

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-26>

УДК 338.48

Ярослава МОСКВЯК

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-3147-0251>

e-mail: slavakohanec1201@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ МОРСЬКОГО СУДНОПЛАВСТВА

Сучасна круїзна галузь – це глобально інтегрована до світової економіки індустрія, яка є пов'язана практично з усіма базовими галузями (та секторами) світової економіки (від суднобудування до індустрії розваг). Число пасажирів, які подорожують на круїзних суднах, щорічно збільшується, відповідно зростають і доходи від цього виду бізнесу, тому організація круїзного виду відпочинку – дуже перспективна і прибуткова справа. Взагалі круїз являє собою морський тур, у базову вартість якого є включене комплексне обслуговування на борті судна, зокрема проїзд на судні, проживання в каюті (у залежності від обраного класу), харчування, розваги і, як правило, цілий ряд спеціальних заходів на борті судна (свята, фестивалі, конкурси, концерти й ін.).

Глобалізація круїзної індустрії та зростання з кожним роком кількості круїзних портів диктують ринку круїзних операторів вимоги щодо об'єднання зусиль у досягненні спільних цілей розвитку. Особливе місце серед таких об'єднань посідає брендинг круїзних напрямів, який передбачає і об'єднання кількох портів з метою надання певного туристичного продукту. Оскільки круїзи користуються сталим попитом туристів з усіх країн світу, то обрання теми даної дипломної роботи є досить актуальним. Круїзний туризм стає все більш важливою частиною структури зайнятості передових індустріальних країн, а також країн, що розвиваються. Сучасна круїзна галузь – це глобально інтегрована до світової економіки індустрія, яка є пов'язана практично з усіма базовими галузями світової економіки. Глобалізація круїзної індустрії та зростання з кожним роком кількості круїзних портів диктують ринку круїзних операторів вимоги щодо об'єднання зусиль у досягненні спільних цілей розвитку.

Джерельною базою роботи слугують праці відомих вітчизняних та зарубіжних фахівців в галузі туризму, таких як Александрова А.Ю., Жихарева В.В., Корнілова В.В., Логунова Н. А., Нездоймінов С.Г. та ін., інтернет-джерела та статистична інформація. Об'єкт дослідження – організація процесу здійснення круїзного туризму в Європі. Предмет дослідження – сучасний стан круїзного туризму в приморських регіонах Європи. Мета – дослідження сучасного стану та перспектив розвитку круїзного туризму в Європі. Визначено теоретичні аспекти організації морського туризму, описано особливості сучасного стану круїзного ринку та вказано нормативно-правову базу функціонування морських подорожей. Висвітлено перспективи розвитку круїзного судноплавства для приморських регіонів Європи, в результаті чого запропоновано тенденції щодо вдосконалення управління європейського ринку морського судноплавства.

Ключові слова: круїзний туризм, круїзна галузь, круїзи, морські подорожі, судноплавна компанія, Європа, світовий круїзний ринок.

Yaroslava MOSKVYAK

Lviv Polytechnic National University

TRENDS IN IMPROVING THE MANAGEMENT OF THE EUROPEAN MARITIME SHIP MARKET

The modern cruise industry is a globally integrated industry in the world economy, which is associated with virtually all major industries (and sectors) of the world economy (from shipbuilding to the entertainment industry). The number of passengers traveling on cruise ships is increasing every year, and the income from this type of business is growing accordingly, so the organization of a cruise holiday is a very promising and profitable business.

In general, a cruise is a sea tour, the basic cost of which includes comprehensive service on board. In particular: travel on the ship, accommodation in the cabin (depending on the chosen class), food, entertainment and, as a rule, a number of special events on board the ship (holidays, festivals, competitions, concerts, etc.).

The globalization of the cruise industry and the growing number of cruise ports are dictating to the cruise market the need to join forces to achieve common development goals. A special place among such associations is occupied by the branding of cruise destinations, which involves the association of several ports in order to provide a particular tourist product. Since cruises are in constant demand from tourists from all over the world, the choice of the topic of this thesis is quite relevant.

