати спад попиту на регулярні перевезення.

У Німеччині в 1933 році провідними лінійними судноплавними компаніями «Гамбург Америка Лайн», «Норддойчер Ллойд» та «Гамбург Зюд» були організовані морські подорожі з метою відпочинку в Середземне й Північне моря, на острови Атлантичного океану, в Західну Індію та Америку – в цілому на 12 суднах. В цей же час активізує на круїзному ринку свою діяльність і німецька компанія «Narag-Lloyd Cruises», судна якої почали перші круїзні рейси через Атлантику [5].

У 1934 році Німецький робітничий фронт нацистського режиму

розпочав організацію морських круїзів під гаслом «Сила через радість», проводячи в життя ідею масового морського круїзного туризму. Раніше для цих цілей фрахтували великі навіть за сьгоднішніми критеріями судна, що перевозили по 2 тис. пасажирів, але в 1938 – 1939 роках були побудовані спеціальні круїзні судна «Вільгельм Густлоф» і «Роберт Лей».

У 1935 році на морський круїзний ринок вийшли греки. Заснована незадовго до цього компанія «Hellenic Mediterranean Lines» придбала яхту і почала використовувати її для морських круїзів [6].

Друга світова війна зупинила розвиток морських та океанських круїзів майже на 10 років. Під час війни багато пасажирських, в тому числі і круїзних суден загинуло, і тому морський круїзний ринок наприкінці 1940-х років був досить слабким. Проте вже на початку 1950-х років було закладено велику кількість суден подвійного призначення (вантажопасажирських) англійськими, італійськими, голландськими та скандинавськими компаніями. Першими круїзними суднами, побудованими після війни, були «Океаніка» компанії «Home Lines» та італійське «Італія», які здійснювали рейси зі східних та західних портів США в район Карибського басейну.

Цивілізований ринок морських та океанських круїзів виник після 1960 року, коли бурхливий розвиток авіаційних трансконтинентальних рейсів почав тіснити традиційні морські подорожі і було необхідно шукати нові форми даних перевезень. До 1980 року круїзний бізнес здійснювали вже 15 великих світових компаній. До таких компаній належать: «Carnival Group», «Royal Caribbean International», а також «Princess Cruises», «Holland America Line». До 2005 року індустрія «плавучих готелів» налічувала вже 220 великих пасажирських лайнерів загальною місткістю 150 – 572 місця, а у 2014 році – вже 283 лайнери. До 2005 року у круїзах брали участь майже 12 млн. осіб, а у 2014 році – майже 21 млн. осіб [7].

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на круїзний бізнес, як і на всю туристичну індустрію в цілому. Але показники останніх років показують, що круїзний туризм набирає оборотів у світі (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Статистичні показники круїзного туризму у світі, 2023 – 2025 рр. [8]

Показники	2023	2024	2025
Кількість круїзних туристів у світі, млн. осіб	31,7	36,4	337,7
Загальний дохід індустрії (млрд \$)	23,5	~28,0	~31,0
Загальний економічний ефект (млрд \$)	138,0	160,0	168,0
Середній дохід на одного пасажера (\$)	741	770	820
Кількість робочих місць (млн)	1,2	1,4	1,6
Кількість лайнерів у світовому флоті	290	305	315

З даних таблиці 1.1 можна зробити висновок, у 2023 році індустрія не просто відновилася, а перевищила допандемійні показники 2019 року (тоді було 29,7 млн. пасажирів). Показник «Загальний економічний ефект» включає не лише квиток, а й витрати круїзних компаній на паливо, порти, закупівлю продуктів у місцевих фермерів та виплату зарплат.

Підсумовуючи генезис круїзного туризму, можна зробити висновок, що цей сектор пройшов шлях трансформації від суто транспортного засобу (трансатлантичні перевезення) до самодостатнього туристичного продукту класу «люкс». Ключовим переломним моментом стала середина XX ст., коли розвиток реактивної авіації змусив судноплавні компанії змінити концепцію: з перевезення пасажирів з пункту «А» до пункту «Б» на надання розважальних послуг під час подорожі.

1.2. Географія круїзного туризму. Різновиди круїзних маршрутів

Географія круїзних подорожей сьогодні охоплює практично всі континенти, включаючи і Антарктиду, причому поряд з традиційними

регіонами постійно організовуються окремі круїзи за нестандартними маршрутами.

За великим рахунком, всі ключові круїзні маршрути розподілені по семи регіонах планети, зокрема [9]:

- Флорида, Карибські, Бермудські і Багамські острови, включаючи прибережні міста Північної, Центральної та Південної Америки;
 - Західне узбережжя Мексики, США (зокрема Аляска) і Канада, Панамський канал;
 - Середземноморський регіон (західний і східний сектори);
 - острови Тихого океану і Далекий Схід;
 - Балтійське море, столиці країн Північної Європи, Західне узбережжя Норвегії (до мису Нордкап). Дедалі більшим попитом користуються рейси до Славбарда (колишній Шпіцберген), а також арктичні круїзи (до берегів Ісландії і Гренландії, куди можна добратися як з Європи, так з Північної Америки);
 - Західна Африка та острови Атлантичного океану – Мадейра, Канарські і Азорські острови;
 - кругосвітні плавання (можна обмежитися лише частиною маршруту).
- Морські та океанські круїзні маршрути розрізняються за особливостями їх організації. Наприклад:
- кільцеві маршрути в певному басейні, наприклад, Середземного моря, із заходом в 8 – 12 портів різних приморських країн і популярних морських курортів;
 - маршрути «open jaw», наприклад, навколо Європи, Скандинавії та інші, коли туристи доставляються тільки в один кінець маршруту;
 - короточасні виходи в море на 2 – 3 дні. Нерідко такі рейси використовуються для спеціальних цілей, наприклад, для організації грального бізнесу. Так, в Ізраїлі гральний бізнес заборонений, але на судах, що залишають територіальні води країни, такі азартні розваги допустимі;
 - прибережні морські екскурсії і прогулянкові рейси;

– тривалі маршрути і кругосвітні подорожі тривалістю до року.

У Європі і Західному Середземномор'ї круїзний сезон починається на початку березня і закінчується в червні – серпні. Найбільш популярні і регулярно включаються в круїзні маршрути: в Іспанії – Севілья, Пальма де Майорка, Барселона, у Франції – Канни, Монте-Карло, Аяччо, Ніцца, у Португалії – Лісабон, в Італії – Флоренція, Сорренто, Портофіно, Венеція, Рим, в Греції – Корфу, Пірей, Афіни. Більшість круїзів – це змішані авіа-морські круїзи, хоча грецькі оператори пропонують велике число і так званих перерваних круїзів – з частковим проживанням в береговому готелі [10].

Карибський басейн – це найбільш популярний круїзний регіон, на який припадає близько 75% всього морського туризму. Круїзний сезон тут триває цілий рік, причому пік перевезень припадає на грудень – березень, а деякий спад (до 50%) – на травень – вересень.

Кажуть, що туризм тут тримається на п'яти опорах: сонце, небо, море, пісок і магазини безмитної торгівлі. Постійному притоку пасажирів сприяє також близькість США з їх величезними і справді невичерпними можливостями з поставки пасажирів. Усього в регіоні працюють 37 компаній, які експлуатують 86 суден, що виконують немислиму кількість круїзів – понад 5 тис. на рік [11].

Великою популярністю користуються дешеві 7-денні (29%) і 1- та 2-денні (23%) круїзи: на Бермудські острови, Східне узбережжя США, в мексиканські порти. Круїзний центр басейну і всього світового круїзного ринку – порт Майамі. Порт Еверглейдс займає друге місце в регіоні. З-за насиченості круїзними суднами тут вже з'являються труднощі в обслуговуванні круїзних суден (однією з найважливіших труднощів є перевантаження портів), оператори прагнуть перетворити свої судна в плавучі курорти, а деякі навіть купують або беруть в оренду невеликі острови і створюють на них свої власні зони відпочинку [12].

З портів Панами і Західного узбережжя Мексики працюють 39 суден загальною пасажиромісткістю більше 24 тис. місць. Виконується більше 520

круїзів тривалістю від 3 до 23 діб. Гаваї представляють привабливий регіон, проте на розвитку круїзів позначається їх віддаленість. Тут працюють лише 9 суден на 9 220 місць, які, щоправда, виконують 280 рейсів по 7 діб [13].

У регіоні Австралії та Нової Зеландії найбільш важливий порт – Сідней, звідки починаються круїзи в Полінезію, Меланезію і на південні острови Тихого океану. Тут працюють лише 9 суден пасажиромісткістю 8,5 тис. місць. Вони виконують понад 60 круїзів тривалістю 14 – 43 діб. Кількість пасажирів складає близько 167 тис. осіб, які на відпочинок витрачають 107 млн. доларів на рік.

З огляду на географічну віддаленість Австралії та пов'язані з цим витрати по підгонці судна або з доставки пасажирів, оператори спрямовують туди, як правило, старий, повністю амортизований тоннаж, оскільки беззбиткову роботу нового судна забезпечити тут значно важче, ніж в інших регіонах. Проте останнім часом Австралія привертає увагу японців, які мають намір мати на цьому ринку кілька суден [12].

Природні умови Південно-Східної Азії, тропічні пляжі, цікаві історичні об'єкти – ідеальні компоненти для розвитку тут морського туризму. Однак віддаленість регіону є причиною того, що тут до останнього часу не було розвинутої інфраструктури морського туризму. Проте сьогодні робляться енергійні кроки з перетворення теплих вод регіону з його численними архіпелагами та островами в «Круїзний рай» і розвиток конкурентного Карибському та Середземноморському басейнам круїзного регіону.

Популярність тривалих круїзів підвищилася з появою відповідних авіарейсів. Зростає попит на відвідання островів, розташованих в Індійському океані, в тому числі Мадагаскару, Сейшел, Реюньйону і Маврикія (основний порт навантаження – Момбаса в Кенії). Все більшу активність проявляє Сінгапур, який намагається створити собі імідж центрального елемента круїзів; чималий інтерес представляють і портові міста, розташовані уздовж узбережжя Індії, Гонконг та екзотична Індонезія [14].

У певної частини туристів користується популярністю тур «icebreaking

safari» – круїз на криголамному судні в Арктику або Антарктику за Полярне коло з проходом через льоди. Відомі й досить поширені круїзи в Антарктику з висадкою туристів на Південний материк і острови. Такі круїзи організовуються фірмою «Exodus» з південного Аргентинського порту «Ushuania» до прилеглих районів Антарктиди з відвідуванням ряду островів (Галапагоських, Фолклендських, Південної Георгії, островів Короля Георга, Лівінгстона та інших) і частини льодового материка, що знаходиться на північ від Південного Полярного кола [15]. Це найбільш доступна за умовами плавання частина морських просторів в антарктичних водах. Для плавання використовується судно льодового класу. Судно спеціально дообладнане для туристських цілей, пасажирам надаються комфортабельні каюти. Туристи невеликими групами по 12 – 15 осіб на потужних надувних човнах з моторами здійснюють висадку на узбережжя островів, крижаний припай та айсберги. Вартість антарктичного круїзу складає від 2 500 до 7 000 фунтів стерлінгів. Періоди проведення експедицій з листопада по травень щороку. Тривалість круїзів від 10 до 40 днів в залежності від маршруту. Круїз супроводжують досвідчені полярники-вчені, провідники, фотограф, що мають тривалий досвід роботи в Антарктиді і плавання в цьому районі. Туристи можуть побачити живих пінгвінів, морських левів, кашалотів та інших екзотичних морських тварин у природному середовищі, характерному для цього поясу, величезні айсберги, гарні панорами льодового континенту. Бронювання місць на льодові круїзи здійснюється майже за рік і більше [16].

Не менш екзотичними є круїзи до Ісландії і районів Гренландії та приполярні райони Північної Канади. Ці круїзи також здійснюються фірмою «Exodus» на судні, яке по зміні сезону залишає антарктичні води і здійснює круїзи в арктичних водах, приймаючи туристів у Единбурзі у Великобританії, слідує через Фарерські острови до берегів Ісландії. Туристи відвідують Рейк'явік і інші північні порти острова, і далі шлях лежить до Гренландії в Кангерлуссуак. Окремі маршрути передбачають відвідання Гудзоної затоки. Туристи пробують свої сили в каякінзі, спостерігають зародження айсбергів,

здійснюють висадку на острови.

У Фінляндії на зимовий туристський сезон пропонується оригінальний маршрут з відвідуванням Рівного – батьківщини Санта-Клауса і потім дводенний круїз на криголамному судні «Sampro» з порту Кемі на півночі Ботнічної затоки за Полярним колом з виходом туристів на лід, зануренням під лід для любителів підводного плавання. Тим, хто не хоче зануритися під воду, надається можливість поплавати в крижаній воді в спеціальному гідрокостюмі. Ці тури організовує фінська компанія «Long Tour Ltd» [17].

І все ж організатори круїзів як і раніше віддають перевагу Середземному та Карибському морям. У цих напрямках відправляється більше 60% всіх круїзних лайнерів (10% припадає на Скандинавію та Балтію). Як правило, ці маршрути мають сезонний характер, тому судноплавним компаніям доводиться ганяти свої кораблі з однієї частини світу в іншу, щоб скористатися періодами максимального попиту. Подібні пересування називаються позиційним плаванням, причому вони теж можуть бути як круїзними, так і рейсовими (коли мова йде про трансатлантичні маршрути). У Балтійські і Скандинавські круїзи можна відправитися в період, коли в Північній півкулі настає розпал літнього сезону, причому поїздки на мис Нордкап припадають на липень, коли починаються білі ночі. У цей період туристів відправляють і на Аляску, популярність якої значно зросла, особливо серед північноамериканців, після того, як середземноморський регіон потрапив у смугу політичної нестабільності. Американці взагалі не люблять їздити за кордон і воліють подорожувати у своїх внутрішніх водах або в крайньому випадку десь поблизу. Саме тому на борту судна домінує американська культура, функціонують долари, а громадянам США не потрібно брати з собою паспортів, що дуже важливо, тому що абсолютна більшість населення країни їх просто не має [18].

Близькістю до Американського континенту пояснюється і високий попит на круїзи Карибським морем, тим більше, що завдяки кліматичним умовам він не залежить від пори року, хоча взимку погода тут більш

підходяща. Порти Флориди (Лодердейл) і Майамі (Еверглейдс і Канаверел) стали найбільшими базами для круїзних лайнерів (один тільки порт Канаверел щорічно приймає понад 3 млн. пасажирів). Європейці настільки полюбили ці маршрути, що літають до Флориди чартерними рейсами і вже звідси відправляються в плавання [19].

