

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет міжнародного туризму та економіки

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ НА
КРУЇЗНОМУ ЛАЙНЕРІ MSC OPERA
(назва теми)

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-410
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа

ВОЛІНА О.О.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник КУКЛІНА Т.С.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент _____

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет Міжнародного туризму та економіки
Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(шифр і назва)
Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри ТГРБ
В.М. Зайцева
«17» лютого 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

ВОЛІНОЇ Олександри Олександрівни
(прізвище, ім'я по батькові)

- Тема роботи Організація обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC Opera
керівник роботи (проекту) КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «16» лютого 2024 року № 34
- Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2024 р.
- Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань розвитку круїзів, організації обслуговування споживачів під час круїзів, результати проведеного автором дослідження.
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
Розділ 1. Теоретичні аспекти світового круїзного ринку.
Розділ 2. Організаційний аналіз круїзного лайнеру MSC OPERA.
Розділ 3. Підвищення якості обслуговування споживачів послуг на круїзних лайнерах.
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
3 таблиці, 5 рисунків

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	21.03.2024	09.04.2024
2	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	10.04.2024	25.04.2024
3	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	26.04.2024	10.05.2024
Нормо-контроль	БЕЗХЛІБНА А.П., к.е.н., доц.	28-30.05.2024	

7. Дата видачі завдання 17.02.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	11-20.11.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	21.11.2023-10.02.2024	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	21.12.2023-31.01.2024	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.02-20.03.2024	виконано
5	Виконання першого розділу	21.03.2024-09.04.2024	виконано
6	Виконання другого розділу	10.04-25.04.2024	виконано
7	Виконання третього розділу	26.04-10.05.2024	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	11-20.05.2024	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	21.05-25.05.2024	виконано
10	Перевірка роботи керівником	21.03-30.05.2024	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-13.05.2024	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-31.05.2024	виконано
13	Подання роботи на кафедру	01.06.2024	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	05-30.06.2024	виконано

Студентка

(підпис)

ВОЛІНА О.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

КУКЛІНА Т.С.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. Круїзна індустрія стала найбільш швидко розвиваються сектором туристичної індустрії в кінці XX ст. Морський круїз (подорож) являє собою туристичну поїздку по морю, як правило, з заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна. В даний час, десятки круїзних компаній по всьому світу експлуатують сотні пасажирських судів, місткістю від 70 до 1000 + пасажирів, і пропонують захоплюючі поїздки практично в будь-який регіон світу.

MSC Cruises входить до складу італійського холдингу Mediterranean Shipping Company. Географія пропонованих круїзів на судах компанії обширна і включає в себе захоплюючі морські подорожі по Північній Європі, трансатлантики, Карибському басейну, Південній і Північній Америці, Південній Африці та Індійського океану, Перської затоки і Середземного і Чорного морів. До 2026 року компанія планує розширити свій флот до 26 лайнерів. Особливої уваги набув лайнер MSC OPERA.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження організації обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC OPERA. Виходячи з мети в роботі вирішено наступні задачі: досліджено сучасний стан та тенденції світового круїзного ринку; проведено організаційну характеристику лайнера MSC OPERA; розроблено та обґрунтовано пропозиції з підвищення якості обслуговування споживачів послуг на круїзних лайнерах.

Об'єктом дослідження процеси обслуговування споживачів на круїзних лайнерах компанії MSC Cruises.

Предметом дослідження виступають питання технології з підвищення якості обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC OPERA.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися методи: системний метод – оскільки сприйняття цілісності якості круїзу залежить від послуг HoReCa круїзного корабля; структурний аналіз – при

визначенні складових послуг HoReCa круїзного туристичного продукту; порівняльний аналіз – для зіставлення інфраструктури HoReCa кораблів, оцінки використання операторами ринку потенціалу HoReCa у поточному та стратегічному періодах.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені дослідженню круїзних подорожей, організації круїзного туризму, оцінці стану та розвитку круїзного туризму, результати діяльності учасників світового ринку круїзного туризму.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути корисними для вітчизняних круїзних компаній для підвищення своєї конкурентної позиції на ринку круїзних послуг.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2024» в квітні 2024 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Організація обслуговування на круїзних лайнерах».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (36 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, основний зміст роботи викладено на 70 сторінках. Робота містить 3 таблиці та 5 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Воліна О.О. Організація обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC Opera.

Робота присвячена організації обслуговування споживачів послуг круїзних турів, а саме лайнеру MSC Opera. У роботі було проведено аналіз теоретичних аспектів розвитку світового круїзного ринку, визначено основні вимоги та критерії, які повинні бути враховані при організації круїзної подорожі. Проаналізовано організацію відпочинку на круїзному лайнері MSC OPERA компанії MSC Cruises. Наведено оцінку якості обслуговування

споживачів послуг на круїзному лайнері MSC Opera та шляхи підвищення для всієї компанії MSC Cruises. Отримані результати можуть бути корисними для вітчизняних круїзних компаній для підвищення своєї конкурентної позиції на ринку круїзних послуг.

Ключові слова: круїз, лайнер, обслуговування, споживач, подорож, комфорт, організація, індустрія гостинності, економіка, умови розвитку, економіка, споживач.

ANNOTATION

Volina O.O. Organization of customer service on the cruise ship MSC Opera.

The work is dedicated to the organization of customer service for cruise tours, namely the MSC Opera liner. The work analyzed the theoretical aspects of the development of the world cruise market, defined the main requirements and criteria that should be taken into account when organizing a cruise trip. The organization of recreation on the MSC OPERA cruise ship of the MSC Cruises company was analyzed. An assessment of the quality of service to consumers on the MSC Opera cruise ship and the ways of improvement for the entire MSC Cruises company are given. The obtained results can be useful for domestic cruise companies to improve their competitive position in the cruise services market.

Keywords: cruise, liner, service, consumer, travel, comfort, organization, hospitality industry, economy, development conditions, economy.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ
І ТЕРМІНІВ

див. – дивись

дол. – долар

год. – година

ін. – інше

кг – кілограм

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

од. – одиниця

р. – рік

рис. – рисунок

табл. – таблиця

тис. – тисяча

хв – хвилина

AAC – American Association of Consumers

EUR, € – євро

MSC Cruises – Mediterranean Shipping Company – Середземноморська
судноплавна компанія

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СВІТОВОГО КРУЇЗНОГО РИНКУ	12
1.1. Історія становлення круїзної галузі	12
1.2. Організація морських круїзів	17
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ КРУЇЗНОГО ЛАЙНЕРУ MSC OPERA	25
2.1. Загальна інформація про компанію MSC Cruises	25
2.2. Аналіз круїзного лайнера MSC OPERA	33
2.3. Організація обслуговування споживачів MSC OPERA	40
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ	51
3.1. Оцінка якості послуг з обслуговування споживачів на лайнері MSC OPERA	51
3.2. Пропозиції з покращення обслуговування споживачів на круїзних лайнерах компанії MSC Cruises	59
ВИСНОВКИ	67
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	71
ДОДАТКИ	75

ВСТУП

Круїзна індустрія стала найбільш швидко розвиваються сектором туристичної індустрії в кінці ХХ ст. Світові тенденції функціонування організації круїзів свідчать про його суттєвий вплив на розвиток національних економік морських держав. Круїзний туризм є універсальним видом туризму, який поєднує у собі практично всі його форми, а також об'єднує різні види сервісу та організації дозвілля (у т.ч. готельне обслуговування, ресторанний бізнес, екскурсійну діяльність).

Морський круїз (подорож) являє собою туристичну поїздку по морю, як правило, з заходом у порти, на борту спеціального пасажирського судна. В даний час, десятки круїзних компаній по всьому світу експлуатують сотні пасажирських судів, місткістю від 70 до 1000 + пасажирів, і пропонують захоплюючі поїздки практично в будь-який регіон світу. По суті круїз являє собою морський тур, у базову вартість якого включено комплексне обслуговування на борту судна. Зокрема: проїзд на судні, проживання в каюті, триразове харчування, розваги та, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борту судна (свята, фестивалі, конкурси, концерти та ін.). В данному випадку актуальним є огляд круїзного лайнера MSC OPERA.

Завдяки комфортабельності суден, обслуговуванню туристів, надання різноманітних послуг щодо дозвілля і гнучкості та доступності вибору страв, високих стандартах сервісу та індивідуальному підході до кожного туриста, круїзний туризм відкриває незабутні можливості як для подорожей, так і для відпочинку.

Дослідженням специфіки круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географії круїзних маршрутів займався В. Нікіфоров. Проблеми розвитку сфери круїзного туризму досліджували науковці: І. Антоненко, О. Аріон, В. Герасименко, Н. Добрянська, Н. Логунова, І. Мельник, С. Шпилько. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в

світі та Україні вивчали: Н. Зацепіна, В. Корнілова, Н. Корнілова, К. Нестерова, І. Мельник та ін.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження організації обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC OPERA.

Виходячи з мети в роботі поставлені наступні завдання:

- дослідити сучасний стан та тенденції світового круїзного ринку;
- провести організаційну характеристику лайнера MSC OPERA;
- розробити та обґрунтувати пропозиції з підвищення якості обслуговування споживачів послуг на круїзних лайнерах.

Об'єктом дослідження є процеси обслуговування споживачів на круїзних лайнерах компанії MSC Cruises.

Предметом дослідження виступають технології з підвищення якості обслуговування споживачів на круїзному лайнері MSC OPERA.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися методи: системний метод – оскільки сприйняття цілісності якості круїзу залежить від послуг HoReCa круїзного корабля; структурний аналіз – при визначенні складових послуг HoReCa круїзного туристичного продукту; порівняльний аналіз – для зіставлення інфраструктури HoReCa кораблів, оцінки використання операторами ринку потенціалу HoReCa у поточному та стратегічному періодах. Інформаційною базою дослідження є монографії та наукові статті, присвячені оцінці стану та розвитку круїзного туризму, результати діяльності учасників світового ринку круїзного туризму

Практична значимість. Результати дослідження можуть бути корисними для вітчизняних круїзних компаній для підвищення своєї конкурентної позиції на ринку круїзних послуг.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2024» в квітні 2024 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Організація обслуговування на круїзних лайнерах».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (36 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, основний зміст роботи викладено на 70 сторінках. Робота містить 3 таблиці та 5 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СВІТОВОГО КРУЇЗНОГО РИНКУ

1.1. Історія становлення круїзної галузі

Перевезення людей водою було відомо з давніх часів. Найбільшого розквіту морські та річкові подорожі досягли в середні віки. Засновниками морських експедицій у середні віки були ірландські ченці.

Величезну роль у розвитку морських подорожей зіграли жителі Скандинавського півострова та півострова Ютландія. У Франції їх називали норманами. Нормани мали прекрасні кораблі, такі як річкове море, але вони не перевищували 30 м у довжину і 4 м у ширину. Подальший розвиток водного транспорту пов'язаний з морськими експедиціями в наш час.

Великі географічні відкриття, нові торгові шляхи – усі ці фактори призвели до появи на світовій карті основних морських держав: Іспанії, Португалії, Нідерландів, влада яких базувалася на водному транспорті. Винахід пароплава (американський винахідник Роберт Фултон, 1807 р.) дало безпрецедентний поштовх розвитку морського та річкового водного транспорту [4].

Сучасний водний транспорт залежно від сфери послуг поділяється на морський та річковий. Водні судна, що беруть участь у морському транспорті, надають міжнародні, міжміські та каботажні послуги. Міжнародний морський рух означає перевезення пасажирів та вантажів за межі країни або за її межами; міжміські перевезення включають рейси між портами однієї країни, коли морські судна перебувають у відкритому морі; каботажні рейси здійснюються вздовж узбережжя між портами без виходу у відкрите море. Судна річкового флоту здійснюють перевезення пасажирів і вантажів внутрішніми водними шляхами, до яких належать річки, озера, великі водосховища, канали.

У сучасній науковій літературі відсутнє однозначне визначення категорії «круїз». Основні визначення категорії круїзний туризм приведено в

таблиця 1.1.

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «круїзний туризм»

Автор	Визначення
Федорченко В.К.	Туристична поїздка з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування та обслуговування
Зацепіна Н.О.	Подорож, пов'язана з водним видом транспорту, яка включає екскурсії на березі, відвідування значущих місць в порту
Бабкін А.В.	Подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд визначних пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських та річкових лайнерів
Кусков А.С.	Морський або річковий тур, в базову вартість якого включено комплексне обслуговування: проїзд на судні, проживання в каюті, харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борту судна
Ушаков Д.С.	Поєднання транспортного засобу, засобів розміщення, харчування та дозвілля на борту лайнера, що дозволяє організаторам вирішити основні проблеми вітчизняного туризму: відсутність засобів розміщення, що пропонують відповідним світовим стандартам якості, наявність додаткових розважальних послуг, і нерозвиненість туристичної інфраструктури

Морський круїз – подорож, як правило, по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів углиб країни.

У світі існує понад 150 морських круїзних компаній: грецька, італійська, іспанська, американська, датська, норвезька. Найвідоміші перевізники в галузі морських круїзів – це карнавальні круїзні лінії, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines. З кожним роком кількість круїзних компаній збільшується, оскільки збільшується кількість туристів, зацікавлених у круїзах [2].

Круїзні кораблі, як і готелі, оцінюються за низкою критеріїв, після чого їм присвоюється певна кількість зірок. Використовуються такі критерії: корабель та його обладнання, стан кают, харчування, обслуговування, розважальні програми, спектр додаткових послуг на борту.

Морські круїзні судна класифікуються за якістю обслуговування та

рівнем комфорту наступним чином:

- стандартний (2 – 4 зірки);
- преміум (5 зірок та 5+);
- люкс (6 зірок).

Для морських круїзних суден також приймається класифікація за тоннажем (обсяг внутрішнього простору судна в брутто-тонах, 100 кубічних футів становить 1 брутто-тону): великі (понад 60 тис. брутто тонн); середні (до 60 тис. брутто тонн); невеликі (до 25 тис. брутто тонн) [7].

Останнім часом спостерігається тенденція до будівництва великих круїзних суден. Донедавна найбільшим круїзним лайнером вважався 17-палубний морський плавзасіб, що належить компанії Royal Caribbean. Його водотоннажність становить 142 тис. Тонн, кількість пасажирів – 2200 туристів та 1180 членів екіпажу. Унікальні розміри судна: 311 м в довжину, 47 м в ширину, 70 м у висоту. Особливістю цього лайнера є те, що вперше на борту корабля побудували льодовий каток та справжню набережну вулицю під скляним куполом. У січні 2003 року в Саутгемптоні був запущений новий найбільший океанський лайнер Queen Mary 2. Його водотоннажність становить 150 тис. Тонн, висота від ватерлінії – 70 м. Новий лайнер взяв на борт 2620 туристів [21].

За тривалістю круїзні маршрути класифікуються:

- на короткочасний (від кількох годин до декількох днів);
- середньострокові (від 5 до 13 днів);
- довгострокові (до 2 місяців) [15].

Каюти на морських круїзних суднах дуже різноманітні за площею, інтер'єром, набором зручностей, що, безумовно, впливає на ціну. Найпоширеніша класифікація кабін:

- економ (кабіни зі штучним освітленням);
- стандартний (з вікнами);
- преміум (з балконами).

Важливою особливістю круїзних турів є організація розваг на борту. На

круїзних лайнерах працюють різні клуби, запрошуються артисти, проводяться спектаклі, працюють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі «все включено», це стосується харчування, використання тренажерних залів і обладнання, розважальної програми. Одна з переваг круїзних турів – їх безвізовий режим. Пасажири можуть залишатися в портах і здійснювати екскурсії від 48 до 72 годин без візи. Найбільший мінус круїзів – їх досить висока ціна. Але останнім часом з'явилися бюджетні круїзні компанії.