Cruise tourism is becoming an increasingly important part of the employment structure of advanced industrialized countries as well as developing countries. The modern cruise industry is a globally integrated industry in the world economy, which is associated with virtually all major sectors of the world economy. The globalization of the cruise industry and the growing number of cruise ports are dictating to the cruise market the need to join forces to achieve common development goals. The source base of the work are the works of famous domestic and foreign experts in the field of tourism, such as: Alexandrova A.Yu., Zhikhareva V.V., Kornilova V.V., Logunova N.A., Nezdoimov S.G. etc., Internet sources and statistical information. The object of research is the organization of the process of cruise tourism in Europe. The subject of research is the current state of cruise tourism in the coastal regions of Europe. The aim is to study the current state and prospects of cruise tourism in Europe. Theoretical aspects of the organization of maritime tourism are determined, the peculiarities of the current state of the cruise market are described and the regulatory framework for the functioning of maritime travel is indicated.

Prospects for the development of cruise shipping for the coastal regions of Europe are highlighted, as a result of which trends in improving the management of the European maritime shipping market are proposed.

Key words: cruise tourism, cruise industry, cruises, sea voyages, shipping company, Europe, world cruise market.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В останні десятиліття сталість попиту загалом на круїзи була зумовлена постійною модернізацією круїзних суден, покращенням портової інфраструктури, оновленням і модернізацією пасажирських причалів, формуванням пакетних замовлень на будівництво нових лайнерів. Цікавість до провідних круїзних маршрутів визначили саме ці чинники. Однак на сьогодні вже здійснено більшість технологічних рішень щодо перетворення суден на міста-курорти, в середині яких будуть розміщені природні ландшафтні зони, планетарії, театри, аквапарки, траси для проведення гонок тощо. Розширення лінії пропозицій та посилення конкурентоспроможності конкретного судна, і також маршруту передбачало перенесення продуктових, управлінських та технологічних інновацій.

Узагальнено, збільшення потужностей суден для реалізації концепції "лайнер як місто-курорт" у всіх регіонах світу, було базовим напрямом розвитку круїзного ринку. Проте орієнтування на сталий розвиток суспільства вносить певні корективи в роботу компаній. Екологічним стандартам вже має відповідати, як сучасне судно серійного проекту, так і те, що проектується індивідуально. Це змінює і рух розвитку круїзного ринку, визначаючи пошук нових економічних технологій, які можна буде здійснювати без втрати рівня якості обслуговування на суднах.

Відповідно лайнери нового покоління, що здатні на самостійну переробку твердих відходів, акумулювання і генерування електроенергії, тобто відтворення повного виробничого циклу, повинні бути основою нових круїзних продуктів. Технічні можливості зазначених суден повинні інтегруватися з потребами подорожуючих та пріоритетами щодо збереження туристичних ресурсів, тим часом підтримуючи оптимальний рівень безпеки. Розв'язується одна з основних проблем і в результаті життєвий цикл судна та його продукту збільшується. Однак виникає питання щодо причалів, здатних обслуговувати нові судна та загалом розбудови круїзної інфраструктури.

В круїзному туризмі до збільшення бюджетних відрахувань у сформованих круїзних центрах та формування додаткових робочих місць призводить мультиплікативний ефект. Це здійснюється саме через диференціацію пропозиції та зростання якості обслуговування пасажирів. Плани приватного бізнесу щодо нових суден відображаються у планах місцевих та регіональних інституцій щодо їх обслуговування.

Оскільки економічна ситуація впливає суттєво на рівень споживання круїзного туристичного продукту, то аналіз такої ситуації в країнах-постачальниках туристів круїзів попереджує виходу судна на круїзний маршрут. Варто також відмітити, що відповідно до темпів збільшення регіонального ринку, прогнозна оцінка пропускних можливостей судна є не менш важливою для цього.

На початку 2020 року галузь океанських круїзів була однією з найбільш швидкозростаючих галузей туристичної індустрії. Щонайменше 55 круїзних компаній експлуатують 278 океанських круїзних суден, ще 28 нових кораблів будуть доставлені в 2021 році. На додаток до океанських круїзних суден існує понад 500 річкових круїзних суден. Океанські, річкові та спеціальні круїзні лінії становлять понад 95% світового круїзного потенціалу. У 2019 році вартість світової круїзної галузі становила понад 150 мільярдів доларів прямих та непрямих доходів.