Завдяки відповідним авіарейсам все більше європейців робить вибір на користь круїзів. Організатори доставляють туристів чартерними рейсами в базовий порт, де вони або відразу потрапляють на борт корабля, або проводять пару днів на місцевому курорті. Подібна система позбавляє мандрівників від проблем, пов'язаних з поганою погодою і штормами (наприклад, перетин Біскайської затоки (північ Іспанії) може перетворитися на досить неприємну пригоду в будь-який час року), і дозволяє їм насолоджуватися теплом і сонцем з першого дня відпочинку. Хоча на перших порах любителі круїзів, особливо старшого віку, не сприймали подібного нововведення, воно припало до душі молоді, яка вже встигла оцінити красу морських подорожей. В останні роки спостерігається сплеск активності і в Великобританії. Такі компанії, як «Cunard», «Fred Olsen» та місцеві туроператори відправляють все більше туристів з портів Великобританії (у 2023 році для п'ятох з десяти британців плавання почалося і закінчилося саме на батьківщині) [20].

Разом з тим, не можна забувати, що подібні круїзи розраховані в основному на заможних клієнтів, тому що вартість одного дня плавання становить мінімум 500 фунтів. Британська круїзна асоціація розробила систему класифікації, відповідно до якої до найрозкішніших суден, відповідних до категорії «ультра-класу», висуваються такі вимоги: від 100 до 1 тис. пасажирських місць, співвідношення персоналу та туристів 1:2, мінімум 40 кубічних метрів на кожного пасажирів.

Не дивлячись на те, що чимало морських подорожей починається в британських портах (30% туристів вважають за краще обходитися без авіаперельоту), все ж абсолютна більшість круїзів будується за схемою «літак – корабель» [12].

Існує кілька основних регіонів, що є «постачальниками» круїзних пасажирів. США розглядають як найбільший круїзний ринок. Більше половини усіх круїзних лайнерів відправляються з портів США, а четверо з п'яти їх пасажирів – саме американці (щорічно в морські подорожі відправляється 20,8 млн. громадян США). Американці – це досить обережні мандрівники і безпека для них це головне. Навіть незначущий ризик, пов'язаний зі Середземноморським регіоном, змушує їх повернутися до традиційних і більш спокійних Карибів, попит на які обернено пропорційний попиту на середземноморські маршрути. Круїзні компанії змушені перемикатися на популярні напрямки, зокрема Карибське море, в якому й так вже ніде повернутися, в результаті чого, не дивлячись на зростання кількості туристів, прибутки перевізників падають (через жорстку конкуренцію вони змушені знижувати ціни). Американці здебільшого користуються послугами компанії «Royal Caribbean», яка працює на туристському ринці більше 50 років [21].

Європа – другий після Сполучених Штатів круїзний ринок. Усередині європейського ринку провідну роль сьогодні відіграє Німеччина, яка стає міжнародним центром фрахтування суден. В основному круїзні пасажирів Німеччини вважають за краще подорожувати в регіоні Європи, де круїзний сезон триває з квітня по жовтень. Круїзними компаніями були зроблені спроби на зимові місяці розширити географію круїзів на Канарські острови, Західну Африку і Червоне море. Незважаючи на тривалу оплачувану відпустку, німці віддають перевагу традиційним 2-тижневим круїзам, а певна частина – з проміжною тижневою зупинкою в курортному готелі [10].

Англійський ринок (до складу якого входить Ірландія) оцінюється більше, ніж 1 млн. круїзних пасажирів. Однак з англійських портів у морську подорож йде близько 1080 тис. осіб. Решта використовують пакет авіа-морських круїзів в Середземному морі і Карибах. Великобританії належить приблизно 5% всіх круїзних суден світового круїзного ринку, та їх кількість постійно зменшується, тому декілька років тому влада країни, маючи за мету

поліпшити ситуацію, пішла на зниження податків для британських судновласницьких компаній. Англійці сприймають круїзи як достатньо дороге задоволення, не дивлячись на те що кількість відносно дешевих пропозицій нестримно зростає.

Більшість європейців вважають за краще подорожувати в Карибському басейні, уздовж узбережжя США і в Середземному морі, вдаючись до пакетних круїзів (див. табл. 1.2) [10].

Таблиця 1.2 – Характеристика ключових регіональних ринків круїзного туризму

Регіон ринку	Обсяг та частка ринку	Ключові особливості споживачів	Пріоритетні напрямки та компанії
США	Найбільший у світі (20,8 млн пасажирів щорічно). 80% пасажирів портів США – громадяни країни.	Висока чутливість до питань безпеки. Обернена залежність попиту між Карибами та Середземномор'ям.	Карибське море (традиційне напрямки). Ключовий оператор – Royal Caribbean .
Німеччина	Лідуючий ринок усередині Європи. Міжнародний центр фрахтування суден.	Віддають перевагу 2-ти тижневим подорожам або формату «тиждень круїзу + тиждень у готелі».	Європа (квітень – жовтень), Канарські острови, Західна Африка, Червоне море.
Велика Британія та Ірландія	Понад 2 млн пасажирів загалом.	Близько 38% пасажирів відправляються безпосередньо з англійських портів, решта обирає авіа-морські пакети.	Середземне море та Кариби (через переліт до порту відправлення).

Висока концентрація ринку в США призводить до надмірної

експлуатації Карибського басейну. Це створює жорстку цінову конкуренцію та знижує прибутковість перевізників навіть при зростанні пасажиропотоку, що підштовхує компанії до пошуку нових ринків у Європі та Азії.

За останні кілька років на 4 з 5 європейців, які вирішили відправитися в круїз, вибрали саме Європу. Незважаючи на те, що Середземне море залишається, як і раніше, безумовним лідером, останнім часом різко зросла популярність круїзів холодними водами Північної Європи.

Як бачимо з таблиці 1.2, основними постачальниками круїзних туристів у Європі є Великобританія та Німеччина, але у наступні роки прогнозується залучення до цього виду подорожей все більше туристів з інших європейських країн.

Щоб орієнтуватися у величезній кількості круїзів, що існують у світі, треба якось порівнювати їх між собою. На сьогоднішній день найбільш авторитетним вважається класифікатор, який щорічно публікується у довіднику «Berlitz Complete Guide to Cruises and Cruise Ships». Експерти цього видання дають наступну класифікацію видів круїзів [22]:

1. Круїзи класу «Ексклюзив». У цей клас входять лише німецький лайнер «Еуропа», що належить компанії «Hapag-Lloyd Cruises» і дві мега-яхти компанії «Seadream Yacht Club». Їх круїзи проходять в умовах виключної розкоші – і краще бути вже не може.

2. Круїзи класу «Люкс». Компанії цієї категорії пропонують високоякісні круїзи за високою ціною. Але й пропонують значні знижки при ранньому бронюванні. Подорож на цих круїзних лініях високо цінують пасажери, схильні до розкоші. Судна від мега-яхт для тільки приблизно ста привілейованих гостей до суден середнього розміру, які в цій категорії вважають «великими».

Невеликий розмір розкішних лайнерів дає їм унікальну перевагу: вони можуть заходити в багато портів, недоступних великим лайнерам, зокрема, на маленьких островах в Карибському та Середземному морях. Крім того, невеликі лайнери можуть причалювати набагато ближче до центру багатьох

портових міст [4].

Ціна круїзу включає більше, ніж це прийнято в більшості круїзних компаній, оскільки це може бути вино за вечерю, іноді – всі алкогольні напої на борту корабля. Більшість круїзних компаній класу «Люкс» включають до ціни чайові персоналу. Деякі включають до ціни ряд берегових екскурсій.

Орієнтуючись на дорослий контингент людей, ці лінії, зазвичай є невідповідними для подорожі з дітьми та підлітками, через брак організованих програм. За винятком «Crystal Regent», що пропонують дитячі програми, але зазвичай на круїзних лайнерах класу «Люкс» нічого не пропонується для тих, кому ще немає 21 року [12].

На борту лайнерів класу «Люкс» екіпаж докладає всіх зусиль, щоб перевершити очікування. Вишукані інтер'єри, прекрасна кухня від кращих шеф-кухарів світу, сервіс неперевершеної якості: тут кожна деталь ретельно продумана для задоволення. Офіціант звертається до туриста на ім'я в перший же день його круїзу. Як тільки турист зустрічається з його стюардом, його уявлення про персональний сервіс міняються назавжди. Він буде підтримувати каюту в тому ж чудовому стані, в якому вона була в день посадки. У нього є мільярди способів переконати туриста у тому, що якщо справа стосується комфорту, ніяка дрібниця не може вважатися незначною.

Якість харчування на борту просто чудова. Нові речовини і особливий підхід до приготування відіграють головну роль у поєднанні з неймовірним естетичним оформленням класичних і еклектичних страв, підказаних регіонами світу, відвідуваними під час круїзу.

Лайнери, позначені як «Люкс», є найдорожчими і пропонують кращий спектр послуг, якість їжі і рівень обслуговування, таким чином, забезпечуючи самий розкішний круїзний відпочинок. Найсприятливіші умови створюються для повторних пасажирів [18].

3. Круїзи класу «Преміум». Менш офіційна атмосфера і витончений стиль домінують на круїзних лініях в цій категорії і забезпечують хороший відпочинок за можливу ціну. Судна цих компаній від середніх до великих

розмірів, які надають пасажиром більше простору. На додаток до традиційних круїзних заходів, на кораблях цього класу читаються лекції, які включають історію і культурні звичаї порту заходу у поєднанні до звичайних рад по шопінгу.

В основних ресторанах дотримуються корабельної традиції з традиційними двома змінами. Високої оцінки заслуговує якісна кухня. На багатьох суднах ще представлені висококласні бістро чи спеціалізовані ресторани за символічну доплату. Плюс альтернативний вибір харчування. Уважне обслуговування має добросовісний, але більш скромний характер. Програми для дітей і підлітків добре представлені, але не такі різноманітні як на суднах категорії «Стандарт» [17].

Клас «Преміум» традиційно вважається одним з найпрестижніших і якісніших. Високий рівень обслуговування, чудове оздоблення кают і кораблів. Лайнери, позначені як «Преміум», зазвичай є більш дорогими, і пропонують більш якісну і різноманітну їжу, більш високий рівень обслуговування і більш широкий спектр послуг на борту.

4. Круїзи класу «Стандарт». Стабільно хороший рівень обслуговування і якісна кухня за доступною ціною, але круїзне життя на борту більш типове для великого курорту, ніж для традиційного круїзу. Не треба чекати багато особистого обслуговування, оскільки на борту можете подорожувати з 3 тис. пасажирів.

Круїзні компанії цієї категорії мають у своєму флоті великі судна та мега-лайнери, які пропонують більше можливостей для різноманітності звичного укладу життя на борту (скелелазіння, льодові катки, гольф). Компанії мають тенденцію до будівництва суден ще більших розмірів, що вражають уяву, оснащених обладнанням за останнім словом техніки і вміщають понад 3 тис. пасажирів [19].

В основних ресторанах дотримуються корабельної традиції з традиційними двома змінами. Однак, круїзні лінії експериментують від «вільного вибору» до альтернативних варіантів ресторану, які дозволяють

пасажирам обідати, коли і з ким їм подобається. Вибір – ключове слово, турист завжди знайде що і де є: від 24-годинного надання послуг з доставки їжі і напоїв в каюту до різноманітності місця розташування на судні. Їжа частіше уподібнюється банкетному стилю. Обслуговування є дружнім, і не завжди бездоганним. Ідеальний вибір для сімейного відпочинку, де представлений найширший спектр програм для дітей та підлітків [12].

Клас «Стандарт» – задовольнить потреби тих, хто молодий душею і тілом і не бачить свого відпочинку без цілодобових веселоців, найяскравіших шоу, найсучасніших нічних клубів, нескінченних барів, оригінальної поведінки обслуговуючого персоналу і нескінченних розваг. Все це доступно завдяки «скромній» ціновій політиці. Лайнери, позначені як «Стандарт», є найменш дорогими, хоча і пропонують пасажирам достатньо широкий спектр послуг і розваг на борту [19].

5. Спеціалізовані круїзи. Ці круїзні компанії пропонують широке розмаїття маршрутів і суден від відновлених океанських та морських лайнерів до прибережних пароплавів і криголамів. Маршрути, як правило, тривалістю від 7 до 14 днів, але круїзні експедиції до віддалених областей земної кулі довші і привертають особливу, більш дослідну групу пасажирів.

6. Бюджетні круїзи. Ці лінії круїзів забезпечують основний набір послуг з середньо-бюджетною ціною. Як правило, пасажирями цих океанських та морських круїзних компаній виявляються люди, які вирішили вперше відправитися в океанський та морський круїз, і їм може здатися, що в них є все для гарного відпочинку, але круїзні лінії цього класу не для мандрівників, які очікують на їжу гурмана та особисте обслуговування. Судна типово менше і старше, і на більшості круїзів будуть присутні великі групи пасажирів країни, якій належить круїзна компанія. Вартість таких круїзів варіюється від 65 до 175 доларів на людину на день. Найкращими серед бюджетних круїзів західні експерти називають «Costa Cruises» та «MSC Cruises» [13].

7. Екологічні круїзи. Їх вартість в середньому варіюється від 150 до 250 доларів на людину на день, в цю суму входять проживання, харчування та

розважальна програма на борту судна, правда, не дуже велика і не дуже нова. Такі програми пропонують, наприклад, компанія «Festival Cruises» на кораблях «Azur» і «Flamenco» [23].

Висновки до 1 розділу.

Круїзна індустрія трансформувалася з елітарного виду відпочинку на глобальну багатoproфільну систему. На основі дослідження маршрутів та видів круїзів можна зробити висновок, що незважаючи на домінування традиційного «золотого трикутника» (Карибський басейн, Середземномор'я, Північна Європа), спостерігається активне освоєння нових регіонів. Зокрема, зростає роль Азійсько-Тихоокеанського регіону та експедиційних маршрутів до Арктики та Антарктики, що зумовлено запитом туристів на унікальність та новизну.

Сучасний ринок пропонує широку палітру турів – від короткотермінових круїзів у нікуди до кругосвітніх подорожей. Особливе місце посідають тематичні круїзи (гастрономічні, музичні, освітні), які дозволяють компаніям чітко сегментувати аудиторію та залучати пасажирів із різними інтересами.

Таким чином, сучасна географія круїзів є динамічною структурою, яка оперативно реагує на геополітичні зміни та екологічні виклики, постійно розширюючи межі туристичного простору через впровадження інноваційних форматів подорожей.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СПЕЦИФІКИ ТА СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Аналіз специфіки круїзного туризму та особливостей створення продукту круїзного туризму

Стратегічною метою будь-якої держави є отримання статусу повноправного члена міжнародного співтовариства, що зумовлює визначення найефективніших та найперспективніших секторів економіки, динамічний розвиток яких сприяє не лише підвищенню соціально-економічного рівня розвитку країни, регіону чи окремого підприємства, а й забезпечує їх привабливий імідж та гідне місце на світовому ринку. Сьогодні пріоритет надається розвитку тих галузей, які поряд з високим економічним потенціалом мають виражену соціальну спрямованість, що базується на задоволенні матеріальних та духовних потреб людей, підвищенні їхнього життєвого рівня та добробуту. Ця обставина свідчить про зростання значення туристичної галузі загалом та окремих її видів, зокрема, у структурі національної економіки, ефективність розвитку якої залежить від максимально можливого використання наявного ресурсного потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг та сприяє соціально-економічному зростанню держави. Круїзний туризм є не лише одним із найбільш динамічно розвиваючихся, унікальних та популярних видів бізнесу, але й має певні переваги та особливості, що дозволяють йому залишатися більш стабільним на тлі інших секторів економіки протягом тривалого часу [24].

