

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ОДЕСЬКА МОРСЬКА АКАДЕМІЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МОРСЬКОГО ПРАВА ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра менеджменту та економіки морського транспорту

Лагода Міла Валеріївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
НА ТЕМУ
УМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ЧОРНОМОРСЬКОГО КРУЇЗНОГО СЕГМЕНТА

Спеціальність – 073 «Менеджмент»

Освітня програма – «Менеджмент в галузі морського та річкового транспорту»

Науковий керівник

PhD, ст. викладач

Стахов А.Ю.

Здобувач вищої освіти

Науковий керівник

Завідуючий кафедрою

Нормоконтроль

Одеса 2025

ЗАВДАННЯ

на розробку кваліфікаційної роботи бакалавра

за темою:

УМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ЧОРНОМОРСЬКОГО КРУЇЗНОГО СЕГМЕНТА

	Зміст окремих частин дослідження	Строк виконання	Фактично виконано
1	2	3	4
1	Мета дослідження є проведення аналізу стану та основних тенденцій світового круїзного судноплавства та визначення умов відродження круїзних технологій Чорного моря.	10.03.25	10.03.25
2	Об'єктом дослідження є процес освоєння та розвитку круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні.	10.03.25	10.03.25
3	Предметом дослідження є сукупність соціально-економічних, інвестиційних та технологічних умов, а також механізмів, що забезпечують відродження круїзного сегмента Чорного моря та його сталий розвиток.	10.03.25	10.03.25
4	ВСТУП	13.03.25	13.03.25
5	РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО СЕГМЕНТА СВІТОВОЇ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ	27.03.25	27.03.25
6	РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО КРУЇЗНОГО	11.04.25	11.04.25

	СУДНОПЛАВСТВА		
7	РОЗДІЛ 3. ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА УМОВИ ОСВОЄННЯ КРУЇЗНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧОРНОГО МОРЯ	02.05.25	02.05.25
8	РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	07.05.25	07.05.25
9	ВИСНОВКИ	09.05.25	09.05.25
10	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	13.05.25	13.05.25
11	Анотація	02.06.25	02.06.25
12	Формування ілюстративного матеріалу	03.06.25	03.06.25
13	Відгук керівника	до 6.06.25	04.06.2025
14	Рецензування	до 7-10.06.25	08.06.2025
15	Дата захисту	17-24.06.25	17.06.25

Здобувач вищої освіти

Керівник

Завідувач кафедри

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО СЕГМЕНТА СВІТОВОЇ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ.....	8
1.1. Економічна сутність пасажирського освоєння простору світового океану.....	8
1.2. Соціально-економічне виокремлення круїзного судноплавства.....	16
1.3. Маркетингові технології круїзного судноплавства.....	21
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО КРУЇЗНОГО СУДНОПЛАВСТВА.....	31
2.1. Динаміка та розподіл круїзного бізнесу.....	31
2.2. Структуризація круїзного сегмента за сукупністю умов.....	36
2.3. Історія формування Чорноморського круїзного сегмента та його занепад.....	44
РОЗДІЛ 3. ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА УМОВИ ОСВОЄННЯ КРУЇЗНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧОРНОГО МОРЯ.....	50
3.1. Соціально-економічні умови відродження круїзних технологій Чорного моря.....	50
3.2. Обґрунтування параметрів пасажиропотоку на розрахунковий період.....	54
3.3. Інвестиційно-економічна оцінка освоєння Чорноморського круїз- ного регіону.....	61
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	67

4.1. Основні національні нормативні документи з охорони праці.....	67
4.2. Планування та проведення інструктажів з персоналом. Структура інструктажів та їх документування.....	71
4.3. Ознаки втоми. Фактори, що впливають на виникнення втоми у членів суднового екіпажу.....	76
ВИСНОВОК.....	79
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
АНОТАЦІЯ.....	89
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Актуальність теми. Морський круїзний туризм є одним з найбільш динамічних та перспективних сегментів світової індустрії готельного бізнесу, який демонстрував стабільне зростання протягом останніх десятиліть, перетворюючись на багатомільярдний бізнес. Він поєднує в собі елементи транспорту, розміщення, харчування, розваг та екскурсійної діяльності, пропонуючи унікальний формат відпочинку та подорожей. Завдяки своїй здатності генерувати значні доходи та створювати мультиплікативний ефект для суміжних галузей, круїзне судноплавство визнано потужним драйвером соціально-економічного розвитку прибережних регіонів та держав. Успішні приклади функціонування круїзних хабів у Середземномор'ї, Карибському басейні та Балтиці яскраво ілюструють цей потенціал.

Таким чином, дослідження умов відродження Чорноморського круїзного сегмента, з урахуванням глобальних тенденцій та післявоєнних реалій, набуває особливої актуальності для формування стратегій сталого розвитку прибережних регіонів України.

Мета кваліфікаційної роботи. Метою даної кваліфікаційної роботи є проведення аналізу стану та основних тенденцій світового круїзного судноплавства та визначення умов відродження круїзних технологій Чорного моря.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі основні завдання:

- охарактеризувати економічну сутність пасажирського освоєння простору світового океану;
- розкрити особливості соціально-економічного виокремлення круїзного судноплавства, та його відмінності від інших видів морського транспорту;
- визначити ключові маркетингові технології круїзного судноплавства, стратегії маркетингу, тенденції маркетингу. Привести реальний приклад використання маркетингових стратегій у круїзному судноплавстві.
- визначити та охарактеризувати динаміку круїзного бізнесу та його розподіл по ринкам-джерелам пасажирів, найпопулярнішим круїзним регіонам, основним круїзним компаніям;
- визначити та охарактеризувати динаміку круїзного бізнесу та його розподіл по ринкам-джерелам пасажирів, найпопулярнішим круїзним регіонам, основним круїзним компаніям;
- провести аналіз структуризації круїзного сегмента за сукупністю умов;
- провести огляд історії формування та виявити причини занепаду Чорноморського круїзного сегмента;
- виявити та проаналізувати основні соціально-економічні умови відродження круїзних технологій Чорного моря;
- провести обґрунтування параметрів пасажиропотоку в порту Одеса на розрахунковий період 2026-2030 рік;
- провести економічний розрахунок щодо доцільності реалізації інвестиційного проекту відродження круїзного бізнесу в порту Одеса.

Об'єктом дослідження є процес освоєння та розвитку круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні.

Предметом дослідження є сукупність соціально-економічних, інвестиційних та технологічних умов, а також механізмів, що забезпечують відродження круїзного сегмента Чорного моря та його сталий розвиток.

Для досягнення цілей дослідження будуть використані *методи* огляду та аналізу літератури, включаючи систематичний аналіз наукових джерел, вивчення аспектів круїзного бізнесу та умов відродження круїзного сегмента в Чорному морі.

РОЗДІЛ 1

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КРУІЗНОГО СЕГМЕНТА СВІТОВОЇ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Економічна сутність пасажирського освоєння простору світового океану

Економічна сутність пасажирського освоєння простору світового океану являє собою багатогранну систему господарської діяльності, яка охоплює перевезення людей через моря та океани з різноманітними цілями, включаючи туризм, відпочинок, ділові поїздки та культурний обмін, і має значний економічний вплив на глобальному, регіональному та місцевому рівнях. Ця діяльність генерує прямі та непрямі економічні вигоди для широкого кола зацікавлених сторін.

Основні економічні напрямки пасажирського освоєння світового океану представлені на рисунку 1.1.

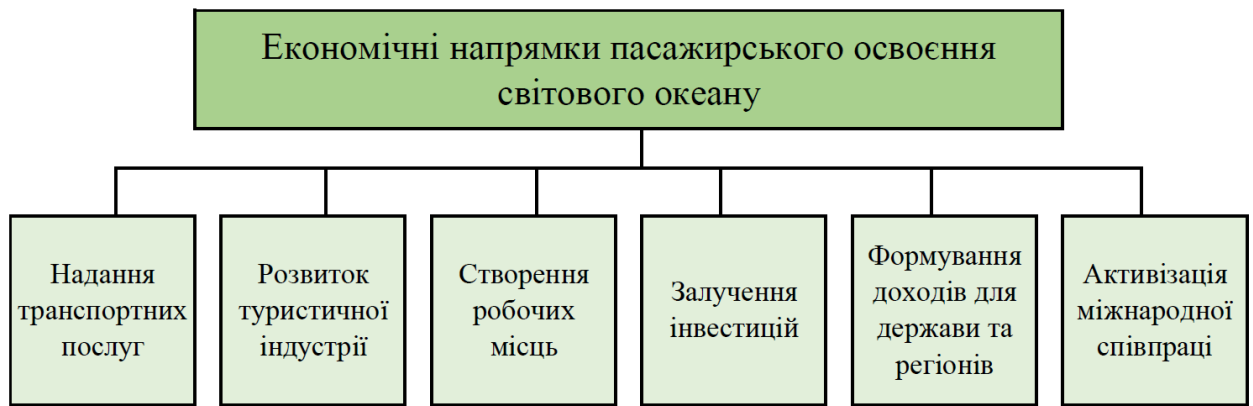


Рис. 1.1. Основні економічні напрямки пасажирського освоєння світового океану

Джерело: розробка автора на основі [1-7]

Надання транспортних послуг. Ключовим аспектом є функціонування морського пасажирського транспорту, який включає круїзні судна, пороми, катамарани та інші види пасажирських суден. Економіка цього сегменту охоплює витрати на будівництво та утримання суден, оплату праці морського та берегового персоналу, закупівлю палива, сплату портових зборів, навігаційне забезпечення та страхування [1]. Поромні переправи, зокрема, відіграють важливу роль як економічний та соціальний фактор, забезпечуючи транспортну доступність та підтримуючи значну економічну активність через прямі доходи, зайнятість та витрати працівників у суміжних галузях [2].

Розвиток туристичної індустрії. Морський туризм є потужним рушієм економічного розвитку прибережних регіонів та країн. Круїзні подорожі, як один із найбільш динамічних сегментів, стимулюють попит на різноманітні послуги, включаючи розміщення в готелях, харчування в ресторанах, екскурсійне обслуговування, розваги, придбання сувенірів та інші туристичні витрати як на борту суден, так і в портах заходу [3].

Створення робочих місць. Галузь морського пасажирського транспорту та суміжних з нею секторів економіки є значним джерелом зайнятості. Забезпечення функціонування портів, круїзних терміналів, судноремонтних підприємств, туристичних агентств, готелів та інших об'єктів інфраструктури,

пов'язаних з морським туризмом, вимагає кваліфікованого персоналу різних спеціальностей. За даними OECD, морський та прибережний туризм забезпечував близько 60% світових робочих місць, пов'язаних з океанічною економікою, у період з 1995 по 2020 роки [4].

Залучення інвестицій. Для підтримки та розвитку морського пасажирського сполучення необхідні значні інвестиції в будівництво нових та модернізацію існуючих суден, розширення та модернізацію портової інфраструктури, включаючи круїзні термінали та пасажирські причали [5]. Ці інвестиції стимулюють розвиток суднобудівної промисловості, виробництво обладнання та зростання економіки в суміжних секторах.

Формування доходів для держави та регіонів. Морський туризм та пасажирські перевезення є важливим джерелом доходів для державних та місцевих бюджетів. Це включає портові збори, плату за користування інфраструктурою, податкові надходження від діяльності компаній-перевізників, туристичних підприємств та витрат туристів [6]. Ефективне управління морським туризмом може сприяти фінансуванню природоохоронних заходів та розвитку місцевих громад.

Активізація міжнародної співпраці. Міжнародний характер морських пасажирських перевезень сприяє розвитку міжнародної співпраці в різних сферах, включаючи транспорт, туризм, безпеку мореплавства та охорону навколишнього середовища [7]. Угоди про визнання дипломів моряків та спрощення прикордонних процедур є прикладами такої співпраці.

Пасажирське освоєння світового океану, попри значний економічний потенціал, стикається з низкою викликів та ризиків, що можуть істотно впливати на його стабільний та прибутковий розвиток. Далі детально розглянемо основні загрози та труднощі, з якими стикається галузь морських пасажирських перевезень та туризму. Для наочного прикладу усі виклики та ризики представлені на рисунку 1.2.

Економічні виклики та ризики.

Економічна стабільність галузі пасажирського освоєння світового океану залежить від багатьох факторів, серед яких:

- Волатильність попиту. Попит на морські пасажирські перевезення, особливо у сегменті круїзного туризму, характеризується значною чутливістю до загальноекономічної ситуації, політичної нестабільності, епідеміологічних загроз та коливань споживчих настроїв. Економічні спади або періоди невизначеності можуть призводити до скорочення туристичних витрат та зниження завантаженості суден [8].

- Висока вартість подорожі. Вартість морських круїзів, як правило, є вищою порівняно з іншими видами відпочинку, що робить їх менш доступними для широких верств населення та обмежує потенційний ринок збуту [9].

- Зростання операційних витрат. Експлуатація пасажирських суден пов'язана зі значними витратами, включаючи вартість палива, оплату праці висококваліфікованого екіпажу, витрати на технічне обслуговування та ремонт, страхування, а також портові збори. Збільшення будь-якої з цих складових може суттєво вплинути на рентабельність перевізників.

- Інтенсивна конкуренція. Галузь морського пасажирського транспорту є висококонкурентною. Компанії змагаються за пасажирів, пропонуючи різноманітні маршрути, рівні по сервісу та ціновій пропозиції. Крім того, галузь конкурує з іншими формами відпочинку та подорожей, такими як авіаперельоти та наземний туризм.

Екологічні виклики та ризики.

Питання екологічної відповідальності набувають дедалі більшого значення для галузі морського пасажирського освоєння:

- Забруднення навколишнього середовища. Викиди від суднових двигунів є джерелом забруднення повітря, а скидання неочищених стічних вод та інших відходів може негативно впливати на морські екосистеми. Це призводить до посилення екологічних норм та вимог до судноплавних компаній.

- Вплив на морські екосистеми. Збільшення кількості суден та пасажирів у певних регіонах може призводити до руйнування коралових рифів, порушення міграційних шляхів морських тварин та інших негативних наслідків для морської біосфери.

- Зміна клімату. Підвищення рівня світового океану може загрожувати прибережній інфраструктурі, включаючи порти та круїзні термінали. Екстремальні погодні явища, спричинені зміною клімату, можуть призводити до затримок рейсів, зміни маршрутів та становити загрозу для безпеки судноплавства.

Соціальні та політичні виклики та ризики.

Соціально-політичні фактори також відіграють важливу роль у функціонуванні галузі:

- Ризики для здоров'я та безпеки пасажирів. Спалахи інфекційних захворювань на борту круїзних суден можуть швидко поширюватися через велику кількість людей в обмеженому просторі, що створює серйозні ризики для здоров'я пасажирів та репутації круїзних компаній [9]. Забезпечення безпеки пасажирів та екіпажу під час подорожі також є першочерговим завданням.

- Геополітична нестабільність. Міжнародні конфлікти, політичні заворушення та терористичні загрози в окремих регіонах можуть призводити до скасування рейсів, зміни маршрутів та зниження попиту на подорожі до нестабільних країн.

- Адміністративні бар'єри. Складні та забюрократизовані процедури оформлення віз, проходження митного та прикордонного контролю можуть створювати перешкоди для розвитку міжнародного морського туризму [8].

- Протести місцевого населення. Зростання кількості туристів у певних портах може викликати невдоволення місцевих жителів через перевантаження інфраструктури, підвищення цін та інші соціально-економічні наслідки.

Інфраструктурні виклики та ризики.