За даними Міжнародної асоціації круїзних лайнерів (CLIA), найбільшої у світі організації торгівлі круїзними галузями, кількість пасажирів круїзних суден зросла з 17,8 млн у 2009 р. до 30 млн у 2020 р., річний темп приросту 5,4%. До блокування бізнесу через пандемію COVID-19 прогнозом на 2022 рік було подальше збільшення до 32 мільйонів пасажирів [39].

Одним із інструментів стратегічного розвитку круїзної судноплавної компанії виступає план стратегічних інвестицій та зростання прибутку, оскільки передбачає активне залучення та використання всіх її ресурсів для формування конкурентоспроможного продукту.

При формуванні нового та інноваційного туристичного продукту реалізується потенціал круїзної судноплавної компанії, який визначають кадрова, організаційна, виробнича, логістична, маркетингова, управлінська складові. Організація стратегічної взаємодії між даними складовими забезпечує досягнення місії та загальногосподарських цілей компанії, включаючи приріст її ринкової вартості.

Однак, особливості формування круїзного туристичного продукту передбачають залучення й потенціалу ринку для організації комплексного та конкурентоспроможного продукту. Потенціал туристичного ринку визначається природно-ресурсною, інфраструктурною, інвестиційною, інформаційною, інноваційною та кадровою складовими.

Реалізація стратегії включає економічний (формування бюджету, застосування системи економічних показників), корпоративний (правила та процедура корпоративної культури, імідж компанії), соціальний (страхування відповідальності, формування туристичного бізнесу), екологічний ("екологічний офіс", формування екологічної свідомості) та інституційний (державно-приватне партнерство, законодавство та програми держорганів) напрями. В сукупності це все є корпоративною соціально-екологічною відповідальністю компанії. Щодо оцінки стратегії, то вона передбачає аналіз результатів, порівняння результатів з цілями та здійснення регулюючих заходів. [2]

Реальні інвестиційні проекти в круїзному туризмі забезпечують приріст туристичного потоку, однак обсяги інвестування залежать від оцінки рівня ризику через наявність часового розриву між процесом

капітальних вкладень та результатом проекту. Тривалість проекту та окупність вкладених коштів залежить від виду економічної діяльності, потенціалу цільового ринку. Наприклад, термін окупності п'ятизіркового круїзного лайнера складає понад 20 років, а термін окупності готельного підприємства – 7 років. Оцінка ризику реальних інноваційно-інвестиційних проектів в круїзному туризмі повинна враховувати особливості галузі та ступінь її інтеграції в економіку країни.

Таким чином, за рахунок реалізації концепції маркетингу співпраці можна значно посилити вплив стандартних інструментів комплексу маркетингу круїзної судноплавної компанії. Дана концепція дає можливість виявити, підтримати та розвинути латентні потреби, одночасно знизивши підприємницькі ризики (через їх розподіл), пов'язані з їх задоволенням.

Основні тенденції, які сформують галузь протягом наступного десятиліття, включають наступне:

- Екологічна стійкість: галузь інвестує значні кошти у зменшення відходів завдяки інноваційним передовим екологічним технологіям, таким як використання зрідженого природного газу (СПГ), очищення вихлопних газів (EGCS), вдосконалені системи очищення води та прибережна електрика.

- Відповідальний туризм: круїзні лінії працюють з місцевими громадами, щоб знайти найкращий спосіб керувати потоком пасажирів, які відвідують кожен порт заходу, захищати культуру, навколишнє середовище, унікальну спадщину та ландшафт відвіданих місць.

- Обслуговування одинарних крейсерів: стратегії продажів тепер набагато чутливіші до потреб "сольних" крейсерів.

- Тематичні круїзи, альтернативні напрямки та тривалість круїзів: постійне зростання люксових експедиційних круїзів, альтернативних напрямків, таких як приватні острови та морські заповідники, і зростаюча кількість дво- та триденних мікрокруїзів.