Основні напрямки морських круїзів – Карибське і Середземне море. Головна перевага Карибського моря в тому, що круїзи можна проводити круглий рік. Тривалість круїзних маршрутів варіюється від 3 днів до 2 тижнів, маршрути класифікуються за наступними напрямками: Західний Карибський басейн, Східний Карибський басейн, Південний Карибський басейн. Класичні морські круїзи – це Середземне море. Круїзні маршрути охоплюють кілька європейських країн: Іспанії, Франції, Італії, Греції і Північну Африку: Марокко, Туніс, Єгипет. Великою популярністю користуються круїзи по побережжю Британії, Скандинавії та Росії. Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі тривалістю понад 120 – 140 днів [11; 18; 24].

В останні роки стали популярні круїзні маршрути до берегів Антарктиди і Північного полюса. «Льодові» круїзи проводяться цілий рік: влітку маршрути пролягають в Арктику, взимку – в Антарктиду. Американська компанія Quark Expedition організовує круїзи на криголах «Капітан Хлебніков» по маршруту Шпіцберген – Гренландія – Канада – Чукотка – Шпіцберген. Вартість «льодових» круїзів досить висока – від 10 тисяч доларів. Однак до 18 тисяч доларів річний попит неухильно зростає в 2 рази.

Останнім часом великої популярності набули круїзи як різновид морських круїзів. В основному через їх короткочасність і економічності. Сучасні круїзні пороми є багатопалубні. Безумовними лідерами попиту є

комфортабельні круїзи. На це є кілька причин. По-перше, географічне зручність порту відправлення – Гельсінкі. По-друге, «компактність» круїзу – в самому короткому випадку це дві ночі на теплоході і один день в Стокгольмі. Є можливість відправитися в цей круїз навіть у вихідні дні. При цьому круїз може бути розширений за рахунок більш тривалого перебування в Стокгольмі і Гельсінкі. По-третє, на поромі можна проводити корпоративні заходи. По-четверте, на борту поромів туристам пропонується широкий спектр розваг: магазини безмитної торгівлі, дискотеки, ресторани «все включено», басейни та сауни. По-п'яте, в короткі терміни туристи мають можливість відвідати столиці двох європейських країн. Тривалість таких круїзних маршрутів складає від 2 до 4 днів, включаючи відвідування двох країн – Фінляндії та Швеції. При перебуванні на поромах туристам надаються комфортабельні каюти різних категорій, розраховані на людей з різним достатком [29].

Крім Viking Line і Silja Line великим попитом користуються круїзи молодшої компанії Superfast. На відміну від гігантських поромів Viking Line і Silja Line, які можуть прийняти кілька тисяч туристів, лайнери Superfast перевозять не більше 600 пасажирів. При цьому на будь-якому з поромів є магазини, кілька ресторанів, сауни, джакузі. Головна перевага круїзів Superfast – швидкість. Пороми доставляють туристів з Фінляндії в Німеччину за 21 год. Надшвидкі пороми ідеально підходять для інсентивтурів: є все необхідне не тільки для відпочинку, але і для семінарів.

Важливою складовою круїзного туризму є регулювання держави та міжнародних організації круїзного туризму. Існує ряд міжнародних організацій, які об'єднуються з метою розвивати круїзний бізнес по всьому світу. У 2012 р. була створена Міжнародна асоціація круїзних ліній (КЛІА) – організація міжнародного рівня, що об'єднує та представляє інтереси компаній, турагентств та асоціацій, задіяних у глобальному круїзному секторі [8]. Важливими також є: European Cruise Council (ECC) – Європейське круїзне об'єднання, Association of Cruise Experts (ACE) –

Асоціація експертів з круїзної справи, The Passenger Shipping Association (PSA) – Об'єднання пасажирів водного транспорту. Ці організації співпрацюють та постійно вдосконалюють круїзний туризм.

Морські перевезення туристів регулюються правовими актами міжнародного та національного законодавства. До міжнародних перевезень застосовуються контракти і конвенції, включаючи Афінську конвенцію про морське перевезення пасажирів і багажу, Міжнародну конвенцію про охорону людського життя на морі, Міжнародної конвенції про уніфікацію деяких правил, що стосуються перевезення пасажирів морським транспортом.

Останнім часом стали популярні морські круїзи на невеликих вітрильних яхтах. Є дві форми оренди яхт: без екіпажу (бербоут-чартер) і з екіпажем (таймчартер). Вам не потрібна віза для подорожі на яхті під час заходу в будь-який іноземний порт. Яхта приймається на добу по так званому паспорту судна, виданим власнику судна або шкіпера. Згідно з ВТО, щорічний стабільний ріст туристів, що користуються різними видами морських круїзів – 8% [14].

1.2. Організація морських круїзів

Світовий морський круїзний ринок знаходиться на підйомі і далекий від насичення. Просування круїзів на ринку багато в чому залежить від роботи туроператорів, яка в першу чергу пов'язано з рекламною та ціновою політикою.

Терміни морських круїзів варіюються і в залежності від напрямку маршрутів становлять від одного тижня до одного місяця. Вони можуть починатися і закінчуватися в одному порту, і в різних, як в українських, так і в будь-яких зарубіжних портах. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційнотеплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком [4; 12].

У кожному пулі є пасажирські лінії, серед яких:

- внутрішні (каботажні), що з'єднують порти;
- міжнародні (закордонні), що з'єднують порти певної країни з іншими;
- місцеві, здійснюють перевезення в межах міста;
- приміські – діяльність портового пасажирського флоту.

Організують такі морські круїзи:

- туристичні, які працюють за особливим маршрутами і розкладами.

Вони розраховані на тривалу поїздку, під час якої туристам надається комплекс послуг;

- піші прогулянки – тривалістю не більше шости годин, без зупинок в портах і без надання екскурсійних та розважальних послуг;

- спеціальні – виконуються за індивідуальними замовленнями;

- лайнер-транспорт, що виконує регулярні рейси між окремими портами для перевезення пасажирів за встановленими маршрутами та розкладами.

Судна для туристичних цілей (круїзи) здаються в оренду за спеціальною угодою (фрахтовому договору), що укладається між туристичною організацією і судноплавною компанією. На рисунку 1.1 представлено класифікацію морських круїзних послуг.

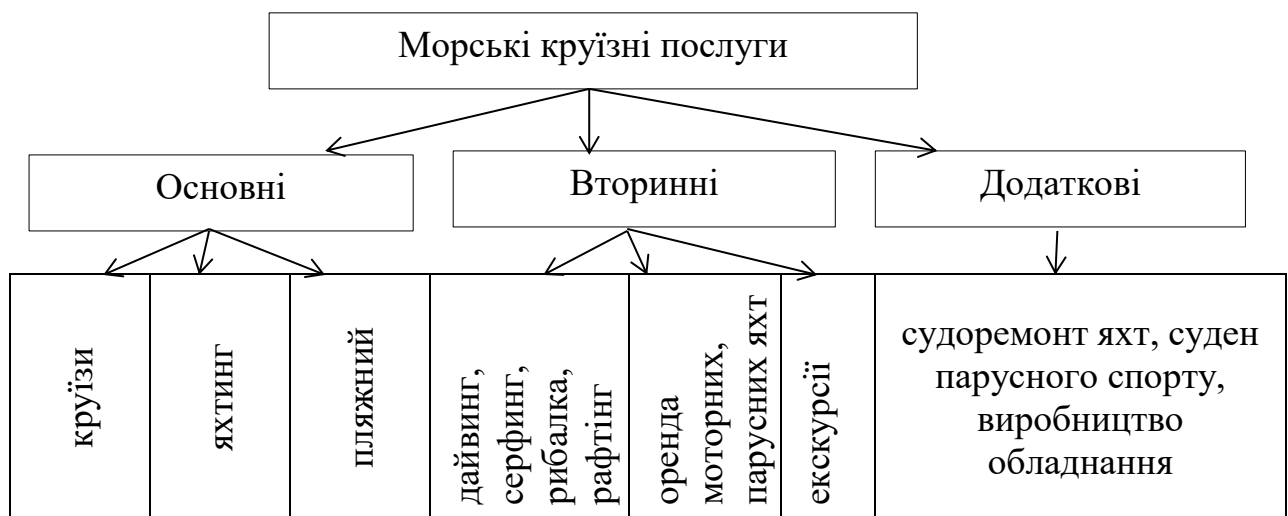


Рис. 1.1 – Класифікація морських круїзних послуг [18]

Обов'язковими додатками до договору є:

- розклад руху судна, погоджений з туристичною організацією;
- план-карта судна, затверджена при укладенні контракту;
- розрахунок орендної плати судна по категоріях кают і ставок елементів для кожного морського басейну з урахуванням сезонних знижок.

В цілому для організації круїзів найбільш поширена (до 60%) класична європейська система, яка передбачає морську подорож із заходом у різні порти з програмою туру:

- американська система, основна мета якої – надати круїзним пасажирам можливість розслабитися і позасмагати на пляжах в західних точках маршруту;

– «Круїзи в нікуди» – одно- і дводенні подорожі без заходу в інші порти. Зазвичай таке судно відправляється з базового порту о 18:00 в п'ятницю і повертається ввечері в неділю;

- екскурсійні та пішохідні рейси.

Деякі рейси включають перевезення груп туристів на короткий термін для відпочинку та ознайомлення з пам'ятними історичними місцями та іншими пам'ятками, здійснювану, як правило, між двома портами з зупинками і зупинками в них або без заходів і зупинок. Ці рейси можуть тривати більше 24 годин. На рисунку 1.2 представлено інфраструктуру основних морських круїзних послуг.

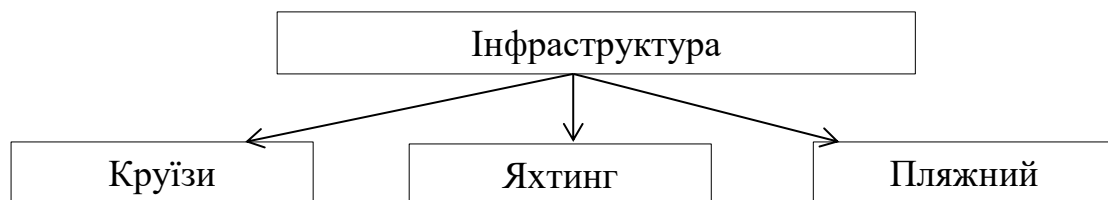


Рис. 1.2 – Інфраструктура основних морських круїзних послуг [4; 32]

Рейси тривалістю менше доби здійснюються, як правило, судами портового флоту і виконуються в приміських і внутрішніх зонах.

Морський круїзний лайнер – це ціле плавуче місто в мініатюрі, який

приймає на борт від двохсот до п'ятисот-шестисот туристів і приблизно стільки ж персоналу й екіпажу. Гості теплохода можуть розміститися в комфортабельних 2-х кімнатних люксах і поверхових люксах, а також в одномісних і двомісних номерах зі всіма зручностями, а також в 3-х і 4-х місцевих сімейних каютах. На кораблях створені всі умови для того, щоб морська подорож пройшла без проблем. Мандрівникам доступні численні затишні ресторани і бари, магазини, кінотеатри, музичні салони і різні послуги. На 5 – 7 просторних пасажирських палубах зазвичай розташовані кілька закритих і відкритих басейнів, солярії, тренажерні зали, сауни. Протягом усього круїзу пропонуються різноманітні культурні та розважальні програми. Він включає в себе екскурсії до причалу, різні розважальні заходи, свята і тематичні дні на борту. Протягом усього туру у відпочиваючих практично немає вільного часу – такий щільний графік. Крім того, деякі туристичні агентства організовують спеціальні круїзи на ту чи іншу професійну, цікаву або будь-яку іншу тему [1; 2].

Морфлот забезпечує перевезення та обслуговування туристичних суден, укомплектованих персоналом, оснащених всім необхідним і в стані, що відповідає вимогам і нормам. Зміна постільної білизни в каютах мандрівників проводиться не рідше 1 разу на 7 днів. Це входить у вартість обслуговування.

Платні послуги, що надаються туристам за готівку, це: ігрові автомати, спортивні тренажери, сауни, масаж, перукарські послуги, кравці, фотографи, пошта, пральня та хімчистка, продукти і товари, придбані в магазинах, кіосках, кафетеріях, барах, роботі. Деякі з них надає судновласник, екскурсії на березі, по телефону. У зарубіжних туристичних зонах продаж продуктів і товарів у кафетеріях, барах, кіосках здійснюється з оплатою туристами відповідно до чинного Регламенту. Безкоштовно на кораблях зазвичай надаються: медичне обслуговування, шафки (крім автоматичних), бібліотека-читальня, дитячі кімнати, користування кімнатами відпочинку, внутрішній телефон, телевізори в каютах і салонах, тренажерні зали, басейни, ванни і

душові, шезлонги, килимки, постільна і банна білизна, довідки довідкової служби в поїздках.

На рисунку 1.3 представлено види круїзних морських послуг.

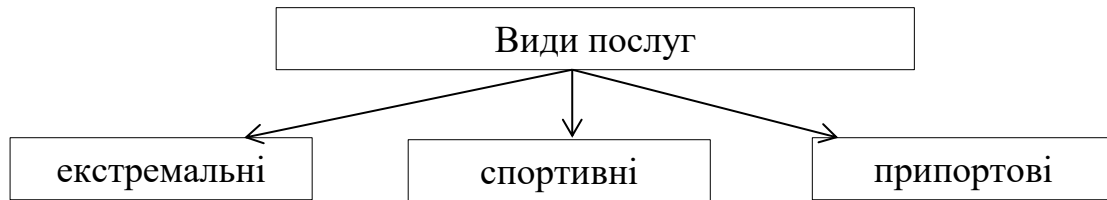


Рис. 1.3 – Види круїзних морських послуг [1]

Турагентства розподіляють послуги приблизно так само на своїх власних майданчиках. Туристам дозволяється провезення багажу і ручної поклажі в розмірах, передбачених Правилами. Протягом терміну дії договору подорож і обслуговування на судні можуть впроваджувати додаткові послуги.

Для цього існують системи:

1. Оплата послуг на борту.
2. Система обслуговування корабля на стоянці:
– час швартування, підключення до систем життєзабезпечення тощо.
3. Система туристичного обслуговування на березі (інформація щодо ресторанів, подій, транспортних маршрутах, годин роботи, погоди, з можливістю бронювання).

Розрізняють дві системи круїзних морських подорожей:

1. Класична європейська система, яка передбачає подорож з екскурсійними програмами у різних портах. Біля 60% круїзів у світі здійснюється відповідно до цієї системи.
2. Американська система, яка завойовує все більшу популярність, ціленаправлена на надання можливості круїзним пасажиром відпочивати і засмагати на пляжах в пунктах прибуття по маршруту [1; 3; 5].

Морські круїзи – один із найбільш комфортабельних, а тому і найбільш дорогих видів відпочинку. Термін проведення морських круїзів в залежності

від напрямку маршруту може варіюватися від одного тижня до одного місяця. Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком. Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адріатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і островів Ісландії; по Скандинавським країнам; через Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану [40]. З великих портових центрів, де розвинена круїзна справа, виділяються Майамі (США), Акапулько (Мексика), Генуя (Італія), Сінгапур, Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада), Гонолулу (Гавайські острови, США).

Основними споживачами на ринку морських і річкових круїзів є люди з високим рівнем доходу, за віком від 40 років і найчастіше, які подорожують з сім'єю. Сукупний прибуток від круїзної індустрії у 2019 р. склав понад 40 млрд. дол. США. Кожний круїзний пасажир витрачає в середньому до 1,700 дол. США, найбільшу частку з яких складає вартість квитка. Очікується, що у 2024 р. чисельність круїзних пасажирів досягне 30 млн. осіб. Проте 70% круїзних пасажирів здійснили подорож впродовж останніх 10 років і лише 40% – останніх 5 років. Такі дані свідчать про зменшення купівельної спроможності населення. За даними КЛІА, щорічний дохід круїзного пасажирів становить близько 114 тис. дол. США.