Розвиток пасажирського освоєння світового океану залежить від наявності сучасної та ефективної інфраструктури:

- Недостатній розвиток портової інфраструктури. У багатьох регіонах світу існує недостатня кількість сучасних та спеціалізованих портів та терміналів, здатних приймати великі пасажирські судна та забезпечувати комфортне обслуговування пасажирів [10].

- Зношеність пасажирського флоту. Експлуатація застарілого пасажирського флоту може призводити до зниження рівня безпеки, комфорту пасажирів та збільшення експлуатаційних витрат [8]. Необхідність оновлення флоту вимагає значних інвестицій.

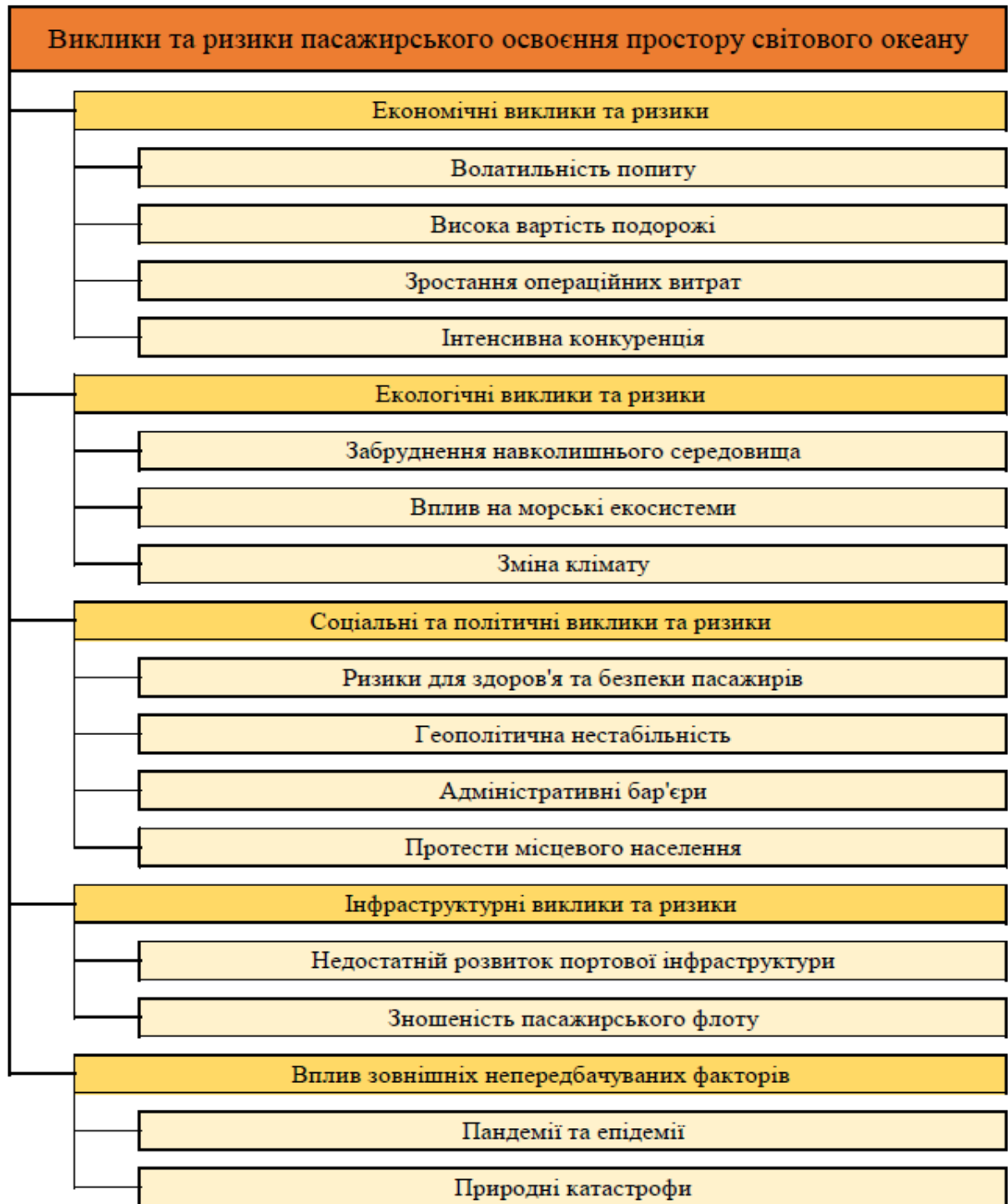


Рис. 1.2. Основні виклики та ризики пасажирського освоєння простору світового океану

Джерело: розробка автора на основі [8-11]

Вплив зовнішніх непередбачуваних факторів.

На галузь морського пасажирського освоєння можуть суттєво впливати непередбачувані зовнішні фактори:

– Пандемії та епідемії. Глобальні пандемії, такі як COVID-19, можуть призвести до введення жорстких обмежень на міжнародні подорожі, закриття портів та фактичної зупинки круїзної індустрії, завдаючи значних економічних збитків [11].

– Природні катастрофи. Стихійні лиха, такі як шторми, урагани, цунамі та землетруси, можуть становити пряму загрозу для безпеки судноплавства та завдавати шкоди портовій інфраструктурі, призводячи до скасування рейсів та значних фінансових втрат.

Галузь пасажирського освоєння простору світового океану постійно розвивається, реагуючи на зміни в технологіях, споживчих перевагах та глобальних подіях. Основні тенденції, що спостерігаються в останні роки та прогнозуються на найближче майбутнє представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Основні тенденції пасажирського освоєння простору світового океану

Тенденція	Опис
<i>Зростання популярності круїзного туризму</i>	Круїзний туризм залишається одним сегментів, що найбільш динамічно в розвивається галузі, приваблюючи все більшу кількість туристів завдяки своїй зручності, різноманітності пропонованих послуг та маршрутів. Спостерігається тенденція до збільшення розмірів круїзних лайнерів, підвищення їх комфортабельності та розширення спектру розваг на борту.
<i>Розширення географії круїзних маршрутів</i>	Традиційні круїзні регіони, такі як Карибський басейн та Середземномор'я, залишаються популярними, однак спостерігається зростання інтересу до нових напрямків, включаючи Арктику, Антарктику, Азію та інші екзотичні локації. Це дозволяє задовольнити потреби різних

Продовження таблиці 1.1

	категорій туристів та пропонувати унікальні враження від подорожей.
<i>Фокус на екологічну стійкість</i>	Зростаюча екологічна свідомість призводить до того, що судноплавні компанії все більше уваги приділяють питанням екологічної стійкості. Впроваджуються нові технології для зменшення викидів, оптимізується управління відходами та розробляються екологічно чистіші види палива.
<i>Персоналізація та індивідуалізація</i>	Споживачі все більше очікують індивідуального підходу та персоналізованих послуг. У зв'язку з цим, круїзні компанії намагаються пропонувати гнучкі програми, що дозволяють пасажирам налаштовувати свій відпочинок відповідно до власних уподобань.
<i>Інтеграція новітніх технологій</i>	Активне впровадження цифрових технологій є важливою тенденцією в галузі. Це включає використання мобільних додатків для зручності пасажирів, впровадження систем штучного інтелекту для оптимізації операційних процесів, а також розширення можливостей для онлайн-комунікації та розваг на борту суден.
<i>Зростання інтересу до річкових круїзів</i>	Річкові круїзи стають все більш популярною альтернативою морським подорожам, пропонуючи більш домашню атмосферу, можливість відвідати невеликі міста та унікальні ландшафти вздовж річок.
<i>Розвиток нішевих круїзів</i>	Спостерігається зростання популярності тематичних та нішевих круїзів, орієнтованих на певні інтереси, такі як гастрономічні тури, фітнес-круїзи, культурні подорожі або круїзи для певних вікових груп.

Джерело: створено автором на основі [12-13]

Пасажи́рське освоєння простору світового океану є складною та багатогранною галуззю, яка стикається зі значною кількістю економічних, екологічних, соціальних, політичних та інфраструктурних викликів та ризиків. Ефективне управління цими загрозами та розробка стратегій адаптації є ключовими для забезпечення сталого та довгострокового розвитку галузі.

Пасажи́рське освоєння світового океану є одним з ключових елементів концепції "блакитної економіки", яка акцентує увагу на сталому використанні морських ресурсів для економічного зростання, поліпшення засобів до існування та збереження здоров'я океанів. Цей сектор, за умови відповідального управління, може забезпечувати економічні вигоди, одночасно сприяючи екологічній стійкості через впровадження "зелених" технологій (наприклад, судна на зрідженому природному газі – LNG, гібридні двигуни, системи очищення стічних вод) та дотримання міжнародних екологічних стандартів.

1.2. Соціально-економічне виокремлення круїзного судноплавства

Соціально-економічне виокремлення круїзного судноплавства полягає у його унікальному місці на перетині транспортної галузі, готельного бізнесу та туризму. Це не просто перевезення людей з пункту А до пункту Б, а створення комплексного "продукту", який задовольняє широкий спектр потреб – від відпочинку до соціалізації та саморозвитку.

Круї́зне суднопла́вство вирізняється низкою специфічних соціально-економічних особливостей, які відрізняють його від інших видів морського транспорту, таких як вантажні перевезення або поромні сполучення. Ці особливості обумовлюють його значний вплив на світову економіку та суспільство.

Економічна модель круїзного судноплавства передбачає отримання доходів з різноманітних джерел, які забезпечують прибутковість та подальший розвиток галузі.

Основною складовою доходів круїзних компаній є надходження від продажу квитків на круїзні подорожі. Базовий тариф покриває основні витрати пасажирів, такі як проживання в каюті, харчування в основних ресторанах, користування громадськими зонами та участь у деяких розважальних заходах на борту. За оцінками, дохід від продажу квитків становить значну частину загальної виручки, сягаючи 65-70% [15]. Ціни на круїзи варіюються залежно від тривалості подорожі, класу каюти, маршруту, пори року та престижності круїзної лінії.

Окрім базового тарифу, значну частину прибутку круїзні компанії отримують за рахунок витрат пасажирів на борту судна. Ця категорія доходів є важливим елементом бізнес-моделі, дозволяючи збільшити загальну рентабельність круїзу. Основні джерела додаткових доходів представлені на рисунку 1.3.

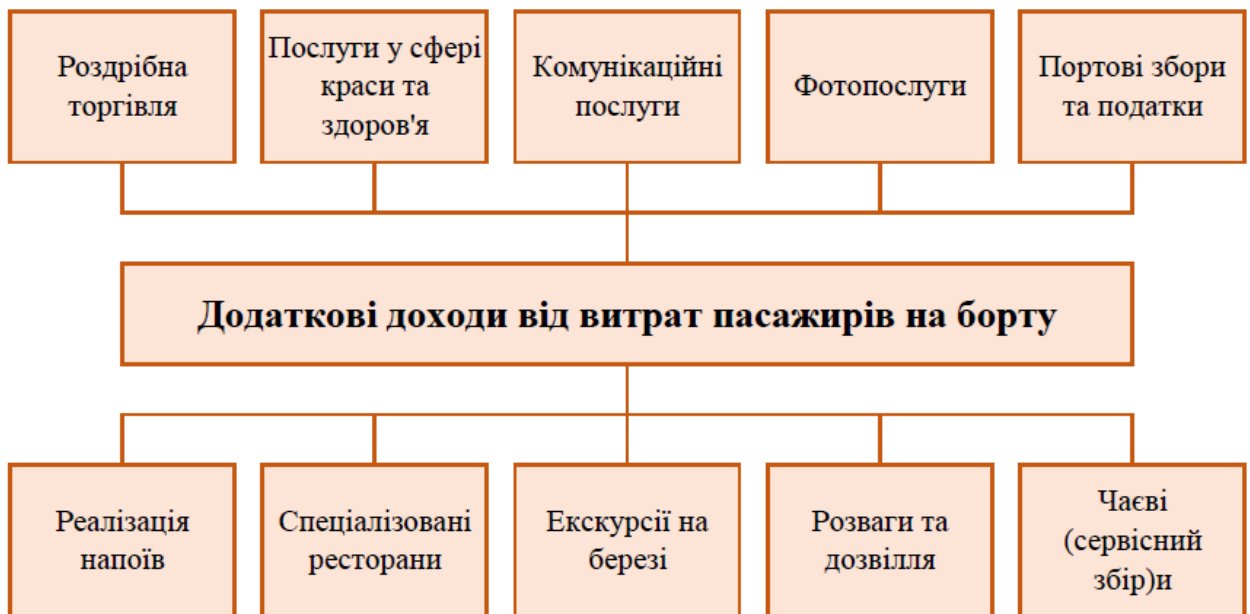


Рис. 1.3. Основні додаткові доходи від витрат пасажирів на борту

Джерело: розробка автора на основі [14-15]

Більш детально опишемо та проаналізуємо додаткові доходи від витрат пасажирів на борту.

- Реалізація напоїв. Продаж алкогольних та безалкогольних напоїв у барах, ресторанах, лаунж-зонах та інших місцях відпочинку на борту є вагомим статтею доходу. Націнка на напої, як правило, є досить високою.

- Спеціалізовані ресторани. Багато круїзних лайнерів пропонують пасажирів відвідати альтернативні ресторани з вишуканою кухнею за додаткову плату. Дохід від бронювання столиків у цих закладах та оплати замовлень є суттєвим.

- Екскурсії на березі. Круїзні компанії організовують та пропонують широкий вибір екскурсій у кожному порту заходу. Комісія від продажу цих екскурсій або власний дохід від їх проведення є значним джерелом прибутку.

- Розваги та дозволя. Доходи від казино, нічних клубів, платних шоу, кінотеатрів та інших розважальних закладів, розташованих на борту, також формують значну частину виручки.

- Роздрібна торгівля. Бортові магазини пропонують пасажирів широкий асортимент товарів, включаючи сувеніри, одяг, парфумерію, ювелірні вироби та товари першої необхідності. Націнка на ці товари забезпечує високу прибутковість.

- Послуги у сфері краси та здоров'я. Спа-салони, перукарні, фітнес-центри та інші оздоровчі заклади на борту надають платні послуги, які користуються популярністю серед пасажирів.

- Комунікаційні послуги. Плата за користування бортовим інтернетом, телефонним зв'язком та іншими комунікаційними послугами також є джерелом доходу.

- Фотопослуги. Професійні фотографи на борту пропонують пасажирів платні фотосесії та продаж готових фотографій.

- Портові збори та податки. Хоча ці платежі зазвичай перераховуються відповідним державним органам, вони часто включені до

загальної вартості круїзу та формують частину грошового потоку компанії на певний період [14].

– Чаєві (сервісний збір). Обов'язкові або рекомендовані чайові для обслуговуючого персоналу, які можуть бути включені до вартості круїзу або оплачуватися пасажирями окремо, також є важливою складовою доходів, яка частково розподіляється серед працівників [14].

Загальна частка доходів від витрат пасажирів на борту може становити значну частину загальної виручки круїзних компаній, досягаючи 30-35% [15]. Ефективне управління цими сферами є ключем до забезпечення високої рентабельності круїзного бізнесу.

Окрім економічного впливу, круїзне судноплавство має низку важливих соціальних аспектів, данні соціальні аспекти представленні на рисунку 1.4.