- Новий цифровий досвід ІТ-технологій: зростаючий інтерес міленіалів (покоління Y) та покоління до круїзів, які стануть найбільшим споживчим продуктом для них, тому це сприяє вдосконаленню підключення Інтернету на борту. Круїзні судна масово інвестують у наявність лінійних додатків, впроваджують технології (багатофункціональні браслети, що включають систему геолокації), пристрої розпізнавання голосу в салоні, камери розпізнавання обличчя, пристрої із сенсорним екраном для бронювання на борту, цифрові послуги консьєржа, робототехніка (бармени готуються та сервісні коктейлі, наприклад) та програми для здоров'я.

- Нові інноваційні концептуальні місця та місця для проживання: пасажирів круїзу все частіше шукають почуття приватності, різного досвіду обслуговування та розваг.

- І останнє, але не менш важливе, обов'язкове прийняття заходів, пов'язаних із COVID-19, для забезпечення безпечного та здорового бортового середовища для всіх пасажирів та членів екіпажу [39].

Компанії круїзних ліній, які прагнуть показатись в сильніших позиціях після пандемії, повинні виробити систематичне розуміння того, як змінилися звички пасажирів під час кризи та як це впливає на їх поведінку протягом усього шляху подорожі клієнтів: від процесу прийняття рішень, який веде мандрівників вибрати круїзну компанію, аж до поїздки додому після висадки. Які змінні будуть враховувати пасажирів при виборі наступного круїзу? Що очікують пасажирів з точки зору стандартів безпеки та гігієни праці? Як круїзні лінії дозволять своїм кораблям вільно рухатись під час пандемії COVID-19 і як вони будуть готуватися до подальших спалахів? Це ключові аспекти, які круїзним компаніям потрібно повністю розуміти, щоб утримувати своїх лояльних пасажирів, а також залучити нове покоління.

Такі руйнівні бізнес-кризи, як пандемія COVID-19, ще більше посилюють логіку того, що корпоративні стратегії – це спосіб, яким компанія обирає конкурентне позиціонування. Тоді як операційна стратегія - це спосіб досягнення та відстоювання конкурентної позиції, обраної компанією. Це означає, що відповідні нові вимоги, пов'язані з COVID-19, повинні охоплювати бізнес переважно на двох рівнях: корпоративному та операційному, що залишається найсильнішою конкурентною перевагою для круїзної компанії. Нові протоколи були розроблені для впровадження заходів, спрямованих на мінімізацію впливу та передачі COVID-19 на борту його круїзних суден, а також протягом усіх подорожей клієнтів, коли це можливо. Те, як протоколи будуть впроваджені в рамках операцій, забезпечить консолідацію давніх конкурентних переваг, яких досягли круїзні компанії до цієї кризи.

З корпоративної перспективи основна увага буде зосереджена на забезпеченні стабільного рівня управління та дотримання протоколів, розроблених відповідно до правил, нормативних актів, виданих урядами та національними інститутами охорони здоров'я. Стійкий моніторинг пандемії також повинен бути пріоритетом. Завдання - постійно забезпечувати безпечний та здоровий досвід для пасажирів, зберігаючи високий рівень обслуговування, до якого гості звикли до кризи пандемії коронавірусу. Відповідно зрозуміло, що члени екіпажу та співробітники на березі, які є найсильнішим активом будь-якого готельного бізнесу, відіграватимуть стратегічну роль у розробці, впровадженні та підтримці нових стандартів.

А з операційної точки зору, круїзні компанії впровадять нові процедури, які вплинуть на досвід круїзу пасажирів та на бортові операції, такі як попереднє тестування та вакцинація для всіх пасажирів та членів екіпажу; посадка та висадка, соціальне дистанціювання в громадських місцях, на борту; медичні та громадські стандарти охорони здоров'я. Здоров'я та безпека завжди були першочерговими для способу ведення круїзного бізнесу. Завдяки процедурам, що вже діяли до пандемії та новим протоколам, круїзні

компанії з повною впевненістю зможуть забезпечити необхідні високі стандарти безпечної та здорової експлуатації гостей, які очікують круїз.

Незважаючи на пандемію COVID-19, круїзні компанії прогресують у реалізації існуючих проектів розширення флоту та перезапуску верфів, які були призупинені в 2020 році. Хоча терміни доставки були продовжені, жодне замовлення великих океанічних круїзних кораблів не скасовувалося з тих пір, як галузь зробила паузу в своїй діяльності. Нова будівля продовжується також у круїзних поромних та річкових бізнесах.