Круїзи поєднують морський та береговий відпочинок, у т.ч. екскурсії. Пасажири морських круїзних суден не користуються послугами готелів і ресторанів та вважаються екскурсантами з особливим імміграційним паспортним режимом. У більшості випадків для країн транзиту, де пасажири виходять на берег, віза не вимагається, однак строк їх перебування, як правило, не перевищує 72 години. Слід враховувати, що круїзні кораблі мають найвищі оперативні видатки в індустрії туризму. Щоб покрити витрати, кораблі мають мати завантаження не менше 80 – 90%, авіалінії – 60 – 65%, готелі 50 – 60%. Тому круїзні послуги залишаються одними з найдорожчих у сфері туристичного обслуговування.

Рівень доходів споживачів круїзних послуг обумовлює їх розподіл на сегменти, що можуть дозволити собі круїзну послугу бізнес-, середнього та економ-класу. У середньому споживачі круїзної послуги бізнес-, середнього та економ-класу щодня впродовж подорожі витрачають близько 500, 300 і 100 дол. США, відповідно [14; 23].

Мотивація «круїзних» туристів на різних маршрутах їх вибору круїзного відпочинку включає: бажання відпочити на воді і провести відпочинок в спокійній, розміреним і комфортній обстановці; потреба побачити нові міста, відвідати музеї, об'єкти культової архітектури та ін.; не мати турбот про організацію відпочинку та розваг; прийнятна ціна. Коментуючи всі перераховані вище мотиви, слід зазначити, що круїзний відпочинок найбільш корисний для здоров'я: повільне пересування водними просторами знімає стрес, а свіже повітря сприяє оздоровленню організму.

Висновок з 1 розділу

Морський круїз – подорож, як правило, по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів углиб країни. У світі існує понад 150 морських круїзних компаній: грецька, італійська, іспанська, американська, датська, норвезька.

Круїзні кораблі, як і готелі, оцінюються за низкою критеріїв, після чого їм присвоюється певна кількість зірок. Використовуються такі критерії: корабель та його обладнання, стан кают, харчування, обслуговування, розважальні програми, спектр додаткових послуг на борту.

На круїзних лайнерах працюють різні клуби, запрошуються артисти, проводяться спектаклі, працюють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі «все включено», це стосується харчування, використання тренажерних залів і обладнання, розважальної програми. Одна з переваг круїзних турів – їх безвізовий режим. Пасажири можуть залишатися в портах і здійснювати екскурсії від 48 до 72 годин без

візи.

Світовий морський круїзний ринок знаходиться на підйомі і далекий від насичення. Просування круїзів на ринку багато в чому залежить від роботи туроператорів, яка в першу чергу пов'язано з рекламною та ціновою політикою.

Морфлот забезпечує перевезення та обслуговування туристичних суден, укомплектованих персоналом, оснащених всім необхідним і в стані, що відповідає вимогам і нормам.

Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком. Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адріатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і островів Ісландії; по Скандинавським країнам; через Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану. З великих портових центрів, де розвинена круїзна справа, виділяються Майамі (США), Акапулько (Мексика), Генуя (Італія), Сінгапур, Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада), Гонолулу (Гавайські острови, США).

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ КРУЇЗНОГО ЛАЙНЕРУ MSC OPERA

2.1. Загальна інформація про компанію MSC Cruises

MSC Cruises входить до складу італійського холдингу Mediterranean Shipping Company («Середземноморська судноплавна компанія»), який був заснований в 1970 р. Завдяки команді найкращих архітекторів та дизайнерів флот круїзної компанії нараховує 15 ультрасучасних лайнерів на 2018 рік, що гарантують незабутнє. Будучи однією з наймолодших круїзних компаній, «MSC Cruises» швидко завоювала і міцно утримує лідерство серед провідних світових круїзних операторів. Лайнери MSC поєднують в собі високий комфорт, вишуканий дизайн і сучасні технології.

Географія пропонованих круїзів на судах компанії обширна і включає в себе захоплюючі морські подорожі по Північній Європі, трансатлантики, Карибському басейну, Південній і Північній Америці, Південній Африці та Індійського океану, Перської затоки і Середземного і Чорного морів.

Піднявшись на борт будь-якого круїзного лайнера компанії «MSC Cruises», споживач потрапляє в чудове чарівність водної стихії, світ розкоші і комфорту, привітності екіпажу, італійського гостинності та незабутніх вражень.

За деякими маршрутами MSC Cruises діти до 12 років подорожують безкоштовно, сплачують лише портові збори та такси, за умови проживання у каюті з двома дорослими. До 2026 року компанія планує розширити свій флот до 26 лайнерів [26].

Всі лайнери круїзної компанії MSC Cruises діляться на класи. На 2018 рік лайнери поділяються на 5 класів:

Приморський клас:

- MCK Приморський;
- MSC Seaview.

Перший лайнер MSC Seaside цього класу та перше судно, круїз якого відбувся у грудні 2017 року з Маямі, де він базується на постійній основі. Це перше судно MSC Cruises, хрещення якого відбулося у США. MSC Seaview є другим із морських суден класу Seaside і буде запущений у червні 2018 року.

Клас MERAVIGLIA – MSC Meraviglia. MSC Meraviglia перший із двох лайнерів-близнюків, що належить даному класу, які побудовані на корабельні STX France. Друге судно MSC Bellissima буде спущене на воду у 2019 році. Крім того, до 2022 року MSC Cruises планує створити ще два судна класу Meraviglia. А ще тут побудований просторіший MSC Yacht Club – оазис розкоші на престижних верхніх палубах у носовій частині лайнера, в якому є власний солярій, салон та ресторан. На лайнері MSC Meraviglia була спеціально побудована арена для Cirque Du Soleil, який уклав довгострокове ексклюзивне партнерство з компанією MSC Cruises.

Клас FANTASIA:

- MSC Prezisa;
- MSC Divina;
- MSC Splendida;
- MSC Fantasia.

У 2008 році на воду було спущено першого лайнера даного класу MSC Fantasia, який справді втілює фантазію в реальність. На борту було створено спеціальну VIP зону – MSC Yacht Club. Інтер'єр VIP зони створює відчуття відпочинку на найвитонченішій яхті з найвищим сервісом. До послуг гостей MSC Yacht Club пропонується 71 сьют, окремий ресторан, бар, басейн та зона для відпочинку. Однак на лайнерах класу Fantasia, тут подбали й про гостей інших категорій кают – на борту безліч інноваційних розваг, просторі каюти та чудове харчування в кращих традиціях італійської кухні.

Клас MUSICA:

- MSC Magnifica;
- MSC Poesia;
- MSC Orchestra;

– MSC Musica.

Лайнери цього класу відрізняються розмірами, роблячи їх меншими. У такий спосіб даючи можливість розширити географію портів заходу. Останній лайнер цього класу MSC Magnifica, спущений на воду у 2010 році, був спеціально замовлений як лайнер саме цього класу для організації круїзів по недоступних великих лайнерах маршрутах з можливістю надання інноваційного відпочинку.

Клас LIRICA:

- MSC Opera;
- MSC Lirica;
- MSC Sinfonia;
- MSC Armonia.

Представлені лайнери зовсім невеликі за своїми розмірами, проте вони обладнані в ексклюзивному стилі MSC Cruises – стилі краси, урочистостей та елегантності.

Повна інформація про судна наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Аналітична довідка про судна компанії MSC Cruises [26]

Назва	Рік	Кількість палуб	Кількість кают	Середня ціна за добу, євро*
MSC Armonia	2014	13	976	299
MSC Bellissima	2019	19	2244	199
MSC Divina	2012	18	1751	179
MSC Euribia	2023	19	2419	59
MSC Fantasia	2008	18	1637	119
MSC Grandiosa	2019	19		69
MSC Lirica	2015	13	976	109
MSC Magnifica	2010	16	1256	69
MSC Meraviglia	2017	19	2250	379
MSC Musica	2006	16	1275	69
MSC Opera	2015	13	976	79
MSC Orchestra	2007	16	1275	60
MSC Poesia	2008	16		69
MSC Preziosa	2013	18	1751	119
MSC Seascope				499
MSC Seashore	2021	19	2270	270

Продовження таблиці 2.1

Назва	Рік	Кількість палуб	Кількість кают	Середня ціна за добу, євро*
MSC Seaside	2017	18	1931	60
MSC Seaview				69
MSC Sinfonia	2015	13	976	69
MSC Splendida	2009	18	1637	60
MSC Virtuosa	2021	19	2421	29
MSC WORLD AMERICA				779
MSC World Europa	2022	22	2760	159

Примітка: *ціни вказані на березень 2024 р. в євро

На ціну туру також впливають клас корабля і тип каюти. Відзначимо, що внутрішні оздоблення і площа кают практично не відрізняються від «змісту» звичайного готельного номера: аналогічні ліжка, шафи, душові або ванні кімнати.

Останній фактор, що впливає на ціну круїзу, – місце швартування лайнера. Зазвичай кораблі швартуються в порту, але можуть стояти на рейді. В останньому випадку круїзна компанія істотно заощаджує, і ця обставина впливає на ціну самого круїзу. Однак стоянка на рейді не надто зручна для мандрівників. Адже щоб потрапити на берег, треба дочекатися, поки команда корабля спустить шлюпки на воду, на що йде багато часу.

Компанія надає перелік включених послуг на всіх суднах [26]:

- портові збори;
- у ресторані «шведський стіл» на станції напоїв: холодна, гаряча вода, чай 20 годин на добу, кава тільки під час сніданку;
- харчування в ресторані «шведський стіл»: ранній сніданок, сніданок, закуски в піцерії та грилі, обід, вечеря, закуски для опівночі, напої з бару оплачуються додатково;
- харчування в ресторані a la carte: сніданок, обід, вечеря без напоїв (додатково оплачуються);
- розважальні заходи на борту (вечірні вистави в театрі, жива музика в барах та лаунжах, анімаційні вистави, дискотека);

- відвідування всіх громадських приміщень лайнера, включаючи бібліотеку, басейни, джакузі біля басейнів, дитячий водний парк, тренажерний зал;
- спортивні ігри: настільний теніс, міні-гольф, шаффлборд;
- послуги вихователів та аніматорів для дітей п'яти вікових груп у міні-клубах – від 6 місяців до 17 років;
- транспортування багажу в портах початку та закінчення круїзу;
- користування плавзасобами для посадки та висадки в портах, де лайнер не причалує до пристані;
- тільки для кают MSC Yacht Club: Напої ALL INCLUSIVE (вартістю до 13 €) у барах та ресторанах лайнера та міні-барі в сьюті, інтернет пакет Premium.

До круїзу не включені [26]:

- медичне страхування;
- напої (вода, соки, спиртні напої, коктейлі);
- авіа переліт;
- екскурсії;
- готель до круїзу.

Валюта на борту: Євро (валюта може змінюватись – залежно від регіону плавання).

Напої: на борту всі напої (крім води, чаю та кави, зроблених самостійно на буфетній палубі) за додаткову плату. Усі напої обкладаються сервісним збором 15%. Наперед або на борту можна замовити пакети напоїв: Allegro, Cheers, Allegrissimo. Вартість пакета уточнюють у менеджера.

Екскурсії: на борту гостям буде запропоновано широкий вибір екскурсій у кожному порту круїзного маршруту. Екскурсії купуються за додаткову плату. Дітям до 14 років на більшість екскурсій надається знижка до 30%. Пропонуються російськомовні екскурсії у всіх круїзах із російським сервісом. Нажаль україномовні послуги ще відсутні. Є екскурсії, розроблені для сімей із дітьми. Батьки також можуть вирушити на екскурсію,

залишивши дітей у дитячому клубі.

Інтернет та Wi-Fi: всі лайнери компанії підключені до Інтернету. Wi-Fi доступний у всіх зонах лайнера (включаючи каюти, за винятком MSC Opera, MSC lirica, MSC Sinfonia, MSC Armonia), а також кожен лайнер має інтернет-кафе. Гості можуть використовувати свій ноутбук, iPad, iPhone та смартфон або комп'ютер в інтернет-кафе. Користування інтернетом завжди за додаткову оплату. Вартість уточнюють на борту. Інтернет-пакет можна забронювати заздалегідь – вартість пакета індивідуальна для кожного лайнера.

Куріння на борту: куріння суворо заборонено у всіх громадських зонах лайнерів. Дозволяється куріння лише у спеціально відведених місцях у залах та на відкритих палубах. Куріння в каютах та балконах суворо заборонено. У разі порушення круїзна компанія стягує штраф 70 EUR.

Спеціальні тарифи та знижки на борту: Діти до 18 років у каюті з двома дорослими у більшості круїзів подорожують безкоштовно, сплачуючи лише портові збори. Суміжні каюти для сімей з дітьми віком до 18 років (спеціальна ціна для другої каюти для дітей). Тандем (1 дорослий + до 3 дітей віком до 18 років), де діти в каюті подорожують зі знижкою до 60%. Тариф молодіжний – знижки від 10 до 20% залежно від каюти на проживання в одній каюті гостей віком до 29 років. Тариф 65+, де надаються додаткові знижки від 10 до 20% для гостей віком від 65 років.

Круїзна компанія рекомендує під час подорожі мати три типа одягу [26]:

- повсякденну для відпочинку та занять спортом (casual);
- одяг та и обув для екскурсій в залежності від сезону і особливостей маршруту (sport and casual);
- елегантний одяг для вечірніх відвідань ресторанів та вечірніх заходів: шоу, казино, клубів, барів (smart casual та formal).

Під час формальних вечорів бажано: коктейльні плаття для жінок, костюми з галстуком для чоловіків.

Основними транспортними характеристиками суден є:

1. Мореплавність – сукупність основних характеристик судна: плавучість, стійкість, непотоплюваність, керованість, плавність качки. Важливий показник – міцність корпусу, здатного протистояти впливу масових навантажень, хвиль, льодів, виходу на хвилю. Головні розмірні показники – довжина і ширина корпусу, висота борту і посадки.
2. Масові показники: водотоннажність і повна вантажопідйомність.
3. Об'ємні показники: вантажомісткість і пасажиромісткість (кількість місць, призначених для перевезення пасажирів), а також валова місткість судна.
4. Показники швидкості: в практиці експлуатації суден розрізняють технічну швидкість і середню шляхову експлуатаційну швидкість. Технічна швидкість – показник, який задається замовником при проектуванні і будівництві судна – максимальна швидкість руху. І експлуатаційна колійна швидкість – досягається в процесі певних умов плавання на маршруті за даний відрізок часу. Ця швидкість залежить від умов плавання, включає затримки а шлюзах, портах, змінюється в залежності від завантаження судна, погодних умов, напрямку вітру, хвилювання, льодової обстановки, глибин.

Морські судна компанії MSC поділяються на такі категорії [26]:

1. Необмеженого морського (океанського) плавання. Це середньо- і великотоннажні судна, з підвищеною міцністю корпусу, високими морехідні якості, технічні характеристики яких гарантують безпеку плавання в океані за будь-яких умов.
2. Обмеженого плавання, зазвичай в межах одного моря, в полегшених навігаційних умовах, як правило, це малотоннажні судна маломірного флоту.
3. Прибережного (місцевого) і рейдового плавання, район плавання обмежений рейдами або акваторією порту.
4. Змішаного «ріка-море», служать для виконання робіт на морських і річкових шляхах і системах.
5. Судна льодового плавання, пристосовані для самостійного плавання

в льодових умовах або слідує за криголами. Вони мають підвищену міцність корпусу і захист гвинтів від пошкоджень.