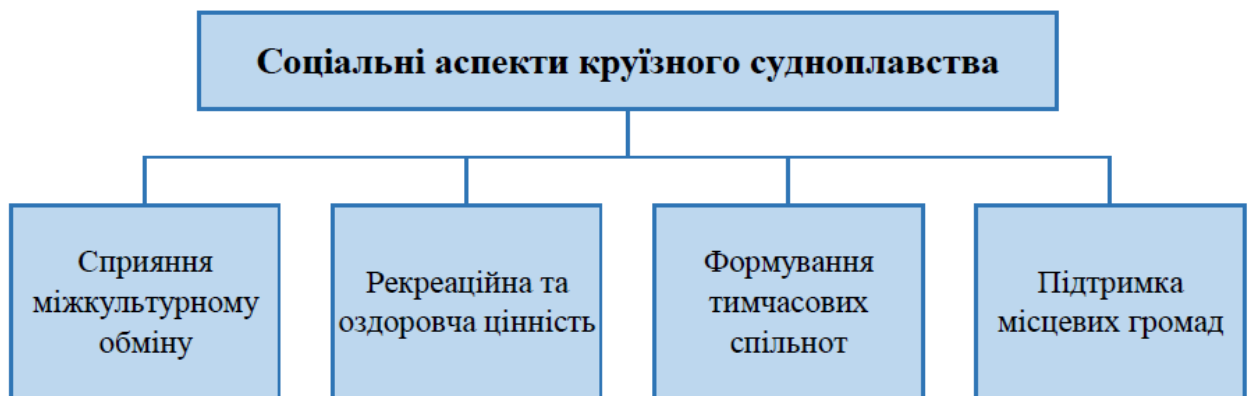


Рис. 1.4. Соціальні аспекти круїзного судноплавства

Джерело: розробка автора на основі [16]

Сприяння міжкультурному обміну. Круїзні подорожі створюють унікальні можливості для спілкування та взаємодії між людьми з різних країн, культур та соціальних прошарків. Пасажири та члени екіпажу, що представляють різні куточки світу, отримують можливість обмінюватися досвідом, знаннями та культурними цінностями, сприяючи таким чином розвитку толерантності та взаєморозуміння.

Рекреаційна та оздоровча цінність. Круїзи є популярним видом відпочинку, що поєднує в собі комфорт пересування, зручне розміщення, різноманітні розважальні програми та можливість відвідування кількох країн або регіонів під час однієї подорожі. Морське повітря, спокійна атмосфера та зміна обстановки позитивно впливають на фізичне та психоемоційне здоров'я пасажирів.

Формування тимчасових спільнот. Під час круїзу пасажирів, які мають спільні інтереси та проводять разом значний час, часто формують тимчасові спільноти, що сприяє соціалізації та встановленню нових контактів.

Підтримка місцевих громад. Відвідування круїзними суднами портів призначення забезпечує приплив туристів, які здійснюють витрати в місцевих магазинах, ресторанах, на екскурсіях та інших об'єктах туристичної інфраструктури, тим самим сприяючи розвитку місцевої економіки та підтримці добробуту місцевих громад [16].

Круїзне судноплавство має принципові відмінності від інших видів морського транспорту, данні принципи представлені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Відмінності круїзного судноплавства від інших видів морського транспорту

Відмінність	Опис
<i>Цілі використання</i>	Головною метою круїзних суден є надання послуг відпочинку та розваг пасажирів, на відміну від вантажних суден, основним завданням яких є транспортування товарів, або поромів, що забезпечують перевезення пасажирів та транспортних засобів між визначеними пунктами.

<i>Інфраструктурні потреби</i>	Круїзне судноплавство вимагає наявності спеціалізованої портової інфраструктури, здатної приймати великі пасажирські судна, забезпечувати безпечну стоянку, швидку висадку та посадку пасажирів, а також надавати необхідні послуги з обслуговування суден та пасажирів. Круїзні термінали зазвичай включають розгалужену
--------------------------------	---

Продовження таблиці 1.2.

	систему реєстрації, зони відпочинку, магазини та зручне транспортне сполучення.
<i>Специфіка послуг та сервісу</i>	Круїзні лайнери пропонують широкий спектр послуг, спрямованих на забезпечення комфортного та різноманітного відпочинку пасажирів. Це включає комфортабельні каюти, різноманітні ресторани та бари, розважальні програми, спортивні та спа-центри, магазини, казино та інші зручності, що створюють атмосферу "плавучого міста". Рівень сервісу на круїзних суднах, як правило, є значно вищим, ніж на інших видах морського транспорту.

Джерело: створено автором на основі [17]

Круїзне судноплавство є унікальним видом морської діяльності, що поєднує в собі функції транспортування та організації відпочинку. Його соціально-економічна виокремленість полягає у значному мультиплікативному ефекті для економіки, вагомому внеску у ВВП та забезпеченні значної кількості робочих місць, а також у його важливій соціальній ролі, яка полягає у сприянні міжкультурному обміну, наданні можливостей для якісного відпочинку та підтримці розвитку місцевих громад. На відміну від інших видів морського транспорту, круїзне судноплавство вимагає

спеціалізованої інфраструктури та пропонує широкий спектр послуг, орієнтованих на задоволення потреб туристів.

1.3. Маркетингові технології круїзного судноплавства

У сучасному висококонкурентному туристичному ринку, ефективно використання маркетингових технологій є ключовим фактором успіху для круїзних ліній. Розглянемо основні маркетингові технології, що застосовуються в галузі круїзного судноплавства. Детально проаналізуємо стратегії цифрового маркетингу, використання соціальних мереж, роль аналітики даних та персоналізації, а також огляд інноваційних технологій, які допомагають круїзним компаніям залучати клієнтів, підвищувати їхню лояльність та оптимізувати маркетингові кампанії.

Цифровий маркетинг відіграє ключову роль у залученні та утриманні клієнтів у висококонкурентній круїзній індустрії. Ефективні стратегії цифрового маркетингу дозволяють круїзним лініям підвищити впізнаваність бренду, збільшити кількість бронювань та зміцнити лояльність клієнтів. Основі стратегії цифрового маркетингу у круїзному судноплавстві представлені на рисунку 1.5.



Рис 1.5. Основні стратегії цифрового маркетингу у круїзному судноплаванні

Джерело: створено автором на основі [18-19]

Пошукова оптимізація (SEO) є критично важливою стратегією для круїзних ліній, оскільки більшість потенційних клієнтів починають свій пошук морської подорожі саме з пошукових систем, таких як Google. Основна мета SEO полягає у підвищенні позицій вебсайту круїзної компанії в результатах пошукової видачі за релевантними ключовими словами. Чим вище позиція сайту, тим більша ймовірність того, що користувачі перейдуть на нього і ознайомляться з пропозиціями. Основні елементи пошукової оптимізації представлено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Основні елементи SEO для круїзних компаній

Елементи SEO	Опис
<i>Оптимізація ключових слів</i>	Визначення та використання релевантних ключових слів, які потенційні клієнти можуть вводити в пошукових системах (наприклад, "круїз Середземним морем", "круїз для сім'ї", "дешеві круїзи"), в мета-тегах, заголовках, підзаголовках та основному тексті сторінок вебсайту.
<i>Якісний контент</i>	Створення унікального, інформативного та цікавого контенту про різні напрямки круїзів, типи суден, розваги на борту, порти заходу та інші аспекти морських подорожей. Контент має бути оптимізований під ключові слова та відповідати на запити користувачів.

<i>Технічна оптимізація сайту</i>	Покращення технічних характеристик вебсайту, таких як швидкість завантаження сторінок, мобільна адаптивність, зручна навігація, наявність файлу robots.txt та карти сайту XML. Мобільна адаптивність особливо важлива, оскільки значна частина користувачів переглядає інформацію про подорожі зі своїх смартфонів
---	--

Продовження таблиці 1.3.

<i>Побудова якісного посилального профілю</i>	Отримання посилань з авторитетних та релевантних вебсайтів підвищує довіру пошукових систем до сайту круїзної компанії та покращує його позиції в пошуковій видачі.
---	---

Джерело: розробка автора на основі [18]

Контент-маркетинг передбачає створення та поширення цінних, релевантних та послідовних матеріалів з метою залучення та утримання чітко визначеної аудиторії, зрештою, для стимулювання дій клієнтів, таких як бронювання круїзу. Основні види контенту, що використовуються круїзними лініями показані на рисунку 1.6.



Рис 1.6. Основні види контенту, що використовуються круїзними компаніями

Джерело: створено автором на основі [18]

Електронний маркетинг (Email Marketing) залишається одним з найбільш ефективних каналів цифрового маркетингу для круїзних ліній, дозволяючи підтримувати прямий зв'язок з існуючими та потенційними клієнтами.

Основні напрямки використання електронного маркетингу:

- Розсилки новин та оновлень. Інформування підписників про нові маршрути, спеціальні пропозиції, знижки, акції та інші важливі новини компанії;
- Персоналізовані пропозиції. Надсилання персоналізованих листів на основі попередніх подорожей, вподобань та демографічних даних клієнтів, пропонуючи круїзи, які можуть їх зацікавити;

- Сегментація аудиторії. Розділення списку розсилки на різні сегменти (наприклад, за віком, інтересами, історією подорожей) для надсилання більш релевантних повідомлень кожній групі;
- Автоматизовані розсилки. Налаштування автоматизованих розсилок для різних етапів життєвого циклу клієнта, наприклад, вітальні листи для нових підписників, нагадування про незавершені бронювання або листи з проханням залишити відгук після круїзу;
- Реактивація неактивних підписників. Надсилання спеціальних пропозицій або нагадувань неактивним підписникам з метою повторного залучення їх до взаємодії з брендом [20].

Платна реклама дозволяє круїзним лініям швидко залучати трафік на свій вебсайт та підвищувати впізнаваність бренду серед цільової аудиторії.

Основні види платної реклами, що використовуються круїзними лініями:

- Реклама в пошукових системах (Google Ads). Відображення рекламних оголошень у результатах пошукової видачі за релевантними ключовими словами. Це дозволяє залучити користувачів, які активно шукають інформацію про круїзи;
- Реклама в соціальних мережах (Facebook Ads, Instagram Ads, etc.). Таргетована реклама в соціальних мережах дозволяє охопити широку аудиторію з урахуванням їхніх інтересів, демографічних характеристик та поведінки в мережі;
- Ремаркетинг. Показ реклами користувачам, які вже відвідували вебсайт круїзної компанії, але не здійснили бронювання. Це допомагає повернути їх та завершити процес покупки.
- Банерна реклама. Розміщення графічних рекламних оголошень на інших вебсайтах, які відвідує цільова аудиторія [18].

Маркетинг у соціальних мережах є надзвичайно важливим інструментом для круїзних ліній, дозволяючи їм ефективно взаємодіяти з потенційними та існуючими клієнтами, підвищувати впізнаваність бренду та

стимулювати бронювання. Основні платформи маркетингу в соціальних мережах для круїзних компаній перераховані та описанні в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4.

Основні платформи маркетингу в соціальних мережах для круїзних компаній.

Платформа	Опис
<i>Instagram</i>	Візуальна платформа, ідеальна для публікації яскравих фотографій та відео з круїзів, демонстрації красивих напрямків, лайнерів та позитивних вражень пасажирів. Історії Instagram, Reels та прямі ефіри також є ефективними інструментами для залучення аудиторії в режимі реального часу.
<i>Facebook</i>	Платформа з великою аудиторією, підходить для обміну детальною інформацією про круїзи, публікації новин, проведення конкурсів та інтерактивних сесій з підписниками. Facebook Groups можуть бути використані для створення спільнот навколо певних типів круїзів або напрямків.

Продовження таблиці 1.4.

<i>TikTok</i>	Швидкозростаюча платформа, популярна серед молодшої аудиторії. Короткі відео, що демонструють веселу атмосферу на борту, цікаві моменти подорожей та креативний контент, можуть стати вірусними та залучити нових клієнтів.
<i>YouTube</i>	Платформа для розміщення більш тривалих відеооглядів лайнерів, інтерв'ю з членами екіпажу, записів вебінарів та віртуальних турів по круїзних суднах
<i>Pinterest</i>	Візуальна дошка оголошень, яка може бути використана

	для створення тематичних добірок фотографій з різних круїзних напрямків, надихаючи користувачів на планування своїх майбутніх подорожей.
--	--

Джерело: розробка автора на основі [18]

Переваги маркетингу в соціальних мережах для круїзних компаній:

- Охоплення широкої аудиторії. Соціальні мережі мають мільярди активних користувачів по всьому світу, що дозволяє круїзним компаніям охопити значну кількість потенційних клієнтів.
- Підвищення впізнаваності бренду. Регулярна публікація якісного контенту та активна взаємодія з аудиторією сприяють підвищенню впізнаваності та лояльності до бренду.
- Залучення клієнтів. Інтерактивний характер соціальних мереж дозволяє круїзним лініям безпосередньо спілкуватися з потенційними клієнтами, відповідати на їхні запитання та розвіювати сумніви.
- Стимулювання бронювань. Ефективні маркетингові кампанії в соціальних мережах можуть спонукати користувачів перейти на вебсайт компанії та здійснити бронювання круїзу.
- Збір відгуків та покращення сервісу. Соціальні мережі є цінним джерелом відгуків від клієнтів, які допомагають круїзним компаніям виявляти проблемні зони та покращувати якість своїх послуг.

Відеомаркетинг. Відео є надзвичайно ефективним форматом контенту для демонстрації круїзних лайнерів, напрямків та вражень від подорожей, допомагаючи потенційним клієнтам краще уявити свій майбутній відпочинок.

Тенденції цифрового маркетингу в круїзній індустрії представлені на рисунку 1.7.

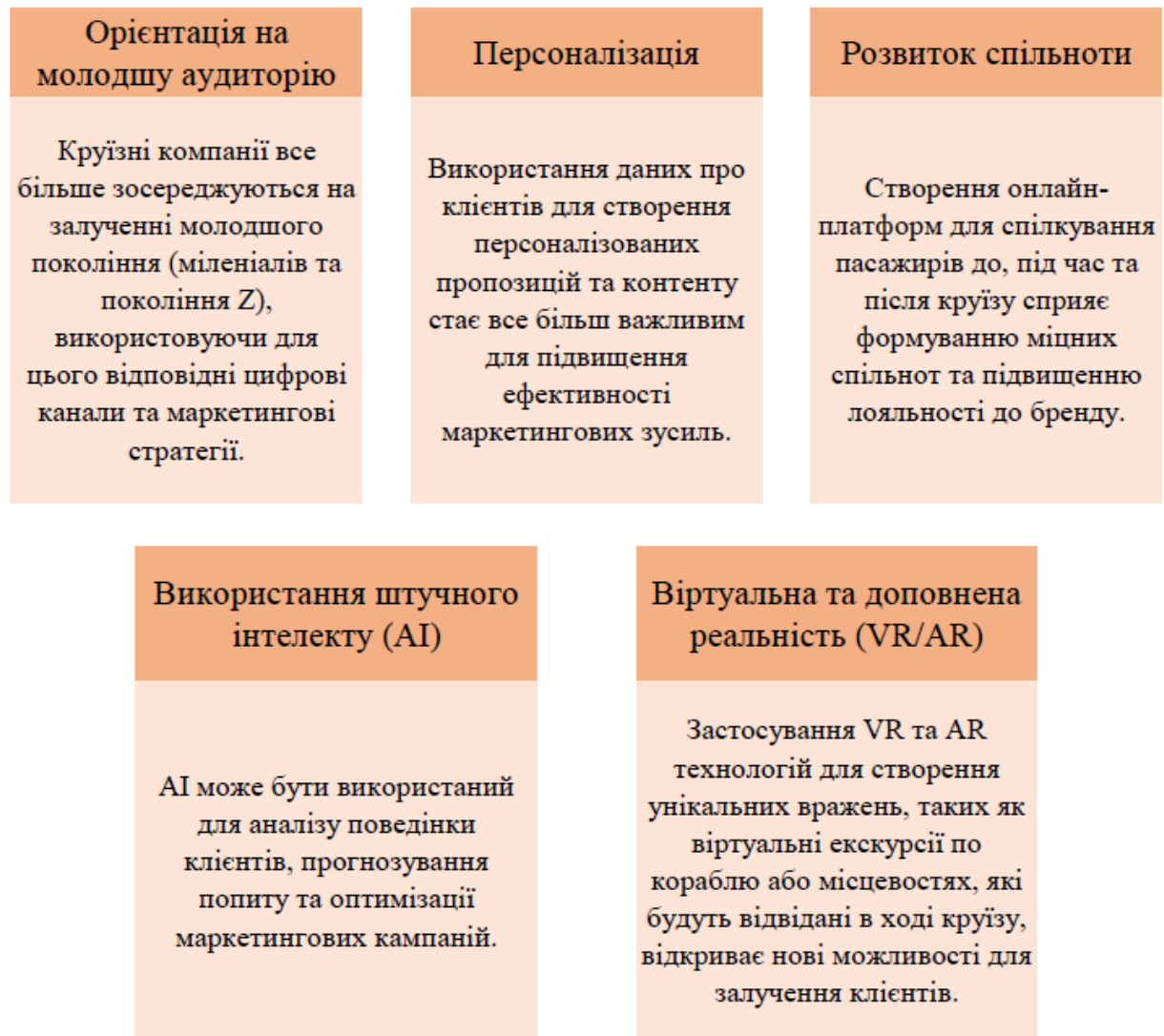


Рис 1.7. Тенденції цифрового маркетингу в круїзній індустрії

Джерело: створено автором на основі [21]

Наведемо реальний приклад успішної маркетингової стратегії круїзної компанії з використанням соціальних мереж. Для нашого прикладу обираємо Royal Caribbean та її багатоканальну стратегію в соціальних мережах.