Коли галузь перезапуститься, то досвід пасажирів і операцій на борту, швидше за все, будуть дуже відрізнятися. Круїзні компанії розглядають круїзні судна як найбезпечнішу форму подорожей на майбутнє, просуваючи судна як вільне середовище від COVID-19 або “бульбашку”, а стратегії комунікації будуть зосереджені на ефективному впровадженні перевірених протоколів. Час покаже, чи буде цього достатньо для подолання пандемічної кризи, чи потрібно буде в довгостроковій перспективі переосмислити ядро самого круїзного бізнесу (наприклад планування маршруту, розмір суден, товари та послуги, що пропонуються на борту) [39].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Визначено, що круїзний туризм стає все більш важливою частиною структури зайнятості передових індустріальних країн, а також країн, що розвиваються. Багато ключових компаній круїзної галузі, таких як Star Cruises, Holland і American line Deluxe cruises, також Crystal Cruises, Silversea Cruises, Princess Cruises, Royal Caribbean та інші зробили значний внесок у економічне зростання та розвиток країн.

З'ясовано, що розвиток круїзного туризму має синергетичний ефект для розвитку місцевої економіки. Це проявляється в створенні нових робочих місць у сферах, залучених для обслуговування круїзного судноплавства; збільшенні надходжень до бюджетів всіх рівнів; рекламуванні туристичних можливостей регіону чи країни в цілому; залученні інвестицій у розвиток туристичної та транспортної інфраструктури та розширенні можливостей для міжнародного співробітництва тощо.

При організації міжнародних перевезень туристів морським транспортом є чинними міжнародні конвенції та договори. Круїз означає організацію кожного окремого судна в оренду у фрахтівника або за програмою, погодженою з туроператором на підставі договору чартеру, або ж на підставі агентської угоди про конкретний круїзний маршрут.

Круїзна індустрія є однією з найбільших зростаючих секторів туристичної галузі. Вона неухильно зростала навіть під час економічного спаду у 2000-х. У період з 2009 по 2020 рік кількість морських круїзних туристів у всьому світі суттєво зросла. Промисловість продовжує зростати та розширюватися на нові напрямки. А Європа є найбільш швидкозростаючим під ринком туризму, а після Північної Америки також є другим за величиною круїзним ринком у світі.

Двома найважливішими європейськими ринками круїзів є Німеччина та спільний ринок Великобританії та Ірландії, стосовно обсягу пасажирів. Разом вони склали майже 60% усіх європейських круїзних пасажирів у 2019 році.

Також до першої шестірки ринків круїзного туризму європейських країн входять Італія, Іспанія, Франція та Швейцарія. Усі ці країни демонструють збільшення обсягу пасажирських перевезень між 2016 і 2018 роками, найбільше – в Італії та Іспанії.

Морський туризм в Україні перебуває на стадії формування. Практично повна відсутність попиту на внутрішні Чорноморські круїзи українськими туристами є основною особливістю сучасного ринку круїзного туризму країни.

Одним з основних напрямків технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Організації, які надають туристичні послуги повинні усвідомити необхідність впровадження і використання сучасних програмно-технічних інтерактивних інформаційних систем, які сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств.

В довгостроковій перспективі ринок круїзного туризму повинен розвиватися не лише за рахунок будівництва суден та їх реновації. Вимагає особливої уваги вивчення потенціалу туристичних продуктів, що можуть бути створені на базі круїзів, в тому числі комбінованих турів. Також в плані розвитку міжнародного туризму у будь-якої країни є визначальними внутрішні чинники розвитку туризму.

Одним із інструментів стратегічного розвитку круїзної судноплавної компанії виступає план стратегічних інвестицій та зростання прибутку, оскільки передбачає активне залучення та використання всіх її ресурсів для формування конкурентоспроможного продукту.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм / Александрова А.Ю. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 461 с.
2. Антоненко І.Я. Формування інноваційного продукту круїзного туризму : монографія / І.Я. Антоненко, І.Л. Мельник. – К., 2016. – 246 с.
3. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів : навч. посібник / О. В. Аріон. –

К. : Альтерпрес, 2008. – 192 с.

4. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки / Биржаков М.Б., Никифоров В.И. – СПб : Герда, 2001. – 400 с.

5. Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма : учебное пособие / Бутко И.И., Ситников В.А. – М. : ИКП «МарТ», Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2006. – 336 с.

6. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів : навч. посібник / Герасименко В.Г., Замкова А.В. – Харків : "Бурун Книга", 2011. – 116 с.

7. Дмитриева А. Круизные перспективы Одессы / А. Дмитриева // Порты Украины. – 2005. – № 6. – С. 33.

8. Смелянова К. С. Сучасні проблеми розвитку круїзного туризму в Чорноморському регіоні / К. С. Смелянова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2011. – № 2. – С. 108–111.

9. Экономика морского транспорта : учебник / [В.В. Жихарева, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др.]. – Харьков : БУРУН КНИГА, 2012. – 480 с.

10. Жихарева В. В. Теория и практика инвестиционной деятельности судоходных компаний : монография / В. В. Жихарева. – Одесса : ИПРЭИНАН Украины, 2010. – 475 с.

11. Зацепіна Н.О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі / Н.О. Зацепіна // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2012. – Вип. XXXIV. – С. 233–234.

12. Китайский круизный рынок обещает стать крупнейшим в АТР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://russian.news.cn/2016-11/13/c_135826027.htm

13. Китай станет вторым по величине круизным рынком мира, пишет "Жэньминь Жибао" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitay_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznyim_ryinkom_mira_pishet_jenmin_ji_bao/?full

14. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу / Корнілова В.В., Корнілова Н.В. // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 5. – С. 20–25.

15. Круизный рынок в 2016 году планирует 60% рост [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34480.html>

16. Круизный рынок Украины и мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cruiseek.com/news/kruiznyu-rynok-ukrainy-i-mira.html>

17. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>

18. Логунова Н. А. Влияние мирового финансового кризиса на уровень ВВП в Украине / Н. А. Логунова, Н. А. Красовская // Матер. VI межд. науч.-практ. конф. [«Последние научные достижения – 2010»]. – София : «БялГРАД-БГ» ООД, 2010. – Т. 10. – С. 37–41.

19. Логунова Н. А. Major components of the cruise industry enterprises potential / Н. А. Логунова // Матер. міжн. наук.-практ. конф. [«Методологія науки сьогодення»]. – Київ, 2013. – С. 13–15.

20. Мельник І.Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму / І.Л. Мельник // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 313–319.

21. Мировой круизный рынок стремительно растет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cruiseek.com/news/mirovoy-kruiznyu-rynok-stremitelnorastet>

22. Найбільший у світі круїзний лайнер відправився в перше плавання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unian.ua/world/1346045-naubilshiy-u-sviti-kruizniy-layner-vidpravivsyav-pershe-plavannya.html>

23. Нездойминов С. Г. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Г. Нездойминов, Н. Н. Андреева // Український журнал Економіст. – 2014. – № 7. – С. 43–45.

24. Нездойминов С.Г. Современный потенциал региональных рынков морских круизов / С.Г. Нездойминов // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – № 2. – том 6. – С. 136–145.

25. Нестерова К.С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні : дис. ... к.е.н. : 08.00.03 — економіка та управління національним господарством / НАН України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. — Одеса, 2016. — 193 с.

26. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов / Осипова О.Я. – М. : Академия, 2004. – 368 с.

27. Основные тенденции в сфере путешествий в 2016 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye-tendencii-v-sfere-puteshestviy-v-2016-godu/>

28. Осташ В.М. Популярные регионы круизного туризма / В.М. Осташ // Вокруг света. – 2009. – № 19. – С. 15–19.

29. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездойминов С.Г. та ін.] ; за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.

