

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ В КРУЇЗНОМУ СУДНОПЛАВСТВІ

Пересипкіна Н.О.

У статті розглядаються деякі аспекти розвитку світової круїзної індустрії, особливості формування попиту в круїзному судноплаванні, аналізується сучасний круїзний тур, а також надається структура круїзних пасажиропотоків та характеристика класів морських подорожей.

Вступ. Круїзна індустрія в даний час переживає швидке зростання і є одним з найбільших компонентів світового туризму. Круїзні лінії зайняті пошуком нових шляхів і портів заходу. Щороку, середній розмір судів стає більше, і багато, здійснюють перевезення більше 3000 пасажирів і 1000 членів екіпажу. У той же час, малі судна (і деякі великі) здатні привабити туристів до відвідування нових портів, які раніше були недоступні або знаходяться у важкодоступних місцях. Круїзний туризм є новим економічним феноменом, майбутнє якого ще попереду. Відродження круїзних подорожей відбулося в останні чотири десятиліття, і сьогодні вони становлять невелику, але постійно зростаючу частку в глобальній індустрії туризму. Особливо через необхідну реалізацію морських і прибережних ресурсів, круїзний туризм привертає все більше уваги в усьому світі.

Постановка проблеми. Благодаря тому, что круизные компании предлагают ряд альтернативных круизов, у наших туристов всегда есть выбор как в плане стоимости, так и в плане выбора самого маршрута»,

Круїзний тур представляє собою комплексний сервіс, на протязя якого одночасно надаються туристичні послуги і морське та транспортне обслуговування. У центрі уваги об'єкт послуг є мандрівник, як клієнт з усіма його вимогами і очікуваннями відповідно до виду та типу подорожі. Специфічність пасажирів круїзних суден, в першу чергу полягає у конкретному намірі поїздки, яка включає в себе туризм і розваги під час круїзного туру, тобто протязягом всього перебування на борту. На ціну круїзу впливає ряд факторів: його тривалість, сезон, розташування, розмір і клас кают, тип судна і т.д. Виходячи з вищевикладених даних, стає необхідним вивчення і узагальнення факторів, що впливають на формування попиту і пропозиції світової круїзної індустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні джерела, які розкривають і узагальнюють стан, тенденції розвитку, перспективи та проблеми круїзної індустрії, - це роботи зарубіжних авторів - Ross K. Dowling, Christine B.N. Chin, Michael Vogel, Artur Asa Berger та інші. Поточна ситуація, прогнози, сучасні тенденції круїзного ринку досліджуються і відображаються в Cruise Line International Association, Cruise Research Society і ін.

Серед вітчизняних дослідників круїзної індустрії можна виділити Петухова В.С., Пилипенко Г.П., і тільки останнім часом з'явилися публікації, присвячені теорії формування основних параметрів круїзного бізнесу - Голубкова І.А., Примачов М.Т., Логунова Н. О. та інші.

Завдання дослідження. Метою даної статті є розгляд і характеристика особливостей формування пропозиції і споживчого попиту в круїзному судноплаванні.

Основний матеріал. Круїз є свого роду морським курортом, одним з основних переваг якого є пересування. Круїзний тур являє собою типовий турпакет, його характеристики - розміщення, харчування і перевезення, тобто всі необхідні умови для здійснення подорожі, але на круїзному судні.

Однією з основних характеристик сучасних круїзних суден є те, що вони вже є «напрямом». Відмітна особливість динаміки попиту на круїзні подорожі і існування різних структур пасажирів привели до деталізованої сегментації круїзного ринку. Орієнтуючись на існуючу сегментацію, судноплавні компанії встановлюють ринкові ніші по конкретним інтересам пасажирів. Таким чином, їх зусилля спрямовані на розробку нових продуктів для задоволення різних потреб. Спеціальні види круїзів - кругосвітні круїзи, тематичні круїзи, експедиційні круїзи, круїзи на вітрильних та інших спеціалізованих судах, а також міні-круїзи, річкові круїзи - в даний час дуже часто пропонуються на круїзному ринку і привертають значну кількість круїзних туристів. Це різноманітність видів морських круїзів дозволяє туристам з особливими інтересами, знайти конкретний круїзний тур, повністю відповідає їх вимогам, а також надає певну унікальність і круїзному судну [1; 2].