Royal Caribbean є одним із лідерів у використанні соціальних мереж для маркетингу, демонструючи успішну багатоканальну стратегію.

Royal Caribbean активно використовує різні соціальні медіа платформи, такі як Facebook, Instagram та YouTube, для залучення широкої аудиторії. Напрямки стратегії компанії Royal Caribbean приведені в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5.

Напрямки маркетингової стратегії компанії Royal Caribbean

Напрямок	Опис
<i>Залучення через візуальний контент</i>	Регулярна публікація якісних фото та відео, що демонструють захоплюючі напрямки, сучасні лайнери та різноманітні розваги на борту. Наприклад, їхній канал на YouTube набрав понад 100 мільйонів переглядів завдяки привабливому відеоконтенту.
<i>Активна взаємодія з аудиторією</i>	Royal Caribbean підтримує активну комунікацію зі своїми підписниками у соціальних мережах, відповідаючи на коментарі та запитання, проводячи опитування та конкурси. На Facebook вони мають мільйони підписників, з якими постійно взаємодіють.
<i>Використання інфлюенс-маркетингу</i>	Компанія активно співпрацює з великою кількістю тревел-інфлюенсерів та блогерів (понад 500 у 2022 році) для охоплення нової аудиторії та підвищення довіри до бренду. Завдяки цим партнерствам було згенеровано приблизно 250 мільйонів показів

Продовження таблиці 1.5.

<i>Таргетована реклама</i>	Royal Caribbean ефективно використовує рекламні можливості соціальних мереж для націлювання своїх рекламних кампаній на конкретні сегменти аудиторії на основі їхніх інтересів та демографічних даних.
<i>Заохочення користувачького контенту (UGC):</i>	Компанія заохочує своїх пасажирів ділитися фотографіями та відео з круїзів, використовуючи фірмові хештеги, що допомагає генерувати автентичний контент та підвищує лояльність клієнтів.

Джерело: розробка автора на основі [22-23]

Результати маркетингової компанії Royal Caribbean за 2022 рік:

- понад 100 мільйонів переглядів на YouTube-каналі;
- мільйони підписників на Facebook та Instagram;
- партнерство з понад 500 тревел-інфлюенсерами, що призвело до 250 мільйонів показів;
- понад 40% загального рекламного бюджету було спрямовано на цифрові платформи [22].

Ключові висновки маркетингової компанії Royal Caribbean:

- багатоканальний підхід є ефективним. Royal Caribbean використовує різні соціальні медіа для охоплення різних сегментів аудиторії;
- візуальний контент має велике значення. Якісні фото та відео є ключем до залучення уваги користувачів у соціальних мережах;
- взаємодія з аудиторією та використання UGC підвищують лояльність. Активна комунікація та залучення контенту від клієнтів створюють відчуття спільноти;
- інфлюенс-маркетинг допомагає охопити нові аудиторії. Співпраця з популярними блогерами може значно розширити охоплення рекламних кампаній.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО КРУЇЗНОГО СУДНОПЛАВСТВА

2.1. Динаміка та розподіл круїзного бізнесу

Круїзний бізнес є динамічною галуззю, що демонструє стабільне зростання протягом багатьох років, за винятком періодів глобальних криз, таких як пандемія COVID-19.

Протягом останніх десятиліть круїзний ринок демонстрував стабільне зростання пасажиропотоку. У 1985 році кількість круїзних пасажирів становила близько 1,9 мільйона.

До пандемії COVID-19. У 2018 році кількість круїзних пасажирів у світі склала 26,5 мільйонів, а у 2019 році - 27,5 мільйонів [24].

Вплив пандемії COVID-19. 2020 рік став найгіршим в історії круїзного судноплавства через пандемію. Кількість пасажирів різко впала до 7 мільйонів, що на 75% менше, ніж у 2019 році. У 2021 році, попри часткове відновлення операцій у Карибському басейні з червня, кількість пасажирів зросла до 13 мільйонів, але все ще залишалася значно нижчою за допандемійний рівень [25].

Відновлення та зростання після пандемії:

- у 2022 році відбулося значне відновлення галузі, кількість пасажирів зросла до 20,4 мільйонів, а завантаженість суден покращилася до близько 78% [25].
- У 2023 році кількість пасажирів досягла 30,7 мільйонів, що вже перевищило допандемійні показники 2019 року [25].
- За прогнозами, у 2024 році очікується перевезення 34,6 мільйонів пасажирів, а у 2025 році - 37,7 мільйонів пасажирів [26].

На базі отриманих даних будуємо графік динаміки світового пасажиропотоку по рокам, рисунок 2.1.

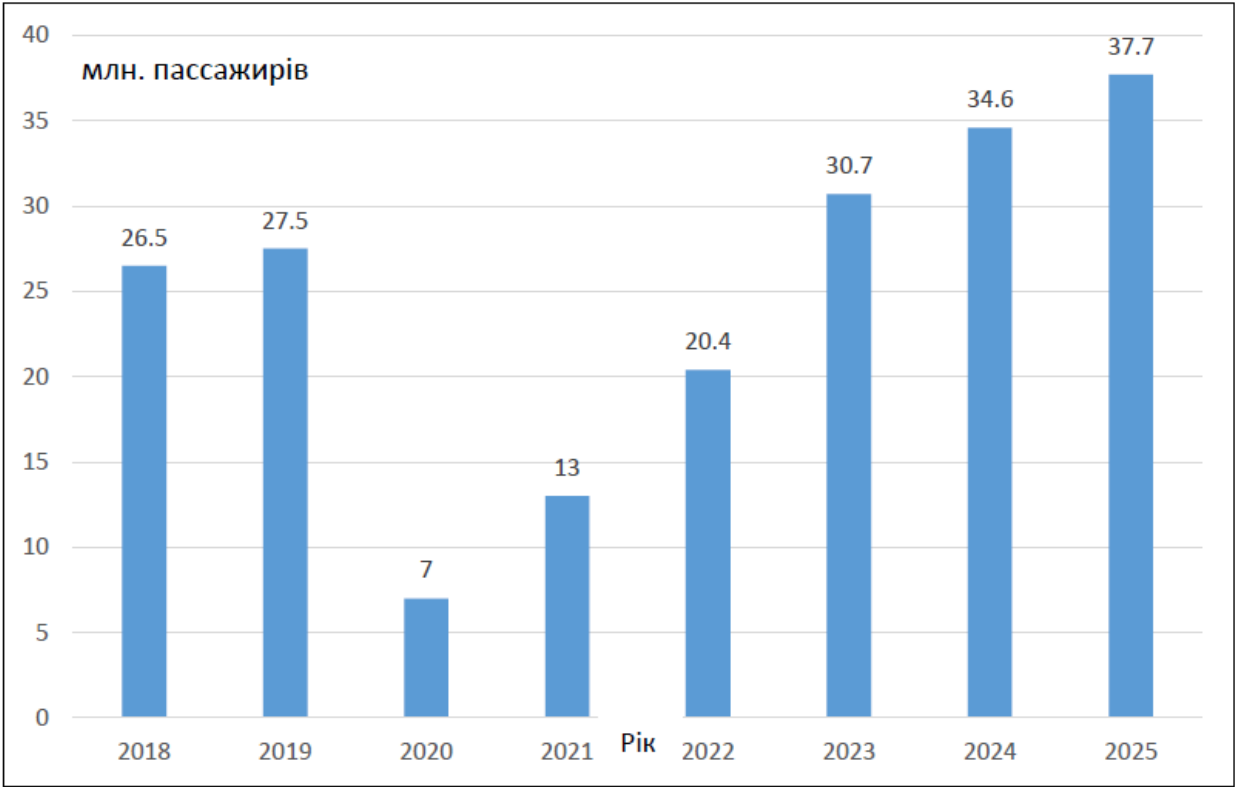


Рис 2.1. Динаміка світового пасажиропотоку в круїзній індустрії
Джерело: створено автором на основі [24-26]

В таблиці 2.1 розглянемо світові тенденції у споживанні для світового круїзного судноплавства.

Таблиця 2.1.

Тенденції у споживанні в круїзному судноплавстві

Тенденція	Опис
<i>Зростання попиту серед молодших поколінь</i>	Круїзи приваблюють дедалі більше пасажирів молодшого віку, включаючи міленіалів та представників покоління Z.
<i>Збільшення частоти подорожей</i>	Значна частина круїзерів планує повторні круїзи, а також довші подорожі та бронювання заздалегідь.

Продовження таблиці 2.1.

<i>Зростання соло-мандрівок</i>	Кількість пасажирів, які подорожують наодинці, подвоїлася з 2023 по 2024 рік, досягнувши 12%.
<i>Зростання сегментів</i>	Швидко розвиваються нішеві сегменти, такі як експедиційні та розкішні круїзи. З 2019 по 2029 рік прогнозується зростання місткості експедиційних та дослідницьких суден на 150%.

Джерело: розробка автора на основі [28]

Географічний розподіл круїзного бізнесу відображає основні регіони, які є як джерелом круїзних пасажирів, так і ключовими напрямками для круїзних подорожей.

Основні ринки-джерела пасажирів:

- Північна Америка. Залишається найбільшим джерелом круїзних пасажирів у світі. У 2024 році на Північну Америку припало 20,53 мільйона пасажирів (+13,4% порівняно з 2023 роком). США є провідною країною-джерелом;
- Європа. Другий за величиною ринок, який також демонструє зростання. У 2024 році Європа відправила 8,44 мільйона пасажирів (+2,8% порівняно з 2023 роком).
- Азія та Океанія: Цей регіон демонструє значний потенціал зростання, хоча у 2024 році пасажиропотік (4,03 млн) ще не досяг рівня 2019 року через наслідки пандемії [29].

Найпопулярніші круїзні регіони (за пунктами призначення) представлені у Додатку А.

Круїзний ринок є висококонцентрованим, з домінуванням кількох великих корпорацій, які володіють десятками брендів, що орієнтовані на різні сегменти ринку – від масових до ультра-люксових. На рисунку 2.2 представленні круїзні компанії з найбільшими частинами круїзного ринку.

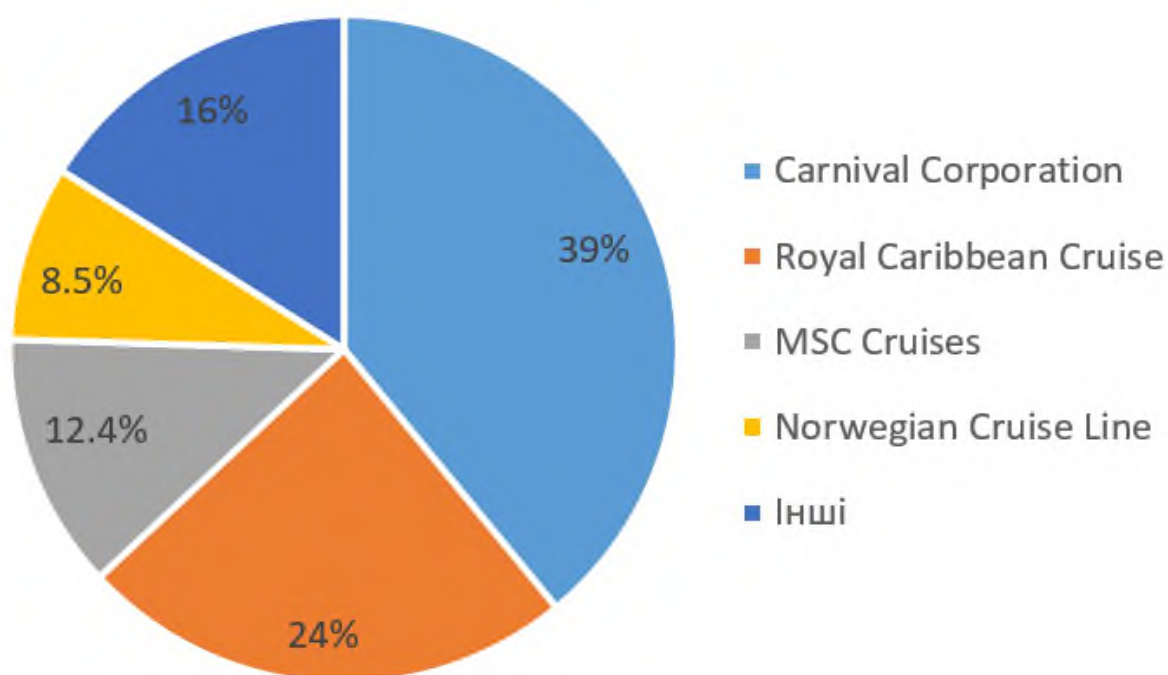


Рис 2.2. Частина ринку основних круїзних компаній на 2023 рік

Джерело: створено автором на основі [27]

Carnival Corporation & plc. Це найбільша круїзна корпорація у світі за розміром флоту та кількістю пасажирів. Вона володіє розгалуженим портфоліо брендів, які орієнтовані на різні ринкові сегменти. Частка ринку - 39% світов-ого ринку за пасажиромісткістю (2023 рік). Флот: Понад 90 суден.

Основні бренди:

- Carnival Cruise Line. Найбільший та найвідоміший бренд корпорації, орієнтований на масовий ринок, сімейний відпочинок, розваги та доступні ціни.
- Princess Cruises. Преміум-сегмент, популярний серед пар, сімей та мандрівників, які шукають вищий рівень сервісу та комфорту, часто пропонує маршрути до Аляски та Азії.
- Holland America Line. Орієнтований на дорослу аудиторію, пропонує більш класичний круїзний досвід, вишукану кухню та триваліші маршрути.
- AIDA Cruises. Німецький ринок, відомий своїм інноваційним підходом та неформальною атмосферою.

- Costa Cruises. Італійський бренд, один з найбільших у Європі, орієнтований на європейський ринок.
- Cunard Line. Люксовий сегмент, відомий своїми трансатлантичними круїзами та традиціями.
- Seabourn Cruise Line. Ультра-люксовий сегмент, малі судна, ексклюзивний сервіс.
- P&O Cruises (UK & Australia). Британський та австралійський ринки.

Доходи: \$24.479 млрд (за даними на 2024 рік) [31].

