

КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

CRUISE TOURISM IN UKRAINE: TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS



Ірина АНТОНЕНКО,
доктор економічних наук,
Київський національний
торговельно-економічний
університет

Iryna ANTONENKO,
Doctor of Economics,
Kyiv National University
of Trade and Economics

Ірина МЕЛЬНИК,
кандидат економічних наук,
Київський університет туризму,
економіки і права

Iryna MEL'NYK
Ph.D. in Economics,
Kyiv University of Tourism,
Economics and Law



Круїзний туризм є одним з найперспективніших серед спеціальних видів туризму, оскільки, поєднуючи ряд переваг класичних видів рекреаційного, пізнавального, спортивного та екологічного туризму, створює мультиатрибутивний продукт, що дає можливість залучити різні сегменти споживачів.

Протягом останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі склав у середньому 7,4%. Така динаміка зберігається й у кризовому 2009 році (на тлі скорочення обсягів світового туризму на 4,2% круїзна індустрія продемонструвала зниження лише на 1,4%) [1]. Однак експерти спостерігають певне уповільнення кількісного зростання круїзного туризму у 2012-2013 роках, оскільки підтримка його темпів відбувалася за рахунок інвестування круїзних операторів у постійне вдосконалення бізнес-процесів та інновації. Серед основних чинників уповільнення розвитку круїзного ринку слід – зменшення обсягів замовлень на будівництво нових суден та зниження туристичної привабливості окремих дестинацій, а також зміни

природно-кліматичних умов як перешкоди для організації запланованих круїзних ліній.

Круїзний туризм в структурі в'їзного туризму України займає лідируючу позицію, що забезпечує стабільний приток туристів, однак статистичні дані не дають можливості оцінити реальну кількість круїзних туристів з огляду на їх подвійний облік як круїзними компаніями, так і місцевими приймаючими операторами, що надають екскурсійний супровід у портах.

Оцінку стану і тенденцій розвитку круїзного туризму в світі та окремих регіонах проводили фахівці Всесвітньої туристичної організації, метою їх дослідження стала комплексна оцінка сегменту морських круїзних туристичних продуктів [2]. С.Нездоймінов проаналізував динаміку розвитку міжнародного круїзного туризму та зробив оцінку діяльності круїзних операторів у Європейському та Причорноморському регіонах для визначення перспектив розвитку вітчизняного круїзного ринку [2]. Н.Логунова дослідила вплив круїзного туризму на розвиток

У статті аналізується ринок круїзного туризму в Україні й здійснюється порівняння етапів формування круїзного туристичного продукту основними учасниками ринку дивізіону «УДП-пасфлот» та компанії «Червона рута». Дослідження показали, що робота дивізіону «УДП-пасфлот» є ефективною за рахунок співпраці з круїзними операторами, які, фрахтуючи судна, самостійно формують круїзний туристичний продукт та здійснюють його продаж; на діяльність «Червона рута» більше впливають загальноекономічні чинники, оскільки компанія сама визначає маршрути круїзного туристичного продукту та здійснює їх просування на ринок.

За методом SPACE-аналізу проведено зважену оцінку критеріїв діяльності та спроектовано вектор рекомендованої стратегії в системі координат SPACE дивізіону «УДП-пасфлот» і компанії «Червона рута». Стратегія «Червона рута» відповідає активній продуктової політиці, що характеризує інноваційну сприйнятливості через необхідність впровадження інноваційного круїзного туристичного продукту на традиційних та нових для компанії сегментах ринку. Стратегія «УДП-пасфлот» є більш консервативною, що визначається через поліпшення круїзного туристичного продукту, включаючи посилення контролю за якістю обслуговування та безпекою під час подорожі.

Визначено, що в Україні хоча й розвивається переважно в'їзний круїзний туризм, однак флот застарілий, а модернізація круїзної інфраструктури вимагає великих вкладень. При цьому круїзний туризм має значний потенціал розвитку, міжнародні круїзні оператори готові співпрацювати та інвестувати кошти в його розвиток, але недосконалість українського законодавства, відсутність різноманітних форм державно-приватного партнерства, нерозуміння владою перспектив, що може дати туристична галузь в цілому, змушують не конкурувати, а виживати компаніям, що надають послуги круїзного туризму.