Експерти КЛПА виділили 13 основних трендів розвитку круїзної індустрії на найближчі роки [21]. Серед них – зростання популярності річкових круїзів. Відповідно до прогнозів до 2025 р. на Carnival Corporation припадатиме 42,1% круїзного ринку, а її флот складатиме 113 суден; на Royal Caribbean Cruises відповідно – 22,8% та 53 судна; MSC Cruises – 9,9% та 19 суден; Norwegian Cruise Line – 9% та 27 суден. Таким чином, ці чотири компанії контролюватимуть 83,8% світового круїзного ринку, а їх загальний флот складатиме 212 суден (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Найбільші круїзні компанії світу на 2022 р. [29]

Назва круїзної компанії	Кількість суден	Ліжко-місця, тис.	Пасажиромісткість, тис. місць	Ринкова частка, %
Carnival Corporation	113	273,5	13404,0	42,1
Royal Caribbean Cruises	53	144,3	7260,9	22,8
MSC Cruises	19	63,0	3159,3	9,9
Norwegian Cruise Line	27	59,1	2878,3	9,0
Всього	212	539,9	26702,5	83,8

Гостей, які вирішили відправитися в круїз вперше, перш за все цікавлять особливості самої подорожі: що являє собою лайнер, які розваги на ньому доступні. Круїзний лайнер можна порівняти з плавучим готелем. На кораблі розміщена традиційна готельна інфраструктура. Різниця лише в одному: будівлі звичного готелю розкидані по території, а на лайнері все приміщення компактно розподілені по палубах. Сучасні круїзні кораблі надзвичайно великі. Зазвичай вони досягають 300 м в довжину, налічують близько 20 поверхів-палуб і можуть прийняти на борт одну-дві тисячі осіб.

2.2. Аналіз круїзного лайнера MSC OPERA

У грудні 2013 року компанія MSC Cruises оголосила про проект реновації чотирьох лайнерів класу LIRICA. У програмі, розрахованій на 2 роки взяла участь одна з найбільших в світі суднобудівних компаній FINCANTIERI. Проект зайняв 2 роки і стартував в 2015 році. В результаті на лайнерах MSC Armonia, MSC Lirica, MSC Sinfonia і MSC Opera з'явилися нові об'єкти розважального комплексу, ігрові зони для дітей для п'яти вікових груп (у тому числі для зовсім маленьких до 3-х років), технологічні новинки, збільшилися площі магазинів і спа-центру, були побудовані майже 200 нових кают на кожному лайнері (193 каюти для пасажирів і 59 кают для екіпажу).

Абсолютно всі каюти повністю оновлені і декоровані, в них поставлені нові ліжка і LCD телевізори. У багатьох зонах лайнера постелено нові килимові покриття, перефарбовані і заново декоровані стіни і стелі, замінено меблі.

Крім того, на кожному лайнері обладнаний водний Спрей парк для дітей. Більш просторі магазини вже можуть похвалитися новими інтер'єрами, а в парфумерному відділі з'явилися куточки, присвячені провідним світовим брендам, в числі яких Dior, Lancome і Dolce & Gabbana.

Послуги на борту [27]: інформаційний офіс, цілодобове обслуговування в каюті, 2 основних ресторани, піцерія, буфет «шведський стіл», безліч різноманітних барів, караоке-бар, сигарна кімната, інтернет-кафе, концертний зал, конференц-зал, казино, дискотека, бібліотека, кімната для карткових ігор, кімната відеоігор, дитячий клуб, бутіки, магазини duty-free, 2 басейни, джакузі, водний спреї парк, ексклюзивний солярій «Тор 13», тренажерний зал, SPA-центр, сауна, солярій, настільний теніс, міні-гольф, тенісний корт, шафлборд, баскетбол, перукарня, салон краси, пункт обміну валюти, пральня / хімчистка, друкарня, фотографія, медпункт.

У всіх каютах:

- ванна кімната;
- телефон;
- телевізор;
- фен;
- міні-бар;
- сейф;
- кондиціонер.

Лайнер MSC Opera було побудовано в 2004 р. В 2015 р. завершено капітальний ремонт. Довжина лайнеру складає 274,9 м, ширина – 28,8 м. потужна швидкість 21,1 вузлів. Лайнер вміщує 2679 осіб, включаючи обслуговуючий персонал. Згідно таблиці 2.1 на лайнері в наявності 13 палуб та 976 кают різних класів.

Всі каюти мають майже однакову категорію розміщення [27]:

- можливо 2-, 3- і 4-місне розміщення;
- основні спальні місця: два ліжка, поставлені разом або окремо за вашим бажанням;
- додаткові спальні місця: відкидні ліжка над основними спальними місцями.

Категорія кают (Схема каюти, площа, кількість спальних місць, меблюванню й дизайн інтер'єрів, конструктивні особливості можуть відрізнятися від представленої на фотографії (навіть серед кают однієї категорії). Ліжка будуть поставлені разом або окремо за бажанням пасажирів (в каютах для інвалідів ліжка завжди стоять окремо):

1. BIN Внутрішня. Каюти без вікон – Бінго (див. дод. А). Площа: 13 м².

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

2. FLA Внутрішня. дві каюти з балконом, з'єднані міжкімнатними дверима (див. дод. Б).

Оснащення: дві ванні кімнати з душем, 2 балкона, телефон,

інтерактивне ТВ, міні-бар, фен, сейф, кондиціонер, виділена лінія для підключення до мережі Інтернет (оплачується додатково).

3. SPL Внутрішня (див. дод. В). Один раз за час круїзу відбудеться переїзд з однієї каюти в іншу, зі збереженням можливостей Bella Будуть надані каюти Внутрішня Bella або вищої категорії Номери таких кают озвучуються лише ближче до дати відправлення.

4. BOU 3 вікном. Каюти з вікном (вікна не відкриваються) – Бінго (див. дод. Г). Площа: 13 м².

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

5. O1 3 вікном. Каюти з вікном Белла (вікна не відкриваються) (див. дод. Д).

Вид з вікна частково або повністю обмежений висить за вікном рятувальною шлюпкою або ще чим-небудь.

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

6. O2 3 вікном (див. дод. Д). Каюти з вікном Фантастика (вікна не відкриваються). Площа: 13 м².

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

7. OW 3 вікном (див. дод. Д). Каюти з вікном велнес (вікна не відкриваються). Площа: 13 м².

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

8. B1 3 балконом. Каюти з балконом (див. дод. Е). Площа: 15 – 16 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

9. B2 3 балконом (див. дод. Е). Каюти з балконом. Площа: 15 – 16 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

10. ВЗ 3 балконом (див. дод. Е). Каюти з балконом. Площа: 15 – 16 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

11. ВВЛ 3 балконом. Каюти з балконом Бінго (див. дод. Е). . Площа: 15 – 16 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

12. ВВ 3 балконом. Каюти з балконом WELLNESS (див. дод. Е). . Площа: 15 – 16 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з душем, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер.

13. S3 3 балконом. Каюти з балконом Ауреа (див. дод. Є). Площа: 27 м² (включаючи балкон).

Оснащення: ванна кімната з ванною, телефон, телевізор, фен, міні-бар, сейф, кондиціонер, виділена лінія для підключення до мережі Інтернет (оплачується додатково).

На лайнері гостям надається різноманітна розважальна програма. Розваги на будь-який смак – від занять спортом і насолоди прекрасним спа до захоплюючих і насичених емоціями вечірніх вистав. Під час круїзу гості зможуть взяти участь в різних морських вечірках, кулінарних боях, майстер-класах з танців, вікторинах, конкурсах, творчих майстер-класах та водних іграх (див. дод. Ж).

Здоров'я і відпочинок представлені [27]:

- спа-комплекс Aurea Spa – масаж, різні спа-процедури для обличчя і тіла, термальні кімнати, солярій, лікувальна спа;

- салон краси Jean Louis David - перукарські послуги, манікюр, педикюр, процедури для волосся і обличчя;

- фітнес-центр з сучасним обладнанням і можливістю персональних тренувань;
- басейни, джакузі: 2 дорослих басейни, 2 джакузі, 1 дитячий басейн з водними розвагами Doremi Spray Park;
- спорт і активний відпочинок: бігова доріжка, міні-гольф, шафлбординг, настільний теніс.

Розваги і шопінг:

- Teatro dell'Opera – головний театр лайнера з чудовими барвистими шоу на всіх круїзах (попереднє бронювання обов'язкове);
- Discoteca Byblos – дискотека з професійними ді-джеями і останніми музичними хітами;
- Med Pearl Casino – бінго, покер, блекджек, рулетка, слот-машини та інші ігри;
- Cotton Club – головний танцювальний зал лайнера і розважальний лаунж з власним баром;
- Caruso Lounge – шоу-лаунж лайнера з великими панорамними вікнами, власним баром, танцполом; тут влаштовуються концерти, танцювальні вечори, танцювальні майстер-класи, різноманітні ігри та інші розваги;
- карткова кімната.

Також на лайнері функціонує фотогалерея, зона бутиків, бібліотека та арт-галерея.

Інтернет-центр з комп'ютерами на 5 палубі, а Wi-Fi доступний практично у всіх зонах лайнера.

На борту лайнеру компанії MSC Cruises працюють дитячі клуби, де гості можуть залишати своїх дітей (від 0 до 17 років) під наглядом вихователів. Для дітей розроблені спеціальні програми, призначені для п'яти вікових груп [26; 27]:

- Baby Club – клуб для дітей до 3 років (послуга доступна за попереднім бронюванням, кількість місць на кожному круїзі обмежена);

- Mini Club – клуб для дітей від 3 до 6 років;
- Junior Club – клуб для дітей від 7 до 11 років;
- Young Club – клуб для підлітків від 12 до 14 років;
- Teens Club – клуб для підлітків від 15 до 17 років.

Всі заходи в дитячих клубах проводяться на іноземних мовах. Для дітей можна придбати спеціальні пакети напоїв. Також пропонуються спеціальні сімейні екскурсії. Для маленьких мандрівників пропонується різноманіття ігор і розваг: шахи, шашки, ліплення, фарби, групові ігри, спортивні турніри, вечірки, концерти та багато іншого. Послуги няні на борту не надаються.

Програма заходів кожного дня, що проводяться на лайнері публікується в спеціальній інформативній мініброшюре, яка доставляється в каюту ввечері напередодні наступного дня. Програми розваг на лайнері різноманітні і періодично змінюються в залежності від маршруту лайнера і сезонності: караоке, танцювальні класи з тренерами, спеціальні лекції з різною пізнавальною тематикою, розпродажі ювелірних виробів і товарів та багато іншого [26; 27].

Харчування на лайнері організовано по системі «Все включено» (за винятком алкогольних напоїв).

На борту лайнерів компанії MSC Cruises можна вибрати один з трьох варіантів харчування.

1. Classic: класичний варіант – вечері проходять в 2 зміни, 19:00 і 21:00. Протягом усього круїзу за гостями закріплений один столик, один і той же обслуговуючий персонал, а сусіди по столу не змінюються.

2. Flexi: час вечері вибирають самі гості; це може бути конкретну годину або часовий проміжок. Крім того, можна змінювати час вечері під час круїзу (не пізніше 16:00 поточного дня).

3. My Choice: гості можуть прийти на вечерю в будь-який час; опція передбачає також пріоритетну розсадження в ресторані.

Ресторани MSC OPERA [27]:

- La Caravella Restaurant – найбільший ресторан лайнера з чудово складеним меню, що включає оригінальні закуски, основні страви та десерти;
- L'Approdo Restaurant – основний ресторан лайнера, який буквально вразить найширшим вибором страв;
- Le Vele – ресторан-шведський стіл з піцерією і гриль-баром, що пропонує великий вибір салатів, піц, омлети, млинчики, бургери, хот-доги та інші страви;
- Il Patio – ресторан-шведський стіл, в якому можна перекусити смачною піцою, салатами, стравами на грилі, омлетами, млинцями, хот-догами, бургерами і іншими гарячими і холодними закусками.

Бари MSC OPERA [27]:

- La Cabala Piano Bar – просторий бар, в якому проходять концерти і різні розважальні заходи;
- Piazza Di Spagna – затишний фортепіано-бар з інтимною атмосферою, де можна провести час за коктейлем з друзями під звуки живої музики;
- Aroma Coffee Bar – італійська кав'ярня з чудовими сортами кави і смачними десертами;
- Sottovento Pub – традиційний англійський паб з кращими сортами пива і великими телеекранами, на яких транслюються спортивні події;
- Lo Spinnaker – бар біля басейну;
- Vitamin Bar – бар біля басейну;
- Gelateria Italiana – класичне італійське кафе-морозиво.

Особливе харчування: за попереднім запитом доступні вегетаріанське, безглютенові, кошерне харчування.

Сегментація споживачів круїзного туристичного продукту відбувається за такими ознаками:

1. За рівнем доходу споживачів. З урахуванням соціального розшарування суспільства учасниками морських (в тому числі елітних) круїзів є люди з високим і надвисоким доходом. Учасники річкових круїзів – люди середнього достатку, в ряді випадків користуються соціальною

дотацією.

2. За соціальним складом в круїз відправляються:

- сім'єю (55%);
- з друзями або знайомими (27%);
- поодинокі (18%).

3. За віковим складом учасників круїзів:

- до 25 років – 30%;
- від 25 до 40 років – 22%;
- старше 40 років – 48%.

Середній вік учасників морських круїзів за статистикою ВТО становить 45 – 55 років.

4. За національними особливостями туристів. Туристи різних релігій і віросповідань можуть відпочивати і проходити лікування на теплоході. На теплоході можна обговорити меню відповідно до програми лікування і обговорити всі питання, що виникли у туриста. Обслуговуючий персонал радий всім туристам, незалежно від їх релігійних і національних особливостей.

Щодо трендів у пріоритетах споживачів, то продовжить зростати прагнення туристів до розкоші, все більшої популярності набуватиме такий сервіс, як послуги консьєржа та персонального дворецького, гурман (круїзи та тури на яхтах. Оскільки круїзи привертають увагу платоспроможних пасажирів, то все більше брендів захочуть відкрити на борту лайнеру свої магазини. Також круїзні компанії запускають все більшу кількість послуг та розваг, націлених на сімейну аудиторію.

2.3. Організація обслуговування споживачів MSC OPERA

При обслуговуванні туристів на водному транспорті, особливо на круїзах, основний натиск робиться на можливість одержання всіх доступних розваг і сервісних послуг. Швидкість прибуття в пункт призначення стає

другорядним показником. Судноплавні компанії практикують різноманітні види круїзів, найпопулярнішими з яких є класичні. Характерні риси – велика кількість заходів у порти, багата екскурсійна і розважальна програма. Серед інших видів круїзів (за основною метою) виділяються такі: конгресові, оздоровчі, лікувальні, освітні, комбіновані, мінікруїзи [30].

На теплоходах, крім транспортної послуги, може бути представлений наступний спектр послуг: розміщення у комфортабельних каютах; обслуговування харчуванням у численних ресторанах, барах, нічних клубах; організація розваг – дискотеки, вечори відпочинку у танцювальних залах, концертні і театральні вистави, різноманітні конкурси; послуги спортивнооздоровчого характеру в тренажерних залах, басейнах, саунах; послуги із проведення ділових нарад, конференцій, симпозіумів; торговельно-побутові послуги, що стосуються роботи салонів краси, магазинів; організація культурного дозвілля як на самому судні, так і в портах заходу (екскурсії); послуги з організації дитячого дозвілля тощо. Фахівцями підраховано, що «морський» пакет послуг, який надається у ході круїзу на цих судах, обходиться мандрівникові на 30% дешевше, ніж його аналог при наземній подорожі.

Високоякісна організація харчування має великий вплив на враження туристів про круїзну подорож та може зробити її ще більш привабливою для потенційних клієнтів. Головні вимоги до харчування на круїзному лайнері MSC OPERA полягають у різноманітності та якості їжі, гнучкості та доступності вибору страв, високих стандартах сервісу та індивідуальному підході до кожного туриста, що має різні дієтологічні обмеження та пристрасті до обрання страв [27]. Саме тому основним завданням при відновленні круїзного туризму після пандемії стало налаштування системи доставки продовольства на борт судна в нестабільних карантинних умовах.