Royal Caribbean Group. Друга за величиною круїзна корпорація, відома своїми інноваційними та мега-круїзними лайнерами, які пропонують широкий спектр розваг на борту. Частка ринку - 24% (2023 рік). Флот - понад 60 суден.

Основні бренди:

- Royal Caribbean International: Флагманський бренд, орієнтований на масовий та сімейний ринок, відомий своїми величезними суднами класу Oasis (наприклад, Wonder of the Seas, Icon of the Seas), які пропонують безліч атракціонів та розваг.
- Celebrity Cruises: Преміум-сегмент, орієнтований на сучасних мандрівників, які шукають вишуканий дизайн, високий рівень кухні та сервісу.
- Silversea Cruises: Ультра-люксовий та експедиційний круїзний бренд, пропонує висококласний сервіс та унікальні маршрути.
- TUI Cruises: Спільне підприємство з TUI Group, орієнтоване на німецькомовний ринок.

Доходи: \$16.055 млрд (за даними на 2024 рік) [32].

MSC Group (MSC Cruises). Італійська компанія, яка швидко зростає, особливо на європейському ринку, і є четвертим за величиною круїзним оператором у світі. Частка ринку - 12,4 % (2023 рік). Флот - понад 20 суден, активно будує нові лайнери.

Основні бренди:

- MSC Cruises. Основний бренд, орієнтований на масовий та сімейний ринок, особливо популярний у Європі. Пропонує сучасні судна з різноманітними розвагами.
- Explora Journeys: Новий люксовий бренд, запущений у 2023 році, орієнтований на вимогливих клієнтів, які шукають унікальний та розкішний круїзний досвід [33].

Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCLH). Бренди: Norwegian Cruise Line (масовий ринок, "вільний стиль" круїзу), Oceania Cruises (преміум-сегмент, орієнтований на кухню та напрямки), Regent Seven Seas Cruises (ультра-люкс, "все включено"). Частка ринку - 8.5% (2023 рік) [34].

Динаміка круїзного бізнесу свідчить про його потужне відновлення та значний потенціал подальшого зростання, зумовлений збільшенням попиту з боку нових сегментів пасажирів та інвестиціями у сучасний флот. Розподіл ринку демонструє домінування Північної Америки як джерела пасажирів та Карибського басейну як основного напрямку, проте спостерігається географічна диверсифікація та зростання інших регіонів. Олігополістична структура ринку дозволяє великим гравцям контролювати значну частину світового круїзного бізнесу, водночас пропонуючи різноманітний продукт через численні бренди.

2.2. Структуризація круїзного сегмента за сукупністю умов

Круїзне судноплавство, будучи складною та багатогранною галуззю, потребує чіткої структуризації свого сегмента для ефективного маркетингу, ціноутворення та задоволення потреб різноманітної клієнтури. Структуризація круїзного сегмента за сукупністю умов дозволяє компаніям точно визначати свою нішу, розробляти цільові продукти та максимізувати прибутковість. Загальна структуризація круїзного сегмента представлена на рисунку 2.3.



Рис 2.3. Загальна структуризація круїзного сегмента

Джерело: створено автором на основі [35-39]

Тривалість круїзних подорожей є одним з ключових факторів сегментації ринку, що визначає формат відпочинку та залучає різні категорії мандрівників. Від коротких морських прогулянок до багатомісячних навколосвітніх експедицій, тривалість круїзу безпосередньо впливає на глибину знайомства з регіоном, інтенсивність вражень та загальну вартість подорожі. Розгляд структури круїзного ринку в розрізі тривалості дозволяє краще зрозуміти потреби різних сегментів аудиторії та особливості пропозицій від круїзних компаній. Структуризація за тривалістю круїзу надана в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Структуризація за тривалістю круїзу

Сегмент	Опис
<i>Короткі круїзи (3-7 днів)</i>	Цей сегмент є одним з найбільших на ринку круїзного туризму. У 2023 році короткі поїздки становили близько 60% доходу ринку круїзного туризму [Посилання 1]. Зазвичай включають відвідування кількох близьких портів або один основний напрямок. Популярні серед тих, хто вперше вирушає у круїз або має обмежений час на відпочинок. Прикладами можуть бути 3-4 денні круїзи до Багамських

	островів з Флориди або короткі тури вздовж узбережжя Середземного моря.
--	---

Продовження таблиці 2.2.

<i>Середньої тривалості круїзи (7-14 днів)</i>	Цей сегмент пропонує більш глибоке занурення в обраний регіон, включаючи відвідування більшої кількості портів та країн. Типовими прикладами є тижневі круїзи по Карибському басейну, Середземномор'ю або Алясці.
<i>Тривалі круїзи (14+ днів)</i>	Орієнтовані на досвідчених мандрівників, які мають більше часу на відпочинок та бажають дослідити віддалені напрямки або здійснити трансконтинентальну подорож. Цей сегмент включає, наприклад, круїзи по Південній Америці, Азії або трансатлантичні переходи.
<i>Кругосвітні круїзи</i>	Найтриваліший та найдорожчий сегмент, що пропонує унікальну можливість обігнути земну кулю, відвідавши десятки країн та культур.

Джерело: розробка автора на основі [35]

Географічний напрямок є одним з найважливіших критеріїв структурування круїзного сегмента, оскільки саме вибір дестинації визначає основні враження від подорожі. Різноманітність пропонованих маршрутів дозволяє задовольнити інтереси найвибагливіших мандрівників. Структуризація за географічним напрямком надана в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Структуризація за географічним напрямком

Напрямок	Опис
<i>Карибський басейн</i>	Залишається найпопулярнішим круїзним регіоном у світі Приваблює туристів тропічним кліматом, мальовничими

	пляжами, кришталево чистою водою та різноманіттям островів, кожен з яких має свою унікальну атмосферу та культуру.
--	--

Продовження таблиці 2.3.

<i>Середзем- номор'я</i>	Другий за популярністю регіон відомий своєю багатою історією, культурою, численними археологічними пам'ятками, мальовничими прибережними містами та м'яким кліматом. Пропонує круїзи по Західному та Східному Середземномор'ю, включаючи відвідування Італії, Греції, Іспанії, Франції, Хорватії та інших країн.
<i>Аляска</i>	Приваблює любителів природи захоплюючими пейзажами, величними льодовиками, можливістю спостерігати за дикою фауною (китами, ведмедями, орлами) та унікальною атмосферою північного краю. Круїзи зазвичай проходять вздовж внутрішнього проходу Аляски.
<i>Північна Європа та Балтика</i>	Пропонує знайомство з історичними столицями країн Балтії (Санкт-Петербург, Рига, Таллінн), величними фіордами Норвегії, мальовничими містами Великобританії та Ірландії, а також культурними центрами Німеччини та Данії.
<i>Азія</i>	Швидкозростаючий круїзний регіон, що пропонує унікальне поєднання давніх традицій та сучасної інфраструктури. Популярними є круїзи до Японії, Китаю, Південно-Східної Азії (Таїланд, В'єтнам, Сінгапур) та Індії.
<i>Австралія та Нова Зеландія</i>	Пропонують незабутні враження від унікальних природних ландшафтів, таких як Великий Бар'єрний риф, новозеландські фіорди та австралійська глибинка.
<i>Південна Америка</i>	Дозволяє дослідити різноманітні країни континенту, від тропічних лісів Амазонки до засніжених вершин Анд, а

	також відвідати унікальні історичні місця, такі як Мачу-Пікчу.
--	--

Джерело: розробка автора на основі [36]

Ринок круїзного судноплавства характеризується значною різноманітністю компаній, кожна з яких має свої унікальні особливості та орієнтується на певний сегмент споживачів. Класифікація круїзних компаній за типом дозволяє виокремити ключові характеристики їхньої діяльності, цінову політику, рівень сервісу та цільову аудиторію, що є важливим для розуміння загальної структури ринку та вибору оптимального варіанту відпочинку. Структуризація за типом круїзних компанії представлена на рисунку 2.4.

Сучасні круїзні лінії (Contemporary)	Орієнтовані на масового споживача, пропонують доступні ціни та широкий спектр розваг для різних вікових груп (Carnival Cruise Line, Royal Caribbean International).
Бюджетні круїзні лінії (Budget/Value)	Пропонують найнижчі ціни, часто за рахунок меншої кількості включених послуг та простішого рівня комфорту.
Преміум круїзні лінії (Premium)	Забезпечують вищий рівень комфорту, сервісу та якості харчування порівняно з сучасними лініями, пропонуючи більш вишукані враження (Celebrity Cruises, Princess Cruises).
Люксові круїзні лінії (Luxury)	Орієнтовані на вимогливих клієнтів, пропонують неперевершений рівень сервісу, розкішні умови розміщення, вишукану кухню та ексклюзивні маршрути (Seabourn, Regent Seven Seas Cruises).
Спеціалізовані круїзні лінії (Specialty)	Включають експедиційні круїзи до важкодоступних регіонів (наприклад, Antarctica, Galapagos), річкові круїзи, вітрильні круїзи та інші нішеві пропозиції.

Рис 2.4. Структуризація за типом круїзних компанії

Джерело: створено автором на основі [35]

Розмір круїзного судна є ще однією важливою характеристикою, що визначає специфіку подорожі. Розмір судна впливає на кількість пасажирів, доступні зручності, типи портів, які може відвідати судно, та загальний характер круїзу. Розгляд круїзного ринку за розміром судна дозволяє мандрівникам обрати варіант, який найкраще відповідає їхнім особистим уподобанням та очікуванням від морської подорожі. Структуризація за розміром судна надана в таблиці 2.4. Зображення суден за розміром надані в додатку Б.

Таблиця 2.4.

Структуризація за розміром судна

Тип круїзного судна	Опис
<i>Мега-лайнери (3500+ пасажирів)</i>	Пропонують безліч розваг, включаючи численні ресторани, басейни, водні гірки, театри та нічні клуби. Вони ідеально підходять для сімей та тих, хто цінує різноманіття активностей на борту.
<i>Великі лайнери (2500-3499 пасажирів)</i>	Мають широкий спектр зручностей та пропонують різноманітні маршрути, зберігаючи при цьому більш керовану кількість пасажирів порівняно з мега-лайнерами.
<i>Середні лайнери (1500-2499 пасажирів)</i>	Пропонують баланс між наявністю достатньої кількості зручностей та більш спокійною атмосферою. Вони можуть заходити в менші порти, недоступні для більших суден.
<i>Малі та середні лайнери</i>	Ця категорія суден забезпечує більш персоналізований сервіс та інтимну атмосферу. Вони часто використовую-

<i>(800-1499 пасажирів)</i>	ються для спеціалізованих маршрутів та пропонують унікальний досвід подорожей.
<i>Малі лайнери (до 799 пасажирів)</i>	зазвичай використовуються для експедиційних, пригодницьких або нішевих круїзів, пропонуючи доступ до віддалених та ексклюзивних місць.

Джерело: розробка автора на основі [37]

Круїзні компанії активно сегментують ринок, розробляючи спеціалізовані пропозиції, орієнтовані на конкретні групи споживачів. Розуміння потреб та вподобань різних цільових аудиторій є ключовим для створення успішних круїзних продуктів, які відповідають очікуванням мандрівників різного віку, сімейного стану та інтересів. Розгляд круїзного ринку за цільовою аудиторією демонструє гнучкість та адаптивність галузі до різноманітних потреб споживачів. Структуризація за цільовою аудиторією представлена на рисунку 2.5.

Сімейні круїзи	Ці круїзи розроблені спеціально для сімей з дітьми та пропонують широкий спектр зручностей та програм, орієнтованих на різні вікові групи. До них належать дитячі клуби, басейни з водними гірками, ігрові зони, сімейні каюти, а також розважальні заходи для дітей та дорослих.
Круїзи для пар	Орієнтовані на створення романтичної атмосфери для пар. Пропонуються спеціальні пакети для закоханих, спа-процедури для пар, ресторани з інтимною обстановкою та екскурсії для двох.
Круїзи для соло-мандрівників	Розроблені для людей, які подорожують самотійно. Круїзні компанії пропонують спеціальні тарифи на одномісні каюти, організовують зустрічі та заходи для соло-мандрівників, щоб сприяти їхньому спілкуванню та знайомству.
Круїзи для людей старшого віку	Пропонують більш спокійний та розмірений відпочинок, зручні екскурсії без надмірних фізичних навантажень, медичне обслуговування та спеціальні програми, що враховують потреби літніх людей.
Круїзи для молоді	Орієнтовані на молодих людей та включають активні розваги, спортивні заходи, тематичні вечірки, сучасну музику та технологічні новинки. Дані аналізу трафіку показують, що молодші вікові групи (18-24 роки) активно шукають інформацію про конкретні круїзні лінії
Круїзи за інтересами	Орієнтовані на людей зі спільними хобі або інтересами, такі як гастрономічні круїзи з кулінарними майстер-класами, музичні круїзи з концертами улюблених виконавців, велнес-круїзи з програмами оздоровлення та фітнесу, а також круїзи, присвячені певним видам спорту або іншим захопленням

Рис 2.5. Структуризація за цільовою аудиторією

Джерело: створено автором на основі [38]

Окрім традиційних критеріїв сегментації круїзний ринок також активно розвивається в напрямку тематичних подорожей. Ці спеціалізовані круїзи задовольняють інтереси певних груп споживачів, пропонуючи унікальний досвід, зосереджений навколо спільного хобі, виду діяльності або особливої події. Розгляд круїзного ринку за тематикою демонструє його здатність пропонувати глибоко персоналізовані та незабутні подорожі. Структуризація за тематикою круїзу представлена на рисунку 2.6.

Пригодницькі та експедиційні круїзи	Ці круїзи спрямовані на дослідження віддалених та диких куточків планети, таких як Антарктида, Арктика, Галапагоські острови. Програми включають активні види відпочинку, спостереження за дикою природою та лекції від експертів.
Культурно-пізнавальні круїзи	Пропонують глибоке занурення в історію, мистецтво та традиції відвідуваних країн і регіонів. Маршрути часто включають відвідування історичних місць, музеїв та участь у культурних заходах.
Гастрономічні та винні круїзи	Орієнтовані на гурманів та шанувальників вина. Програми включають кулінарні майстер-класи, дегустації вин, відвідування місцевих ринків та ресторани високої кухні на борту.
Музичні круїзи	На цих круїзах виступають відомі музиканти різних жанрів. Пасажери можуть насолоджуватися живими концертами, зустрічами з артистами та тематичними вечірками.
Велнес-круїзи	Спрямовані на оздоровлення та релаксацію. Програми включають йогу, медитацію, фітнес-тренінги, спа-процедури та здорове харчування.
Круїзи за хобі та інтересами	Існують круїзи, присвячені різноманітним захопленням, таким як фотографія, гольф, танці, кіно, література та багато інших.
Святкові круїзи	Пропонують унікальну можливість відзначити особливі події, такі як Новий рік, Різдво або День святого Валентина, в особливій атмосфері на борту круїзного лайнера.

Рис 2.6. Структуризація за тематикою круїзу

Джерело: створено автором на основі [39]

2.3. Історія формування Чорноморського круїзного сегмента та його занепад

У цьому пункті кваліфікаційної роботи буде розглянуто історію формування та еволюцію круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні, починаючи з радянської епохи, через період відродження на початку 2000-х років, і закінчуючи його занепадом під впливом геополітичних та інших факторів.

У радянський період Чорне море було важливим транспортним коридором та місцем відпочинку. Існували регулярні пасажирські лінії, що забезпечували сполучення між такими великими портами, як Одеса, Ялта, Севастополь, Сочі, Новоросійськ, Батумі та інші. Ці лінії виконували не лише транспортну функцію, але й пропонували елементи круїзного відпочинку для радянських громадян.