In the article the Ukrainian market of cruise tourism has been analysed, and the stages of cruise tourist product formation by leading market players, "UDP-pasflot" division and "Chervona Ruta" company, have been compared. The research suggests that the operation of "UDP-pasflot" is efficient due to cooperation with cruise line operators which by freighting ships form cruise tourist product and sell it on their own. The operation of "Chervona Ruta" company is affected by general business factors, since the company itself sets up the routes of cruise tourist product and markets them.

Based on the SPACE-analysis method, the windowed estimate of operation criteria has been made, and the vector of recommended strategy for "UDP-pasflot" division and "Chervona Ruta" company has been projected within the SPACE coordinates frame. The strategy of "Chervona Ruta" company corresponds to the active product line policy that characterizes the innovative receptivity due to the necessity to implement an innovative cruise tourism product within traditional market sectors and the ones being new for the company. The strategy of "UDP-pasflot" division is rather conservative, that is defined through the improvement of cruise tourist product, including service quality and travel security surveillance.

While the inbound cruise tourism is more common for Ukraine, the fleet is out-of-date, the modernization of cruise infrastructure requires considerable investment, the cruise tourism has a significant development potential and the international cruise lines operators are ready to cooperate and invest funds in its development, but the imperfection of Ukrainian legislation, the lack of various forms of public-private partnership, failure of authorities to understand the prospects of tourism field force the companies providing cruise tourism services not to compete, but to survive.

Таблиця 1. Круїзний флот ПАТ «УДП» станом на 01.01.2014

Назва судна	Загальна кількість номерів	Пасажиро-місткість	Інфраструктура	Програма на борту
4-палубний теплохід «Україна»	80	160	Система кондиціонування повітря, панорамний ресторан, музичний салон, бар, сонячна палуба з плавальним басейном з підігрівом, сауна, зал для перегляду супутникового телебачення	Музичний оркестр, танцювальні вечори. Різноманітні вечірні програми, в т.ч. «Капітанська вечеря», виступ фольклорних груп
4-палубний теплохід «Молдавія»	80	160		
4-палубний теплохід «Волга»	80	156		
4-палубний теплохід «Дніпро»	80	156	Ресторан, бар, служба кейтерингу	Відповідно замовлення
2-палубні теплоходи «Чайка», «Євгеній Косяков»		160		

Джерело: складено за даними [7].

економіки держави (дестинації, регіону) [3]. І.Голубкова розглянула напрями інновацій, впроваджуваних у круїзному бізнесі [4]. В.Жихарева визначила основні тенденції розвитку круїзного ринку та перспективи круїзного судноплавства в Чорному морі [5]. За оцінкою П.Уайльда, керівника компанії «P. Wild International», інтерес іноземних туристів до України є джерелом надходження валюти, оскільки в середньому один європейський турист, виходячи на берег у порту суднозаходу, витрачає приблизно до 100 євро на день у торгових точках, що знаходяться в межах двох годин їзди від порту на автомобілі [1].

Водночас дослідження вчених і практиків свідчать про проблеми, які існують на сучасному ринку круїзного туризму в Україні, що й визначило мету статті: оцінка тенденцій розвитку круїзного туризму в Україні на прикладі судноплавних компаній, що надають круїзний туристичний продукт [1; 3; 4; 5].

З огляду на водно-туристичний потенціал України круїзний туризм може активно розвиватися морськими, річковими маршрутами або маршрутами ріка-море, круїзними судноплавними компаніями або круїзними операторами. Сучасні фахівці пропонують включати до складу круїзного туризму й лінійні паромні переправи та оцінювати їх як окремий продукт – міні-круїз [6]. Однак вважаємо за доцільне розглядати паромні переправи як частину лінійних перевезень, що забезпечують перш за все реалізацію транспортної функції, виступаючи

лише складовою круїзної туристичної послуги без залучення природних та антропогенних умов портів до формування берегового обслуговування. В Україні паромні лінії обслуговує судноплавна компанія «УкрФеррі» (маршрут Іллічівськ – Батумі, Батумі – Іллічівськ є її основним пасажирським продуктом).

Станом на 01.01.2014 в Україні здійснювали обслуговування круїзних турів дві компанії – акціонерне товариство «Українське дунайське пароплавство» (УДП) та товариство з обмеженою відповідальністю «Круїзна компанія «Червона рута». УДП та «Червона рута», працюючи за різними маршрутами, покривають основні водні шляхи країни по р. Дунай та р. Дніпро із заходом у Чорне море (рис. 1).