Тривалість морських походів, якісна заготівля і зберігання продовольства на борту кораблів завжди була серйозною проблемою, особливо для суден, що ходять у країнах або регіонах, що розвиваються.

Ланцюжок постачання харчових продуктів на морський транспорт передбачає закупівлю їжі через кількох постачальників, а також доставку належної кількості продовольства на борт протягом всього круїзу (див. рис. 2.1). Постачання продуктів харчування має бути гнучким, пунктуальним, оперативним і швидким для реалізації потреб туристів та персоналу. Ланцюжок постачання харчових продуктів має кілька ключових характеристик, включаючи обмеження терміну зберігання для сировини та швидкопсувних продуктів, тривалість часу виробництва, сезонність виробництва, необхідність високоорганізованого транспортування та зберігання отриманих продуктів. Будь-які зміни відстані, часу або температури в ланцюзі зберігання сировини можуть значно збільшити витрати компанії [33].

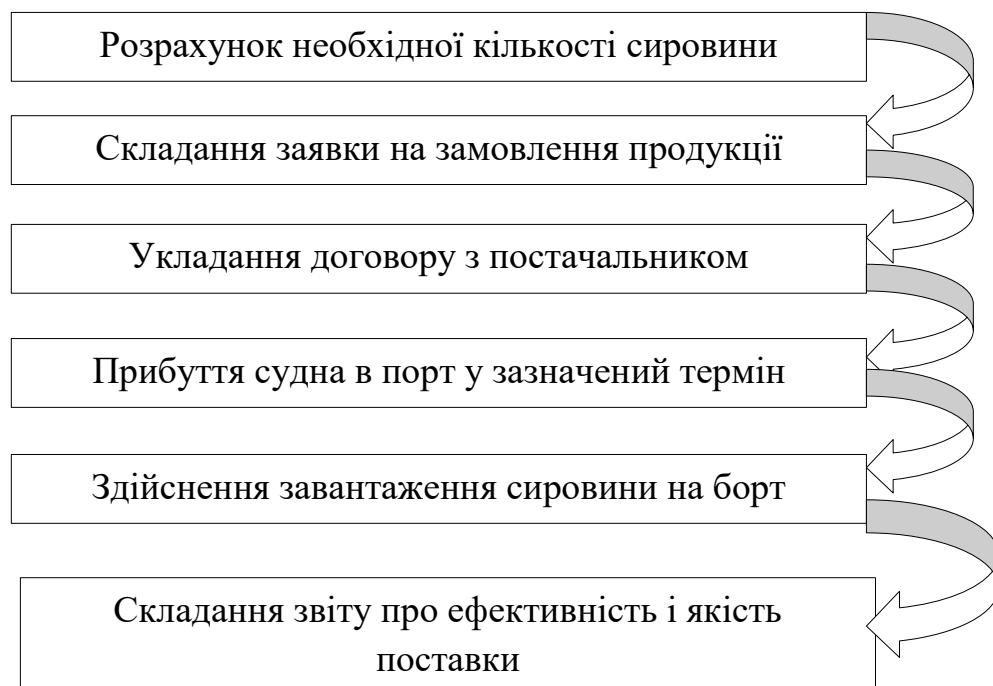


Рис. 2.1 – Схема організації системи постачання сировини на борт круїзного лайнеру MSC OPERA [33; 36]

Дві основні проблеми, з якими стикаються ланцюги постачання продовольства на судах, можна класифікувати як ті, що внутрішньо пов'язані з їжею і більш широко пов'язані з організацією ланцюга

постачання. Вихідна логістика, тобто графіки відправлення, мають вирішальне значення для операцій постачання сировини на судно. Оперативний процес повинен відповідати міжнародним стандартам безпеки та гігієни харчування, постачальники повинні відповідати не лише за швидкість та своєчасність виконання послуг у порту, але й за свіжість та безпечність доставлених на борт продуктів.

Особливо важливими аспектами обслуговування круїзних ліній є потреба задовольнити пасажирів достатньою кількістю продовольства протягом тривалих періодів і необхідність поповнення запасів на судні під час дуже короткого терміну зупинки лайнеру у портах. Коли судна прибувають у порт, постачальники повинні організувати швидкісну доставку їжі на борт протягом 1 – 2 годин між розрахунковим часом прибуття і розрахунковим часом відправлення лайнеру [14].

У ланцюжку постачання продовольства COVID-19 та дотримання норм НАССР постає серйозне занепокоєння щодо виробництва, обробки, розподілу та попиту на харчові продукти. Це призвело до обмеження пересування працівників, зміни попиту споживачів, закриття потужностей з виробництва продуктів харчування, обмеження торгівлі та фінансового тиску. Основною проблемою поставки продукції на круїзні лайнери стало введення обмежень на переміщення людей з певних регіонів або країн, що призвело до скорочення робочої сили в портах та логістичних компаніях і негативно вплинуло на швидкість обробки товарів та їх доставку на борт судна. Багато країн з початком пандемії ввели нові регуляції та правила щодо безпеки і санітарних норм, пов'язані з обробкою та перевезенням товарів, через що круїзним компаніям довелося внести зміни у логістичне планування поставок.

Карантинні обмеження та збільшений контроль на кордонах призвели до затримок в перевезенні та доставці продуктів на борти лайнерів, що ускладнило планування часу прибуття судна до зазначеного порту та вплинуло на доступність продуктів на борту. Багато фабрик та підприємств,

які виробляли продукти харчування та поставляли їх у порти в зазначені терміни, були змушені призупинити або скоротити виробництво через карантинні обмеження та низький попит [15]. Крім того, введені заходи на заборону діяльності ресторанів, готелів та інших закладів громадського харчування призвели до значного скорочення закладів на борту, що викликало необхідність укладання договорів з поставниками, щодо зменшення обсягу закупівлі продуктів. Розрахунок необхідної сировини мав проводитися з огляду на можливість спалаху інфекції в будь-якій точці світу, що потребуватиме коригування маршруту та неможливості доотримання продовольства на борт. Усі ці фактори вплинули на ланцюжок постачання, завдавши зниженню його ефективності, надійності та економічності.

Оскільки послуги HoReCa включають і логістику постачання, відмітимо, що за тиждень круїзу, наприклад, на MSC OPERA у процесі приготування всередньому використовується 60 тис. свіжих яєць, 9 тис. кг картоплі, понад 6,7 тис. кг яловичини, 4 тис. кг курятини, близько 700 кг кави; також пропону-ються 40 варіантів фруктів та 80 овочів Miquel Ros (2022 р.) [27].

Пропозиція класичного еногастрономічного продукту базується на вивченні етнічних кухонь певних місцевостей та районів, ознайомленні не тільки з традиціями приготування, споживання, поєднання страв і напоїв, ай зісторією, впливом їх на сучасну світову кулінарію та виноробство. Круїзний продукт дозволяє організувати еногастрономічний тур без прив'язки до конкретної географічної території, використовуючи при формулюванні пропозиції лише потенціал круїзного судна.

Відповідно на круїзному ринку сьогодні реалізуються дві концепції проектування круїзного продукту із різним значенням послуг HoReCa: перша – HoReCa як складова продукту на рівні з послугами дозвілля, друга – HoReCa як основа тематичного продукту, зокрема еногастрономічного (див. рис. 2.2). На основі проведеного аналізу пропозиції визначено, що тип круїзного корабля відповідно до концепції HoReCa є відмінним: для

мегалайнерів та кораблів із великою кількістю пасажиромісць характерна перша концепція (зокрема для MSC OPERA), лайнерів та невеликих яхт класу преміум та люкс – друга.

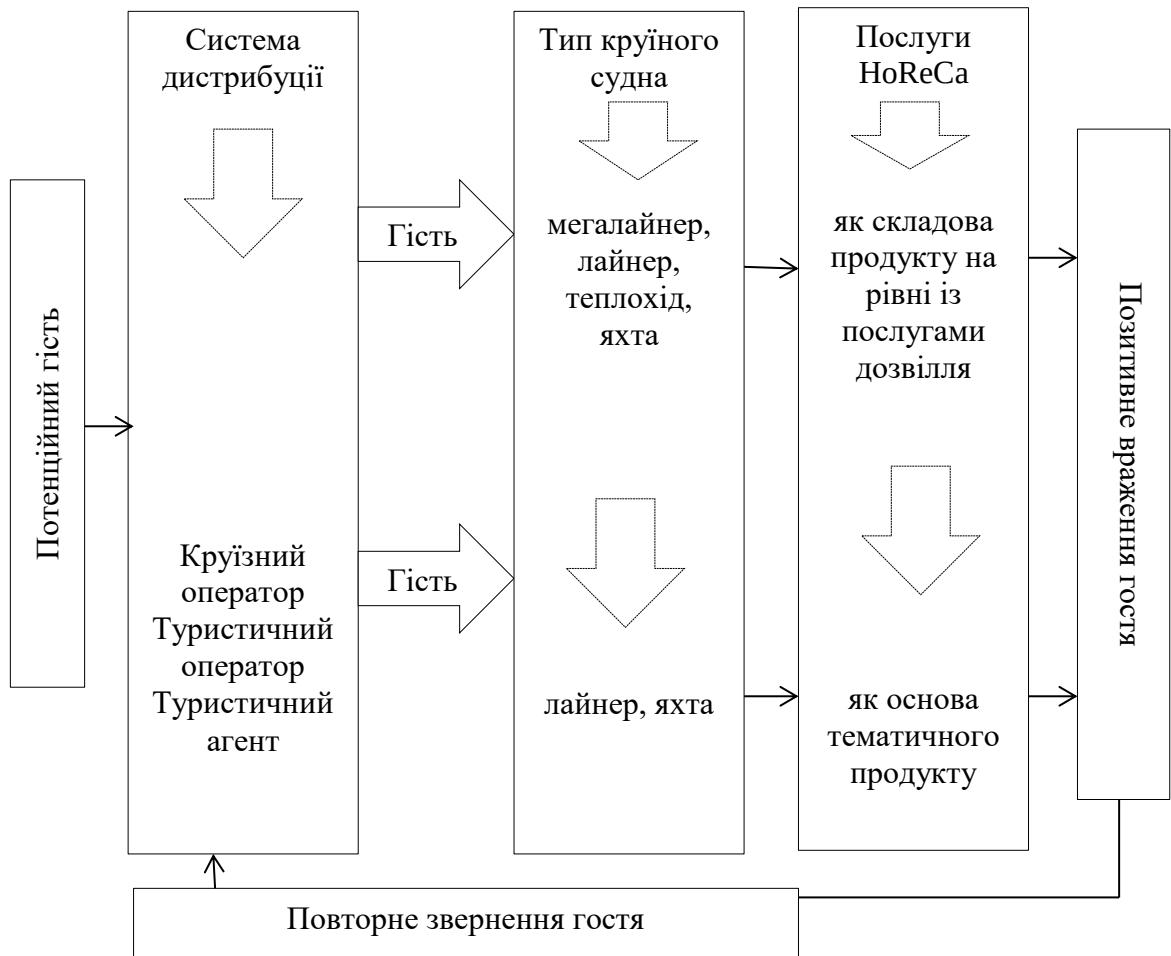


Рис. 2.2 – Місце послуг HoReCa у структурі круїзного продукту [29]

В межах другої концепції пропонуються два типи продукту:

- круїз у межах туристичної дестинації (винний тур) – планування маршруту судна по дестинації, що є осередком виноробства (судно виступає як транспортний засіб і місце для організації еногастрономічних банкетів);
- еногастрономічний круїз на борту судна (спеціальний винний тур) – використання тільки інфраструктури судна для організації програми винного круїзу.

На практиці одна круїзна компанія не пропонує «винний тур» та «спеціальний винний тур», оскільки її круїзний флот спеціалізується на обслуговуванні маршрутів у конкретному географічному регіоні. Отже, дані

продукти не виступають продуктами-конкурентами, а визначають та формують розширену асортиментну лінію під запити сучасного туристичного ринку.

При інтегруванні двох видів еногастрономічного продукту створюється індивідуальна пропозиція для членів винних клубів та спеціалізованих асоціацій, що може бути організована тільки у форматі чартеру, оскільки програма передбачає залучення судна із відповідною інфраструктурою. Отже, потенціал послуг HoReCa на круїзному кораблі повною мірою розкривається у еногастрономічних продуктах; за рахунок набутого досвіду слід розширювати географію пропозиції круїзів даного типу.

Організація дозвілля є важливим моментом обслуговування клієнтів при реалізації круїзів. На круїзних кораблях працюють різні клуби, проводяться художні виставки, виступи акторів і естрадних виконавців, проведення різноманітних шоу, а також організовується доставка бажаючих на острови і міста на березі. На борту круїзних суден також є все необхідне для сімейного відпочинку, який передбачає послуги няні для маленьких дітей, дитячі клуби і різні анімаційні програми розважального характеру. Однак для відвідування деяких розважальних заходів на лайнерах встановлюються вікові обмеження. При реалізації недорогих круїзів використовуються невеликі кораблі старого планування з усіма зручностями, необхідними для нормального життєзабезпечення [24].

Круїзне судноплавство є складовою частиною круїзного туризму, що являє собою універсальний вид туризму, що з'єднує практично всі його форми і поєднує в собі кілька його видів – рекреаційний, спортивний, лікувальнооздоровчий, пізнавальний, конгресовий, пригодницький, пошуковий і т.п., а також який об'єднує різні варіанти сервісу та організації відпочинку.

Головні мінуси круїзу полягають у тому, що турист кожен день бачить море або океан, але не може в ньому купатися. Проблему частково вирішує наявність на лайнері басейнів з морською водою. Тому, щоб повною мірою

насолодитися відпусткою, в турфірмах рекомендують поєднувати подорож на лайнері з пляжним відпочинком в країні, тобто формувати індивідуальну комбіновану програму.

Комбінована програма на базі круїзного маршруту – відпочинок на лайнері, поєднаний з продуманою екскурсійною програмою і зупинкою в готелі до або після круїзу – оптимальне вирішення проблеми розбіжності бажань та інтересів, що виникають при організації спільного відпочинку. Щороку в асортименті туроператорів з'являються нові різновиди комбінованих турів: йде розширення екскурсійних програм, і, відповідно, додаються нові місця відпочинку [24; 30].

Популярні сьогодні комбіновані тури в їх класичному варіанті являють собою групову екскурсійну програму з відвідуванням різних міст однієї держави і подальший відпочинок на узбережжі. Найпопулярнішими, як і раніше залишаються тижневі круїзи, однак частка круїзів тривалістю більше одного тижня значно збільшилася. Співвідношення екскурсійної та пляжної складових може бути різним, але зазвичай кожної частини відводиться тиждень. Існує і особлива форма комбінованого туру: огляд одного міста і подальший відпочинок.

Комбінована програма на базі круїзного маршруту – це комплексний туристичний продукт, коли в обслуговуванні туристів за програмою задіяні круїзні компанії, підприємства розміщення, транспорту, розваг і т.д., що відносяться до різних секторів туристської індустрії. Послуги розміщення, перевезення, харчування, які ними постачаються, не можуть бути об'єднані автоматично, тому фахівці, що займаються плануванням комбінованих програм на базі круїзних маршрутів повинні володіти цілісним сприйняттям турпродукту і комплексним баченням безлічі дрібних проблем, що виникають при складанні подібних програм.

Технологія організації та проведення індивідуальної комбінованої програми на базі круїзного маршруту полягає в комплексному підході до формування всієї програми обслуговування і складання щоденних

екскурсійнодозвіллевих програм. Оптимальна індивідуальна комбінована програма на базі круїзного маршруту – це така програма, яка враховує потреби клієнтів і тематику обслуговування з точки зору змісту, складу послуг, їх кількості та порядку надання. Крім того, при складанні денної програми слід враховувати специфіку самого туристського або курортного центру, маршруту подорожі.