Історія морського пасажирського судноплавства в СРСР у період 1950-х – 1980-х років, відома як "Золота ера", була позначена значним розвитком та розширенням як внутрішніх, так і міжнародних пасажирських ліній. Цей період був часом розквіту радянського флоту, коли країна активно прагнула продемонструвати свою потужність та досягнення у всіх сферах, включаючи морський транспорт.

Динаміка пасажиропотоку в радянський період:

- у 1950-ті роки пасажиропотік стрімко зростав. Наприклад, Чорноморське морське пароплавство (ЧМП), яке було лідером у пасажирських перевезеннях СРСР, у 1950-х роках вже активно розвивало курортні лінії;
- до середини 1970-х років Чорноморське пароплавство вийшло на перше місце у світі за обсягом перевезень круїзних туристів, транспортуючи понад 500 тисяч пасажирів на рік тільки за кордон. Загальний пасажиропотік ЧМП, включаючи внутрішні та каботажні лінії, сягав мільйонів [40].
- на піку розвитку, на початку 1980-х років, радянський пасажирський флот перевозив близько 80 мільйонів осіб на рік за внутрішніми та міжнародними лініями.

Причини розквіту круїзного пароплавства в період "Золотої ери":

- державна підтримка. Централізоване планування та значні інвестиції у флот та портову інфраструктуру;
- низька вартість (для радянських громадян). Субсидовані путівки робили круїзи доступнішими;
- відсутність конкуренції. Монопольне становище радянських пароплавств на внутрішньому ринку.

- висока якість обслуговування (на той час). Радянські судна пропонували рівень комфорту, що відповідав світовим стандартам того часу.

Причини занепаду ЧМП:

- економічна криза в СРСР (з кінця 1980-х). Зниження фінансування, неефективність планової економіки;
- застарівання флоту. Відсутність своєчасного оновлення призвела до морального та фізичного старіння суден;
- розпад СРСР. Розподіл флоту між новими незалежними державами, втрата централізованого управління та фінансування;
- виникнення жорсткої конкуренції. Поява нових гравців на світовому круїзному ринку, що пропонували вищий рівень сервісу та комфорту.

Після розпаду СРСР українська морська індустрія, зокрема пасажирський флот Чорноморського морського пароплавства (ЧМП), зіткнулася з катастрофічними наслідками:

- втрата флоту. ЧМП, яке на початок 1990-х років було одним з найбільших у світі та мало у своєму складі десятки пасажирських суден, швидко втратило значну частину свого флоту. Судна продавалися за безцінь, передавалися в управління офшорним компаніям, заарештовувалися в іноземних портах за борги. На початок 1993 року частка ЧМП у світовому круїзному судноплавстві становила близько 1%, а Україна посідала лише 25-те місце серед морських держав [41].
- відсутність державної підтримки. на відміну від радянського періоду, держава не могла (або не хотіла) підтримувати пасажирське судноплавство на належному рівні.
- низька конкурентоспроможність. Українські компанії не могли конкурувати зі світовими круїзними операторами, які мали новіші судна, кращий сервіс та розгалужені маркетингові мережі.

Попри повний розвал у 1990-х, у 2000-х роках почали з'являтися певні ознаки стабілізації та часткового відродження, хоча й без досягнення масштабів радянської епохи.

У 2000-х роках спостерігалася певна активність у сфері круїзного туризму. Хоча Україна не мала власного великого круїзного флоту, іноземні круїзні компанії почали знову включати українські порти (переважно Одесу та Ялту) у свої маршрути. Це було зумовлено зростанням світового круїзного ринку та інтересом до регіону Чорного моря.

Проблеми, що залишалися:

- застарівання інфраструктури. Морські порти України, незважаючи на деякі інвестиції, значною мірою залишилися на рівні кінця 80-х – початку 90-х років минулого століття за якісними, технічними характеристиками;
- відсутність власного сучасного флоту. Україна так і не змогла відновити власний значний пасажирський флот, який відповідав би світовим стандартам;
- економічні кризи. Фінансово-економічна криза 2008 року також негативно вплинула на обсяги перевезень [41].

Різкий занепад круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні розпочався у 2014 році під впливом ряду ключових факторів. Данні фактори перераховані та описанні в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Ключових фактори занепаду круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні після 2014 року

Фактор	Опис
Анексія Криму Росією	Ця подія призвела до фактичної втрати ключових круїзних портів (Ялта, Севастополь,

	Керч) для міжнародних компаній та суттєво змінила географію можливих маршрутів
Конфлікт на сході України	Військові дії на сході країни створили негативний імідж всього регіону з точки зору безпеки
Геополітична напруженість	Загальна нестабільність у Чорноморському басейні відлякувала потенційних туристів та круїзних операторів
Обмеження страхових компаній	Зростання ризиків призвело до обмежень з боку страхових компаній щодо покриття круїзів у цьому регіоні

Джерело: розробка автора на основі [41]

Статистичні дані за період після 2014 року свідчать про різке скорочення кількості заходів круїзних суден до чорноморських портів, особливо до українських. Багато міжнародних круїзних ліній повністю виключили Чорне море зі своїх маршрутів [41].

З лютого 2022 року морські порти України в Чорноморсько-Азовському басейні були закриті для цивільного судноплавства. Це означає, що пасажирський потік через морські порти України практично дорівнює нулю, за винятком дуже обмежених випадків, пов'язаних, можливо, з гуманітарними місіями або виключно контрольованими внутрішніми перевезеннями в певних регіонах, якщо такі дозволені.

Наведемо статистичні данні по пасажиропотоку на прикладі Одеського порту, як ключового. Для більш наочного бачення ситуації по пасажиропотоку статистичні данні представимо у формі таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Статистичні данні по пасажиропотоку Одеського порту

Рік	Кількість пасажирів	Заходи суден
2010	66010	132
2011	68353	122
2012	72516	121
2013 (піковий рік перед анексією Криму)	91 949	145
2014 (різке падіння)	8506	32
2015	6563	13
2016	1242	5
2017	1636	12
2018	2565	17
2019	750	1
2020 (вплив пандемії COVID-19)	0	0
2021 (мінімальне відновлення після пандемії)	59	1

Джерело: розробка автора на основі [42]

На основі даних приведених в таблиці 2.6 будуємо графік 2.7 даних по пасажиропотоку в порту Одеса.



Рис 2.7. Пасажи́ропоті́к в порту Одеса

Джерело: створено автором

Наразі Чорноморський круїзний сегмент перебуває у стані глибокого занепаду. Жодна велика міжнародна круїзна компанія не оперує в цьому регіоні через війну в Україні та пов'язані з нею ризики.

Таким чином, історія Чорноморського круїзного сегмента – це історія періодів розквіту (переважно за часів СРСР), повільного відродження після 1990-х і, зрештою, глибокого занепаду, спричиненого геополітичними конфліктами, особливо з 2014 року і остаточно з 2022 року. Його майбутнє повністю залежить від встановлення стабільності та безпеки в регіоні.

РОЗДІЛ 3

ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА УМОВИ ОСВОЄННЯ КРУЇЗНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧОРНОГО МОРЯ

3.1. Соціально-економічні умови відродження круїзних технологій Чорного моря

Чорноморський регіон має значний потенціал для розвитку круїзного туризму завдяки своєму географічному положенню, природним ресурсам та історико-культурній спадщині. Однак, незважаючи на це, галузь круїзного судноплавства в Чорному морі стикається з низкою викликів, які ускладнюють або унеможливають повноцінне використання сучасних круїзних технологій та стримують розвиток цього перспективного напрямку. Ці виклики охоплюють широкий спектр проблем, починаючи від інфраструктурних обмежень і закінчуючи геополітичними факторами, що негативно впливають на інвестиційний клімат та безпеку судноплавства. Аналіз цих перешкод є необхідним для визначення шляхів подолання та створення сприятливих умов для відродження та розвитку круїзного туризму в Чорноморському басейні. Основні виклики, що унеможливають функціонування круїзних технологій у Чорному морі перераховані та охарактеризовані в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Виклики, що унеможливають функціонування круїзних технологій у Чорному морі

Виклик	Опис
<i>Воєнний конфлікт та загроза безпеці</i>	Наявність активних бойових дій, мінна небезпека та ракетні обстріли унеможливають безпечну навігацію та зупинки у портах.

Продовження таблиці 3.1.

<i>Міжнародна ізоляція</i>	Через війну, Чорне море сприймається світовою
----------------------------	---

	круїзною індустрією як зона підвищеного ризику, що призводить до скасування страхових покриттів та відмови операторів від маршрутів.
<i>Зруйнована інфраструктура</i>	Портова інфраструктура деяких міст повністю знищена, інших – зазнала пошкоджень або потребує модернізації після завершення війни.
<i>Відтік кадрів</i>	Значна частина кваліфікованих кадрів, задіяних у морській та туристичній галузях, була змушена покинути регіон або країну.
<i>Втрата довіри</i>	Відновлення довіри міжнародних партнерів, інвесторів та туристів до безпеки та стабільності регіону буде тривалим процесом.

Джерело: розроблено автором

Першочерговою умовою для відновлення будь-якої туристичної діяльності, включаючи круїзну, є забезпечення миру, політичної стабільності та безпеки в регіоні [43]. Потенційні туристи та круїзні компанії не будуть інвестувати у напрямки, де існує ризик військових конфліктів або нестабільності. Відновлення довіри до регіону як безпечного місця для відпочинку є критично важливим.

Відродження круїзних технологій в Чорному морі значною мірою залежить від низки соціальних умов. Ці умови є критично важливими, оскільки круїзний туризм за своєю суттю є соціально орієнтованим продуктом, що залежить від довіри споживачів, стабільності суспільства та взаємодії між різними культурами. Основні соціальні умови відродження круїзного судноплавства представимо у Додатку В.

Відновлення круїзного судноплавства та супутніх технологій у Чорноморському регіоні є економічно складним, але потенційно вигідним процесом. Створення сприятливих економічних умов є критично важливим

для залучення інвестицій, стимулювання розвитку інфраструктури та забезпечення довгострокової стійкості галузі. Основі умов відродження круїзного судноплавства в Чорному морі представлені на рисунку 3.1.



Рис 3.1. Основі умов відродження круїзного судноплавства в Чорному морі

Джерело: створено автором на основі [44]

Однією з ключових економічних умов відродження круїзних технологій є залучення значних обсягів інвестицій. Залучення інвестицій включає:

- приватні інвестиції. Заохочення приватних інвесторів до фінансування модернізації та будівництва круїзних терміналів, пасажирських причалів, готелів, ресторанів та інших об'єктів туристичної інфраструктури. Створення спеціальних економічних зон або надання податкових пільг може стимулювати приплив приватного капіталу;
- державне фінансування. Державна підтримка у вигляді цільових програм фінансування розвитку портової інфраструктури, транспортних мереж та об'єктів культурної спадщини, які можуть бути цікаві для круїзних туристів, є необхідною;
- міжнародні інвестиції та гранти. Залучення міжнародних фінансових організацій та грантових програм для підтримки розвитку сталого туризму та модернізації інфраструктури в Чорноморському регіоні.

Для стимулювання інвестицій необхідно створити прозоре та передбачуване бізнес-середовище. Для цього необхідно виконати наступні умови:

- зменшення бюрократичних перешкод. Спрощення процедур ведення бізнесу, отримання дозволів та ліцензій у сфері морського туризму та судноплавства;
- захист прав інвесторів. Гарантування захисту інвестицій та забезпечення стабільного законодавчого поля;
- прогнозована фіскальна політика. Забезпечення стабільної та сприятливої податкової системи для підприємств, що працюють у галузі круїзного туризму.

Економічне відродження круїзних технологій також передбачає підтримку розвитку суміжних галузей, наступними з них є:

- суднобудування та судноремонт. Стимулювання розвитку місцевих суднобудівних та судноремонтних підприємств, здатних обслуговувати та будувати сучасні круїзні судна;
- підготовка кадрів. Інвестиції в освітні програми для підготовки кваліфікованих фахівців для роботи в галузі морського туризму та обслуговування круїзних суден (екіпаж, портові працівники, туристичні гіді тощо).
- місцеве виробництво товарів та послуг. Заохочення місцевих виробників до постачання товарів та послуг для круїзних суден та туристів (продукти харчування, сувеніри, транспортні послуги).

Для стимулювання попиту на круїзні подорожі в Чорноморському регіоні необхідно забезпечити їх фінансову доступність для різних категорій туристів. Напрямки стимулювання попиту на круїзні подорожі:

- розробка гнучкої цінової політики. Пропонування різноманітних тарифів та пакетних пропозицій, що відповідають платоспроможності різних сегментів ринку;

– стимулювання внутрішнього туризму. Розробка спеціальних програм та знижок для залучення мешканців країн Чорноморського регіону до круїзних подорожей.

Також необхідно відраджати та розвивати пасажирській флоту, методом придбання/оренди сучасних суден. Необхідно залучати кошти для оновлення або формування українського пасажирського флоту, який відповідатиме сучасним вимогам комфорту, безпеки та екологічності.

Відродження круїзних технологій та відновлення круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні вимагає комплексного підходу до створення сприятливих економічних умов. Залучення інвестицій, стимулювання розвитку інфраструктури та суміжних галузей, забезпечення фінансової доступності та чітка оцінка економічних вигод є ключовими елементами успішного відродження цього важливого сегмента туристичної галузі.

3.2. Обґрунтування параметрів пасажиропотоку на розрахунковий період

Післявоєнне відновлення України постає перед низкою критичних викликів та унікальних можливостей. Серед ключових елементів цього відродження особливе місце посідає транспортна інфраструктура, а зокрема, морські порти, які завжди були воротами країни до світової економіки. Порт Одеса, як історичний і стратегічний морський хаб Чорноморського регіону, відіграє вирішальну роль у цьому процесі. Однак, успішне відновлення його функціональності та інтеграція у міжнародні пасажирські маршрути неможливі без глибокого та системного розрахунку пасажиропотоку.

Обґрунтування параметрів пасажиропотоку на розрахунковий період 2026-2030 років для порту Одеса є ключовим етапом для планування та розвитку портової інфраструктури, оптимізації логістичних процесів та залучення інвестицій. Точний прогноз пасажиропотоку дозволить порту

ефективно розподіляти ресурси, підвищувати рівень сервісу та зміцнювати свою позицію як важливого транспортного вузла Чорноморського регіону.

Будь-які прогнози в поточних умовах залежать від низки критичних припущень. Перерахуємо ключові припущення для розрахункового періоду:

- повне припинення активних бойових дій та встановлення стабільного миру/безпеки в Чорноморському регіоні України до кінця 2025 року. Це критична умова, без якої пасажирське судноплавство, особливо міжнародне круїзне, неможливе;
- повне розмінування акваторії Чорного моря та морських шляхів до портів України;
- зняття всіх міжнародних обмежень та заборон на судноплавство до портів України;
- відновлення повного страхового покриття для пасажирських суден, що прямують до Одеського порту;
- значні інвестиції у відновлення та модернізацію портової інфраструктури (термінали, причали, системи безпеки, IT-інфраструктура);
- активна та ефективна маркетингова кампанія з відновлення довіри міжнародних круїзних та поромних операторів, а також туристів;
- Загальне економічне відновлення України та зростання рівня життя населення.

Виходячи з цих припущень, можемо обґрунтувати параметри пасажиропотоку, розділивши його на сегменти: круїзний пасажиропотік та поромний/регулярний пасажиропотік.

1) Аналіз базових показників (історичний контекст).

Піковий період (2013 рік). Порт Одеса прийняв 145 круїзних лайнерів, а загальний пасажиропотік становив близько 165 тис. осіб. Круїзний пасажиропотік досягав близько 91949 тис. осіб, решта припадала на поромні та регулярні пасажирські лінії (наприклад, до Грузії, Туреччини).