Рейсовим перевезенням пасажирів займається й акціонерне товариство «Судноплавна компанія «Укррічфлот» (АСК «Укррічфлот») за маршрутом м.Київ – Чорне море, але з 2010 року компанією не здійснюються пасажирські перевезення у зв'язку з продажем останнього з п'яти круїзних теплоходів.

Отже, акціонерне товариство «Українське дунайське пароплавство» УДП є багатопрофільним перевізником, який здійснює рух вантажів та пасажирів водними артеріями країни. Слід зазначити, що обсяги надходжень від вантажних перевезень у разі перевищують надходження від організації круїзів, що визначає місце круїзного туристичного продукту у портфелі замовлень компаній як додаткової послуги. УДП забезпечує 25% транспортної продукції на ділянці 2400 км від гирла р. Дунай до порту Кельхайм (Німеччина), а після відкриття системи каналів Рейн – Майн – Дунай судна можуть здійснювати перевезення до портів Північного моря. Програма розвитку підприємства передбачає будівництво двох пасажирських круїзних суден [7].

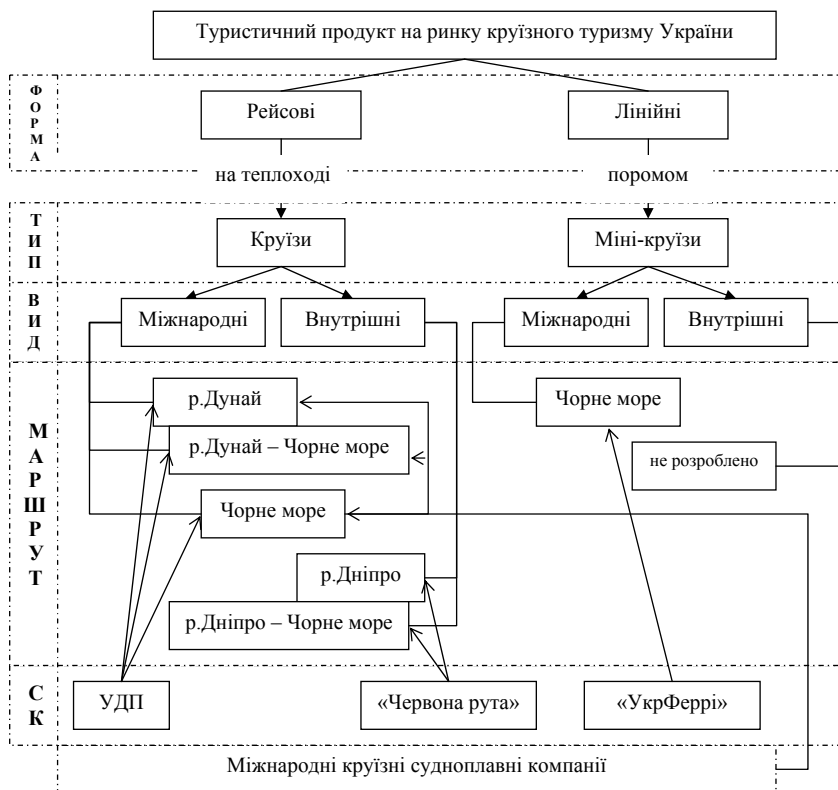
Організаційну структуру УДП формують дивізіони: пасажирський флот («УДП-пасфлот») – організація круїзів, річковий флот та морський флот – організація вантажних перевезень, Кілійський суднобудівельно-судноремонтний завод, Ізмаїльська база обслуговування флоту.

Круїзний флот «УДП-пасфлот» формують чотири 4-палубні круїзні теплоходи та два 2-палубні екскурсійні теплоходи (табл. 1).

До складу служби експлуатації «УДП-пасфлот» входить агентство «Транскруїз», яке спеціалізується на організації берегових екскурсій та наданні інших видів послуг в українських портах Нижнього Дунаю. Протягом останніх десяти років круїзні теплоходи «УДП-пасфлот» фрахтуються німецькими круїзними операторами (табл. 2). Зокрема, круїзний оператор «Ніко-турс» фрахтує судна «УДП-пасфлот» для організації круїзів по Дунаю з 2009 року, а з навігації 2011 року всі чотири судна здійснюють подорожі з цим оператором.