Попит на круїзний відпочинок сильно залежить від економічних, інституційних і культурних обставин. Деякі з цих впливів можуть бути в значній мірі схожі по всьому світу (наприклад, попит на круїзи залежить від доходів домашніх господарств), а інші носять більш локальний характер (наприклад, круїзний попит залежить від наявності казино на борту). Тому було б помилковим припустити існування універсальних моделей попиту на круїзи. Можна навести кілька основних причин, за якими туристи вибирають круїзне подорож: вартість, напрямок, розваги на борту, спеціальні пропозиції, задоволеності від уже зробленого круїзу, тематичні круїзи, можливість посадки на судно без перельоту і т.д. [3]. Розвиток структури пропозиції круїзної індустрії, в порівнянні з іншими туристичними ринками, мав свої особливості, пов'язані з довжиною конкретних фаз розвитку суспільства. Круїзні подорожі почали пропонуватися вже в 19 столітті. Вперше Томас Кук, піонер індустрії туризму, почав продаж круїзів в 1894 році. Як рекреаційні подорожі в загальному, в ті дні круїзи були призначені для заможних представників суспільства. Ті судна, які були виділені для здійснення круїзних подорожей, можна було порівняти з великими розкішними яхтами. На початку 1960-х, масовий туризм почне розвиватися на тлі зростаючого добробуту споживачів і збільшення загальної кількості вільного часу. Піонери круїзної індустрії, Кнут Клостер і Тед Арісон швидше, ніж інші змогли передбачити розвиток даної галузі. Крім того, вони швидше, ніж інші, передбачили неминучість затемнення запланованих рейсів пасажирських ліній, з боку послуг, пропонованих авіакомпаніями в умовах конкурентного тиску; і їх бачення дозволило їм приступити до круїзному бізнесу за рахунок перерозподілу реконструйованих ліній.

Викликавши значне скорочення регулярних пасажирських лінійних перевезень на Північно-Атлантичному напрямку, авіап перевезення виявилися незамінним допоміжним засобом для круїзних операторів. Авіаперельоти стали важливим фактором, що викликав нову фазу швидкого розширення круїзного

ринку. На даному етапі, збільшення кількості пасажирів поклало початок будівництва більших судів - з більш низькими експлуатаційними витратами, - що, в свою чергу, призвело до продажу круїзних турів за привабливою ціною, що стало причиною для подальшого зростання попиту [3; 4].

Сучасні круїзні технології дозволяють поєднати різні види відпочинку. Проте, виділяються чотири стандартних послуги: комфортну подорож, екскурсійний тур, комфортний пляжний відпочинок і рівень проживання за стандартом хорошого готелю. Круїзний бізнес заснований на протиставленні комфорту перебування на борту судна і максимальної щільності вражень від відвідування берегової туристичної інфраструктури. Фактично таке поєднання послуг є більш економічним у порівнянні з цільовою наземною туристичною подорожжю. На цій підставі в круїзному бізнесі формуються конкурентні переваги, на базі яких отримує подальший розвиток суднобудування і формування мережевого сервісного ринку, в основі якого лежать турфірми, орієнтовані на стійкість попиту на морські пасажирські перевезення. Тенденція до будівництва все більших круїзних суден, забезпечуючи спектр розваг на борту, що постійно розширюється, супроводжується потребою в збільшенні капіталу, який, у свою чергу, є важливим фактором, що призводить до підвищеної консолідації ринку і супутнього скорочення, як числа незалежних постачальників круїзного продукту, так і поява на ринку нових круїзних компаній з середини 1980-х років [5]. Пасажири зазвичай проводять один день в порту і велика частина цього часу йде на організовані поїздки до довколишніх пам'яток, а деякі туристи вирішують здійснити поїздки за власним розсудом.

Таблиця 1

Структура пасажирів круїзних суден в залежності від віку

Вік пасажирів	Частка у відсотках
25-29	7%
30-39	18%
40-49	26%
50-59	22%
60+	26%

Джерело: www.cruisemarketwatch.com, квітень 2015

Пасажири круїзного судна дуже відрізняються від типових туристів, а також від пасажирів лінійного судноплавства, за наступними критеріями: вік, національності, споживча здатність і структура витрат (таблиця 1,2). Відповідно, при аналізі пасажиропотоку круїзів, аналіз структури пасажирів за вказаними вище характеристиками має велике значення. Будівництво нових, більш великих круїзних суден, загальне зростання потенціалу та розширення круїзного ринку привели до скорочення цін в деяких сегментах круїзного пропозиції, так що круїзні подорожі стають доступними для все більшої і більшої кількості потенційних круїзних туристів. В середньому в даний час круїзними пасажирами є в основному пари, люди близько п'ятдесяти років, з вищою освітою і доходами вище середнього рівня. Так як круїз перестав бути видом відпочинку тільки для «привілейованих» і став продуктом масового туризму, все частіше круїзні туристи здійснюють повторні круїзні подорожі, навіть по тому ж маршруту. У зв'язку з цим необхідно враховувати наступне: по-перше, пасажирам постійно має пропонуватися щось нове (як на круїзному

судні, так і на напрямку), так як ті, хто здійснює повторний круїзний тур, повинні бути теж задоволені, по-друге, повинні бути розроблені нові маршрути, призначені для особливих переваг окремих представників сегментів круїзного ринку [4; 7].