Занепад після 2014 року. Після анексії Криму та початку військових дій, кількість заходів круїзних суден різко скоротилася до одиничних або нуля.

Загальний пасажиропотік тримався переважно за рахунок поромних ліній, але також був значно нижчим за довоєнні показники.

2022-2025 роки. У цей період пасажиропотік практично відсутній через повномасштабне вторгнення та блокування портів.

2) *Вхідні данні для обґрунтування параметрів пасажиропотоку на 2026-2030 роки.*

Прогноз розділяємо на фази відновлення наступним чином:

- Фаза 1: початкове відновлення та тестування (2026 рік);
- Фаза 2: помірне зростання та зміцнення довіри (2027-2028 роки);
- Фаза 3: прискорене зростання та модернізація (2029-2030 роки).

Середня місткість круїзного судна:

- малі/експедиційні - 300 пасажирів;
- середні: 1 500 пасажирів;
- великі: 3 000 пасажирів.

Середня місткість порому (пасажирів): 200 пасажирів.

Коефіцієнт завантаженості: від 30% на початковому етапі до 80% на етапі стабілізації.

3) *2026 рік. Початковий етап відновлення.*

Обґрунтування.

Перший рік після гіпотетичного завершення війни. Міжнародні оператори та страхові компанії будуть надзвичайно обережними. Основна увага зосереджена на відновленні безпеки, розмінуванні, базовому ремонті інфраструктури та поромних перевезеннях. Круїзний трафік, якщо і буде, то дуже обмежений, пробний, з боку невеликих компаній.

Прогноз.

Круїзний пасажиропотік. На початку року 0. До кінця року можливі 1-2 тестові заходи малих/експедиційних суден.

- кількість заходів: 2 судна;
- середня кількість пасажирів: 300 осіб;
- завантаженість: 30%.

Прогнозований пасажиропотік: $2 \times 300 \times 0.3 = 180$ осіб. (Дуже мінімально, можливо навіть 0, якщо не буде випробувань).

Поромний/регулярний пасажиропотік. Поступове відновлення 1-2 регулярних ліній на тиждень.

- кількість рейсів: 100 рейсів/рік (2 рази на тиждень);
- середня кількість пасажирів: 200 осіб;
- завантаженість: 40%;
- прогнозований пасажиропотік: $100 \times 200 \times 0.4 = 8000$ осіб.

Загальний пасажиропотік на 2026 рік: 8 000 – 10 000 осіб.

3) 2027 рік. Етап помірного зростання.

Обґрунтування.

За умови успішного та стабільного 2026 року, довіра починає зростати. Інфраструктурні роботи набирають обертів. Більше поромних ліній відновлюються. Деякі малі та середні круїзні компанії розглядають повернення. Активні переговори з великими гравцями.

Прогноз.

Круїзний пасажиропотік. Поступове збільшення кількості заходів малих лайнерів та початок заходу середніх лайнерів.

- кількість заходів: 15 суден (10 малих, 5 середніх);
- середня кількість пасажирів: $(10 \times 300 + 5 \times 1500) / 15 = 700$ осіб (усереднено);
- завантаженість: 50%;
- прогнозований пасажиропотік: $15 \times 700 \times 0.5 = 5250$ осіб.

Поромний/регулярний пасажиропотік. Стабілізація 2-3 регулярних ліній, збільшення частоти.

- кількість рейсів: 200 рейсів/рік (4 рази на тиждень);
- середня кількість пасажирів: 200 осіб;
- завантаженість: 55%;
- прогнозований пасажиропотік: $200 \times 200 \times 0.55 = 22000$ осіб.

Загальний пасажиропотік на 2027 рік: 25000 – 35 000 осіб.

4) 2028 рік. Етап зміцнення довіри та розширення.

Обґрунтування.

Регіон вже сприймається як стабільний. Інфраструктура значно покращена. Більше круїзних компаній готові розглядати Одесу як частину своїх середземноморських або чорноморських маршрутів. Збільшення маркетингової активності.

Прогноз.

Круїзний пасажиропотік. Збільшення кількості заходів середніх та деяких великих лайнерів.

- кількість заходів: 40 суден (10 малих, 20 середніх, 10 великих);
- середня кількість пасажирів: $(10 \times 300 + 20 \times 1500 + 10 \times 3000) / 40 = 1575$ осіб (усереднено);
- завантаженість: 65%;
- прогнозований пасажиропотік: $40 \times 1575 \times 0.65 = 40950$ осіб.

Поромний/регулярний пасажиропотік. Збільшення кількості ліній та частоти, відновлення частини довоєнного трафіку.

- кількість рейсів: 300 рейсів/рік (6 разів на тиждень);
- середня кількість пасажирів: 200 осіб;
- завантаженість: 70%;
- прогнозований пасажиропотік: $300 \times 200 \times 0.7 = 42000$ осіб.

Загальний пасажиропотік на 2028 рік: 80 000 – 90 000 осіб.

5) 2029 рік. Етап прискореного зростання та модернізації.

Обґрунтування.

Порт Одеса закріплюється як ключова точка на Чорному морі. "Smart Port" технології інтегровані. Активне повернення великих круїзних операторів мас-маркету.

Прогноз.

Круїзний пасажиропотік. Збільшення кількості заходів великих лайнерів, що повертаються до регіону.

- кількість заходів: 60 суден (5 малих, 25 середніх, 30 великих);

- середня кількість пасажирів: $(5 \times 300 + 25 \times 1500 + 30 \times 3000) / 60 = 2150$ осіб (усереднено);
- завантаженість: 75%;
- прогнозований пасажиропотік: $60 \times 2150 \times 0.75 = 96750$ осіб.

Поромний/регулярний пасажиропотік. Подальше зростання, майже повне відновлення довоєнної частоти та кількості маршрутів.

- кількість рейсів: 400 рейсів/рік (8 разів на тиждень);
- середня кількість пасажирів: 200 осіб;
- завантаженість: 75%;
- прогнозований пасажиропотік: $400 \times 200 \times 0.75 = 60000$ осіб.

Загальний пасажиропотік на 2029 рік: 150 000 – 160 000 осіб.

5) 2030 рік. Наближення до історичних максимумів та стабілізація. Обґрунтування.

Порт Одеса може досягти або перевершити свої історичні максимуми пасажиропотоку, якщо всі вищезгадані умови будуть дотримані. Застосування передових технологій та ефективна маркетингова політика дозволять закріпити позиції.

Прогноз.

Круїзний пасажиропотік. Максимальне завантаження терміналів, можливі заходи кількох мега-лайнерів.

- кількість заходів: 75 суден (5 малих, 30 середніх, 40 великих);
- середня кількість пасажирів: $(5 \times 300 + 30 \times 1500 + 40 \times 3000) / 75 = 2220$ осіб (усереднено);
- завантаженість: 80%;
- прогнозований пасажиропотік: $75 \times 2220 \times 0.8 = 133200$ осіб.

Поромний/регулярний пасажиропотік. Подальше зростання, стабілізація на рівні, близькому до 2013 року.

- кількість рейсів: 450 рейсів/рік;
- середня кількість пасажирів: 200 осіб;
- завантаженість: 80%;

– прогнозований пасажиропотік: $450 \times 200 \times 0.8 = 72000$ осіб.

Загальний пасажиропотік 2030: 200 000 – 210 000 осіб.

За розрахунками та обґрунтуваннями наведеними вище, будемо таблицю 3.2., узагальнюючи показники прогнозованого пасажиропотоку по рокам.

Таблиця 3.2.

Прогнозований пасажиропотік в порту Одеса

Рік	Круїзний пасажиропотік (осіб)	Поромний/регулярний пасажиропотік (осіб)	Загальний пасажиропотік (осіб)
2026	180	8000	~ 8000 – 10000
2027	5250	22000	~ 25000 – 35000
2028	40950	42000	~ 80000 – 90000
2029	96750	60000	~ 150000 – 160000
2030	133200	72000	~ 200000 – 210000

Джерело: розроблено автором

Представлені параметри пасажиропотоку для порту Одеса на період 2026-2030 років є обґрунтуванням потенційного розвитку за умови найбільш оптимістичного сценарію швидкого та повного відновлення безпеки та стабільності в регіоні. Цей прогноз ілюструє поступове повернення до довоєнних показників, що вимагатиме колосальних зусиль з відбудови, значних інвестицій, ефективної міжнародної співпраці та маркетингової стратегії для відновлення довіри.

3.3. Інвестиційно-економічна оцінка освоєння Чорноморського круїзного регіону

Проведення детальної інвестиційно-економічної оцінки освоєння круїзного судноплавства в порту Одеса є ключовим етапом для планування післявоєнного відновлення та залучення інвестицій.

Враховуючи, що вам відомі дані по пасажиропотоку які були визначенні в попередньому пункті кваліфікаційної роботи, ми зосередимося на інших ключових компонентах інвестиційно-економічної оцінки, включаючи витрати та очікувані доходи.

Основними джерелами доходу від круїзного судноплавства є :

- портові збори. Захід судна, причальний збір, лоцманські послуги, буксирні послуги, санітарні послуги, послуги з охорони;
- доходи від послуг пасажирського терміналу. Збори за користування терміналом, послуги безпеки, багажні послуги, оренда площ (магазини, кафе).
- наземні послуги. Доходи від туристичних послуг, транспорту, харчування, сувенірів, що витрачаються пасажирами на березі.

Вихідні данні для розрахунку:

- Період оцінки: 2026-2030 роки.
- інвестиційні фази:
 - а) 2026-2027. Початкові інвестиції у відновлення та базову модернізацію інфраструктури (ремонт пошкоджень, базове розмінування акваторії);
 - б) 2028-2030. Основні інвестиції у глибоку модернізацію, впровадження "Smart Port" технологій, розвиток наземної інфраструктури.
- Валюта розрахунку: гривні (грн).
- Ставка дисконтування: 10%.
- Ставка податку на прибуток: 18%.
- Амортизація: 50 000 000 грн.
- Фіксовані річні витрати: 140 000 000 грн.

1) Оцінка інвестиційних витрат.

Ці витрати є орієнтовними і можуть значно варіюватися залежно від реального стану інфраструктури після війни та масштабів модернізації, данні витрати представлені 3.3.

Таблиця 3.3.

Оцінка капітальних інвестиційних витрат

Категорія витрат	Рік					
	2026	2027	2028	2029	2030	Всього
Портова інфраструктура						
Відновлення/ремонт причалів та акваторії, млн. грн	150	180	100	0	0	430
Реконструкція/будівництво пасажирського терміналу, млн. грн	60	100	200	170	80	610
Впровадження "Smart Port" технологій, млн. грн	15	30	90	120	60	315
Безпекові системи, млн. грн	45	30	15	0	0	90
Наземна туристична інфраструктура						
Розвиток логістики (доступ до терміналу, транспорт) , млн. грн	30	45	60	45	15	195
Розвиток супутніх сервісів, млн. грн	15	30	60	45	15	165
Інші витрати						

Продовження таблиці 3.3.

Маркетинг та просування, млн. грн	15	30	45	30	15	135
Навчання та розвиток	5	7	10	7	5	34

персоналу, млн. грн						
Загальні капітальні витрати на період, млн. грн	335	452	580	417	190	1974

Джерело: розроблено автором

2) Оцінка доходів від круїзного судноплавства.

Доходи порту (портові збори, термінальні послуги). Середній дохід порту від 1 круїзного пасажирів складає 1000 – 1300 грн. Це включає збори з судна та плату за використання терміналу пасажирів. Для поромних пасажирів це може бути менше, наприклад, 400 – 500 грн.

Витрати пасажирів на березі. Оцінюються значно вище 12000 – 15000 грн на одного круїзного пасажирів за відвідування порту (екскурсії, покупки, харчування). Витрати пасажирів в порту будуть збільшуватись з розвитком портової та міської інфраструктуру.

Розрахуємо доходи від круїзного судноплавства по рокам.

2026 рік. Дохід = $180 \times 1200 + 8000 \times 450 + 180 \times 12500 = 6066000$ грн.

2027 рік. Дохід = $5250 \times 1200 + 22000 \times 450 + 5250 \times 13000 = 84450000$ грн.

2028 рік. Дохід = $40950 \times 1200 + 42000 \times 450 + 40950 \times 13500 = 620865000$ грн.

2029 рік. Дохід = $96750 \times 1200 + 60000 \times 450 + 96750 \times 14000 = 1497600000$ грн.

2030 рік. Дохід = $133200 \times 1200 + 72000 \times 450 + 133200 \times 14500 = 2123640000$ грн.

3) Розрахунок економічних показників від діяльності круїзного судноплавства.

Розрахунок показників економічної діяльності проведемо у вигляді таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Розрахунок економічних показників від діяльності круїзного судноплавства

Показник	Рік				
	2026	2027	2028	2029	2030
Дохід, млн. грн.	6,066	84,45	620,865	1497,6	2123,64
Змінні витрати , млн. грн.	0.5	5	45	110	130
Фіксовані річні витрати, млн. грн.	30	30	30	30	30
Амортизація, млн. грн.	50	50	50	50	50
Всього ОРЕХ, млн. грн	80.5	85	125	190	210
Прибуток без урахування податку (ЕВІТ), млн. грн.	-74,434	-0.55	495.865	1307,6	1913,64
Податок на прибуток (18%), млн. грн.	0	0	89,2557	235,368	344,4552
Чистий прибуток, млн. грн.	-74,434	-0.55	406,6093	1072,232	1569,1848
Амортизація (для CF), млн. грн.	50	50	50	50	50
Грошовий потік (CF), млн. грн.	-24,434	49,45	456,6093	1122,232	1619,1848

Джерело: створено автором

4) Оцінка інвестиційної привабливості в круїзне судноплавство.

Використовуємо грошові потоки від діяльності круїзного судноплавства для розрахунку показників ефективності.

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \quad (3.1)$$

Де: NPV – чиста теперішня вартість;

CF – чистий грошовий потік у період t;

r – ставка дисконтування;

t – період, у якому відбувається грошовий потік;

n – загальна кількість періодів (горизонт планування проекту).

CF_0 – (грошовий потік у період $t = 0$) зазвичай є початковими інве-стиційними витратами, тому він є від'ємним.

$$NPV = -1974 + (-24,434/(1 + 0,1) + 49,45/(1 + 0,1)^2 + 456,6093/(1 + 0,1)^3 + 1122,232/(1 + 0,1)^4 + 1619,1848/(1 + 0,1)^5 = 159,5983 \text{ млн. грн.}$$

Оскільки NPV є позитивним (159,5983 млн. грн.), відродження круїзного судноплавства в порту Одеса є привабливим при ставці дисконтування 10%.

5) Внутрішня норма прибутку (Internal Rate of Return, IRR).

IRR - Це ставка дисконтування, за якої NPV проекту дорівнює нулю.

Розрахунок. Використовуючи функцію IRR в Excel для грошових потоків після впровадження III (-1974; -24,434; 49,45; 456,6093; 1122,232; 1619,1848), отримуємо $IRR \approx 12,8\%$.

Оскільки IRR (12,8%) вище за ставку дисконтування (10%), то проект відродження круїзного судноплавства є привабливим для інвестування.

6) Період окупності (Payback Period).