Слід зазначити, що круїзний туризм – це ціла галузь, яка забезпечує формування, просування та реалізацію круїзного туристичного продукту, який, з одного боку, є об'єктом купівлі-продажу на туристичному ринку, а з іншого – об'єктом адміністративного впливу. Водночас, круїзний туризм, який характеризується значною капіталомісткістю та трудомісткістю, є універсальним видом туризму, що поєднує практично всі його форми та

містить кілька його видів – рекреаційний, спортивний, оздоровчий, пізнавальний, конгресний, пригодницький, археологічний тощо, а також поєднує різні варіанти обслуговування та відпочинку.

Виходячи з характеристик круїзного туризму, необхідно виділити ряд основних функцій, що виникають з потреб його організаторів та споживачів і базуються на перетворенні початкових ресурсів у кінцевий круїзний продукт, який графічно можна представити у вигляді піраміди у формі своєрідного круїзного лайнера з кількома рівнями (див. рис. 2.1) [25].

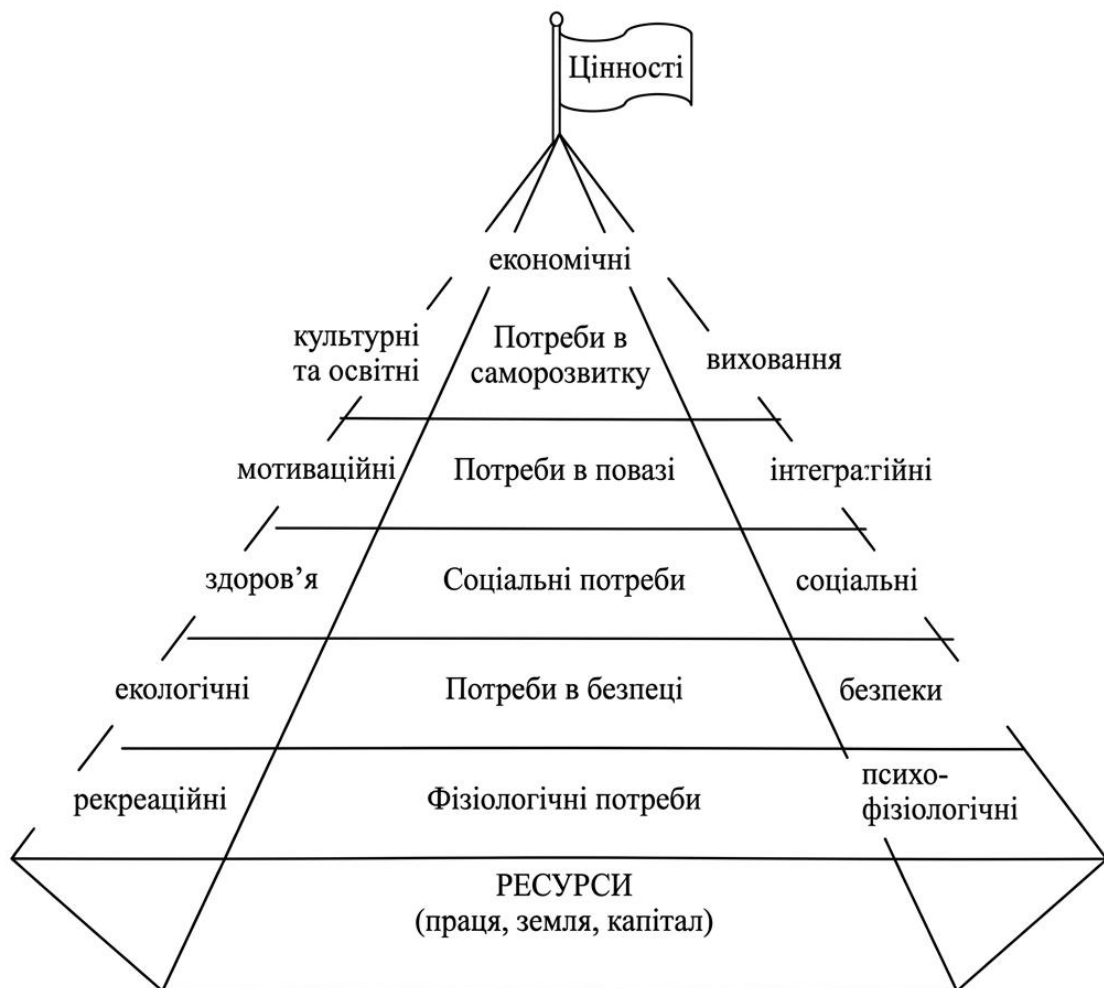


Рис. 2.1 – Взаємозв'язок ресурсів, потреб та функцій у круїзному туризмі

В основі піраміди знаходяться ресурси, які є джерелами та передумовами розвитку круїзного туризму та забезпечують реалізацію потреб людини, що здійснюється на всіх етапах морської подорожі, від надання послуг розміщення та харчування (фізіологічні потреби) до культурно-освітнього процесу (саморозвиток особистості), формування системи цінностей (фізичних, емоційних, інтелектуальних).

Гранями піраміди є основні функції, що формують процеси створення та продажу круїзного туристичного продукту та мотивації споживачів до його придбання. Висота піраміди визначається потребами людини, що лежать в основі її поведінки, які А. Маслоу розділив на п'ять груп: фізіологічні (біологічні); потреби в безпеці та захисті (фізіологічні та психологічні); соціальні (психологічні та соціальні); потреби в повазі; потреби в саморозвитку (самовираження, вдосконалення) [26].

Принциповою особливістю, яка відрізняє круїзну індустрію та круїзний туризм від інших видів туристичної діяльності, є те, що круїзне судно, виконуючи роль «плавучого мосту» та будучи своєрідним туристичним центром чи курортом, одночасно виступає транспортом і засобом відпочинку. Водночас аналітики круїзного ринку зазначають, що круїзний туризм – це «унікальне явище, яке має мало спільного з традиційним поняттям судноплавства – окрім того, що воно пов'язане з судном – оскільки круїзного ринку в тому сенсі, як його розуміють стосовно решти секторів судноплавства: фрахтування, ринку насипних та рідких вантажів, контейнерних, лісових та інших перевезень, не існує» [27].

У свою чергу, експерти-практики круїзного бізнесу виділяють цілий ряд відмінностей між круїзним туризмом та лінійними морськими пасажирськими перевезеннями:

1. Мотивація подорожі. У круїзному туризмі подорожі мотивовані: відпочинком, розвагами, оглядом визначних пам'яток та іншими цілями поїздки, так чи інакше пов'язаними з туристичними цілями.

У випадку лінійних перевезень морським пасажирським транспортом, мотивація подорожі пасажирів значно ширша: зміна місця проживання, трудова міграція, поїздка до іншого регіону (країни) на термін більше року, відвідування друзів та родичів тощо.

2. Соціальний склад пасажирів. Соціальна структура морських та круїзних пасажиропотоків суттєво відрізняється як за демографічними та етнічними характеристиками, так і за рівнем доходу, освіти, професії тощо. Якщо основним контингентом круїзних туристів є заможні, освічені, середнього віку, сімейні люди, які віддають перевагу комфортному відпочинку з насиченою освітньою програмою, то пасажиром звичайного судна може бути будь-яка людина, незалежно від її соціально-економічного статусу, віку, національності, релігії тощо.

3. Спектр пропонованих пасажирських послуг. У рамках круїзного туру представлений різноманітний спектр послуг: вишукане харчування, комфортне проживання, розважальні та особисті програми відпочинку та багато іншого, тоді як основним видом послуг, що надаються пасажирам морського судна, є транспорт.

4. Конструктивні особливості суден. При проектуванні круїзних суден центральний акцент у розробці конструкцій робиться на величезні, безпечні, красиві судна великої пасажиромісткості з відносно невисокою швидкістю плавання, але надзвичайно стійкі до хвиль, на відміну від лінійних перевезень, для яких мінімізація часу доставки пасажирів з порту відправлення до порту призначення має першорядне значення. Нерівномірне навантаження енергоспоживання протягом доби призводить до забезпечення судна потужною енергоємною системою кондиціонування, що призводить до принципово іншої схеми енергоблоків - встановлюється кілька електростанцій середньої потужності, які можуть швидко вимикатися або запускатися за потреби для згладжування піків енергоспоживання. Велика увага приділяється кількості палубних місць, внутрішньому оздобленню судна, висоті стель,

обладнанню вестибюлів, лаунжів, наявності індикаторів та орієнтовних схем, а також зменшенню машинного шуму та вібрації корпусу.

5. Час плавання. У круїзному туризмі час плавання залежить від напрямку маршруту, кількості портів заходу, часу перебування туристів у порту та може значно змінюватися залежно від обраного туру та його вартості. Метою морських пасажирських перевезень є якнайшвидша доставка до пункту призначення. Тому час плавання визначається відстанню від порту до порту та погодними умовами. Крім того, вирішальну роль відіграють сезонні коливання попиту на морські подорожі з урахуванням умов навігації, періоду відпусток, свят, вихідних та канікул.

6. Географія маршрутів. Мотивація подорожей пасажирів круїзних суден визначає різницю між географією морських круїзів та маршрутом регулярних морських перевезень. Під час круїзу судно відвідує порти, розташовані в містах та регіонах, що є популярними туристичними центрами; тоді як морські пасажирські лінії плануються для з'єднання великих ділових центрів або місць, між якими морське сполучення є необхідним та економічно виправданим через їх географічне розташування (між островами архіпелагу, островом та материком тощо) [28].

Згідно із Законом України «Про туризм», «турист – це особа, яка відвідує країну (місце) тимчасового перебування з лікувально-оздоровчою, рекреаційною, пізнавальною, спортивною, професійною, діловою та іншими цілями, не займаючись діяльністю, пов'язаною з отриманням доходу від джерел у країні (місці) тимчасового перебування, протягом періоду від 24 годин до 6 місяців поспіль або здійснює принаймні одну нічліг у країні (місці) тимчасового перебування» [29].

Таким чином, існують чотири основні критерії для визначення подорожі як туристичної:

- географічний, що передбачає виїзд з постійного місця проживання;
- тимчасові, що визначають терміни подорожі (від днів до року);
- соціальні, що забезпечують реалізацію туристичних цілей;

– економічні, що ґрунтуються на відсутності оплачуваної діяльності в місці відвідування.

Круїзи як вид подорожей повністю відповідають вищезазначеним критеріям. Таким чином, тривалість круїзу становить не менше 60 годин і не більше шести місяців. Пасажирами круїзних суден можуть бути як резиденти країни, в територіальних водах якої працює круїзне судно, так і нерезиденти країни тимчасового проживання, які подорожують з туристичною метою та не займаються оплачуваною діяльністю.

Закон також дає визначення туристичного продукту, який означає «комплекс послуг з транспортування та розміщення, що надаються за повну ціну (незалежно від включення до загальної ціни вартості екскурсійних послуг та (або) інших послуг) за договором про продаж туристичного продукту» [29].

Розглядаючи круїзний туристичний продукт, слід зазначити, що він поєднує всі вищезазначені послуги. Зазвичай, транспортні та розміщення надаються різними компаніями; перша – транспортними, друга – готелями, мотелями тощо, тобто підприємствами, на балансі або в управлінні яких знаходяться колективні засоби розміщення.

Отже, перша характеристика круїзу як туристичного продукту полягає в тому, що круїзне судно є одночасно транспортним засобом і колективним засобом розміщення. Готельні та транспортні компанії беруть участь у створенні туристичного продукту опосередковано, оскільки круїзний продукт формується туроператором на основі договірних відносин з іншими компаніями. Організатор круїзу пропонує на ринку цілий ряд послуг для продажу, включаючи як перевезення пасажирів, так і розміщення.

Відповідно, друга особливість круїзу як туристичного продукту полягає в тому, що він створюється у своєму первозданному вигляді круїзною компанією, а не на основі договорів з різними підприємствами, які постачають дві основні послуги, необхідні для формування туристичного продукту як комплексу послуг, що продаються за єдиною ціною [30].

Значною складовою круїзного туристичного продукту є послуги, що надаються сторонніми організаціями пасажиром судна на березі (екскурсійні послуги, трансфери, розважальні заходи тощо).

Водночас, галузева специфіка круїзного туризму полягає в тому, що послуги з перевезення пасажирів та розміщення, що входять до нього, надаються туристу навіть у тому випадку, якщо пасажир не сходить на берег протягом усього круїзу.

Слід зазначити, що круїзний продукт як системоутворюючий комплекс послуг можна представити у вигляді трьох основних підсистем [31]:

- послуги, що пропонуються на судні (проживання, оздоровлення, харчування, торгівля, спорт тощо);
- послуги, що споживаються туристами на березі під час посадки/висадки пасажирів, перебування в портах заходу (екскурсійні, транспортні, культурно-розважальні тощо);
- послуги, пов'язані з просуванням та продажем круїзного продукту та допомогою пасажиром у процесі організації подорожі (віза та страхування, придбання авіа- або залізничних квитків, бронювання екскурсій та готелів, надання послуг перекладача тощо).

До пропонованих послуг також належать послуги, що входять до круїзного пакету (проживання в каюті обраної категорії, харчування за системою, прийнятою на цьому судні, розважальні та спортивні програми на борту тощо), та послуги, що продаються за окрему плату (медичні та косметичні, персональні тренування з різних видів спорту з тренером, екскурсії та трансфери тощо). Співвідношення спектру послуг, що пропонуються пасажиром круїзних суден на судні та на березі, залежить від круїзної програми, його маршруту та уподобань самого туриста, для якого круїзний продукт має абстрактний характер, що складається з благ, джерела яких знаходяться як у матеріальній (круїзне судно, інфраструктура для відпочинку тощо), так і в нематеріальній (послуги, кліматичні умови,

навколишнє середовище) формах, що, у свою чергу, визначають якість надання круїзних туристичних послуг.

Беручи до уваги вищезазначене, слід наголосити, що первинними ознаками, що визначають місце круїзів у конкретній структурі туризму, є фізико-географічні характеристики середовища, в якому здійснюється подорож, та споживчі властивості відповідного туристичного продукту. Технічні характеристики транспортних засобів, що використовуються для цих цілей, які є одночасно об'єктом розміщення та надання супутніх послуг пасажиром, є похідними від первинних - вторинних ознак, що є суттєвими для процесу організації цього виду туризму [32].

За останнє десятиліття базова споживча модель круїзного туризму помножилася на різні сегменти ринку та природно інтегрувалася з іншими видами туризму. Внутрішня структура круїзного туризму визначається рівнем та напрямками спеціалізації круїзного продукту та діяльністю круїзних компаній. Водночас, враховуючи специфіку круїзної індустрії, слід зазначити, що існує досить широкий склад її учасників, найбільш значними з яких є (див. рис. 2.2):

- круїзні компанії, що організовують та безпосередньо реалізують круїзні тури (незалежно від того, чи є вони власниками круїзних суден, що використовуються для цих цілей, чи їх фрахтувальниками);
- морські порти, що забезпечують умови для базування та швартування круїзних суден;
- суднобудівні та судноремонтні підприємства, що займаються будівництвом круїзних суден та наданням технічних послуг з їх обслуговування;
- підприємства, що є обов'язковою частиною круїзного туристичного продукту з точки зору обслуговування пасажирів на березі (транспортні компанії, екскурсійні бюро, заклади громадського харчування, готелі та мотелі, система атракціонів та розваг).