У зв'язку з обмеженою кількістю кают, а також особливістю збільшення тарифів необхідно бронювати круїзи завчасно, наприклад, за півроку, тому операторам круїзного туризму важливо формувати комбіновані програми на базі круїзних маршрутів приблизно за рік. Так як круїзні маршрути модифікуються щороку, а виконують їх різні лайнери, комбіновані програми на базі таких маршрутів щороку будуть різні. Дана особливість позитивна, оскільки дозволяє уникнути стагнації і падіння попиту. З іншого боку, це, а також зміни в маршрутній і тарифній сітці авіакомпаній, зміни візових взаємин між країнами скорочують можливість аналізувати комбіновані програми для їх подальшого вдосконалення в наступному році.

У боротьбі з численними конкурентами і в прагненні задовольнити зростаючі потреби туристів в новій послугі, компанія MSC змушена розробляти все більше різноманітних туристичних продуктів. Таким чином, підприємству рекомендовано розробляти комбіновані програми на базі круїзних маршрутів, оскільки дозволить виводити на ринок комплексний турпродукт, що задовольняє потреби споживачів. Що стосується тенденцій у розвитку комбінованих програм, то можна відзначити появу численних групових комбінованих програм на базі круїзних маршрутів в Європі, у розвитку комбінованих програм помітно і розширення їх цінового діапазону, а також розширення географії їх організації [15; 27].

На сьогодні круїзні компанії розробляють процедури надання максимальної безпеки та гігієни, покращують методи циркулювання повітря та збільшують простір громадських місць на борту туристичних суден. Круїзні компанії співпрацюють з адміністраціями портів і місцевими

органами влади, розробляючи ефективні плани дій у надзвичайних ситуаціях для боротьби зі спалахами COVID-19. Співпраця круїзних компаній і туристичних агенцій для розробки сучасних маркетингових рішень в індустрії вказує на те, що найближчим часом пасажери шукатимуть більш персоналізовані послуги, а менші судна дозволять забезпечити відчуття конфіденційності та безпечності відпочинку. Тому компанії, що відновлюють туристичні послуги, приділяють увагу співпраці з портовими агентствами для закупівлі продукції, організації інфраструктури та високоякісного обслуговування на невеликих лайнерах, популярність яких до пандемії була значно меншою.

Висновок з розділу 2

MSC Cruises входить до складу італійського холдингу Mediterranean Shipping Company («Середземноморська судноплавна компанія»), який був заснований в 1970 р. Піднявшись на борт будь-якого круїзного лайнера компанії «MSC Cruises», споживач потрапляє в чудове чарівність водної стихії, світ розкоші і комфорту, привітності екіпажу, італійського гостинності та незабутніх вражень. Всі лайнери круїзної компанії MSC Cruises діляться на 5 класів.

У грудні 2013 року компанія MSC Cruises оголосила про проект реновації чотирьох лайнерів класу LIRICA. Проект зайняв 2 роки і стартував в 2015 році. В результаті на лайнерах MSC Armonia, MSC Lirica, MSC Sinfonia і MSC Opera з'явилися нові об'єкти розважального комплексу, ігрові зони для дітей для п'яти вікових груп (у тому числі для зовсім маленьких до 3-х років), технологічні новинки, збільшилися площі магазинів і спа-центру, були побудовані майже 200 нових кают на кожному лайнері (193 каюти для пасажирів і 59 кают для екіпажу).

Лайнер MSC Opera було побудовано в 2004 р. В 2015 р. завершено капітальний ремонт. Довжина лайнеру складає 274,9 м, ширина – 28,8 м.

потужна швидкість 21,1 вузлів. Лайнер вміщує 2679 осіб, включаючи обслуговуючий персонал. Згідно таблиці 2.1 на лайнері в наявності 13 палуб та 976 кают різних класів.

На лайнері MSC Opera абсолютно всі каюти повністю оновлені і декоровані, в них поставлені нові ліжка і LCD телевізори. У багатьох зонах лайнера постелено нові килимові покриття, перефарбовані і заново декоровані стіни і стелі, замінено меблі. У всіх каютах: ванна кімната; телефон; телевізор; фен; міні-бар; сейф; кондиціонер. Харчування на лайнері організовано по системі «Все включено» (за винятком алкогольних напоїв).

Особливо важливими аспектами обслуговування круїзних ліній є потреба задовольнити пасажирів достатньою кількістю продовольства протягом тривалих періодів і необхідність поповнення запасів на судні під час дуже короткого терміну зупинки лайнеру у портах. Коли судна прибувають у порт, постачальники повинні організувати швидкісну доставку їжі на борт протягом 1 – 2 годин між розрахунковим часом прибуття і розрахунковим часом відправлення лайнеру.

У зв'язку з обмеженою кількістю кают, а також особливістю збільшення тарифів необхідно бронювати круїзи завчасно, наприклад, за півроку, тому операторам круїзного туризму важливо формувати комбіновані програми на базі круїзних маршрутів приблизно за рік.

РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ

3.1. Оцінка якості послуг з обслуговування споживачів на лайнері MSC OPERA

У сфері круїзних послуг, обслуговування – складний процес, до якого залучено багато учасників. В обслуговуванні туристів та задоволенні їх потреб приймають участь перевізники, заклади харчування, розміщення туристів, страхові компанії, туроператори, турагенти. На задоволення потреб туристів спрямована також діяльність фізичних осіб, які надають послуги екскурсійного обслуговування, перекладу, супроводу. Формування якісного турпродукту потребує детального вивчення мотивації та потреб споживачів.

У першу чергу, абсолютно будь-який турист потребує задоволення фізіологічних потреб, важливість яких обумовлено тим, що людина – біологічна істота, саме тому він звертає увагу на якість послуг розміщення та харчування. На наступний план відповідно до ієрархії потреб, розробленої Маслоу, виходять соціальні потреби, які на круїзному судні задовольняються анімаційною службою, екскурсійними бюро, службами організації дозвілля, казино на морському лайнері та низкою інших служб і підрозділів [2; 6].

Якість туристського обслуговування в круїзі досягається за рахунок задоволення потреб, бажань та інтересів всіх учасників процесу, яких можна умовно розділити на 3 групи:

- 1) туристи (задоволення потреб з урахуванням наявного туристського досвіду);
- 2) виробники та продавці послуг (отримання прибутку);
- 3) суспільство вторинних туристських дестинацій – міста заходу судна.

Тільки якісне обслуговування на круїзних суднах може забезпечити високий рівень конкурентоспроможності круїзних послуг щодо інших популярних видів туристських послуг. Багато круїзних компаній зрозуміли,

що чудову якість обслуговування можуть забезпечити їм значні конкурентні переваги, результатом яких стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку, так як основна частка прибутку підприємств туризму формується за допомогою виручки, одержуваної від обслуговування постійних клієнтів [16]. Саме постійні клієнти формують стабільний попит на туристичні послуги, що допомагає останнім у забезпеченні постійного приросту доходів.

За даними ААС (American Association of Consumers) пошук і залучення нових клієнтів коштує в 5 – 6 разів більше, ніж утримання вже наявних [17]. Отже, досягнення високого ступеня задоволеності важливо як для туриста, так і для круїзної компанії, яка, за умови забезпечення стабільно високої якості обслуговування матиме можливість:

- підвищити лояльність своїх клієнтів;
- стабілізувати попит на свої послуги за рахунок збільшення кількості постійних клієнтів;
- знизити витрати на залучення нових споживачів;
- забезпечити поширення усної реклами, яка сприяє розвитку ринку круїзних послуг.

Вивчення та оцінка якості туристичних послуг має ґрунтуватися на дослідженні індивідуальних потреб туристів, що утворюють основну споживчу групу туристських ресурсів. Для позитивної оцінки споживачами якості обслуговування необхідно перевищення їх очікувань від отримуваних послуг та відпочинку в цілому, що гарантує високу привабливість круїзних послуг та велику імовірність бажання відтворити цей досвід.

Створення ефективної методики оцінки якості обслуговування в круїзі необхідно для управління системою якості обслуговування на круїзному судні і отримання об'єктивної оцінки привабливості круїзних послуг і, отже, їх конкурентоспроможності. Відомо, що організації, які мають ефективну систему якості, доводять, що вони здатні тримати під контролем всі фактори, що впливають на якість послуг при оптимальних витратах. Всебічна оцінка

якості обслуговування в круїзі є основою оцінки конкурентоспроможності круїзного судна.

Серед причин, що ускладнюють оцінку якості обслуговування в круїзі можна виділити:

1. Специфічні властивості послуг, які формують туристичне обслуговування в круїзі.

2. Системність та варіативність туристського обслуговування в круїзі. Висока варіативність послуги викликає стрімкий розвиток нестійкості її якості.

3. Мінливість наданої якості обслуговування, обумовлена високою часткою впливу людського фактору на результат надання круїзних послуг. Роль людського фактору виражена в мінливості фізичної форми та емоційного стану виконавця послуг, а в пікові періоди туристського потоку можливе зниження якості послуг, що надаються через перевтому персоналу. У більшості випадків оцінка якості залежить від самого виконавця послуги, споживача, його особистих якостей і попереднього туристичного досвіду, умов надання послуги.

4. Високий рівень суб'єктивізму при оцінці круїзного обслуговування. Для досягнення максимального економічного ефекту організацією – постачальником туристичних послуг, необхідна найбільш повна відповідність обслуговування потребам замовника і споживача послуги.

5. Неоднозначність в оцінці туристом елементів обслуговування проявляється в тому, що, на думку низки вчених, значимість окремих властивостей товару або послуги залежить від типу споживача [30]. Споживачі віддають перевагу не всім властивостям, а тільки деяким властивостям привабливості товару або послуги для них.

6. Труднощі вимірювання показників якості обслуговування в абсолютних величинах.

На оцінку споживачем якості наданого йому обслуговування можуть впливати:

- попередній досвід круїзних поїздок;
- стандарт якості життя в країні проживання;
- особистий стандарт життя (стійкі звички та уподобання).

Існує наукова позиція, згідно з якою якість – величина вимірна і, отже, невідповідність продукту зазначеним до нього вимогам може бути виражена через будь-яку постійну міру, якою зазвичай є гроші [31]. Однак доцільно зазначити, що на різних круїзних судах, на яких пропонуються аналогічні за ціною круїзи, може надаватися різна якість обслуговування, обумовлена стандартом якості круїзної компанії, кваліфікацією команди і екіпажу судна, змістом розважальної програми. Чим складніше послуга, більше постачальників послуг, складніше її технологія, тим важче створити відповідну систему показників і тим вище роль такого показника як задоволеність споживача, що не має вираження в натуральних і вартісних величинах [32].

Питання поліпшення якості обслуговування в круїзі тісно пов'язані з проблемами оцінки якості круїзних послуг, тому якість обслуговування і методика його оцінки є ключовою сферою інтересу для суб'єктів ринку круїзних послуг і вирішальним фактором в досягненні комерційного успіху для круїзних компаній. Оцінка якості обслуговування в круїзі потребує всебічного вивчення та аналізу потреб і очікувань туриста. Поряд з цим необхідно враховувати існування певного фінансового ліміту у кожного туриста на задоволення своїх потреб, в тому числі за рахунок придбання та споживання додаткових послуг і наявність у споживача інформації про способи задоволення конкретних потреб. З урахуванням всіх наведених вище обставин і повинна проводитися оцінка якості обслуговування. У свою чергу, якість обслуговування визначається сумарною оцінкою якості послуг, якими турист скористався в круїзі.

На якість, як кожної круїзної послуги, так і круїзного обслуговування в цілому можуть вплинути такі фактори, як:

- матеріально-технічна база, яка використовується для надання

послуги. Наприклад, оформлення та оздоблення приміщень безпосередньо розміщення туристів та місць загального користування, їх стан та наслідування сучасним тенденціям відіграють важливу роль при формуванні враження від споживання послуги харчування, проживання, омолодження, оздоровлення, спортивних і розважальних послуг відповідно;

- якість праці обслуговуючого персоналу (професіоналізм, зовнішній вигляд, привітність);

- технологічні процеси, які значною мірою впливають на послуги харчування та екскурсійні послуги (технологічне оснащення для надання послуг відповідно до сучасних тенденцій);

- своєчасність надання послуги;

- час обслуговування і очікування найбільш важливі при наданні інформаційних послуг, харчування;

- співвідношення частки основних і додаткових послуг у складі пакету комплексного обслуговування.

З метою забезпечення індивідуалізованого підходу при обслуговуванні та отримання найбільш високої оцінки якості наданого обслуговування з боку туриста, в круїзі має бути забезпечений широкий вибір додаткових послуг для того, щоб туристи різних типів з різними вподобаннями могли обрати комплект послуг, який найбільш повно задовольняє їх очікування і потреби.

Оцінка якості обслуговування в круїзі повинна проводитися на основі комплексного підходу та аналізу якісних показників всіх послуг від початку круїзу до його завершення. Такий підхід дозволить оцінити загальний, синергетичний ефект, який буде значно перевищувати ефект від окремої послуги, і дозволить отримати правильну оцінку якості всього процесу обслуговування. При цьому необхідно враховувати той факт, що якщо хоча б за одним напрямком надання круїзної послуги не було досягнуто відповідну якість, ефект буде дуже негативним і по всьому круїзу в цілому. Важливим фактором є те, в якій туристській дестинації здійснюється оцінка якості

туристичних послуг, оскільки вона впливає, безумовно, як на зміст (тобто набір послуг), так і на відношення до якості самих послуг.

Сьогодні для оцінки якості туристичних послуг та обслуговування можливе використання наступних методів: статистичний, порівняння, анкетування, експертний, спостереження, комплексний. На сьогодні в круїзному туризмі найбільше використовують методи анкетування, спостереження, статистичний, порівняння [7]. Проаналізувавши вказані методи, можна сказати, що окремо всі перелічені методи мають свої недоліки. Так, наприклад, не всі туристи мотивовані, щоб проходити анкетування; при експертному методі виникають проблеми із залученням високо кваліфікованих експертів та у узгодженні їх думок; для спостереження відсутні стандартні методики обробки отриманих даних. Тому доцільно обирати та використовувати декілька методів одночасно. Найбільш інформативними є методи анкетування та порівняння. Складності в оцінці якості обслуговування обумовлюються також багатоетапністю надання круїзних послуг та кількістю залучених до цього процесу діючих осіб.

Спираючись на вищезазначене, для проведення опитування найбільш інформативними є наступні показники за секторами обслуговування (див. табл. 3.1): розміщення, харчування, дозвілля, екскурсійний супровід, транспортні послуги, робота персоналу, супутні послуги.

За обраними показниками респонденти повинні оцінити рівень їхнього задоволення за 5-бальною шкалою по типу шкали Лайкерта [11], що варіюється від «5 = надзвичайно задоволений до 1 = дуже незадоволений». Відповіді споживачів дозволять проаналізувати, які сфери потребують поліпшення та більш пильного контролю якості, та своєчасно скоригувати процес обслуговування під час круїзу. Відповідно очікується, що за результатами опитування, менеджери організують сценарій обслуговування таким чином, що воно перевищить очікування гостей. Якісного круїзного досвіду можна досягти, створюючи заходи, в яких гості можуть: дізнаватися

нове, задовольнити цікавість, насолодитися різноманітними естетичними задоволеннями, поглянути на візуальні об'єкти, втекти від повсякденного життя та буденності, розважатися в організованих заходах та насолоджуватися розважальною програмою та шоу.