Таким чином, діяльність «УДП-пасфлот» полягає в модернізації та технічній підтримці

Рис. 1. Круїзні маршрути України



Таблиця 2. Круїзні оператори – партнери дивізіону «УДП-пасфлот»

Партнери	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Зеетурс	*					
Трансокеан (Бремен)	*	*				
Фенікс Райзен (Бонн)		*	*			
Ніко-турс (Штутгарт)	*	*	*	*	*	*

Джерело: складено за даними [8].

круїзних теплоходів, комплектації їх штату кваліфікованими кадрами та підписанні контрактів на фрахтування на повний навігаційний період. Зазначена політика є пасивною, оскільки підприємство самостійно не працює зі споживачами, не здійснює вибір маршрутів плавання та не формує загальну програму круїзу.

Основною круїзною лінією, за якою працюють в «УДП-пасфлот», є «Пасау – Будапешт – Пасау», окремі рейси включають захід у м. Ізмаїл.

Круїзний оператор «Ніко-турс» організовує понад 20 круїзних ліній за різними маршрутами щорічно, залучаючи до співпраці партнерів із різних країн світу. Тому завданням «УДП-пасфлот» при формуванні круїзного туристичного продукту є відповідність сервісного обслуговування заявленим у оператора стандартам.

Компанія «Червона рута» працює як приймаюча сторона, туристичні пакети якої продають вітчизняні та іноземні партнери. Продаж квот на розміщення здійснюється за рік до початку нового навігаційного сезону. Основними майданчиками для проведення переговорів є міжнародні туристичні виставки у Берліні (ITB Berlin) та Лондоні (World Travel Market), що дає можливість заключити угоди про співпрацю на 2-4 роки наперед.

Реалізація турпродукту квотами місць є найперспективнішим напрямом діяльності, оскільки партнери гарантують наповнення судна або сплату за його простій, що покриває частину експлуатаційних витрат.

Основними видами діяльності круїзної судноплавної компанії «Червона рута» є організація річкових круїзів та кейтерингу на борту суден різних видів та класів [9]. Тобто компанія є спеціалізованим приватним підприємством на ринку круїзного туризму. Флот компанії формують чотири 4-палубні теплоходи та один 3-палубний (табл. 3). Всі судна пройшли реновацію (відновлення) та забезпечують роботу круїзних ліній р. Дніпро та р. Дніпро – Чорне море.

Головний офіс «Червона рута» самостійно формує круїзний туристичний продукт, забезпечуючи розробку маршруту з урахуванням лоцманського портового збору, організаційно-технічні заходи, круїзну програму на борту, заключає угоди про надання агентствами екскурсійних послуг у портах (наприклад, при організації екскурсій у дельту р. Дунай укладаються угоди з агентством «Транскруїз» УДП»).

Контингент споживачів круїзних турів судноплавної компанії «Червона рута» формують громадяни Німеччини, Франції, Іспанії, США, Канади, Швейцарії, Росії, України. Кількість українців не перевищувала 5% від структури однієї лінії, тобто середнє значення коливається в межах 1%. За період існування обслуговано резидентів із 41 країни світу. За даними керівництв, компанія покриває 3,5% ринку в'їзного туризму в Україні [10]. Основними круїзними лініями компанії є Київ – Канів – Кременчук – Запоріжжя – Херсон – Одеса, Одеса – Херсон – Запоріжжя – Кременчук – Канів – Київ, Київ – Миколаїв, Миколаїв – Київ. Круїз на судноплавна компанія базуються у тих регіонах країни, де є інфраструктура для обслуговування суден.

За результатами останнього статистичного спостереження виявлено: якщо загальна кількість суден в Україні, придатних до експлуатації, складає 179 од. [11], то на частку круїзного флоту припадає 4,5%, а пасажиромісткість круїзних суден становить 1,618 тис. пасажиромісць, тобто 5,7% від загальної чисельності.