Власне, економічні зв'язки круїзної індустрії можна простежити до підприємств гірничодобувної промисловості та сільського господарства, які є невід'ємними елементами її функціонування як цілісної системи (наприклад, з видобутої руди виплавлятиметься метал для будівництва круїзного судна, меню ресторану включатиме страви з вирощеної сільськогосподарської продукції тощо).

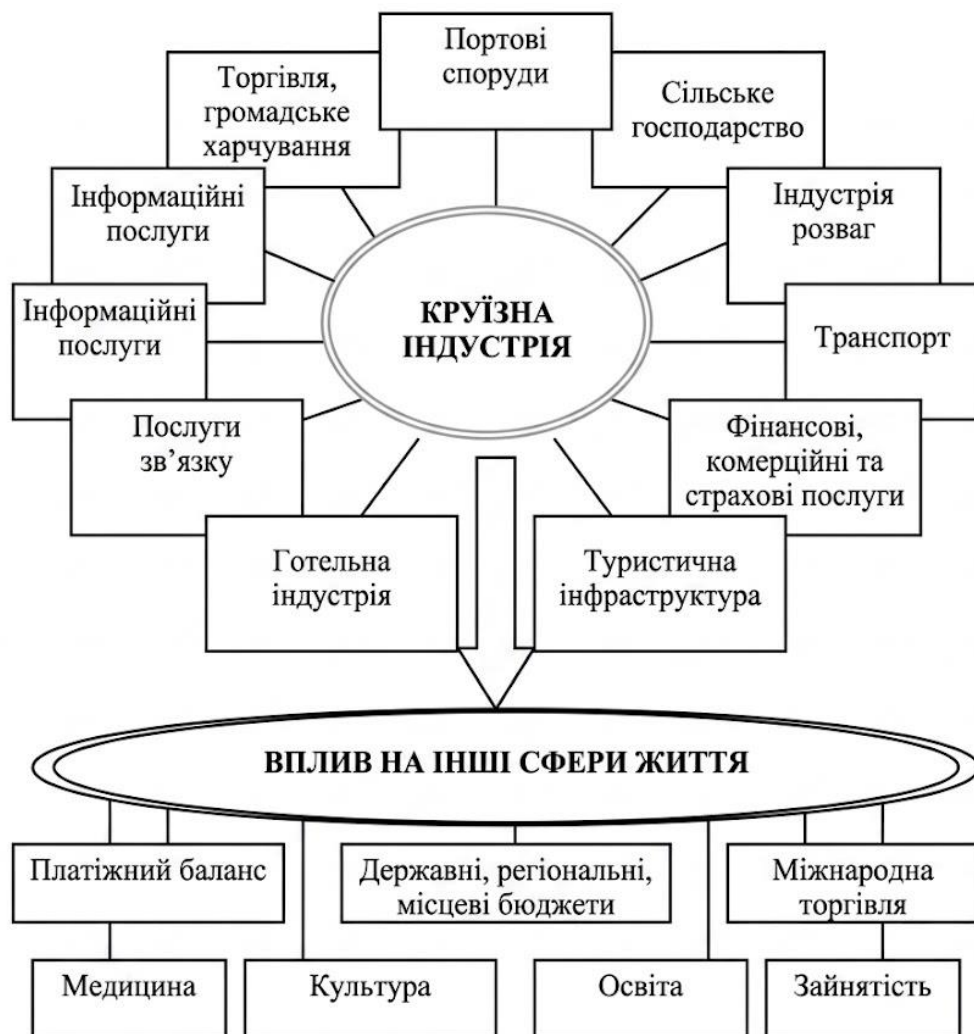


Рис. 2.2 – Вплив круїзної індустрії на економіку [33]

Таким чином, круїзна індустрія залучає до своєї сфери діяльності всі суміжні галузі – портові споруди, суднобудування, транспорт, розміщення

туристів, зв'язок, громадське харчування, торгівлю, банки та фінансові послуги, розваги та атракціони, музеї та інші культурні об'єкти, і надає стимулюючий вплив на їх розвиток.

2.2. Сучасний стан розвитку круїзного туризму

Сучасна архітектура світового круїзного ринку характеризується високим рівнем концентрації капіталу, де домінуючу роль відіграє «велика трійка» корпорацій, що сукупно контролюють понад три четверті глобального пасажиропотоку. Аналіз діяльності цих гравців дозволяє стверджувати, що їхня стратегічна перевага базується на мультибрендовій моделі, яка охоплює всі цінові сегменти – від бюджетного відпочинку до ультра-люкс подорожей.

Де-факто круїзний туризм давно вже втратив статус елітарності та ексклюзивності: пропозиції круїзних операторів на деякі продукти бюджетного сегменту починаються від 300 доларів. Тим не менше, у масовій свідомості подібні штампи ще довго супроводжуватимуть подорожі на морських, та річкових, лайнерах. Це, у свою чергу, є причиною прискіпливої уваги до круїзної індустрії багатьох оглядачів та блогерів, які, зокрема, з великою завзятістю складають різноманітні рейтинги у круїзній підгалузі [34].

Заперечувати, що попит на морські та океанські круїзи протягом останніх десяти років постійно зростає, не можна, але пропозиція зростає ще швидше, і не тільки за рахунок кількості суден, але і за рахунок збільшення їх розміру та місткості.

Круїзна індустрія на підйомі, усе більше туристів відчують інтерес до цього виду відпочинку, а відтак відправляються у морські та річкові круїзи. Однак інтегральні показники жодним чином не дають можливості оцінити того чи іншого круїзного оператора, визначивши його переваги та недоліки. Зауважимо, що при спробі знайти більш-менш об'єктивний рейтинг круїзних компаній, можна стикнутися з несподіваними складнощами: з кількох десятків досліджених джерел, які вдасться знайти у відкритому доступі в

мережі Інтернет, абсолютна більшість носять ознаки упередженості та пристрасності, а відтак не можуть служити для професійного оцінювання стану в підгалузі. Так, один досить-таки популярний ресурс чомусь віддає перші місця у більшості номінацій одній круїзній компанії, у той же час як інша – реальний лідер за пасажиропотоками – жодних призових місць не отримала. Подібні аспекти зустрічаються й у багатьох інших рейтингах. Але інтегральні рейтинги на перші три місця-лідерів круїзного туризму ставлять три круїзних компанії [35].

Carnival Corporation на сьогодні є беззаперечним мега-гравцем, чия потужність базується на унікальній структурі компанії (див. табл. 2.1) [36].

Таблиця 2.1 –Характеристика бізнес-моделі та активів Carnival Corporation

Параметр стратегії	Опис та ключові характеристики
Ринкове позиціонування	Орієнтація на масовий сегмент (Contemporary segment) та сімейний відпочинок.
Структура брендів	Мультибрендова мережа: Carnival Cruise Line, Princess Cruises, Holland America Line, Costa Cruises, Cunard, AIDA Cruises, P&O Cruises.
Цінова політика	Агресивне ціноутворення, орієнтоване на високу завантаженість суден (часто понад 100%).
Операційна стратегія	Ефект масштабу: централізовані закупівлі палива, продуктів та технічного обслуговування для всього флоту.
Сучасна модернізація	Впровадження технологій «OceanMedallion» (персоналізація сервісу) та перехід на екологічно чисте паливо (LNG).
Конкурентна загроза	Необхідність підвищення якості сервісу до рівня «smart-ships» конкурентів за збереження доступної ціни.

Традиційне лідерство корпорації за кількістю суден (понад 90 лайнерів) та обсягом перевезень забезпечується за рахунок агресивної присутності у всіх географічних зонах. Бізнес-модель Carnival орієнтована на демократизацію круїзного відпочинку, перетворюючи його з елітарного продукту на доступну

альтернативу наземним курортам. Це досягається шляхом жорсткої оптимізації витрат та ефекту масштабу, що дозволяє утримувати низькі вхідні ціни на круїзи, стимулюючи при цьому витрати пасажирів безпосередньо на борту.

Проте, сучасний етап розвитку змушує корпорацію трансформувати свою ідентичність. Зростання екологічної свідомості споживачів та конкурентне тиск з боку більш технологічних ліній (наприклад Royal Caribbean) змусили Carnival розпочати масштабну програму оновлення флоту. Це включає не лише виведення зі складу застарілих суден, а й інвестування у лайнери нового покоління, що працюють на зрідженому природному газі (LNG), такі як «Mardi Gras». Таким чином, корпорація намагається знайти баланс між своєю традиційною масовістю та новітніми стандартами преміальної якості та екологічної безпеки [37].

Royal Caribbean Group (RCG) демонструє дещо інший вектор розвитку, роблячи ставку на технологічну перевагу та інноваційність. Стратегія компанії спрямована на створення мега-лайнерів, які самі по собі є кінцевою метою подорожі. Впроваджуючи унікальні атракції та цифрові рішення на борту, корпорація успішно залучає молодшу аудиторію та сім'ї з дітьми, що дозволяє їй підтримувати вищий середній чек порівняно з конкурентами. Їхній підхід до капіталізації базується на концепції «розумного судна», що оптимізує операційні витрати за одночасного підвищення лояльності клієнтів [38].

Діяльність Royal Caribbean Group включає в себе наступні напрямки:

1. Інноваційне лідерство та «Мега-судна». Стратегія компанії базується на володінні найбільшими круїзними лайнерами у світі (класи Oasis та Icon). Ці судна є не просто транспортними засобами, а самодостатніми дестинаціями, що дозволяє компанії залучати нову аудиторію, яка раніше не розглядала круїзи як варіант відпочинку.

2. Технологічна інтеграція. RCG активно впроваджує концепцію «розумного судна». Використання мобільних додатків для безконтактного обслуговування, технології розпізнавання облич для прискорення посадки та

персоналізація сервісу через штучний інтелект дозволяють компанії підвищувати операційну ефективність та лояльність клієнтів.

3. Приватні дестинації. Важливою частиною бізнес-моделі є розвиток власних ексклюзивних островів, таких як Perfect Day at CocoCay. Це дозволяє компанії контролювати 100% доходів від берегових розваг та гарантувати високий стандарт безпеки та якості сервісу.

4. Екологічна трансформація. Компанія активно інвестує в декарбонізацію, запускаючи судна на LNG та тестуючи паливні елементи. Стратегія «Destination Net Zero» спрямована на досягнення нульових викидів до 2050 року [39].

У таблиці 2.2 показаний стратегічний профіль RCG.

Таблиця 2.2 – Стратегічний профіль Royal Caribbean Group

Параметр діяльності	Характеристика та стратегічний підхід
Ключові бренди	Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Silversea Cruises.
Цільова аудиторія	Активні сім'ї з дітьми, молодь (міленіалі), сегмент преміум та ультра-люкс.
Головна конкурентна перевага	Ефект «Вау»: найбільші лайнери з унікальними атракціями (аквапарки, катки, роботи-бармени).
Джерела доходів	Високий рівень бортових витрат пасажирів (Onboard revenue) завдяки різноманітності платних сервісів.
Географічна стратегія	Домінування в Карибському басейні з поступовим розширенням присутності в Азії та Європі.
Цифровізація	Впровадження супутникового інтернету Starlink на всьому флоті для забезпечення безперебійного зв'язку.
Фінансова стратегія	Фокус на максимізації прибутку з шкірного пасажиро-дня за рахунок преміального позиціонування.

Отже, Royal Caribbean Group успішно трансформувала сприйняття круїзів, зробивши ставку на технологічність та масштабність. Це дозволяє

компанії утримувати вищі ціни на квиток порівняно із середньоринковими та демонструвати швидші темпи відновлення капіталізації після глобальних криз.

У свою чергу Norwegian Cruise Line (NCL) займає специфічну нішу, фокусуючись на концепції максимальної свободи вибору для туриста. Їхня інновація у сфері гнучкого графіку харчування та дозвілля змінила стандарти всієї індустрії. Компанія вибрала стратегічний вектор, який суттєво відрізняє її від інших представників «великої трійки». Якщо конкуренти часто роблять ставку на масову та валову кількість пасажирів, то аналіз фінансової стійкості NCL вказує на пріоритетність якісних показників прибутковості над кількісними (див. табл. 2.3) [40].

Таблиця 2.3 – Порівняльна характеристика стратегії прибутковості NCL

Параметр стратегії	Опис та фінансове обґрунтування
Цільова модель	Максимізація прибутку з одного пасажирів (Yield management) замість нарощування валового обсягу.
Ринкові сегменти	Потужна присутність у сегментах Upscale та Ultra-Luxury (Regent Seven Seas).
Продуктова диференціація	Експедиційні круїзи в Антарктику, Арктику та порти зі складним доступом.
Структура флоту	Оптимальне співвідношення середніх та малих суден для створення атмосфери приватності.
Маржинальність	Висока частка чистого доходу завдяки включенню додаткових послуг у вартість преміальних пакетів.
Лояльність клієнтів	Орієнтація на досвідчених мандрівників (Repeaters) з високим рівнем довічного доходу (LTV).

Преміальне позиціонування компанії базується на концепції «вільного стилю» (Freestyle Cruising), що дозволяє залучати більш платоспроможну аудиторію, готову переплачувати за індивідуалізацію сервісу, відсутність жорстких графіків та ексклюзивність. Особливе місце у структурі доходів

посідає розвиток експедиційного та люксового сегментів через бренди Oceania Cruises та Regent Seven Seas Cruises. Це дозволяє компанії оперувати меншими суднами, які мають доступ до унікальних портів, недоступних для мегалайнерів, створюючи дефіцит пропозиції та, як наслідок, підтримуючи високу ціну квитка.

Така модель «високої маржинальності при меншому пасажиропотоці» забезпечує стійкість бізнесу навіть за умов коливань глобального попиту, оскільки преміальний сегмент споживачів менш чутливий до економічних криз. Фокус на максимізації чистого доходу з кожного пасажиро-дня дозволяє NCL утримувати лідируючі позиції за показником доходу на одну каюту в індустрії [41].

Отже, стратегія NCL демонструє, що у сучасній круїзній індустрії успіх можливий не лише через масштабування флоту до гігантських розмірів, а через глибоку нішеву спеціалізацію. Саме така модель дозволяє компанії демонструвати найвищі показники середнього чека в індустрії, що є ключовим індикатором фінансової ефективності у преміум-сегменті.

Таким чином, конкурентна боротьба між ключовими гравцями перейшла з площини простого нарощення тоннажу у сферу боротьби за унікальний клієнтський досвід. Незважаючи на спільні виклики, такі як необхідність декарбонізації флоту та відновлення після пандемійних збитків, кожен з лідерів зберігає власну стратегічну ідентичність. Це забезпечує стабільність глобального ринку через баланс між масовістю Carnival, технологічністю Royal Caribbean та кастомізацією послуг Norwegian Cruise Line.