Таблиця 3.1 – Показники якості обслуговування для проведення опитувань пасажирів круїзу MSC OPERA

Група показників	Показники оцінки якості обслуговування
Розміщення (показники, що відносяться до кают)	Якість прибирання в каюті; устаткування каюти; комфортабельність каюти; швидкість обслуговування.
Розміщення (показники, що відносяться до лайнера)	Чистота лайнера; наявність додаткових послуг; комфортабельність судна; загальне враження від лайнеру.
Харчування (в ресторані)	Якість харчування; різноманітність меню; швидкість обслуговування; інтер'єр/атмосфера; оформлення страв; розмір порцій; сервіс в ресторані.
Харчування (в барі)	Асортимент; ціни; сервіс в барах; якість продукції, що надається в барі; вибір напоїв; швидкість обслуговування; час роботи
Дозвілля/розваги на борту	Наявність розважальних заходів на борту; інформування щодо майбутніх заходів; різноманітність; періодичність; робота аніматорів; час роботи аніматорів
Екскурсійна програма (на березі)	Різнноманітність екскурсійної програми; екскурсії, які найбільше сподобалися; екскурсії, що найменш сподобалися; робота екскурсоводів.
Екскурсійна програма (на борту)	Робота бортового гідів; своєчасність надання інформації на борту; обсяг наданої інформації.
Транспорт	Якість трансферу; якість супутнього транспорту; вчасність подачі транспорту.
Робота персоналу і екіпажу	Директора круїзу; адміністраторів; покоївки; робітників закладів харчування; екіпажу лайнера
Додаткові показники	Частота круїзних поїздок туриста; набір додаткових послуг на борту; загальне враження; причини вибору судна; медичне обслуговування на борту; оцінка судна в цілому; загальне враження від круїзу; цікавість маршруту; співвідношення ціна/якість круїзу; погода під час круїзу; порівняння поточного круїзного досвіду з попереднім

Протягом 2023 р. круїзний лайнер MSC OPERA провів опитування за цими показниками серед 120000 своїх клієнтів (див. рис. 3.1). З огляду на те, що останнім часом лайнер виконує поїздки по Середземному та Карибському морях – потенційні споживачі це європейці, які дуже вибагливі в організації

відпочинку.



Рис. 3.1 – Оцінка якості надаваних послуг споживачам на круїзному лайнері MSC OPERA за 2023 р.

Якщо гості отримують задоволення (їх сподівання будуть перевищені), вони надають позитивні рекомендації знайомим, друзям, залишають відгуки у соціальних мережах, таким чином сприяють поширенню подібного відпочинку. Для цього необхідно бездоганно забезпечити відповідність стандартам якості, наприклад: безпека підвищує почуття добробуту гостей; ввічливість зміцнює приємну атмосферу; візуальний вигляд забезпечує приємний кадр для сервісної взаємодії та ефективність сприяє перевищенню очікувань гостей [10]. Для досягнення лояльності гостей та повернення їх на круїзні кораблі менеджери зобов'язані надати послугу, яка не тільки відповідатиме, але й перевищить їх сподівання. Тоді гості, спираючись на власний досвід, позитивно розповідатимуть про свій круїзний відпочинок та рекомендуватимуть круїзи іншим людям.

Однак, щоб перевищити очікування гостей, варто встановити стандарт

їхніх очікувань. Гості відчують перевищення своїх очікувань лише в тому випадку, якщо відчули, що отримали набагато більше, ніж те, за що вони заплатили за витрачений час та гроші.

3.2. Пропозиції з покращення обслуговування споживачів на круїзних лайнерах компанії MSC Cruises

Сьогодні в основі круїзного продукту лежить традиційна формула масового туризму «все включено», що передбачає пропонування туристичного продукту з повним набором послуг за низькою ціною. Саме перетворення круїзного продукту з елітарного туризму в масовий стало основою для розширення світового туристичного ринку.

Поштовхом для розвитку круїзного туризму став пошук альтернатив для використання потужностей пасажирських суден, які з появою комерційних авіаліній втратили частку на ринку перевезень. Однак бар'єри роботи на круїзному ринку, серед яких потреби в інвестиційних ресурсах для фінансування будівництва нових суден і реновації старих, і значні операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, сформували олігопольне конкурентне середовище. Для забезпечення прибуткової роботи круїзних ліній компанії консолідують ресурси та утворюють холдингові структури, що відповідає моделі розвитку світового туристичного ринку на основі горизонтальної інтеграції. Суттєвими перевагами холдингових структур у круїзному туризмі є оптимізація власних ресурсів при формуванні круїзного продукту, укріплення інвестиційного потенціалу, консолідація трудових ресурсів, збільшення контролю за процесами розвитку ринку, мобільність у прийнятті тактичних та оперативних рішень. Крім того, у порівнянні з іншими видами туризму, які мають прив'язку до регіонів і країн, через мобільність матеріальної бази у круїзному туризмі робота в межах холдингу відкриває додаткові можливості експлуатації суден протягом усього року в різних регіонах світу.

Обсяги надходжень від круїзного туризму у 2022 р. становили понад 38,0 млрд. дол. США. На збільшення обсягів виручки істотно впливають інфляційні процеси, які збільшують операційні витрати по формуванню круїзного продукту. Конкуренція в круїзному туризмі зміщується по вектору «цінові фактори – нецінові фактори», що обумовлюється необхідністю впровадження інновацій на усіх етапах формування та просування круїзного туристичного продукту.

Підтримання темпів постійного зростання ринку круїзного туризму відбувається за рахунок інвестування круїзних операторів у сфері інновацій та постійного вдосконалення круїзного туристичного продукту.

Слід зазначити, що холдингові круїзні компанії позиціюють всі свої бренди як окремі торговельні марки (як окремий бренд сьогодні може позиціюватися і конкретне круїзне судно), об'єднуючи їх у групу для надання додаткових гарантій безпеки туристам та дифузії інновацій. Частка ринку сучасних круїзних ліній складає 70,5% від світової пропозиції, сегмент преміум займає 24,4%, на їх формування працюють понад 20 великих і середніх компаній (материнських і дочірніх), просуваючи продукт в основних круїзних регіонах світу.

Тобто інноваційні зміни в даних сегментах спрямовані на спеціалізацію круїзних суден як основу для диференціації продукту, а також ключовий фактор вибору потенційним туристом подорожі. Люкс-лінії, так само як і спеціалізовані лінії, формують 3,0% та 2,1% у структурі ринку, забезпечуючи організацію унікальних нішових маршрутів, інноваційна складова яких проявляється у пошуку нових портів призначення з унікальними атракціями. Сьогодні спостерігається значна кореляція між круїзними лініями та популярними туристичними напрямками, що говорить про освоєння круїзними операторами в першу чергу тих напрямів призначення, які є сформованими туристичними дестинаціями, привабливими для туриста – сучасні продукти та преміум-сегмент. Водночас, можна говорити і про освоєння нових дестинацій для зменшення перенавантаження на рекреаційні

території та формування нових конкурентних переваг за рахунок мобільності круїзних суден – люкссегмент та спеціальні продукти. Порівняння зазначених груп сегментів ускладнюється значною диференціацією продукту.

Інноваційні зміни в розвитку світового круїзного ринку визначають орієнтири для інноваційної активності всіх його суб'єктів. Процеси консолідації світового круїзного ринку підвищують гарантії безпеки для туристів, збільшують їх інформованість, знижують операційні витрати на формування круїзного туристичного продукту, одночасно забезпечуючи його якісну стандартизацію через зменшення кількості посередницьких структур і соціальну відповідальність учасників ринку. Однак тим самим укрупнення круїзних операторів зменшує кількість альтернатив розвитку ринку: за рахунок об'єднання створюється перевага за масштабами збуту, використовується дифузія інновацій (у т. ч. технічних), впроваджених у інших секторах економіки, не виділяються ресурси для самостійного пошуку нововведень.

Оператори не перестають дивувати туристів технологічними новинами. На борту нового лайнера *Bellissima* компанії *MSC Cruises* в кожній каюті буде особистий помічник туриста *Zoe*. Це пристрій здатний запам'ятовувати різні алгоритми дій людини [26].

На деяких лайнерах встановлюють мінікомп'ютер, що дозволяє бути в курсі всіх подій на лайнері. Девайс, який використовується в якості ключа, можна носити в кишені, на руці в якості браслета, як брошку або підвіску.

Використовуючи розробку *Royal Caribbean Cruises*, компанія *MSC Cruises* може ввести на лайнерах технологію розпізнавання осіб, щоб процес заселення гостей проходив швидше і зручніше.

На більшості своїх лайнерів запустила *MSC Cruises* зручний додаток і *Costa Cruises*. З його допомогою гості можуть робити замовлення в ресторанах, бачити меню, спілкуватися і дзвонити у внутрішньому бортовому чаті, стежити за своїми витратами, знайомитися з програмою розваг та екскурсій.

Можна виділити 3 ключових напрямки, що формують доходи і ринок робочої сили в круїзному бізнесі, це: виробничий сектор, що охоплює майже половину прямих надходжень; надання транспортних послуг включають авіа/залізничні перевезення до місця початку або закінчення круїзу і автомобільні перевезення в процесі переміщення пасажирів при прибутті круїзного лайнера в порт (більше 20%); надання фінансових і комерційних послуг туристам, членам екіпажу і круїзним операторам (близько 10% в загальному обсязі прямих доходів і більше 20% в структурі сукупних доходів).

Так, збільшення круїзних туристів на 1 тис. чол. принесе більше 1 млн. євро прямого доходу і близько 2 млн. валового доходу виробничого сектора. Надання послуг з транспортування 1 тис. туристів сприятиме отриманню сукупного доходу в розмірі півтора млн. євро, надання фінансових і комерційних послуг пасажирам і членам екіпажу генерує близько 1,6 млн.євро [8].

Враховуючи складний ієрархічний взаємозв'язок структурних елементів і множинність проміжних ланок в круїзному туристському комплексі, для оцінки відповідності бажаним результатам необхідно виділення певних критеріїв-ознак, що встановлюють параметри системного розвитку при заданих обмеженнях. При цьому обмеження виступають в якості узгодження між входом і виходом системи, підпорядковуючи їх цілям і потребам відповідних цільових аудиторій, тим самим створюючи в разі розбіжності певну проблемну ситуацію, без вирішення якої не буде досягнутий позитивний кінцевий результат.

Беручи до уваги специфіку створення круїзного туристського продукту, система взаємозв'язку його діючих частин підпорядкована принципу емерджентності і включає три важливих складових організаційних компонента: організація морської подорожі, організація обслуговування туристів на борту судна і організація обслуговування пасажирів на березі, кожен з яких володіє певними інтегративними і функціональними

властивостями, має свої обмеження і є структурним елементом відповідних підсистем.

Так, до обмежень організації морської подорожі відносяться:

- віддаленість клієнтури від порту відправлення; можливість доставки туристів авіаційним або залізничним транспортом;
- кліматичні умови (тривалість періоду навігації, кількість сонячних днів, опади тощо), що обумовлюють сезонність і впливають на регулярність круїзів;
- вартість круїзу і супутніх витрат, пов'язаних з його організацією;
- глибини порту, від яких залежить можливість підходу великотоннажного круїзного судна;
- виробничі можливості морських портів з обслуговування круїзного судна, в тому числі пропускні спроможності терміналу;
- кількість портів заходу судна, відстань між портами, порядок відвідування портів, швидкість руху судна.

Обслуговування туристів на борту судна включає такі обмеження, як:

- місткість круїзного лайнера; клас кают;
- енергоспоживання круїзного судна;
- спеціалізація морського круїзу (екскурсійний, експедиційний, тематичний, ретро-круїз);
- система харчування пасажирів, прийнята на лайнері;
- наявність і місткість розважальних, спортивних та інших приміщень для організації дозвілля туристів.

Обслуговування пасажирів круїзного лайнера на березі обмежене наступними параметрами:

- рівень транспортної інфраструктури (кількість екскурсійних автобусів і маршрутів, таксі, якість дорожнього покриття, розвиток суміжних видів транспорту);
- ступінь привабливості регіону (природні, історико-культурні та інші пам'ятки, розважально-видовищні заходи тощо.);

- кваліфікаційний рівень екскурсоводів, гідів, рівень знання іноземних мов;
- час стоянки судна в порту.

Найбільш важливим компонентом в роботі компанії MSC Cruises інформаційної підсистеми є база даних, яка орієнтована на створення і аналіз інформації про цільову групу туристів, їх характеристики і потреби, тим самим забезпечуючи зворотний зв'язок між виробниками і споживачами круїзного туристського продукту і створюючи основу для планування і прогнозування пасажиропотоків.

За допомогою бази даних обґрунтовуються та встановлюються [9]:

- принципова структура пасажиропотоків за цілями поїздки і формою пред'явлення попиту;
- організаційно-комерційні форми реалізації туристських послуг;
- показники для оцінки і вимірювання пасажиропотоків, попиту на круїзні послуги, потреби в тоннажі і взаємозв'язок між ними;
- система обліку колективних та індивідуальних заявок на круїзнотуристські послуги пасажирського флоту;
- структура необхідної інформації про стан і розвиток туристських перевезень суміжними видами транспорту;
- методи прогнозування круїзного пасажиропотоку з урахуванням його структури та перспективи розвитку;
- склад, зміст і форма надання вхідної та вихідної інформації;
- системна технологія процесу прогнозування круїзного пасажиропотоку для визначення потреби в тоннажі і пасажиромісткості судна;
- порядок використання вихідної інформації для визначення капітальних вкладень і порівняння їх з ресурсними можливостями;
- техніко-економічне обґрунтування будівництва нових суден, розрахунок вартості будівництва і зіставлення її з ціною фрахту або оренди судна;

- система нормативів роботи суден на круїзних напрямках, якісні характеристики круїзного судна;
- параметри якості круїзного туристського продукту.

Таким чином, дослідження розвитку круїзної індустрії з системних позицій дозволило виділити відповідні критерії – ознаки, що встановлюють параметри системного розвитку при певних обмеженнях з урахуванням складної ієрархічної взаємозв'язку структурних елементів і множинності проміжних ланок.

Висновок з розділу 3

Якість туристського обслуговування в круїзі досягається за рахунок задоволення потреб, бажань та інтересів всіх учасників процесу, яких можна умовно розділити на 3 групи: 1) туристи (задоволення потреб з урахуванням наявного туристського досвіду); 2) виробники та продавці послуг (отримання прибутку); 3) суспільство вторинних туристських дестинацій – міста заходу судна.

Оцінка якості обслуговування в круїзі повинна проводитися на основі комплексного підходу та аналізу якісних показників всіх послуг від початку круїзу до його завершення. Такий підхід дозволить оцінити загальний, синергетичний ефект, який буде значно перевищувати ефект від окремої послуги, і дозволить отримати правильну оцінку якості всього процесу обслуговування.

Протягом 2023 р. круїзний лайнер MSC OPERA провів опитування за цими показниками серед 120000 своїх клієнтів. З'ясовано, якщо гості отримують задоволення (їх сподівання будуть перевищені), вони надають позитивні рекомендації знайомим, друзям, залишають відгуки у соціальних мережах, таким чином сприяють поширенню подібного відпочинку. Для цього необхідно бездоганно забезпечити відповідність стандартам якості, наприклад: безпека підвищує почуття добробуту гостей; ввічливість зміцнює

приємну атмосферу; візуальний вигляд забезпечує приємний кадр для сервісної взаємодії та ефективність сприяє перевищенню очікувань гостей. Для досягнення лояльності гостей та повернення їх на круїзні кораблі менеджери зобов'язані надати послугу, яка не тільки відповідатиме, але й перевищить їх сподівання. Тоді гості, спираючись на власний досвід, позитивно розповідатимуть про свій круїзний відпочинок та рекомендуватимуть круїзи іншим людям.

Підтримання темпів постійного зростання ринку круїзного туризму відбувається за рахунок інвестування круїзних операторів у сфері інновацій та постійного вдосконалення круїзного туристичного продукту.