30. Турагенство «Море Турів» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.more-turiv.com.ua/category/kruizi/>
31. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень / Фастовець О. О. — К. : Музична Україна, 2003. — 190 с.
32. Ярова Н.В. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі / Н.В. Ярова, О.В. Воркунова, В.С. Ліщенко // Научный взгляд в будущее. — Вип. 4. Т. 1. — Одеса : КУПРИЕНКО СВ, 2016. — С. 4–10.
33. Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cruises.about.com/od/cruisereading/gr/Book-Review-BerlitzCompleteGuide-To-Cruising-And-Cruise-Ships.htm>
34. CLIA 2018 Europe Market Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.pdf>
35. COVID-19 impacts on global cruise industry [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/07/covid-19-impacts-on-global-cruise-industry.html>
36. Cruise Industry News / 2016—2017 Annual Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>
37. Cruise Line International Organization [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.cruising.org/>
38. Cruise Market [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.repositioncruises.com/cruise-market>.
39. Cruise market trends: How to sail through the disruptive landscape? [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/disruptive-cruise-market-trends>
40. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf
41. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme. 2010. 253 p.

References

1. Aleksandrova A.Ju. Mezhdunarodnyj turizm / Aleksandrova A.Ju. — М. : Aspekt Press, 2001. — 461 s.
2. Antonenko I.Ia. Formuvannia innovatsiinoho produktu kruiznoho turizmu : monohrafiia / I.Ia. Antonenko, I.L. Melnyk. — К., 2016. — 246 с.
3. Arion O. V. Orhanizatsiia transportnoho obsluhovuvannia turystiv : navch. posibnyk / O. V. Arion. — К. : Alterpres, 2008. — 192 s.
4. Birzhakov M.B. Industrija turizma: perevozki / Birzhakov M.B., Nikiforov V.I. — SPb : Gerda, 2001. — 400 s.
5. Butko I.I. Transportnoe obsluzhivanie turizma : uchebnoe posobie / Butko I.I., Sitnikov V.A. — М. : ІКР «MarT», Rostov n/D : Izdatel'skij centr «MarT», 2006. — 336 s.
6. Herasymenko V.H. Orhanizatsiia transportnykh podorozhei i perevezen turystiv : navch. posibnyk / Herasymenko V.H., Zamkova A.V. — Kharkiv : "Burun Knyha", 2011. — 116 s.
7. Dmitrieva A. Kruiznye perspektivy Odessy / A. Dmitrieva // Porty Ukrainy. — 2005. — № 6. — С. 33.
8. Yemelianova K. S. Suchasni problemy rozvytku kruiznoho turizmu v Chornomorskomu rehioni / K. S. Yemelianova // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. — 2011. — № 2. — С. 108–111.
9. Jekonomika morskogo transporta : uchebnyk / [V.V. Zhihareva, A.M. Kotlubaj, O.N. Kibik i dr.]. — Har'kov : BURUN KNIGA, 2012. — 480 s.
10. Zhihareva V. V. Teorija i praktika investicionnoj dejatel'nosti sudohodnyh kompanij : monografija / V. V. Zhihareva. — Odessa : IPRJeJeINAN Ukrainy, 2010. — 475 s.
11. Zatssepina N.O. Istoriia vynyknennia ta suchasnyi stan kruiznoho turizmu v sviti / N.O. Zatssepina // Naukovi pratsi istorичnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. — 2012. — Vyp. XXXIV. — С. 233–234.
12. Kitajskij kruiznyj rynek obeshhaet stat' krupnejšim v ATR [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : http://russian.news.cn/2016-11/13/c_135826027.htm
13. Kitaj stanet vtorym po velichine kruiznym rynkom mira, pishet "Zhjen'min' Zhibao" [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : https://24.kg/bolshoj_tirazh/21317_kitaj_stanet_vtoryim_po_velichine_kruiznym_ryнком_mira_pishet_jenmin_jibao/?full
14. Kornilova V.V. Suchasni tendentsii rozvytku kruiznoho rynku svitu / Kornilova V.V., Kornilova N.V. // Investytsii: praktyka tadosvid. — 2018. — № 5. — С. 20–25.
15. Kruiznyj rynek v 2016 godu planiruet 60% rost [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34480.html>
16. Kruiznyj rynek Ukrainy i mira [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu : <http://cruiseek.com/news/kruiznyy-rynek-ukrainy-i-mira.html>
17. Kruizne sudnoplavstvo yak chynnyk rozvytku prymorskykh rehioniv Ukrainy. Analychna zapyska. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
18. Logunova N. A. Vlijanie mirovogo finansovogo krizisa na uroven' VVP v Ukraine / N. A. Logunova, N. A. Krasovskaja // Mater. VI mezhd. nauch.-prakt. konf. [«Poslednie nauchnye dostizhenija – 2010»]. — Sofija : «BjalGRAD-BG» OOD, 2010. — Т. 10. — С. 37–41.
19. Lohunova N. A. Major components of the cruise industry enterprises potential / N. A. Lohunova // Mater. mizhn. nauk.-prakt. konf. [«Metodolohiia nauky sohodennia»]. — Kyiv, 2013. — С. 13–15.
20. Melnyk I.L. Innovatsiini zminy na rynku kruiznoho turizmu / I.L. Melnyk // Biznes Inform. — 2014. — № 12. — С. 313–319.
21. Mirovoj kruiznyj rynek stremitel'no rastet [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <http://cruiseek.com/news/mirovoy-kruiznyy-rynek-stremitelnorastet>
22. Naibilshy u sviti kruiznyi lainer vidpravysia v pershe plavannia [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu : <https://www.unian.ua/world/1346045-naybilshiy-u-sviti-kruiznyy-layner-vidpravysya-v-pershe-plavannia.html>
23. Nezdoinov S. G. Morskoy kruiznyj biznes kak vektor mezhdunarodnoj integracii morehozjajstvennogo kompleksa Ukrainy / S. G. Nezdoinov, N. N. Andreeva // Ukrainykyi zhurnal Ekonomist. — 2014. — № 7. — С. 43–45.
24. Nezdoinov S.G. Sovremennyj potencial regional'nyh rynkov morskikh kruizov / S.G. Nezdoinov // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. — 2016. — № 2. — tom 6. — С. 136–145.