2.3. Аналіз впливу глобальних криз на стійкість круїзного туризму

Вплив глобальних криз на стійкість круїзного туризму та динаміка його відновлення є одним із ключових аспектів дослідження сучасного розвитку міжнародного туризму, оскільки саме круїзний сектор виявився надзвичайно

чутливим до зовнішніх шоків. На відміну від багатьох інших сегментів туристичної індустрії, круїзний туризм поєднує транспортну, готельну та розважальну складові, що робить його функціонування залежним від складної системи міжнародних зв'язків, відкритості кордонів, стабільності епідеміологічної ситуації та довіри споживачів.

Глобальні кризи, зокрема фінансові потрясіння, пандемії та геополітичні конфлікти, мають системний вплив на круїзну галузь, порушуючи усталені моделі попиту та пропозиції. Особливо показовим став період пандемії COVID-19, коли діяльність круїзних компаній фактично була зупинена на глобальному рівні (див. рис. 2.3).

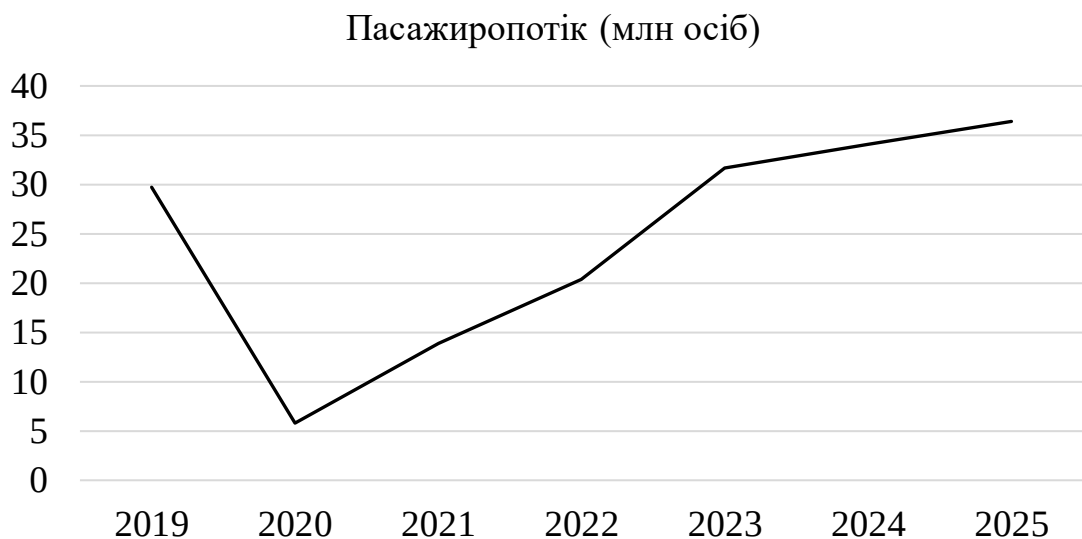


Рис. 2.3 – Динаміка пасажиропотоку круїзного туризму, млн. осіб [8]

Обмеження на пересування, закриття портів і жорсткі санітарні вимоги призвели до безпрецедентного падіння пасажиропотоку, що поставило під загрозу фінансову стійкість навіть найбільших операторів. У цей період круїзні судна з символів відпочинку трансформувалися у фактор підвищеного епідеміологічного ризику, що суттєво вплинуло на сприйняття галузі споживачами.

Разом із тим, кризи виконують не лише дестабілізуючу, але й трансформаційну функцію. Після кожного етапу спаду галузь демонструє здатність до адаптації, переглядаючи операційні моделі, стандарти безпеки та маркетингові підходи. У постпандемічний період відновлення круїзного туризму супроводжувалося впровадженням посилених санітарно-епідеміологічних протоколів, цифровізацією сервісів, оптимізацією маршрутів і зростанням уваги до індивідуалізації туристичного досвіду (див. табл. 2.4) [34].

Таблиця 2.4 – Трансформаційні заходи відновлення круїзної індустрії у постпандемічний період

Напрямок трансформації	Ключові заходи та інструменти реалізації	Очікуваний результат для галузі
Санітарна безпека	Впровадження систем фільтрації повітря, регулярне тестування, безконтактна реєстрація.	Відновлення довіри споживачів та мінімізація епідеміологічних ризиків.
Цифровізація сервісів	Використання мобільних додатків для замовлення послуг, віртуальні черги, IoT-технології на борту.	Підвищення операційної ефективності та скорочення витрат на персонал.
Оптимізація маршрутів	Акцент на «домашні порти» (Home ports), короткі маршрути, розвиток приватних дестинацій (островів).	Зниження логістичних ризиків та паливної залежності.
Індивідуалізація досвіду	Створення нішевих продуктів, персоналізація меню та розваг на основі AI-аналітики.	Зростання лояльності клієнтів та середнього чека (бортових витрат).
Стійкість та інновації	Інвестиції в LNG-паливо, технології енергозбереження та цифрові системи управління судном.	Підвищення адаптивності до зовнішніх шоків та екологічних стандартів.

Ця таблиця наочно демонструє, що галузь не просто повернулася до попереднього стану, а здійснила якісний стрибок. Інноваційний потенціал став основним драйвером, що дозволив круїзним компаніям перетворити кризу на можливість для технологічного оновлення. Це свідчить про те, що стійкість галузі значною мірою базується на її інноваційному потенціалі та здатності швидко реагувати на зміну зовнішнього середовища.

Динаміка відновлення круїзної індустрії після криз має хвилеподібний характер і залежить від поєднання глобальних і регіональних чинників. Після початкового різкого спаду зазвичай спостерігається етап поступового відновлення, який супроводжується зміною структури попиту. Зокрема, зростає популярність коротших маршрутів, внутрішньорегіональних круїзів і подорожей із підвищеним рівнем безпеки та приватності. Одночасно посилюється роль внутрішніх ринків, що дозволяє частково компенсувати втрати від скорочення міжнародного туризму [29].

Важливим елементом стійкості круїзної галузі є її інтеграція у глобальні економічні процеси. З одного боку, це забезпечує доступ до широких ринків і ресурсів, а з іншого – підвищує вразливість до зовнішніх шоків. Саме тому сучасні стратегії розвитку круїзних компаній спрямовані на диверсифікацію ринків, розширення географії маршрутів і зниження залежності від окремих регіонів. Паралельно зростає значення сталого розвитку, екологічної відповідальності та взаємодії з місцевими громадами, що формує нову модель функціонування галузі (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Стратегічна адаптація круїзної індустрії до глобальних економічних процесів

Вплив глобалізації	Стратегічна відповідь компаній (Заходь)	Очікуваний результат
Доступ до ресурсів та ринків	Диверсифікація ринків збуту (вихід на ринки Азії, Близького Сходу).	Розширення клієнтської бази та зниження фінансових ризиків.

Продовження таблиці 2.5

Вплив глобалізації	Стратегічна відповідь компаній (Заходь)	Очікуваний результат
Вразливість до зовнішніх шоків	Розширення географії маршрутів та гнучке планування сезонності.	Зменшення залежності від політичної чи економічної нестабільності в окремих регіонах.
Екологічний тиск та нормативи	Впровадження принципів сталого розвитку (Green Cruising), використання альтернативного палива.	Відповідність міжнародним екологічним стандартам та покращення іміджу.
Соціальний вплив на дестинації	Активна взаємодія з місцевими громадами, інвестиції в інфраструктуру портів.	Зниження конфліктності (проблема «overtourism») та формування стійких партнерств.
Економічна взаємозалежність	Вертикальна інтеграція (володіння терміналами, приватними островами, туроператорами).	Контроль за схемою створення вартості та стабільність доходів.

Ця таблиця демонструє перехід від «експлуатаційної» моделі розвитку до «моделі відповідального зростання». Інтеграція у глобальні процеси більше не розглядається лише як інструмент отримання прибутку, а стає механізмом забезпечення довгострокової виживаності галузі.

Цей аналіз підтверджує, що сучасна круїзна компанія – це не просто перевізник, а складний геополітичний та соціально-економічний суб'єкт, чия стійкість залежить від балансу між глобальним охопленням та локальною відповідальністю.

Таким чином, глобальні кризи виступають каталізатором структурних змін у круїзній індустрії, одночасно виявляючи її слабкі місця та стимулюючи модернізацію. Попри високу чутливість до зовнішніх викликів, галузь демонструє значний потенціал до відновлення, що підтверджується швидким поверненням попиту після стабілізації ситуації. У довгостроковій перспективі стійкість круїзного туризму визначатиметься здатністю поєднувати

економічну ефективність із безпекою, інноваційністю та адаптивністю до глобальних трансформацій.

Висновки до розділу 2.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, слід зазначити, що круїзний туризм сформувався як складний, багаторівневий сегмент міжнародної туристичної індустрії, у якому поєднуються транспортна, готельна та розважальна складові, що зумовлює специфіку формування його продукту. Круїзний продукт характеризується високим рівнем інтегрованості послуг, стандартизації сервісу та водночас значною диференціацією пропозиції залежно від цільових сегментів споживачів, що забезпечує його конкурентоспроможність на глобальному ринку.

Аналіз сучасної структури ринку засвідчив його високу концентрацію, домінування транснаціональних корпорацій та активне впровадження інноваційних підходів до управління флотом, маршрутизації та маркетингу. Це сприяє підвищенню ефективності функціонування галузі, однак одночасно посилює залежність від глобальних економічних та соціально-політичних процесів.

Дослідження впливу глобальних криз підтвердило, що круїзний туризм є вразливим до зовнішніх шоків, зокрема пандемій, економічних спадів і геополітичної нестабільності, що безпосередньо впливають на мобільність населення та рівень довіри туристів. Водночас галузь демонструє здатність до адаптації через трансформацію бізнес-моделей, посилення санітарних протоколів, цифровізацію сервісів і диверсифікацію маршрутів, що забезпечує поступове відновлення попиту.

Таким чином, сучасний розвиток круїзного туризму визначається поєднанням високого рівня глобалізації, інноваційності та чутливості до кризових явищ, що зумовлює необхідність формування стратегій стійкого розвитку, орієнтованих на підвищення гнучкості, безпеки та якості туристичного продукту.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Екологічні виклики та впровадження концепції сталого розвитку у круїзній індустрії (Green Cruising)

Розвиток круїзної індустрії упродовж останніх десятиліть супроводжується зростанням її економічної ваги, водночас актуалізуючи комплекс екологічних викликів, які дедалі більше визначають межі подальшої експансії галузі. Специфіка круїзного туризму полягає у високій концентрації туристичних потоків на обмеженому просторі судна та вразливих прибережних екосистемах, що зумовлює підвищене навантаження на морське середовище, атмосферу та портову інфраструктуру. У цьому контексті екологічна проблематика виходить за межі локальних впливів і трансформується у системний фактор, що впливає на конкурентоспроможність круїзних компаній і репутаційне сприйняття галузі загалом [42].

Одним із ключових викликів залишається забруднення повітря, спричинене використанням традиційних видів суднового палива, що характеризуються високим вмістом сірки та викидами парникових газів. Це особливо критично для портових міст і популярних туристичних дестинацій, де концентрація суден призводить до погіршення якості повітря та зростання соціального напруження серед місцевого населення. Паралельно з цим загострюється проблема забруднення морського середовища, пов'язана зі скидами стічних вод, відходів та мікропластику, що негативно впливає на біорізноманіття та екологічну рівновагу прибережних зон. Не менш вагомим є фактор фізичного навантаження на екосистеми через масове відвідування портів заходу, що спричиняє деградацію природних і культурних ресурсів у популярних туристичних регіонах [43].

У відповідь на ці виклики в круїзній індустрії поступово формується

концепція «зеленого круїзingu» як складова ширшої парадигми сталого розвитку. Її впровадження відображає перехід від реактивних екологічних заходів до стратегічного управління впливами, інтегрованого у бізнес-моделі компаній. Сутність цієї трансформації полягає у поєднанні технологічних інновацій, змін у підходах до операційної діяльності та переосмислення взаємодії з туристами й територіями прийому. Впровадження альтернативних видів палива, зокрема скрапленого природного газу та дослідження перспектив водневих технологій, сприяє зниженню рівня шкідливих викидів, хоча й не вирішує проблему повністю, залишаючи відкритими питання довгострокової декарбонізації.

Важливим напрямом є модернізація суден шляхом інтеграції енергоефективних систем, оптимізації маршрутів та використання берегового електроживлення у портах, що дозволяє суттєво скоротити екологічний слід під час стоянок. Одночасно посилюється увага до управління відходами та водними ресурсами, що передбачає впровадження замкнених циклів використання води, сортування та переробки відходів, а також зменшення використання одноразового пластику. Ці заходи дедалі частіше поєднуються з цифровими рішеннями, які забезпечують моніторинг екологічних показників у режимі реального часу та підвищують прозорість діяльності компаній [44].

Разом із технологічними змінами відбувається трансформація поведінкових моделей споживачів, які стають більш чутливими до екологічних аспектів подорожей. Це стимулює круїзні компанії інтегрувати принципи відповідального туризму у маркетингові стратегії та комунікацію з клієнтами, формуючи нову ціннісну пропозицію, орієнтовану не лише на комфорт і розваги, але й на екологічну свідомість. Водночас посилюється роль міжнародного регулювання та стандартів, що встановлюють жорсткіші вимоги до екологічних показників діяльності судноплавства, стимулюючи галузь до прискорення екологічної модернізації.

Попри позитивну динаміку впровадження принципів сталого розвитку, існує низка структурних обмежень, пов'язаних із високою капіталомісткістю

інновацій, тривалими строками оновлення флоту та неоднорідністю регуляторного середовища у різних регіонах світу. Це зумовлює асиметрію у рівні екологізації діяльності окремих компаній і напрямів круїзних маршрутів. У результаті «зелений круїзинг» наразі перебуває на етапі становлення як комплексна модель розвитку, що поєднує економічні інтереси галузі з необхідністю мінімізації негативного впливу на довкілля.

Сучасний етап трансформації світової круїзної індустрії характеризується жорсткою кореляцією між економічною ефективністю та екологічною відповідальністю. Впровадження концепції Green Cruising перестало бути добровільною ініціативою окремих брендів, перетворившись на фундаментальну умову виживання галузі в умовах глобального кліматичного регулювання (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Систематизація екологічних викликів та інструментів сталого розвитку в круїзній індустрії [45]

Категорія викликів	Технологічні та управлінські рішення (Green Cruising)	Екологічний та стратегічний ефект
Емісія парникових газів та забруднення повітря	Перехід на LNG, використання скруберів, впровадження водневих паливних елементів та акумуляторних систем.	Радикальне зниження викидів оксидів сірки та азоту, поступова декарбонізація флоту.
Енергоефективність під час стоянки	Технологія Shore Power (підключення до берегової електромережі).	Повна зупинка двигунів біля порту, ліквідація атмосферних викидів та шуму у прибережних містах.
Управління водними ресурсами	Системи очищення баластних вод, замкнуті цикли очищення стічних вод до стану технічної води.	Запобігання перенесенню інвазійних видів та забрудненню акваторій дестинацій хімічними речовинами.