Оператори не перестають дивувати туристів технологічними новинами. На борту нового лайнера *Bellissima* компанії *MSC Cruises* в кожній каюті буде особистий помічник туриста *Zoe*. Це пристрій здатний запам'ятовувати різні алгоритми дій людини. На деяких лайнерах встановлюють мінікомп'ютер, що дозволяє бути в курсі всіх подій на лайнері. Девайс, який використовується в якості ключа, можна носити в кишені, на руці в якості браслета, як брошку або підвіску.

Найбільш важливим компонентом в роботі компанії *MSC Cruises* інформаційної підсистеми є база даних, яка орієнтована на створення і аналіз інформації про цільову групу туристів, їх характеристики і потреби, тим самим забезпечуючи зворотний зв'язок між виробниками і споживачами круїзного туристського продукту і створюючи основу для планування і прогнозування пасажиропотоків.

ВИСНОВКИ

Морський круїз – подорож, як правило, по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів углиб країни. У світі існує понад 150 морських круїзних компаній: грецька, італійська, іспанська, американська, датська, норвезька.

Круїзні кораблі, як і готелі, оцінюються за низкою критеріїв, після чого їм присвоюється певна кількість зірок. Використовуються такі критерії: корабель та його обладнання, стан кают, харчування, обслуговування, розважальні програми, спектр додаткових послуг на борту.

На круїзних лайнерах працюють різні клуби, запрошуються артисти, проводяться спектаклі, працюють гральні клуби і казино. Як правило, круїзний тур організований по системі «все включено», це стосується харчування, використання тренажерних залів і обладнання, розважальної програми. Одна з переваг круїзних турів – їх безвізовий режим. Пасажири можуть залишатися в портах і здійснювати екскурсії від 48 до 72 годин без візи.

Світовий морський круїзний ринок знаходиться на підйомі і далекий від насичення. Просування круїзів на ринку багато в чому залежить від роботи туроператорів, яка в першу чергу пов'язано з рекламною та ціновою політикою.

Морфлот забезпечує перевезення та обслуговування туристичних суден, укомплектованих персоналом, оснащених всім необхідним і в стані, що відповідає вимогам і нормам.

Морські круїзи ще прийнято називати авіаційно-теплоходними турами, оскільки туроператори доставляють клієнтів у порт відправлення і назад додому літаком. Міжнародні морські круїзи найбільш популярні по Середземному і Адріатичному морях; навколо Європи з відвідуванням Британських островів і островів Ісландії; по Скандинавським країнам; через

Аравію в Індійський океан; по островах південної частини Тихого океану. З великих портових центрів, де розвинена круїзна справа, виділяються Майамі (США), Акапулько (Мексика), Генуя (Італія), Сінгапур, Дубай (ОАЕ), Ванкувер (Канада), Гонолулу (Гавайські острови, США).

MSC Cruises входить до складу італійського холдингу Mediterranean Shipping Company («Середземноморська судноплавна компанія»), який був заснований в 1970 р. Піднявшись на борт будь-якого круїзного лайнера компанії «MSC Cruises», споживач потрапляє в чудове чарівність водної стихії, світ розкоші і комфорту, привітності екіпажу, італійського гостинності та незабутніх вражень. Всі лайнери круїзної компанії MSC Cruises діляться на 5 класів.

У грудні 2013 року компанія MSC Cruises оголосила про проект реновації чотирьох лайнерів класу LIRICA. Проект зайняв 2 роки і стартував в 2015 році. В результаті на лайнерах MSC Armonia, MSC Lirica, MSC Sinfonia і MSC Opera з'явилися нові об'єкти розважального комплексу, ігрові зони для дітей для п'яти вікових груп (у тому числі для зовсім маленьких до 3-х років), технологічні новинки, збільшилися площі магазинів і спа-центру, були побудовані майже 200 нових кают на кожному лайнері (193 каюти для пасажирів і 59 кают для екіпажу).

Лайнер MSC Opera було побудовано в 2004 р. В 2015 р. завершено капітальний ремонт. Довжина лайнеру складає 274,9 м, ширина – 28,8 м. потужна швидкість 21,1 вузлів. Лайнер вміщує 2679 осіб, включаючи обслуговуючий персонал. Згідно таблиці 2.1 на лайнері в наявності 13 палуб та 976 кают різних класів.

На лайнері MSC Opera абсолютно всі каюти повністю оновлені і декоровані, в них поставлені нові ліжка і LCD телевізори. У багатьох зонах лайнера постелено нові килимові покриття, перефарбовані і заново декоровані стіни і стелі, замінено меблі. У всіх каютах: ванна кімната; телефон; телевізор; фен; міні-бар; сейф; кондиціонер. Харчування на лайнері організовано по системі «Все включено» (за винятком алкогольних

напоїв).

Особливо важливими аспектами обслуговування круїзних ліній є потреба задовольнити пасажирів достатньою кількістю продовольства протягом тривалих періодів і необхідність поповнення запасів на судні під час дуже короткого терміну зупинки лайнеру у портах. Коли судна прибувають у порт, постачальники повинні організувати швидкісну доставку їжі на борт протягом 1 – 2 годин між розрахунковим часом прибуття і розрахунковим часом відправлення лайнеру.

У зв'язку з обмеженою кількістю кают, а також особливістю збільшення тарифів необхідно бронювати круїзи завчасно, наприклад, за півроку, тому операторам круїзного туризму важливо формувати комбіновані програми на базі круїзних маршрутів приблизно за рік.

Якість туристського обслуговування в круїзі досягається за рахунок задоволення потреб, бажань та інтересів всіх учасників процесу, яких можна умовно розділити на 3 групи: 1) туристи (задоволення потреб з урахуванням наявного туристського досвіду); 2) виробники та продавці послуг (отримання прибутку); 3) суспільство вторинних туристських дестинацій – міста заходу судна.

Оцінка якості обслуговування в круїзі повинна проводитися на основі комплексного підходу та аналізу якісних показників всіх послуг від початку круїзу до його завершення. Такий підхід дозволить оцінити загальний, синергетичний ефект, який буде значно перевищувати ефект від окремої послуги, і дозволить отримати правильну оцінку якості всього процесу обслуговування.

Протягом 2023 р. круїзний лайнер MSC OPERA провів опитування за цими показниками серед 120000 своїх клієнтів. З'ясовано, якщо гості отримують задоволення (їх сподівання будуть перевищені), вони надають позитивні рекомендації знайомим, друзям, залишають відгуки у соціальних мережах, таким чином сприяють поширенню подібного відпочинку. Для цього необхідно бездоганно забезпечити відповідність стандартам якості,

наприклад: безпека підвищує почуття добробуту гостей; ввічливість зміцнює приємну атмосферу; візуальний вигляд забезпечує приємний кадр для сервісної взаємодії та ефективність сприяє перевищенню очікувань гостей. Для досягнення лояльності гостей та повернення їх на круїзні кораблі менеджери зобов'язані надати послугу, яка не тільки відповідатиме, але й перевищить їх сподівання. Тоді гості, спираючись на власний досвід, позитивно розповідатимуть про свій круїзний відпочинок та рекомендуватимуть круїзи іншим людям.

Підтримання темпів постійного зростання ринку круїзного туризму відбувається за рахунок інвестування круїзних операторів у сфері інновацій та постійного вдосконалення круїзного туристичного продукту.

Оператори не перестають дивувати туристів технологічними новинами. На борту нового лайнера *Bellissima* компанії *MSC Cruises* в кожній каюті буде особистий помічник туриста *Zoe*. Це пристрій здатний запам'ятовувати різні алгоритми дій людини. На деяких лайнерах встановлюють мінікомп'ютер, що дозволяє бути в курсі всіх подій на лайнері. Девайс, який використовується в якості ключа, можна носити в кишені, на руці в якості браслета, як брошку або підвіску.

Найбільш важливим компонентом в роботі компанії *MSC Cruises* інформаційної підсистеми є база даних, яка орієнтована на створення і аналіз інформації про цільову групу туристів, їх характеристики і потреби, тим самим забезпечуючи зворотний зв'язок між виробниками і споживачами круїзного туристського продукту і створюючи основу для планування і прогнозування пасажиропотоків.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Антоненко І. Я. Перспективні напрями розвитку ринку круїзного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. Вип. 15. С. 28–31.
2. Антоненко І. Я. Формування інноваційного продукту круїзного туризму: монографія / І. Я. Антоненко, І. Л. Мельник. Київ, 2016. 246 с.
3. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів : Навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2008. 192 с.
4. Воліна О. О., Кукліна Т. С.
5. Голубкова І. А. Закономерности развития круизного туризма. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 05.03.2024 р.).
6. Зацепіна Н. О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі / Зацепіна Н. О. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2012. Вип. XXXIV. С. 233–234.
7. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalniyrozvitok/kruizne-sudnoplavstvo-yak-chinnik-rozvitku-primorskikh-regioniv> (дата звернення 06.03.2024 р.).
8. Корнілова В., Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу. *Інвестиції: практика та досвід*. № 5/2018 . С. 20–25.
9. Москвіна Д. І. Морські круїзні подорожі: їх сутність та значення / Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи ЧНУ ім. Богдана Хмельницького. *Вісник*. 2015. Вип. 1. С. 116–120.
10. Нездойминов С. Г., Андреева Н. М. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины. *Економіка природокористування*. 2014. № 7. С. 43–45.
11. Оценка уровня удовлетворенности потребителей – не роскошь, а осознанная необходимость. URL: <http://www.your->

people.ru/udovletvorennost_potrebitelei.php (дата звернення: 14.03.2024 р.).

12. Протокол до Афінської конвенції про перевезення морем пасажирів та їх багажу 1974 року : Конвенція, Міжнародний документ № 995_094. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_094#Text (дата звернення: 03.03.2024 р.).

13. Смирнов І. Г. Логістика круїзного туризму як джерело конкурентної переваги на круїзному ринку. *Економіка. Управління. Інновації*. Випуск № 1 (13), 2015. С. 126–145.

14. Юрченко С. А., Юрченко Е. Е., Кондрова А. Е. Особливості розвитку сучасного морського круїзного туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Сер. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2014. Т. 1 (3). С.185–189.

15. Baker D. McA. & Fulford M. D. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend. *Tourism & Management Studies*. Vol. 12 (1). Pp. 74–85.

16. Changchun L. Q., Tingting, G., Dai, A. The Market effect and value-added research about cruise tourism industry. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 5. №. 13. December 2014. Pp. 170–176.

17. CLIA 2023 Trends & Industry Outlook. URL: [https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-2019-state-ofthe-industry-presentation-\(1\)](https://cruising.org/-/media/research-updates/research/clia-2019-state-ofthe-industry-presentation-(1)). (дата звернення: 04.03.2024 р.).

18. Cruise competitive benchmark report. URL: <https://keylimeinteractive.com/reports/cruisebenchmark-report> (дата звернення: 04.03.2024 р.).

19. Cruise Travel Trends and State of the Cruise Industry Outlook 2023 / Cruise Lines International Association (CLIA). URL: <https://cruising.org/en-gb/news-andresearch/press-room/2022/december/2023-cruise-travel-trends-and-state-of-the-cruiseindustry-outlook> (дата звернення: 04.03.2024 р.).

20. Cruise industry overview 2023 / The Florida-Caribbean Cruise Association. URL: <https://www.f-cca.com/downloads/2023-Cruise-Industry->

Overview-and-Statistics.pdf (дата звернення: 04.03.2024 р.).

21. Global demand for cruising. URL: http://www.cliaeurope.eu/images/downloads/press_2023/CLIA_press_release_global_economic_contribution_2024.pdf. (дата звернення: 04.03.2024 р.).

22. Hosany S. & Witham, M. (2010). Dimension of cruisers' experiences, satisfaction and intention to recommend. *Journal of Travel Research*. Vol. 49 (3). Pp. 351–364.

23. Kwortnik R. J. (2008). Shipscape influence on the leisure cruise experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol. 2 (4). Pp. 289–311.

24. Li Y., & Kwortnik R. J. (2017). Categorizing cruise lines by passenger perceived experience / Cornell University, School of Hotel Administration. URL: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/1088> (дата звернення: 04.03.2024 р.).

25. Marcussen C. H. (2016). Quantitative analyses in cruise tourism studies. In book : Cruise business development. Verlag : Springer International Publishing. Pp. 251–278.

26. MSC Cruises. URL: <https://center.cruises/companies/msc-cruises/>. (дата звернення: 04.03.2024 р.)

27. MSC Opera. URL: <https://center.cruises/uk/ships/msc-opera/#>. (дата звернення: 04.03.2024 р.)

28. Radic A., Bjork P., & Kauppinen-Raisanen, H. (2019). Cruise holidays : How on-board service quality affects passengers' behavior. *Tourism in Marine Environments*. Vol. 14. №. 1–2. Pp. 45–59.

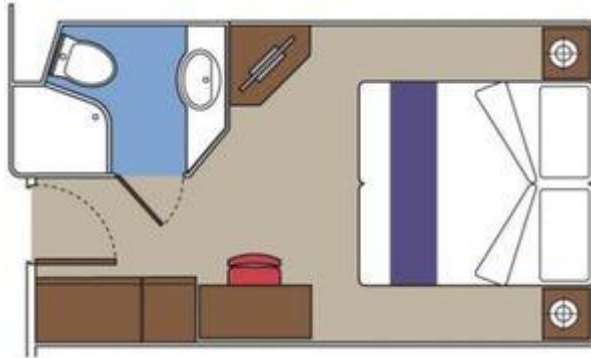
29. Radic A., Law R., Lück M., Kang H., Ariza-Montes A., Arjona-Fuentes J. M., Han H. Apocalypse Now or Overreaction to Coronavirus: The Global Cruise Tourism Industry Crisis. *Sustainability*. 2020. 12(17). P. 6968–6987.

30. Smirnov A., Smyaglikova E., Smolokurov E., Mazhazhikhov A. COVID-19 Pandemic Impact on Maritime Cruise Industry. *E3S Web of Conferences*. 2022. 363(5). P. 1–10.

31. Stojanović M., Jugović T., Jugović A. (2014). Indicators of passenger flows movements on the world and mediterranean cruise market. *Scientific Journal of Maritime Research*. Vol. 28. №. 1. Pp. 40–48. URL: <https://hrcak.srce.hr/123241> (дата звернення: 04.03.2024 p.).
32. Testa M. and Sullivan K. (2002). Customer satisfaction, quality in cruise industry. *Hospitality Review*. Vol. 20. Iss. 2. Article 1. URL: <https://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol20/iss2/1> (дата звернення: 04.03.2024 p.).
33. The cruise industry : General analysis and overview. URL: <http://www.windrosenetwork.com/The-Cruise-Industry-General-Analysis-and-Overview> (access date: 10.03.2024 p.).
34. Zhang Z., Ye Q., Song, H., & Liu T. (2015). The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth. *Current Issues in Tourism*. Vol. 18 (5). Pp. 450–464.
35. Zhou J., Chen S. P., Shi W. W., Kanrak M., Ge J. The impacts of COVID-19 on the cruise industry based on an empirical study in China. *Mar Policy*. 2023. Jul. 153. P. 105631–105647.
36. Zhou J., Chen S.-L., Shi W., Kanrak M. Cruise supply chain risk mitigation strategies: An empirical study in Shanghai, China. *Marine Policy*. 2023. 153. P. 105600–105614.

ДОДАТКИ

Додаток А
ВІН Внутрішня каюта



Додаток Б
FLA Внутрішня каюта



Додаток В
SPL Внутрішня каюта



Додаток Г
BOU каюта з вікном



Додаток Д

Категорія кают О1, О2 та ОW з вікном



Додаток Е

Каюти В1, В2, В3 з балконом; ВВL з балконом та ВW з балконом



Додаток Є
Каюти S3 з балконом