Таблиця 2

Структура пасажиропотоку круїзних пасажирів за національністю

Національність	Кількість пасажирів (мільйони чоловік)
США	11,327
Німеччина	1,771
Великобританія/Ірландія	1,644
Австралія/Нова Зеландія	1,0
Італія	0,842
Канада	0,714
Китай	0,697
Франція	0,593
Бразилія	0,483
Іспанія	0,454

Джерело: www.cruisingorg.com, квітень 2015

До ХХІ століття основою організації круїзного судноплавства є його маршрутизація. В цьому аспекті сформувався наступний різновид класів морських подорожей:

- Кільцеві, що включають заходи в порти даного басейну, розташовані в різних країнах і котрі розкривають основні природно-культурні їх відмінності, що стає основним об'єктом залучення пасажиропотоків;
- Маршрути одного напрямку (openjaw), наприклад, навколо Європи, Скандинавії;
- Короткочасні цільові виходи в море (2-3 дні) для організації грального бізнесу, проведення симпозіумів та інших заходів;
- Морські прогулянки і прибережні екскурсії;
- Експедиційні рейси (Антарктичні, тематичні);
- Тривалі маршрути і кругосвітні подорожі.

Світове круїзне судноплавство в останні роки характеризується постійно зростаючим рівнем конкуренції між основними операторами як всередині сегмента традиційного позиціонування, так і за його межами. У цьому плані зростає роль не тільки техніко-економічних характеристик флоту, а й стратегія маркетингу при формуванні вибору альтернатив позиціонування круїзного продукту на структурних сегментах глобального ринку. Цей підхід також враховує те, що туристський попит і туристська пропозиція залежать від сукупності факторів, що змінюють основи планування. Особливе місце займають економічний і фінансовий розвиток, еластичність політики держави, демографічні та соціальні зміни, тому увага концентрується на інноваційних технологіях. У загальному вигляді, посилення конкуренції, як на ринку круїзних потреб, так і на ринку пропозиції провізної здатності набуває стійкої тенденції розвитку світового круїзного бізнесу [5; 6].

Висновки. Круїзне судноплавство, як один з найбільш капіталомісткий сегментів ринку транспортних послуг має свої закономірності становлення. До однієї з закономірностей розвитку круїзного судноплавства слід віднести

багатоаспектну структурування ринку. Ще однією закономірністю є стійкість поповнення провізної здатності круїзного флоту на основі будівництва дорогих суден, здатних забезпечити будь-які потреби морських туристів. Ця закономірність формує стійку активізацію розвитку соціально-економічного сектору національної та світової економіки, забезпечуючи якість і безпеку круїзного судноплавства. Третьою закономірністю, на яку необхідно звернути особливу увагу, є стійкість формування грошового потоку спеціалізованих судноплавних компаній, що й зумовлює зростання конкуренції між судноплавними компаніями, пасажирськими портами і круїзними регіонами.

Література

1. Mancini M. The CLIA guide to the cruise industry/ Marc Mancini - Cengage Learning, 2010 - 256p.
2. Ward D Complete Guide to cruising and cruise ships / D. Ward - Berlitz Publishing London, 2006 – 143 p.
3. Vogel M. The Business and Management of Ocean Cruises / Michael Vogel, Alexis Papathanassis, Ben Wolber - CABI 2011 - 224 p.
4. Berger A. A «Ocean travel and cruising» / Artur Asa Berger- Routledge, 2004 - 156p.
5. Голубкова И.А. Экономический механизм развития круизного судоходства Украины. / И.А. Голубкова -Одесса: «ИздатИнформ»,2011.-323с.
6. Голубкова И.А. Факторы и закономерности структуризации глобального круизного рынка / И.А. Голубкова // Вісник економіки транспорту і промисловості :зб. наук. праць. – Х.: УкрДАЗТ, 2010. – № 31. – С. 75–78.

Abstract

Cruising has become one of the fastest growing sectors within tourism. Cruise is a voyage on a ship undertaken wholly for reasons of leisure and recreation. Ship is mostly seen as a destination. It is well equipped with on board activities with different entertainment, leisure and other different extras. These services bring more values and extra revenues to companies. Most of passengers spend their time on board or they prefer to join daily tours which are mostly organized by cruise ship companies. But destination of ships is still changing according expectations and cultural background of customers. The most common cruise ship destinations are very easy to reach from North America and Europe. Passengers usually spend one day in the port and large part goes on organized trips to nearby attractions, and some decide for trips in their own engagement.

Passengers on a cruise are very different from the typical tourists, and thus the tourists in liner shipping, according to the following characteristics: age of age, nationality, consumer power (ability) and the spending structure. Accordingly, in analyzing the passenger traffic of cruises analyses of the structure of passengers according the above criteria, i.e. the characteristic is significant. The data presented in the article show that in the cruise market mostly encompasses cruise passengers aged 40-49 years and passengers 60 or older. They are followed by passengers aged 50-59 and passengers 30-39. The smallest share is travelers 25-29 years. The most significant cruise companies and other major companies in the cruise market, according to growing interest and demand for this type of tourism, respond by offering new specialized cruise ships, which are becoming more luxurious and their activities more diverse, providing to passengers as moving destinations a variety of entertainment options, tourism and recreation.