Продовження таблиці 3.1

Категорія викликів	Технологічні та управлінські рішення (Green Cruising)	Екологічний та стратегічний ефект
Поводження з відходами	Плазмова газифікація, повна відмова від одноразового пластику, автоматизоване сортування та переробка на борту.	Мінімізація твердих відходів, що вимагають вивантаження на берег; досягнення статусу «Zero Waste to Landfill».
Соціально-екологічний вплив	Диверсифікація маршрутів для запобігання overtourism, обмеження кількості лайнерів у чутливих екосистемах.	Збереження природної привабливості дестинацій та зниження соціальної напруженості у місцевих громадах.
Інституційне регулювання	Дотримання стандартів IMO (Tier III) та стратегії Destination Net Zero до 2050 року.	Підвищення інвестиційної привабливості компаній через відповідність критеріям ESG.

Ця таблиця демонструє, що концепція Green Cruising є багатовекторною. Найважливішим аспектом для магістерської роботи є те, що екологізація сьогодні виступає не як витратна частина бюджету, а як інноваційний драйвер. Впровадження таких технологій, як або LNG-двигунів, дозволяє компаніям не лише уникати штрафів, а й формувати преміальний імідж серед екологічно свідомих туристів, що є прямим конкурентним перевагою на сучасному ринку.

Основний екологічний виклик полягає у необхідності радикальної декарбонізації флоту, що потребує переходу від традиційного важкого мазуту до альтернативних джерел енергії. У цьому контексті найперспективнішим перехідним рішенням є використання зрідженого природного газу, який дозволяє суттєво мінімізувати викиди оксидів сірки та азоту, хоча й не розв’язує проблему парникових газів у повному обсязі (див. рис. 3.1).

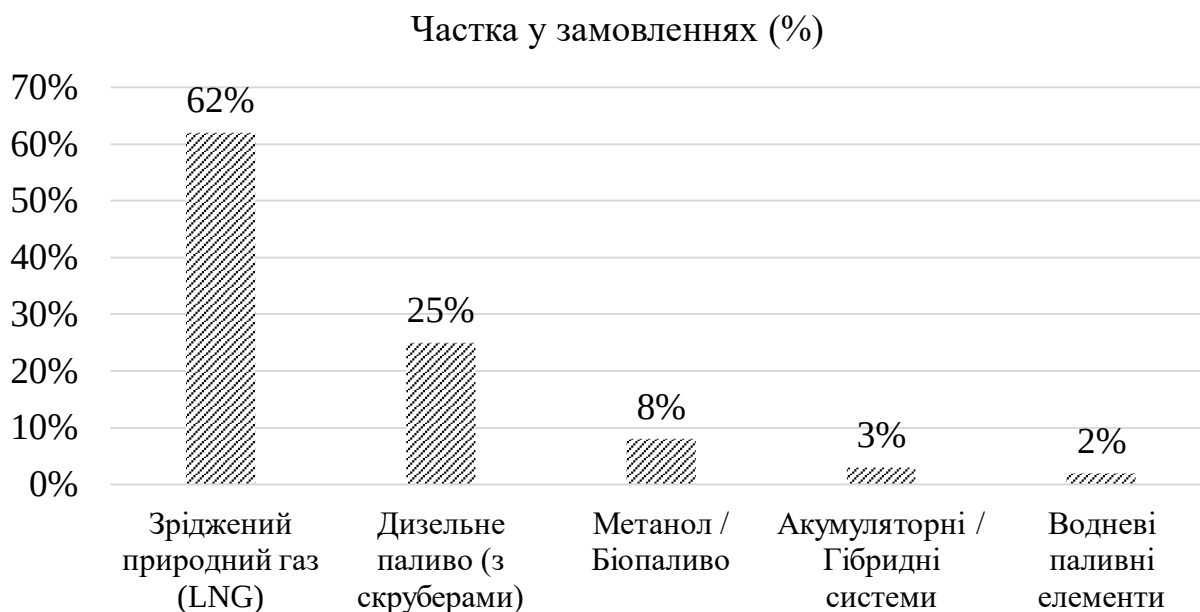


Рис. 3.1 – Прогноз структури енергоспоживання у круїзному флоті (2025 – 2030 рр.) [9]

Понад 60% нових лайнерів будуються під використанням газу, що підтверджує його статус як головного «палива перехідного періоду» до 2030 року. Хоча частка водню та метанолу наразі невелика, наявність таких проєктів свідчить про готовність корпорацій інвестувати у технології з нульовим рівнем викидів для виконання цілей ІМО до 2050 року. Зростання частки гібридних систем безпосередньо корелює з розвитком інфраструктури Shore Power у ключових портах Європи та Північної Америки.

Паралельно з енергетичним переходом, реалізація стратегії сталого розвитку охоплює комплексну модернізацію систем життєзабезпечення лайнерів. Це передбачає впровадження замкнутих циклів управління водними ресурсами та передових технологій термічної переробки відходів безпосередньо на борту, що нівелює негативний вплив на морські екосистеми. Важливим аспектом є також розвиток берегової енергетичної інфраструктури, яка дозволяє суднам відключати двигуни під час стоянки в портах, мінімізуючи шумове та атмосферне забруднення у густонаселених

прибережних зонах.

Аналіз впровадження принципів сталого розвитку вказує на зміну самої філософії круїзного продукту. Сучасні компанії змушені балансувати між задоволенням зростаючого попиту на подорожі та дотриманням суворих лімітів на викиди вуглецю, встановлених Міжнародною морською організацією. Це стимулює інвестиції у довгострокові технологічні розробки, такі як водні паливні елементи, вітрильні допоміжні системи та акумуляторні установки великої ємності. Таким чином, екологічна компонента стає ключовим індикатором інноваційності та інструментом формування лояльності свідомого споживача, що в кінцевому підсумку визначає інвестиційну привабливість круїзних корпорацій у довгостроковій перспективі [46].

Концепція Green Cruising також трансформує взаємодію галузі з туристичними DESTИНАЦІЯМИ, стимулюючи перехід до моделі відповідального управління потоками. Це дозволяє запобігати деградації природних ландшафтів та соціальної напруженості, створюючи умови для гармонійного співіснування глобального круїзного бізнесу та місцевих екосистем.

Таким чином, екологічні виклики виступають не лише фактором ризику, але й каталізатором трансформації круїзної індустрії, сприяючи переходу до більш стійких моделей функціонування. Реалізація концепції сталого розвитку у цьому сегменті туризму потребує системного підходу, що охоплює технологічні, управлінські та соціальні аспекти, і визначає перспективи збереження його конкурентоспроможності в умовах зростаючого глобального екологічного тиску.

3.2. Інноваційні технології в обслуговуванні туристів: від будівництва «розумних» лайнерів до цифровізації сервісу

Сучасний етап розвитку круїзної індустрії характеризується глибокою технологічною трансформацією, яка охоплює всі рівні створення та надання

туристичного продукту – від проєктування і будівництва суден до організації взаємодії з пасажиром під час подорожі. Інноваційні технології дедалі більше визначають не лише операційну ефективність круїзних компаній, але й якість туристичного досвіду, формуючи нові стандарти обслуговування, орієнтовані на персоналізацію, безпеку та безперервність сервісу.

Ключовою тенденцією є перехід до концепції «розумного» лайнера, який розглядається як інтегрована цифрова екосистема. На етапі будівництва суден впроваджуються рішення, що базуються на принципах автоматизації, модульності та енергоефективності, а також використанні сенсорних мереж і систем Інтернету речей. Це дозволяє забезпечити постійний моніторинг технічного стану судна, оптимізацію витрат ресурсів і підвищення рівня безпеки. Одночасно створюються умови для гнучкого управління внутрішніми сервісами, що трансформує лайнер із традиційного засобу перевезення у високотехнологічний туристичний простір [47].

Цифровізація обслуговування туристів проявляється у впровадженні інтерактивних платформ, мобільних застосунків та систем безконтактної взаємодії, які охоплюють усі етапи подорожі. Від моменту бронювання до завершення круїзу пасажир отримує доступ до персоналізованих послуг, що базуються на аналізі його вподобань і поведінкових характеристик. Використання цифрових ідентифікаторів, електронних браслетів або мобільних ключів дозволяє інтегрувати функції доступу до кают, оплати послуг і навігацію на борту в єдину систему, підвищуючи зручність і швидкість обслуговування (див. табл. 3.2).

Особливого значення набуває застосування технологій штучного інтелекту та великих даних, які забезпечують аналітичну основу для прийняття управлінських рішень. Обробка значних масивів інформації про поведінку туристів дозволяє компаніям прогнозувати попит, оптимізувати завантаження сервісів і формувати індивідуалізовані пропозиції в режимі реального часу. Це не лише підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й сприяє зростанню доходів через більш ефективне управління [48].

Таблиця 3.2 – Інноваційні технології та цифровізація сервісу в круїзній індустрії

Рівень інновацій	Технологічні рішення та інструменти	Вплив на клієнтський досвід та операційну ефективність
Інфраструктурний (Smart Ship)	Інтернет промов (IoT), мережа сенсорів, високошвидкісний супутниковий зв'язок (Starlink).	Створення безшовної середовища, автоматизація навігації по судну та миттєвий доступ до мережі.
Персоналізація (AI & Big Data)	Алгоритми аналізу споживчих переваг, мобільні додатки-асистенти, інтелектуальні меню.	Перехід від масового продукту до кастомізованого сервісу; надання рекомендацій на основі профілю гостя.
Інтерфейсний (Contactless)	Технології розпізнавання обличчя (Biometrics), цифрові браслети (RFID/BLE), безконтактна реєстрація.	Ліквідація черг, прискорення процесу посадки (check-in) та безпечне управління доступом до кают.
Розважальний (Immersive)	Доповнена (AR) та віртуальна (VR) реальність, голографічні шоу, інтерактивні стіни.	Розширення між традиційними розвагами, створення імерсивних екскурсійних та бортових програм.
Логістичний (Crowd Management)	Штучний інтелект для моніторингу пасажиропотоків, динамічне бронювання ресторанів та зон відпочинку.	Оптимізація завантаження громадських зон, запобігання скупченню людей та підвищення рівня комфорту.
Експлуатаційний (Digital Twin)	Цифрові двійники судна, інтелектуальні системи енергозбереження у каютах.	Підвищення безпеки плавання та автоматична адаптація мікроклімату під потреби пасажирів.

Ця таблиця наочно демонструє перехід від «аналогового» до «дата-

центричного» обслуговування. Ключовим моментом для наукового аналізу є те, що цифровізація не просто замінює персонал, а вивільняє його ресурси для розв’язання найскладніших завдань, водночас надаючи пасажиру повний контроль над своєю подорожжю через мобільний пристрій. Це формує новий стандарт «невидимого сервісу», де технології забезпечують комфорт без зусиль з боку туриста [47].

Паралельно з цим розвиваються технології віртуальної та доповненої реальності, які розширюють можливості інтерпретації туристичного досвіду як на борту судна, так і під час екскурсій у портах заходу. Вони дозволяють створювати інтерактивні середовища, що поглиблюють залученість туристів і підвищують цінність культурно-пізнавальних компонентів круїзу. Водночас автоматизація окремих процесів обслуговування, зокрема використання роботизованих систем, сприяє підвищенню ефективності та стандартизації сервісу, хоча й актуалізує питання збереження балансу між технологічністю та «людяністю» туристичного досвіду (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Пріоритетні напрямки цифровізації сервісу (2025 – 2030 рр.)

Технологічний сегмент	Частка інвестицій, %	Ключова мета впровадження	Очікуваний термін окупності
IoT та Зв’язок (Starlink / Bluetooth)	35	Безшовний інтернет та навігація по судну	1 – 2 роки
Штучний інтелект та Big Data	25	Глибока персоналізація та прогнозування попиту	2 – 3 роки
Біометрична безпека (FaceID)	20	Ліквідація черг та прискорення логістики	1 – 3 роки
VR / AR та іммерсивні шоу	15	Створення унікального розважального контенту	3 – 4 роки
Роботизація та дрони	5	Автоматизація барів та сервісу доставки на	5+ років

		палубі	
--	--	--------	--

Найбільша частка інвестицій (35%) припадає на інфраструктуру зв'язку. Це пояснюється тим, що без стабільного Wi-Fi та IoT-мережі неможливе функціонування решти сервісів (мобільних додатків, AI-асистентів тощо) (див. рис. 3.2) [48].

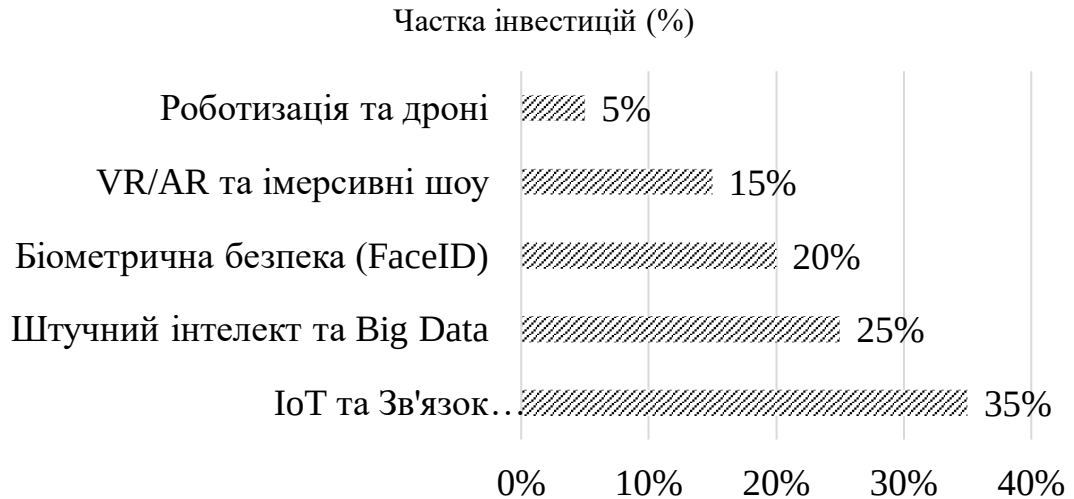


Рис. 3.2 – Частка інвестицій технологічного сегменту у круїзній індустрії

25% інвестицій у персоналізацію мають на меті не лише комфорт, а й стимулювання бортових витрат. Прогнозуючи бажання клієнта, компанія підвищує конверсію у продажі послуг. Біометрія (20%) є критичною для великих лайнерів (5000+ пасажирів), оскільки традиційні методи реєстрації створюють логістичні колапси, що негативно впливають на імідж бренду.

Інноваційні технології також відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки та стійкості функціонування круїзних компаній, що особливо актуалізувалося в умовах глобальних криз. Безконтактні рішення, цифрові системи контролю стану здоров'я та управління потоками пасажирів дозволяють мінімізувати ризики та підвищити довіру до круїзного продукту. Таким чином, технологічні інновації стають не лише інструментом підвищення якості обслуговування, але й важливим фактором відновлення

галузі після кризових потрясінь [49].