Для оцінювання перспектив розвитку круїзних судноплавних компаній проведено порівняльний аналіз деяких показників їх господарської діяльності. У табл. 4 визначено обсяги

Таблиця 3. Круїзний флот круїзної компанії «Червона рута» станом на жовтень 2013 року

Назва судна	Загальна кількість номерів	Пасажиромісткість	Інфраструктура	Програма на борту
4-палубний теплохід «Fidelio» – круїз по р. Дніпро	74	146	Ресторан, 3 бари, басейн, тренажерний зал, масажна кімната, сауна, джакузі, сонячна палуба	Капітанська вечеря, конкурс «Міс круїз», шоу «Козацькі ігри», піратська вечеря, свято Нептуна, танцювальний конкурс, вечірка «Чорне та біле», шоу українських костюмів, пивне свято, концерт «Прощання з Кримом»
4-палубний теплохід «Принцеса Дніпра» – р. Дніпро і Чорне море	154	280	2 ресторани, 2 бари, читальний зал, сонячна палуба	
4-палубний теплохід «Зірка Дніпра» – круїз р. Дніпро і Чорне море	154	280	2 ресторани, 2 бари, читальний зал, сонячна палуба	
4-палубний теплохід «Генерал Ватутін» – круїз р. Дніпро і Чорне море	154	280	2 ресторани, 2 бари, читальний зал, сонячна палуба, сауна, салон краси, сувенірний кіоск	
3-палубний теплохід «Роса Вікторія» – односторонні круїзи по акваторії Києва		400	2 зали ресторану, 2 бари, гостьові каюти, сонячна палуба	Розважальні програми, корпоративні свята

Джерело: складено за даними [9].

Таблиця 4. Динаміка пасажиропотоку «УДП-пасфлот» та «Червона рута»

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2013-2008 роки, темпи приросту, %
«УДП-пасфлот», осіб	13760	13950	10300	9420	10960	9500	
Темпи приросту, %		1,38	-26,16	-8,54	16,35	-13,32	-30,96
агентство «Транскруїз» «УДП-пасфлот» (враховуючи співпрацю з іншими круїзними компаніями), осіб	8078	9200	8750	7610	9816	8920	
Темпи приросту, %		13,89	-4,89	-13,03	28,99	-9,13	10,42
«Червона рута», осіб	9120	9550	10340	9845	10208	10420	
Темпи приросту, %		4,71	8,27	-4,79	3,69	2,08	14,25

Джерело: складено за даними [7, 9].

Таблиця 5. Показники використання пропускної спроможності круїзного флоту України

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Одночасна пропускна спроможність (кількість місць)						
«УДП-пасфлот»	632	632	632	632	632	632
Темпи приросту, %		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
«Червона рута»	840	840	840	840	986	986
Темпи приросту, %		0,00	0,00	0,00	17,38	0,00
Ресурсозабезпечена пропускна спроможність (кількість місць, що пропонуються до продажу)						
«УДП-пасфлот»	17696	17696	15484	13272	15484	15484
Темпи приросту, %		0,00	-12,50	-14,29	16,67	0,00
«Червона рута»	14700	14700	14700	11760	24157	24157
Темпи приросту, %		0,00	0,00	-20,00	105,42	0,00
Реалізована пропускна спроможність (кількість фактично проданих місць)						
«УДП-пасфлот»	13760	13950	10300	9420	10960	9500
Темпи приросту, %		1,38	-26,16	-8,54	16,35	-13,32
«Червона рута»	9120	9550	10340	9845	10208	10420
Темпи приросту, %		4,71	8,27	-4,79	3,69	2,08
Невикористана пропускна спроможність (кількість нереалізованих місць)						
«УДП-пасфлот»	3936	3746	5184	3852	4524	5984
Темпи приросту, %		-4,83	38,39	-25,69	17,45	32,27
«Червона рута»	5580	5150	4360	1915	13949	13737
Темпи приросту, %		-7,71	-15,34	-56,08	628,41	-1,52

Джерело: складено за даними [7, 9].

Таблиця 6. Структура використання пропускної спроможності круїзного флоту України

Показники	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Максимальна (ресурсозабезпечена) пропускна спроможність, %						
«УДП-пасфлот»	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
«Червона рута»	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Реалізована пропускна спроможність, %						
«УДП-пасфлот»	77,8	78,8	66,5	71,0	70,8	61,4
Відхилення		1,0	-12,3	4,5	-0,2	-9,4
«Червона рута»	62,0	65,0	70,3	83,7	42,3	43,1
Відхилення		3,0	5,3	13,4	-41,4	0,8
Невикористана пропускна спроможність, %						
«УДП-пасфлот»	22,2	21,2	33,5	29,0	29,2	38,6
Відхилення		-1,0	12,3	-4,5	0,2	9,4
«Червона рута»	38,0	35,0	29,7	16,3	57,7	56,9
Відхилення		-3,0	-5,3	-13,4	41,4	-0,8

Джерело: складено за даними [7, 9].