25. Nesterova K.S. Derzhavna rehuliatorna polityka sprianniia rozvytku morskoho turizmu v Ukraini : dys. ... k.e.n. : 08.00.03 — ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom / NAN Ukrainy, Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen. — Odesa, 2016. — 193 s.
26. Osipova O.Ja. Transportnoe obsluzhivanie turistov / Osipova O.Ja. — M. : Akademija, 2004. — 368 s.
27. Osnovnye tendencii v sfere puteshestvij v 2016 godu [Elektronnij resurs]. — Rezhym dostupu : <http://prohotelia.com.ua/2015/12/osnovnye-tendencii-v-sfere-puteshestvij-v-2016-godu/>
28. Ostah V.M. Populjarnye regiony kruiznogo turizma / V.M. Ostah // Vokrug sveta. — 2009. — № 19. — S. 15–19.
29. Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku : monohrafiia / [Herasymenko V.H., Halasiuk S.S., Nezdoimov S.H. ta in.] ; za zah. red. prof. V.H. Herasymenka. — Odesa : Astroprint, 2013. — 304 s.
30. Turahenstvo «More Turiv» [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://www.more-turiv.com.ua/category/kruizi/>
31. Fastovets O. O. Orhanizatsiia transportnykh podorozhei i perevezen / Fastovets O. O. — K. : Muzychna Ukraina, 2003. — 190 s.
32. Yarova N.V. Rozvytok kruiznogo sudnoplavstva na Chornomu mori / N.V. Yarova, O.V. Vorkunova, V.S. Lishchenko // Nauchnyi vzgliad v budushchee. — Vyp. 4. T. 1. — Odesa : KUPRYENKO SV, 2016. — S. 4–10.
33. Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2013 [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://cruises.about.com/od/cruisereading/gr/Book-Review-BerlitzCompleteGuide-To-Cruising-And-Cruise-Ships.htm>
34. CLIA 2018 Europe Market Report [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/final-market-report-europe-2018.pdf>
35. COVID-19 impacts on global cruise industry [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://home.kpmg/xx/en/blogs/home/posts/2020/07/covid-19-impacts-on-global-cruise-industry.html>
36. Cruise Industry News / 2016—2017 Annual Report [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>
37. Cruise Line International Organization [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.cruising.org/>
38. Cruise Market [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.repositioncruises.com/cruise-market>.
39. Cruise market trends: How to sail through the disruptive landscape? [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/disruptive-cruise-market-trends>
40. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf
41. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme. 2010. 253 r.