Разом із тим, цифрова трансформація супроводжується низкою викликів, пов'язаних із високими інвестиційними витратами, необхідністю кібербезпеки та захисту персональних даних, а також потребою у підготовці персоналу до роботи в нових технологічних умовах. Це зумовлює нерівномірність впровадження інновацій у різних компаніях і сегментах ринку, що впливає на рівень їх конкурентоспроможності.

Трансформація сервісної моделі у сучасному круїзному судноплаванні базується на концепції безшовного клієнтського досвіду, де технологічні інновації виступають не лише інструментом оптимізації, а й ключовим елементом ціннісної пропозиції. Процес цифровізації охоплює повний цикл взаємодії з туристом, починаючи від етапу проєктування «розумних» лайнерів, які інтегрують у свою архітектуру тисячі сенсорів та точок доступу до високошвидкісного інтернету. Це створює фундамент для функціонування інтернету мов (IoT), що дозволяє синхронізувати роботу бортових систем із персональними пристроями пасажирів, забезпечуючи інтуїтивну навігацію, автоматизацію реєстраційних процесів та безконтактне керування каютним простором [48].

Центральне місце в інноваційній екосистемі обслуговування посідають інтелектуальні платформи персоналізації, які на основі алгоритмів великих даних аналізують споживчі переваги в режимі реальної години. Це дає змогу круїзним операторам формувати динамічний пакет послуг, адаптований до індивідуальних запитів кожного гостя – від гастрономічних рекомендацій до персоналізованих розважальних програм. Впровадження технологій доповненої та віртуальної реальності в екскурсійну діяльність та бортові атракції розширює межі традиційного сервісу, створюючи імерсивну среду, що стимулює емоційне залучення туриста. Водночас цифровізація суттєво підвищує операційну прозорість, дозволяючи пасажирам контролювати витрати та керувати своїм розкладом через мобільні застосування без необхідності прямої взаємодії з персоналом [50].

Стратегічний розвиток сервісної інфраструктури «розумних» суден також спрямований на інтеграцію штучного інтелекту до системи безпеки та логістики пасажиропотоків. Інтелектуальне управління чергами та оптимізація завантаження громадських зон дозволяють нівелювати дискомфорт від високої концентрації людей на борту мега-лайнєрів, що є критично важливим для підтримання преміального статусу відпочинку [51].

Таким чином, перехід до цифровізованого сервісу знаменує собою зміну парадигми від масового обслуговування до високоточної кастомізації, де технології стають невидимим, але визначальним фактором комфорту, безпеки та унікальності туристичного досвіду. Цей технологічний стрибок не лише підвищує конкурентоспроможність окремих компаній, а й формує нові стандарти якості для всієї глобальної індустрії гостинності.

У підсумку, інноваційні технології виступають ключовим драйвером трансформації круїзної індустрії, формуючи нову модель обслуговування туристів, у якій поєднуються високий рівень автоматизації, персоналізації та інтегрованості сервісів. Подальший розвиток галузі значною мірою залежатиме від здатності компаній ефективно інтегрувати технологічні рішення у свою діяльність, забезпечуючи баланс між інноваційністю, економічною доцільністю та якістю туристичного досвіду.

3.3. Прогнозні сценарії розвитку світового круїзного туризму та рекомендації щодо підвищення його конкурентоспроможності

Формування прогнозних сценаріїв розвитку світового круїзного туризму відбувається в умовах високої невизначеності, зумовленої поєднанням макроекономічних коливань, геополітичної нестабільності, технологічних зрушень і посилення екологічних вимог. Така багатфакторність зумовлює необхідність сценарного підходу, який дозволяє не лише окреслити можливі траєкторії динаміки галузі, але й оцінити чутливість круїзного ринку до ключових драйверів змін. У цьому контексті розвиток круїзного туризму

постає як результат взаємодії попиту, що трансформується під впливом нових споживчих пріоритетів, і пропозиції, яка адаптується через інновації, диверсифікацію продукту та оптимізацію операційних моделей.

Очікувана динаміка попиту визначається поступовим відновленням міжнародної мобільності та зростанням інтересу до комплексних туристичних продуктів, що поєднують комфорт, безпеку та багатоваріантність досвіду. Водночас змінюється структура споживання, де зростає роль індивідуалізації, екологічної відповідальності та цифрової інтегрованості послуг. Це стимулює круїзні компанії до переосмислення традиційних форматів круїзів, розвитку тематичних і нішевих маршрутів, а також до розширення географії подорожей за рахунок нових регіонів, які раніше залишалися поза основними туристичними потоками [52].

З боку пропозиції ключовими факторами залишаються технологічна модернізація флоту, впровадження принципів сталого розвитку та підвищення гнучкості управління. Подальше впровадження енергоефективних рішень, альтернативних джерел енергії та цифрових платформ управління дозволяє не лише знижувати витрати, але й відповідати зростаючим регуляторним вимогам і суспільним очікуванням щодо екологічної відповідальності. Водночас посилення конкуренції на глобальному ринку зумовлює необхідність постійного оновлення продукту, підвищення якості сервісу та формування унікальних туристичних пропозицій.

У сценарному вимірі можна констатувати, що розвиток галузі коливатиметься між траєкторіями прискореного зростання та обмеженої стабілізації залежно від інтенсивності зовнішніх ризиків. За сприятливих умов круїзний туризм має потенціал до розширення за рахунок нових сегментів споживачів, активізації маршрутів і поглиблення інтеграції з іншими секторами туристичної індустрії. Натомість у разі посилення кризових явищ можливе уповільнення темпів зростання, перегляд інвестиційних програм і концентрація ресурсів на підвищенні операційної стійкості [53].

У цих умовах конкурентоспроможність круїзного туризму визначається

здатністю галузі до комплексної адаптації, що поєднує технологічні інновації, екологічну відповідальність і орієнтацію на змінні потреби туристів. Важливим напрямом є поглиблення цифровізації, яка забезпечує не лише оптимізацію внутрішніх процесів, але й формує нову якість взаємодії з клієнтами через персоналізовані сервіси та аналітику поведінки. Одночасно актуалізується необхідність зміцнення партнерських зв'язків із портами, локальними громадами та іншими учасниками туристичного ринку, що сприяє більш збалансованому розвитку дестинацій і підвищенню їх привабливості.

Значну роль відіграє і стратегічне управління ризиками, що передбачає диверсифікацію маршрутів, гнучкість цінової політики та формування резервів для реагування на кризові ситуації. Підвищення рівня безпеки, включаючи санітарно-епідеміологічні стандарти, стає невід'ємною складовою конкурентної боротьби, оскільки безпосередньо впливає на довіру споживачів. У поєднанні з цим важливою умовою є інвестування у людський капітал, що забезпечує якість сервісу та ефективність впровадження інновацій.

Прогнозування майбутньої траєкторії світового круїзного туризму вимагає врахування багатofакторної моделі, де ключову роль відіграють темпи енергетичного переходу, геополітична стабільність та зміна поколінь споживачів. Оптимістичний сценарій розвитку галузі базується на успішній інтеграції водородних та метанолових технологій, що дозволить сектору досягти статусу екологічно нейтрального виду транспорту, значно розширюючи доступ до закритих наразі природних зон та арктичних маршрутів. У такому контексті конкурентоспроможність операторів буде визначатися не стільки розміром флоту, скільки здатністю забезпечити унікальний експедиційний досвід у поєднанні з найвищими стандартами сталого розвитку, що відповідає запитам екологічно свідомих пасажирів нового покоління [54].

Водночас консервативний сценарій передбачає сповільнення зростання через посилення регуляторного тиску та можливі обмеження на використання традиційних паливних систем у ключових акваторіях. Це вимагатиме від

компаній глибокої реструктуризації бізнес-моделей у бік інтенсифікації доходів від існуючих маршрутів та підвищення лояльності клієнтів через персоналізацію сервісу на основі штучного інтелекту. Для зміцнення конкурентних позицій у таких умовах критично важливим стає перехід від стратегії масового охоплення до створення нішевих, тематичних круїзних продуктів, орієнтованих на конкретні інтереси – від науково-освітніх експедицій до інтелектуальних ретритів на борту [55].

Для систематизації стратегічного планування у роботі нижче наведена таблиця 3.4, що порівнює прогностні сценарії та містить конкретні рекомендації щодо зміцнення позицій на ринку.

Таблиця 3.4 – Порівняльний аналіз сценаріїв розвитку та стратегічні рекомендації

Параметр порівняння	Оптимістичний сценарій («Технологічний прорив»)	Консервативний сценарій («Адаптивна стабілізація»)	Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності
Технологічний базис	Повний перехід на водень, метанол та відновлювані джерела енергії.	Використання LNG як основного палива з акцентом на очищення викидів.	Інвестувати у гнучкі паливні системи (Dual-fuel), здатні адаптуватися до нових типів горючого.
Географія маршрутів	Відкриття унікальних арктичних та заповідних зон завдяки нульовим викидам.	Робота у традиційних акваторіях із жорсткими екологічними лімітами.	Розвивати експедиційний сегмент та нішеві маршрути до менш завантажених портів.
Модель споживання	Домінування екологічно свідомих міленіалів та покоління Z.	Збереження лояльності традиційної аудиторії при поступовому	Трансформувати лайнер у «цифрову екосистему» з високим рівнем індивідуалізації

		омолодженні.	сервісу.
--	--	--------------	----------

Продовження таблиці 3.4

Параметр порівняння	Оптимістичний сценарій («Технологічний прорив»)	Консервативний сценарій («Адаптивна стабілізація»)	Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності
Взаємодія з портами	Гармонійна інтеграція до інфраструктури «розумних міст» (Smart Cities).	Конфліктна адаптація до квот на відвідування через проблему overtourism.	Створювати спільні з місцевими громадами проекти розвитку портової інфраструктури.
Економічний показник	Зростання за рахунок нових ринків та високої вартості інноваційних турів.	Стабілізація доходів через оптимізацію витрат та підвищення бортових продаж.	Впроваджувати ІІІ-платформи для динамічного ціноутворення та персоналізації пропозицій.

Ця таблиця демонструє, що незалежно від обраного сценарію, головним фактором конкурентоспроможності стає здатність до швидкої технологічної та соціальної адаптації. Рекомендації фокусуються на тому, що майбутній лідер ринку – це компанія, яка поєднує екологічну нейтральність із глибокою цифровою кастомізацією продукту. Ігнорування будь-якого з цих векторів (екологічного чи цифрового) призведе до неминучої втрати ринкових позицій у горизонті 5 – 10 років.

Для візуалізації стратегічного планування найкраще використати діаграму, яка демонструє ймовірність реалізації шкірного сценарію та рівень необхідних інвестицій для адаптації до них (див. рис. 3.3).

Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності галузі на глобальному рівні мають фокусуватися на синергії цифровізації та соціальної відповідальності. Першочерговим завданням є розвиток інтелектуальної портової інфраструктури, яка дозволить синхронізувати логістику судна з потребами місцевих громад, нівелюючи ризики надмірного туризму та

сприяючи гармонійному розвитку дестинацій. Крім того, стратегічна перевага буде належати тим гравцям, які зможуть трансформувати лайнер у «цифрову екосистему», що забезпечує безперервну зв'язок та високу якість життя під час тривалих автономних переходів [56].

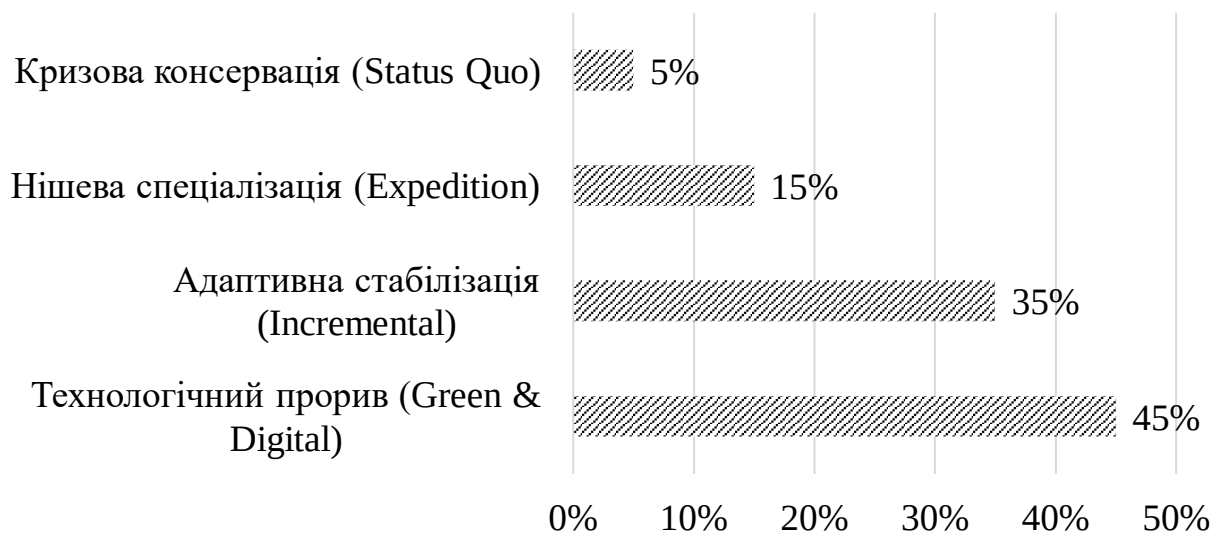


Рис. 3.3 – Прогнозна модель розвитку та інвестиційна ємність сценаріїв (2026 – 2035 pp.) [53]

Найбільша ймовірність (45%) віддається сценарію «Технологічного прориву», незважаючи на те, що він вимагає найвищих інвестицій (10/10). Це свідчить про те, що галузь не має іншого шляху, крім повної екологізації та цифровізації. Консервативний сценарій здається дешевшим у короткостроковій перспективі, але він несе найбільші ризики через невідповідність майбутнім екологічним стандартам. Показник пріоритетності вказує на те, що компаніям слід одночасно розвивати і технологічну базу, і нішеві продукти (експедиції), щоб диверсифікувати ризики.

Майбутнє круїзної індустрії залежить від її здатності вийти за межі традиційного формату перевезення, перетворившись на високотехнологічну платформу для безпечного, екологічного та індивідуалізованого пізнання

світу.

Таким чином, прогностні сценарії розвитку світового круїзного туризму свідчать про його значний потенціал до подальшого зростання за умови ефективного управління ризиками та адаптації до глобальних викликів. Підвищення конкурентоспроможності галузі пов'язане з переходом до більш гнучких, інноваційних і стійких моделей функціонування, що дозволяють не лише реагувати на зміни зовнішнього середовища, але й формувати нові можливості для розвитку в умовах трансформації світового туристичного ринку.

Висновки до розділу 3.

Узагальнення результатів дослідження проблем і перспектив розвитку круїзного туризму дозволяє констатувати, що сучасний етап еволюції галузі визначається поєднанням структурних викликів і потужних трансформаційних імпульсів, які формують нову модель її функціонування. Екологічний тиск, зростання регуляторних вимог і підвищення суспільної уваги до питань сталого розвитку зумовлюють необхідність глибокої переорієнтації круїзної індустрії на принципи відповідального природокористування та мінімізації негативного впливу на довкілля. У цьому контексті концепція «зеленого круїзingu» поступово трансформується з інструменту іміджевої політики у стратегічний напрям розвитку, що визначає довгострокову конкурентоспроможність галузі.