обслугованих пасажирів «УДП-пасфлот» та «Червона рута» у період 2008-2013 роки.

Кількість обслугованих осіб змінюється відповідно до коливань попиту на галузевому круїзному ринку. Кількість пасажирів «УДП-пасфлот» зменшилася у 2013 році до 9500 осіб, що складає 60% від рівня 2008-2009 років. Обсяги пасажиропотоку «Червоної руті» зросли з 9120 осіб у 2008 році до 10420 осіб у 2013 році (на 14%) за рахунок збільшення кількості суден, що перебувають в експлуатації компанією, та диференціації пропозиції. Особливо слід зазначити, що не всі рейси теплоходів УДП включали відвідування портів у дельті Дунаю, агентство «Транскруїз» здійснювало також екскурсійний супровід міжнародних суднозаходів.

Одночасна пропускна спроможність суден «УДП» протягом аналізованого періоду складає 632 місця, а суден «Червона рута» – збільшується за рахунок виведення на лінію теплоходу «Фіделіо» із 840 до 986 місць. Таким чином, можна розрахувати ресурсозабезпечену або максимальну пропускну спроможність, враховуючи кількість запланованих рейсів (табл. 5).

За даними табл. 6 видно, що реалізована пропускна спроможності у 2013 році «УДП-пасфлот» складає 61,4% від максимальної, компанії «Червона рута» – 43,1% відповідно. Динаміка реалізованих пасажиромісць коливається в межах зміни рівня платоспроможності основного контингенту споживачів КТП.

Для визначення стратегії, яку реалізують компанії, у табл. 7 здійснено зважену оцінку критеріїв за методом SPACE-аналізу щодо дивізіону «УДП-пасфлот» та компанії «Червона рута». На основі даних таблиці спроектовано вектор рекомендованої стратегії для круїзних судноплавних компаній у системі координат SPACE (рис. 2).

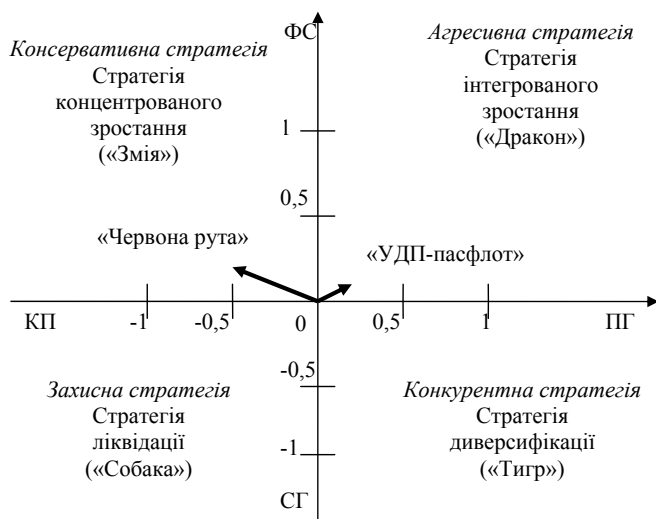
Відповідно для компаній, що є об'єктами оцінювання, ці координати дорівнюють:

$$X_1 = 3,6 - 3,4 = +0,2; \quad Y_1 = 2,3 - 2,2 = +0,1$$

$$X_2 = 3,3 - 3,8 = -0,5; \quad Y_2 = 2,4 - 2,2 = +0,2$$

Як видно з рис. 2, стратегія «УДП-пасфлот» знаходиться у площині «Дракон», що передбачає використання «наступальної» інноваційної стратегії, яка охоплює: впровадження інновацій, орієнтованих на маркетинг, а також стратегію «злиття»

Рис. 2. Визначення вектора базової стратегії круїзних судноплавних компаній України



і стратегію «придбання», що потребує кредитних інвестицій. У реалізації обраної стратегії підприємству допомагають круїзні оператори, які беруть на себе частину ризиків, пов'язаних із функціонуванням круїзного дивізіону компанії «УДП».

Незважаючи на невеликі значення вектора «УДП-пасфлот», керівництво повинно продовжувати співпрацю з круїзними операторами, знаходити нові форми обслуговування, надавати додаткові послуги з ресторанного, розважального обслуговування та ін.

Вектор круїзної компанії «Червона рута» розташовано в полі «Змія», що відповідає «імітаційній» інноваційній стратегії, яка пов'язана з копіюванням технології виробництва продукту фірм-піонерів. Такий тип поведінки повністю відповідає «стратегії ніші», оскільки перевага круїзної судноплавної компанії

полягає в здійсненні круїзного туристичного маршруту, який на сьогодні не освоєно жодна інша компанія.

Основними чинниками, що визначають стратегію діяльності круїзної судноплавної компанії, є насичення сегменту ринку «Червона рута», що видно з динаміки попиту на круїзний продукт. Відповідно основні інноваційні рішення менеджменту спрямовані на зниження собівартості круїзного продукту при одночасному підвищенні його якісних характеристик.

Зважаючи на проведені дослідження, можна зробити висновки, що робота «УДП-пасфлот» є ефективною за рахунок співпраці з круїзним оператором, який, фрахтуючи судна, самостійно формує туристичний продукт та здійснює його продаж. Водночас на діяльність «Червона рута» більше впливають загальноекономічні чинники, оскільки компанія сама визначає маршрути круїзного туристичного продукту та здійснює їх просування на ринок.

Отже, розглянувши тенденції розвитку круїзного туризму та на прикладі діючих судноплавних компаній, що надають круїзні послуги, визначивши їх вектор базової стратегії, можна зробити висновок про те, що круїзний туризм має значний потенціал розвитку, оскільки навіть у сучасних складних економічних і політичних умовах, особливо у зв'язку з анексією Криму, демонструє активний розвиток. Нині в Україні розвивається переважно в'їзний круїзний туризм, флот застарілий, а його реконструкція, модернізація круїзної інфраструктури (наявність довгого глибоководного причалу, розвиненої портової інфраструктури, майданчику для висадки пасажирів та паркування автобусів, наявність у портах сучасних пасажирських терміналів і відповідних умов для швидкого обслуговування круїзних суден, туристична інформація іноземними мовами [13, С. 91]) та купівля суден вимагають великих вкладень. Наші дослідження доводять, що міжнародні круїзні оператори готові співпрацювати та інвестувати кошти в розвиток круїзного туризму, але недоцільність українського законодавства, відсутність подібних форм державно-приватного партнерства, нерозуміння владою перспектив, які може дати туристична галузь у цілому, змушують не конкурувати, а виживати компанії, що надають послуги круїзного туризму.

Таблиця 7. Оцінка критеріїв діяльності круїзних судноплавних компаній

Критерій	Оцінка, Бали		Вага	Зважена оцінка, бали	
	«УДП-пасфлот»	«Червона рута»		«УДП-пасфлот»	«Червона рута»
Фінансова сила підприємства (ФС)					
Рентабельність інвестицій	2	3	0,3	0,6	0,9
Динаміка прибутку	3	1	0,3	0,9	0,3
Рівень фінансової стійкості	2	3	0,4	0,8	1,2
Загальна оцінка за критерієм			1	2,3	2,4
Конкурентоспроможність підприємства (КП)					
Частка підприємства на ринку	5	5	0,2	1	1
Конкурентоспроможність (продукції) послуг	3	4	0,6	1,8	2,4
Рентабельність реалізації продукції (послуг)	3	2	0,2	0,6	0,4
Загальна оцінка за критерієм			1	3,4	3,8
Привабливість галузі (ПГ)					
Рівень прибутковості галузі	3	3	0,4	1,2	1,2
Ступінь впливу законодавчих змін	4	3	0,3	1,2	0,9
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури ринку	4	4	0,3	1,2	1,2
Загальна оцінка за критерієм			1	3,6	3,3
Стабільність галузі (СГ)					
Стабільність прибутку	2	2	0,5	1	1
Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі	2	2	0,3	0,6	0,6
Маркетингові та рекламні можливості	3	3	0,2	0,6	0,6
Загальна оцінка за критерієм			1	2,2	2,2

Джерело: складено за даними [7, 9, 12].