Паралельно відбувається інтенсивна цифрова та технологічна модернізація, яка охоплює як процеси створення круїзного продукту, так і моделі обслуговування туристів. Впровадження інноваційних рішень сприяє підвищенню ефективності управління, оптимізації ресурсів і формуванню персоналізованого туристичного досвіду, що відповідає новим вимогам споживачів. Технологічний фактор дедалі більше виступає ключовим драйвером розвитку, визначаючи не лише якість сервісу, але й здатність галузі адаптуватися до кризових умов і забезпечувати безпеку туристичних потоків.

Аналіз прогнозних сценаріїв засвідчує, що подальша динаміка круїзного туризму залежатиме від ефективності інтеграції екологічних та інноваційних підходів у стратегічне управління компаніями, а також від їх здатності реагувати на зміни глобального середовища. Висока чутливість до зовнішніх ризиків поєднується з потенціалом до відновлення та зростання, що зумовлює необхідність формування гнучких моделей розвитку, орієнтованих на диверсифікацію продукту, розширення ринків і посилення партнерської взаємодії.

Таким чином, перспективи круїзного туризму визначаються переходом до якісно нового етапу, у межах якого ключового значення набуває синергія сталого розвитку, технологічних інновацій і стратегічного прогнозування. Саме здатність забезпечити баланс між економічною ефективністю, екологічною відповідальністю та високим рівнем сервісу формує основу довгострокової конкурентоспроможності круїзної індустрії в умовах трансформації світового туристичного ринку.

ВИСНОВКИ

Узагальнення результатів проведеного дослідження дає підстави стверджувати, що круїзний туризм на сучасному етапі розвитку виступає одним із найбільш динамічних і водночас складних сегментів світової туристичної індустрії, функціонування якого визначається взаємодією історичних, географічних, економічних та технологічних чинників. У процесі дослідження було встановлено, що еволюція круїзів від засобу морських перевезень до високорозвиненого туристичного продукту відбувалася під впливом змін у структурі попиту, розвитку транспортної інфраструктури та глобалізації туристичних потоків. Це сприяло формуванню круїзного туризму як самостійного виду туристичної діяльності з власною специфікою організації, управління та споживання.

Аналіз теоретичних засад дозволив визначити, що сучасний круїзний туризм характеризується широкою географією, яка охоплює як традиційні регіони розвитку, зокрема Карибський басейн і Середземномор'я, так і нові напрями, що поступово інтегруються у світовий туристичний простір. Диверсифікація круїзних маршрутів і поява нових форматів подорожей свідчать про гнучкість галузі та її здатність адаптуватися до змін у споживчих вподобаннях, що стають дедалі більш індивідуалізованими та орієнтованими на унікальний досвід.

У межах другого розділу було доведено, що круїзний туризм функціонує як комплексна система, у якій інтегруються транспортні, готельні, розважальні та логістичні компоненти. Така інтегрованість забезпечує високу додану вартість туристичного продукту, однак одночасно підвищує його чутливість до зовнішніх факторів. Сучасний стан круїзного ринку характеризується високим рівнем концентрації капіталу та домінуванням великих транснаціональних компаній, що визначають основні тенденції розвитку галузі, включаючи стандартизацію сервісу, масштабування бізнесу та активне впровадження інновацій.

Особливу увагу у дослідженні було приділено впливу глобальних криз, які виступають ключовим фактором нестабільності для круїзного туризму. Встановлено, що пандемії, економічні спади та геополітичні конфлікти суттєво обмежують мобільність населення та знижують попит на круїзні подорожі. Водночас галузь демонструє значний адаптаційний потенціал, що проявляється у швидкому впровадженні нових стандартів безпеки, трансформації бізнес-моделей і активізації процесів цифровізації. Це свідчить про здатність круїзного туризму не лише реагувати на кризові виклики, але й використовувати їх як імпульс для структурних змін.

У третьому розділі було обґрунтовано, що подальший розвиток круїзної індустрії визначається необхідністю вирішення комплексу взаємопов'язаних проблем, серед яких провідне місце займають екологічні виклики. Зростання антропогенного навантаження на морські та прибережні екосистеми зумовлює посилення вимог до екологічної відповідальності компаній та стимулює впровадження концепції сталого розвитку. Перехід до «зеленого круїзингу» передбачає інтеграцію екологічних принципів у всі аспекти діяльності — від будівництва суден до організації туристичних маршрутів, що в довгостроковій перспективі стає визначальним фактором конкурентоспроможності.

Водночас встановлено, що інноваційні технології виступають ключовим драйвером трансформації галузі, забезпечуючи підвищення ефективності управління, оптимізацію ресурсів і формування нової якості туристичного досвіду. Розвиток «розумних» лайнерів, цифрових платформ і систем персоналізації послуг змінює підходи до обслуговування туристів, роблячи його більш гнучким, інтерактивним і орієнтованим на індивідуальні потреби споживачів. Це сприяє зміцненню позицій круїзного туризму на глобальному ринку, водночас висуваючи нові вимоги до рівня технологічної підготовки та інвестиційної спроможності компаній.

Прогнозні сценарії розвитку галузі свідчать про наявність як значного потенціалу зростання, так і суттєвих ризиків, пов'язаних із нестабільністю зовнішнього середовища. Успішність подальшого розвитку круїзного туризму

залежатиме від здатності суб'єктів ринку до стратегічного управління, диверсифікації продукту, розширення географії маршрутів та ефективного використання інноваційних рішень. Важливим чинником є також посилення взаємодії з державними структурами, портами та локальними громадами, що сприяє більш збалансованому розвитку туристичних дестинацій.

Отже, результати дослідження підтверджують, що круїзний туризм перебуває на етапі глибокої трансформації, у межах якої визначальними стають принципи сталого розвитку, інноваційності та адаптивності до глобальних викликів. Досягнення поставленої мети та виконання завдань дослідження дозволили комплексно розкрити сутність круїзного туризму, проаналізувати його сучасний стан і обґрунтувати перспективні напрями розвитку. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання для формування стратегій розвитку круїзних компаній, удосконалення державної політики у сфері туризму та підвищення ефективності функціонування круїзної індустрії в умовах глобальних трансформацій.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Нестерчук І. К. Круїзний туризм: історія та сучасність. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 18. С. 98–104.
2. Лук'янова Л. Г., Цибух В. І. Рекреаційні комплекси : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2004. 346 с.
3. Dowling R., Weeden C. Cruise Ship Tourism. Wallingford : CABI Publishing, 2017. 616 p.
4. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм та курортна справа: підручник. Київ : Знання, 2010. 575 с.
5. Галасюк С. С. Круїзний туризм : навч. посіб. Одеса: Астропринт, 2013. 176 с.
6. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. Київ : Атіка, 2022. 264 с.
7. Gibson P. Cruise Operations Management : Hospitality Perspectives. London : Routledge, 2018. 320 p.
8. State of the Cruise Industry Report 2025. URL : <https://cruising.org/resources/state-cruise-industry-report-2025> (дата звернення: 10.03.2026).
9. Vogel M., Papathanassis A., Wolber B. Business and Management of Ocean Cruises. Wallingford : CABI, 2023. 288 p.
10. Cruise industry in Europe. URL : <https://www.statista.com/topics/4211/cruise-industry-in-europe> (дата звернення: 10.03.2026).
11. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.
12. Круїзні лінії. URL : <https://cnns.no/cruise-lines/> (дата звернення: 10.03.2026).
13. Collaboration in Research and Methodology for Official Statistics. URL : <https://cros.ec.europa.eu/> (дата звернення: 10.03.2026).

14. Круїзна індустрія світу – статистика та факти. URL : https://www.statista.com/topics/1004/cruise-industry/?srsltid=AfmBOorM6NdSI_QJBD0uCWqkVhIOnaIluo3MyrqLa_wY8weUAOZb5biO#google_vignette (дата звернення: 10.03.2026).

15. Велике плавання. Нові кораблі-гіганти піднімають круїзну індустрію на небачений рівень. URL : <http://ua.korrespondent.net/lifestyle/travel/3202287> (дата звернення: 12.03.2026).

16. Круїзна індустрія: інтеграл зростання. *Український туризм*. 2024. № 1. С. 18–21.

17. Кізілова Є. Ю. В Круїзний туризм як форма організації міжнародного туризму. *Вісник Київського Національного університету імені Тараса Шевченка*. 2022. № 5. С. 50–52.

18. Олійник Я. Б., Смирнов І. Г. Міжнародна логістика : навч. посіб. Київ : Обрії, 2011. 546 с.

19. Смирнов І. Г., Гурова Д. Д. Логістика круїзного туризму. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. № 3 (13). С. 45–63.

20. Zang Q. Tourism Supply Chain Management:af New Research Agenda. URL : <http://10.1016/j.tourman.05.008.htm> (дата звернення: 10.03.2026).

21. New 2025 State of the Cruise Industry Report Shows Cruising is a Vibrant Tourism Sector Growing Steadily to Meet Rising Consumer Demand and Delivering Significant Global Economic Impact. URL : <https://cruising.org/news/new-2025-state-cruise-industry-report-shows-cruising-vibrant-tourism-sector-growing-steadily> (дата звернення: 14.03.2026).

22. Berlitz Complete Guide to Cruises and Cruise Ships. URL : https://archive.org/details/berlitzcompleteg0000ward_n4l7 (дата звернення: 14.03.2026).

23. Круїзи та довкілля. URL : https://www.reddit.com/r/Cruise/comments/1mzv744/cruising_and_the_environment/?tl=uk (дата звернення: 15.03.2026).

24. Миронов Ю. Б. Маркетинг круїзних послуг: особливості та стратегії

розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. № 42. С. 115–120.

25. Корнілова В. В., Корнілов С. В. Круїзний туризм як пріоритетний напрямок розвитку світового ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. С. 37–42.

26. Rodrigue J.-P., Notteboom T. Geography of Cruises: Itineraries, Not Destinations. *L'Espace Géographique*. 2013. Vol. 42. P. 31-46.

27. Черніна І. В. Проблеми та перспективи розвитку круїзного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету економіки та торгівлі ім. М. Туган-Барановського*. 2024. № 2. С. 45–52.

28. Papathanassis A., Breitner K. Online distribution of cruise product. *Tourism Management*. 2011. Vol. 32. P. 143–152.

29. Закон України «Про туризм». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.03.2026).

30. Sun X., Jiao Y., Tian P. Marketing research in the cruise industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2019. Vol. 31. P. 825–845.

31. Teye V. B., Leclerc D. Product and service delivery in cruise industry. *Cruise Ship Tourism*. 2021. Vol. 4. P. 143–153.

32. Vaggelas G. K., Pallis A. A. Passenger ports: Services provision and their benefits. *Maritime Policy & Management*. 2020. Vol. 37. P. 73–89.

33. Голубкова І. А. Фактори і закономірності структурування глобальної круїзного ринку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 31. С. 75–78.

34. Пешук Л. В., Приходько Д. Ю. Сучасні тенденції розвитку індустрії круїзного туризму в умовах викликів і загроз. *Економіка харчової промисловості*. 2023. Т. 15. С. 72–79.

35. Lau Y. Y., Yip T. L. Inbound logistics for liner shipping companies. *Seaview*. 2020. № 89. P. 3–7.

36. Carnival Corporation & PLC. URL :

https://www.iglta.org/listing/carnival-corporation/3994/gad_source=1&gad-c (дата звернення: 10.03.2026).

37. Carnival Corporation. URL : <https://www.carnival.com/> (дата звернення: 12.04.2026).

38. Royal Caribbean Group. URL : <https://www.royalcaribbean.com/> (дата звернення: 12.04.2026).

39. Royal Caribbean Group повідомляє про результати першого кварталу, які перевищили очікування, та оновлює прогноз на весь рік. URL : <https://royalcaribbeangrouppresscenter.com/> (дата звернення: 13.04.2026).

40. Norwegian Cruise Line. URL : <https://www.nclhltd.com/> (дата звернення: 13.04.2026).

41. Norwegian Cruise Line URL : <https://cruisemapper.com/cruise-lines/Norwegian-Cruise-Line-10> (дата звернення: 15.04.2026).

42. Андрєєва Н. М., Мартинюк О. В. Екологізація морської економіки у контексті реалізації стратегії «голубого» зростання. *Економічні інновації*. 2019. Вип. 2. С. 7–18.

43. Галасюк С. С., Кузнєцова Н. М. Екологічна відповідальність круїзних компаній як фактор конкурентоспроможності на світовому ринку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 4. С. 142–148.

44. Чорна Л. О., Шурдак О. А. Сталій розвиток круїзної індустрії: виклики та можливості. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. С. 54–63.

45. Johnson D. Environmentally sustainable cruise tourism: A reality check. *Marine Policy*. 20202. Vol. 26. P. 261–270.

46. Weeden C., Lester J.-A. Cruise Ship Tourism: Issues and Trends. *CABI Tourism Texts*. 2024. 320 p.

47. Шпаченко О. Нове покоління морських технологій з безпеки мореплавства. *Вісник Держгідрографії*. 2023. № 2. С. 17–20.

48. Що таке інтернет речей: як IoT робить бізнес ефективнішим. URL : <https://www.oschadbank.ua/blog/shcho-take-internet-rechey-yak-iot-robyt-biznes-efektyvnishym> (дата звернення: 20.04.2026).

49. The role of Iot in maritime safety a futurism guide. URL : <https://www.futurismtechnologies.com/guides/the-role-of-iot-in-maritime-safety-a-futurism-guide/> (дата звернення: 20.04.2026).

50. The Digital Ship is a Safer Ship. URL : <https://www.orca-ai.io/blog/the-digital-ship-is-a-safer-ship/> (дата звернення: 21.04.2026).

51. AI and Safety in Shipping: Navigating Towards a Safer Future. URL : <https://www.fleetship.com/insights/ai-and-safety-in-shipping-navigating-towards-a-safer-future> (дата звернення: 22.04.2026).

52. State of the Cruise Industry Report 2026. URL : <https://cruising.org/resources/state-cruise-industry-report-2026> (дата звернення: 25.04.2026).

53. Прогнози зростання потужностей круїзної галузі на 2026–2035 роки. URL : <https://www.hoperesearchgroup.com/blog/cruise-capacity-growth-projections> (дата звернення: 25.04.2026).

54. Тенденції круїзної індустрії, за якими варто стежити. URL : <https://www.houstonfirst.com/news/cruise-industry-trends-to-watch> (дата звернення: 27.04.2026).

55. Александровський В. С., Гурова Д. Д. Круїзна індустрія сьогодення. *Тиждень науки – 2026*: матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка», 13 – 17 квітня 2026 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2026. С. 56–57.

56. Гурова Д. Д., Александровський В. С. The modern cruise industry. *Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 27 травня 2026 р. Умань, 2026. С. 43–45.