ЛІТЕРАТУРА

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / [Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. та ін.]; за заг. ред. професора В.Г.Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
2. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme.; World Tourism Organization. Regional Programme for the Americas. – Madrid: World Tourism Organization. First printing. – 2010. – 253 p.
3. Логунова Н.А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма: дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.03 : дата защиты: 24.12.14 / Наталья Анатольевна Логунова; Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского. – Симферополь, 2014. – 439 с.
4. Golubkova I. Innovations in cruise tourism / I. Golubkova, N. Peresyphkina // Економічні інновації: Зб. наук. пр. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. – Вип. 50. – С. 266-274.
5. Жихарева В.В. Круизный рынок: современные тенденции развития [Электронный ресурс] / В.В. Жихарева. – Режим доступа: <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html>
6. Murphy, P. The Business of Resort Management. – Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. First printing. – 2008. – 346 p.
7. Офіційний сайт ПАТ «Українське дунайське пароплавання» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oaoudp.com.ua>
8. Офіційний сайт німецького круїзного оператора «НікоТурс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nicko-tours.de>
9. Офіційний сайт круїзної судноплавної компанії «Червона рута» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruta-cruise.com>
10. Туристичні потоки 2000-2013 рр. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
11. Транспорт і зв'язок України: статистичний збірник [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ8_u.htm
12. Офіційний сайт міста Ізмаїла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.izmail-rada.gov.ua>
13. Ляховська О.С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку XXI століття / О.С. Ляховська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. - Випуск 19. - Рівне: Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. - Том II, 2013. С- 85-91.

REFERENCES

1. Herasymenko V.H., Halasiuk S.S., Nezdoimov S.H. et al. (2013). Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku [Tourism market: state and development trends]. Odesa, Astroprint, 2013, 304 p. [in Ukrainian].
2. Butler M. Cruise Tourism: Current Situation and Trends. Madrid, 2010, World Tourism Organization, Tourism Trends and Marketing Strategies Program, Regional Program for the Americas, First printing, 2010, 253 p.
3. Logunova N.A. Teoretiko-metodologicheskie osnovy strategicheskogo razvitiya kruiznogo turizma [Theoretical and methodological foundations of the strategic development of the cruise tourism]. Tavricheskij nacional'nyj universitet im. V.I. Vernadskogo, Simferopol', 2014, 439 p. [in Russian].
4. Golubkova I., Peresyphkina N. Innovations in cruise tourism. Ekonomichni innovatsiyi: Zb. nauk. pr., Odesa, IPREED NAN Ukrayiny, 2012, no. 50, pp. 266-274 [in Ukrainian].
5. Zhihareva V.V. Kruiznyj rynek: sovremennye tendentsii razvitiya [The cruise market: current trends]. Available at: <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html> [in Russian].
6. Murphy P. The Business of Resort Management. Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, First printing, 2008, 346 p.
7. Official site of JSC "Ukrainian Danube Shipping Company". Available at: <http://oaoudp.com.ua> [in Ukrainian].
8. Official website of the German cruise operator "NikoTours". Available at: <http://www.nicko-tours.de> [in German].
9. The official website for cruise shipping company "Chervona Ruta". Available at: <http://ruta-cruise.com> [in Ukrainian].
10. Tourist flows for 2000-2013. The State Statistics Committee of Ukraine. Available at: <http://ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
11. Transport and Communications of Ukraine: statistical collected volume. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ8_u.htm [in Ukrainian].
12. The official site of Izmail. Available at: <http://www.izmail-rada.gov.ua> [in Ukrainian].
13. Lyakhovs'ka O.S. Stan ta perspektyvy rozvytku kruiznogo turizmu v Ukraini pochatku XXI stolittya [Status and prospects of development of cruise tourism in Ukraine in XXI century]. Ukrain's'ka kul'tura: mynule, suchasne, shlyakhy rozvytku, no 19, Rivne, Naukovi zapysky Rivnens'koho derzhavnogo humanitarnoho universytetu, vol. 2, 2013, pp 85-91 [in Ukrainian].

UKRAINIAN JOURNAL
ЕКОНОМІСТ

Український журнал
«ЕКОНОМІСТ»
з 2011 року
представлений
у міжнародній економічній
наукометричній
базі RePEc.

У зв'язку
з розширенням
розміщення публікацій
в RePEc з 2013 року
змінюються вимоги
до змісту статей.
Уважно слідкуйте
за інформацією в наступних
номерах журналу і на сайті
<http://ua-ekonomist.com>