Період окупності (Payback Period, PP) – це один з найпростіших і найбільш інтуїтивно зрозумілих методів оцінки інвестиційних проектів. Він визначає кількість часу (років, місяців), необхідного для того, щоб початкові інвестиційні витрати проекту були повністю відшкодовані (окуплені) грошовими надходженнями, які він генерує.

$$PP = N + F/CF \quad (3.2)$$

Де: PP – період окупності, рік;

N – кількість повних років до окупності;

F – неокуплена сума на початок року окупності, млн. грн.;

CF – грошовий потік у рік окупності, млн. грн.

$$T_{\text{ок}} = 4 + (1914 - 1478,8413) / 1569,1848 = 4,227 \approx 4,3 \text{ рік.}$$

Так як інвестиції в круїзне судноплавство носять довгостроковий характер, то період окупності 4,3 роки є доволі гарним показником.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Основні національні нормативні документи з охорони праці

Законодавство України про охорону праці є системою взаємозв'язаних нормативних актів, що регулюють відносини у галузі реалізації державної політики щодо правових, соціально-економічних, організаційно-технічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності людини в процесі праці. Законодавство про охорону праці складається із загальних законів: Конституції України, Законів “Про охорону праці”, Кодексу законів про працю України та інших нормативних актів.

Конституція України – основний, головний закон держави, який регламентує найважливіші з погляду держави суспільні відносини.

В ст. 43 Конституції України записано: “Кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає, або на яку вільно погоджується”, “Кожен має право на належні, безпечні і здорові умови праці, на заробітну плату, не нижчу від визначеної законом”, “Використання праці жінок і неповнолітніх на небезпечних для їхнього здоров'я роботах забороняється”. Роботодавець зобов'язаний забезпечити нешкідливі умови праці. Держава створює умови для повної зайнятості працездатного населення, рівні можливості для громадян у виборі професії та роду трудової діяльності, здійснює програми підготовки та перепідготовки робітників.

У тексті ст. 46 Конституції України вказано на те, що громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом.

Закон “Про охорону праці” – є одним із найважливіших законодавчих актів. Цей закон визначає основні положення щодо реалізації конституційного права громадян на охорону їх життя і здоров'я в процесі

трудової діяльності, регулює відносини між роботодавцем і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок охорони праці в Україні. Дія Закону поширюється на всі підприємства, установи і організації незалежно від форм власності та видів їх діяльності на усіх громадян, які працюють, а також залучені до праці на цих підприємствах [45].

Кодекс законів про працю України – основний закон національного трудового законодавства (рис 4.1).



Рис. 4.1. Кодекс законів про працю України

Джерело: [46].

Кодекс законів про працю України (КЗпП) – це базовий нормативно пра-вовий акт, який регулює трудові відносини між працівником і

роботодавцем в Україні. Він був прийнятий у 1971 році, однак постійно оновлюється відпо-відно до соціально-економічних змін і вимог європейського законодавства.

Основне призначення КЗпП:

- Визначення прав і обов'язків сторін трудового договору;
- Гарантія безпечних і здорових умов праці;
- Встановлення норм щодо робочого часу, оплати праці, відпусток, дисци-

плінарної відповідальності;

- Регламентація вирішення трудових спорів, звільнень, працевлаштування неповнолітніх, жінок, осіб з інвалідністю.

Розділи КЗпП, які стосуються охорони праці:

- Стаття 153 – обов'язок роботодавця забезпечити безпечні умови праці;
- Статті 169–173 – права працівників на охорону праці, медичні огляди, інструктажі, компенсації у разі шкоди здоров'ю.

Окремо питання правового регулювання у галузі охорони праці містяться і в інших законодавчих актах України – законах “Про охорону здоров'я”, “Про пожежну безпеку”, “Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”, “Про використання ядерної енергії та радіаційний захист”, “Про підприємства в Україні”, “Про колективні договори і угоди” та інші.

Крім законодавчих актів України, правові відносини у сфері охорони праці регулюються підзаконними нормативними актами.

До найважливіших підзаконних нормативно-правових актів з питань охорони праці належать:

- Положення про видачу спеціальним уповноваженим центральним органом виконавчої влади з нагляду за охороною праці роботодавцеві дозволу на початок роботи підприємства, установи, організації;
- Положення про розслідування та облік нещасних випадків, професійних захворювань і аварій на підприємствах, в установах і організаціях;

- Правила відшкодування роботодавцем заподіяного працівникові ушкодження здоров'я, пов'язаного з виконанням ним трудових обов'язків;
- Положення про порядок накладання штрафів на підприємства, установи і організації за порушення нормативних актів про охорону праці;
- Список важких робіт та робіт із шкідливими і небезпечними умовами праці, на яких забороняється застосування праці жінок;
- Граничні норми підймання і переміщення важких речей жінками;
- Список виробництв, професій і робіт з важкими і шкідливими умовами праці;
- Граничні норми підймання і переміщення важких речей неповнолітніми;
- Перелік робіт з підвищеною безпекою;
- Типове положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці;
- Перелік посад посадових осіб, які зобов'язані проходити попередню і періодичну перевірку знань з охорони праці;
- Типове положення про службу охорони праці;
- Типове положення про комісію з питань охорони праці підприємства;
- Типове положення про роботу уповноважених трудових колективів з питань охорони праці.

Нормативна документація з питань охорони праці в Україні включає:

- державні нормативні акти про охорону праці, міжгалузеві та галузеві;
- систему стандартів безпеки праці – державні стандарти України (ДСТУ);
- міждержавні стандарти безпеки праці (ГОСТ ССБТ) та міждержавні міжгалузеві та галузеві нормативні акти.

4.2. Планування та проведення інструктажів з персоналом. Структура інструктажів та їх документування.

Одним із обов'язків роботодавця є забезпечення проведення інструктажів з охорони праці на підприємстві.

Згідно Закону України «Про охорону праці» працівники під час прийняття на роботу та протягом роботи мають проходити інструктаж з питань охорони праці. Тих, хто не пройшов інструктаж, не допускають до роботи.

Працівники під час прийняття на роботу та періодично повинні проходити на підприємстві інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, а також з правил поведінки та дій при виникненні аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих.

Порядок проведення інструктажів з питань охорони праці на підприємстві визначає глава 6 Типового положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці, затвердженого наказом Держнаглядохоронпраці від 26.01.2005 р. № 15.

Інструктажі залежно від характеру та часу проведення поділяються на види:

- вступний;
- первинний;
- повторний;
- позаплановий;
- цільовий.

Вступний інструктаж.

Проводиться:

- з усіма працівниками, які приймаються на постійну або тимчасову роботу, незалежно від їх освіти, стажу роботи та посади;

- з працівниками інших організацій, які прибули на підприємство і беруть безпосередню участь у виробничому процесі або виконують інші роботи для підприємства;
- з учнями та студентами, які прибули на підприємство для проходження трудового або професійного навчання;
- з екскурсантами у разі екскурсії на підприємство.

Вступний інструктаж проводиться спеціалістом служби охорони праці або іншим фахівцем відповідно до наказу (розпорядження) по підприємству, який в установленому Типовим положенням порядку пройшов навчання і перевірку знань з питань охорони праці.

Вступний інструктаж проводиться в кабінеті охорони праці або в приміщенні, що спеціально для цього обладнано, з використанням сучасних технічних засобів навчання, навчальних та наочних посібників за програмою, розробленою службою охорони праці з урахуванням особливостей виробництва. Програма та тривалість інструктажу затверджуються керівником підприємства.

Запис про проведення вступного інструктажу робиться в журналі реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці (додаток 5 Типового положення), який зберігається службою охорони праці або працівником, що відповідає за проведення вступного інструктажу, а також у наказі про прийняття працівника на роботу.

Первинний інструктаж.

Проводиться до початку роботи безпосередньо на робочому місці з працівником:

- новоприйнятим (постійно чи тимчасово) на підприємство або до фізичної особи, яка використовує найману працю;
- який переводиться з одного структурного підрозділу підприємства до іншого;
- який виконуватиме нову для нього роботу;

- відрядженим працівником іншого підприємства, який бере безпосередню участь у виробничому процесі на підприємстві.

Первинний інструктаж проводиться з учнями, курсантами, слухачами та студентами навчальних закладів:

- до початку трудового або професійного навчання;
- перед виконанням кожного навчального завдання, пов'язаного з використанням різних механізмів, інструментів, матеріалів тощо.

Первинний інструктаж на робочому місці проводиться індивідуально або з групою осіб одного фаху за діючими на підприємстві інструкціями з охорони праці відповідно до виконуваних робіт.

Повторний інструктаж.

Проводиться на робочому місці індивідуально з окремим працівником або групою працівників, які виконують однотипні роботи, за обсягом і змістом переліку питань первинного інструктажу.

Повторний інструктаж проводиться в терміни, визначені нормативно-правовими актами з охорони праці, які діють у галузі, або роботодавцем (фізичною особою, яка використовує найману працю) з урахуванням конкретних умов праці, але не рідше:

- на роботах з підвищеною небезпекою — 1 раз на 3 місяці;
- для решти робіт — 1 раз на 6 місяців.

Позаплановий інструктаж.

Проводиться з працівниками на робочому місці або в кабінеті охорони праці:

- при введенні в дію нових або переглянутих нормативно-правових актів з охорони праці, а також при внесенні змін та доповнень до них;
- при зміні технологічного процесу, або модернізації устаткування, приладів та інструментів, вихідної сировини, матеріалів та інших факторів, що впливають на стан охорони праці;
- при порушеннях працівниками вимог нормативно-правових актів з охорони праці, що призвели до травм, аварій, пожеж тощо;

- при перерві в роботі виконавця робіт більш ніж на 30 календарних днів – для робіт з підвищеною небезпекою, а для решти робіт – понад 60 днів.

Позаплановий інструктаж з учнями, студентами, курсантами, слухачами проводиться під час проведення трудового і професійного навчання при порушеннях ними вимог нормативно – правових актів з охорони праці, що можуть призвести або призвели до травм, аварій, пожеж тощо.

Позаплановий інструктаж може проводитись індивідуально з окремим працівником або з групою працівників одного фаху. Обсяг і зміст позапланового інструктажу визначаються в кожному окремому випадку залежно від причин і обставин, що спричинили потребу його проведення.

Цільовий інструктаж.

Проводиться з працівниками:

- при ліквідації аварії або стихійного лиха;
- при проведенні робіт, на які відповідно до законодавства оформлюються наряд-допуск, наказ або розпорядження.

Цільовий інструктаж проводиться індивідуально з окремим працівником або з групою працівників. Обсяг і зміст цільового інструктажу визначаються залежно від виду робіт, що виконуватимуться.

Первинний, повторний, позаплановий і цільовий інструктажі проводить безпосередній керівник робіт (начальник структурного підрозділу, майстер) або фізична особа, яка використовує найману працю.

Ці інструктажі завершуються перевіркою знань у вигляді усного опитування або за допомогою технічних засобів, а також перевіркою набутих навичок безпечних методів праці, особою, яка проводила інструктаж.

При незадовільних результатах перевірки знань, умінь і навичок щодо безпечного виконання робіт після первинного, повторного чи позапланового інструктажів протягом 10 днів додатково проводяться інструктаж і повторна перевірка знань.

При незадовільних результатах перевірки знань після цільового інструктажу допуск до виконання робіт не надається. Повторна перевірка знань при цьому не дозволяється.

Про проведення первинного, повторного, позапланового та цільового інструктажів та їх допуск до роботи, особа, яка проводила інструктаж, уносить запис до журналу реєстрації інструктажів з питань охорони праці на робочому місці. Сторінки журналу реєстрації інструктажів повинні бути пронумеровані, прошнуровані і скріплені печаткою.

Структура інструктажу. Кожен інструктаж повинен містити такі основні елементи:

- Ознайомлення з небезпеками на робочому місці;
- Пояснення правил поведінки у разі аварійних ситуацій;
- Навчання правильному користуванню засобами індивідуального захисту;
- Вивчення нормативних документів, що регламентують безпечну діяльність;
- Практичне відпрацювання дій у разі надзвичайних ситуацій (особливо при первинному інструктажі).

Документування інструктажів.

Інструктажі обов'язково фіксуються в журналах обліку інструктажів з охорони праці, зокрема:

- Журнал вступного інструктажу;
- Журнал первинного, повторного, позапланового та цільового інструктажів.

У журналі зазначаються:

- дата проведення інструктажу;
- прізвище, ім'я та по батькові інструктованого;
- тема інструктажу;
- прізвище та підпис інструктора;

- підпис працівника, який пройшов інструктаж.

Відповідальність. За своєчасне та якісне проведення інструктажів відповідає роботодавець або уповноважена ним посадова особа. Порухення порядку інструктажів є підставою для адміністративної та кримінальної відповідальності у разі нещасного випадку [47].

4.3. Ознаки втоми. Фактори, що впливають на виникнення втоми у членів суднового екіпажу.

Втома — це стан фізичного або психічного виснаження, що знижує здатність моряків ефективно виконувати свої обов'язки. Вона є одним із ключових чинників морських інцидентів і нещасних випадків на судах.

На початку рейсу, поки ще діє пізнавальний інтерес, членам екіпажу цікаво спілкуватися, ділитися інформацією, життєвим досвідом у різних сферах соціальної діяльності, але з часом такий інтерес зникає, ба навіть переростає у нетерпимість, а деколи у відкрите протистояння. Завдання офіцерів не загострювати конфлікти, не списувати, а роботи все для того, аби екіпаж згуртовувався, кожен відчував відповідальність за іншого. Тому, претендуючи на роль керівника на судні, перш за все, треба постійно працювати над собою, своїм професійним рівнем та психічною культурою. Керівник має створювати позитивний морально-психологічний клімат, формувати нормальні людські стосунки та організовувати безконфліктну трудову діяльність на борту судна. Від цього залежатиме життя, здоров'я та доля багатьох людей.

Не останнє місце займає монотонність. Стандартність професійної діяльності та умов життя на судні стають основою неухважності та можуть спровокувати аварійні ситуації. Під час несення вахти, монотонність дій може привести до зниження рівня уважності та спричинити дрімоту (при цьому слід враховувати і те, що відбувається порушення сну, фізичні та

психологічні перевантаження), тому, несення ваhti не може перевищувати чотирьох годин.

Взагалі, робота на судні супроводжується максимальними перевантаженнями та втомою: робочий день довший аніж вісім годин; понаднормові роботи; мала укомплектованість екіпажів призводить до помилок, зіткнень та загибелі суден, загибелі моряків або порушенню їх здоров'я, створює загрозу навколишньому середовищу.

Причини втоми: недостатній сон; низька якість сну; недостатня кількість часу на відпочинок; стрес; шум, вібрації; їжа; порушення добового ритму організму; надлишкове робоче навантаження.

Ознаки фізичної втоми: нездатність контролювати сон; утруднення зорової координації; утруднення мовлення; відчуття важкості рук та ніг або уповільнення руху; нелокалізований фізичний дискомфорт; головний біль; запаморочення; пришвидшене серцебиття; пришвидшене дихання; втрата апетиту; безсоння; біль та судоми в ногах.

Ознаки емоційної втоми: ризиковані дії; нетерпимість та антисоціальні дії; незрозуміла тривожність; зниження мотивації якісного виконання роботи; різкі зміни настрою.

Ознаки розумової втоми: нездатність оцінювати відстань, швидкість, час; неправильне розуміння ситуації, наприклад, небажання рахуватися з небезпекою; уповільнена реакція чи відсутність реакції на нормальні, екстремальні чи надзвичайні ситуації; зниження об'єму уваги; зниження здатності звертати увагу на будь-що.

Фактори, що впливають на виникнення втоми у членів суднового екіпажу

1. Порушення режиму праці та відпочинку: тривала робота без достатнього відпочинку; нічні ваhti та зміни біологічного ритму; порушення сну через шум, вібрацію або часті тривоги; неправильна організація чергувань (вахтова система 6/6, 12/12).

2. Психоемоційне навантаження: високий рівень відповідальності за безпеку судна; ізоляція від родини та соціального життя; конфлікти в екіпажі або поганий мікроклімат на борту; монотонна робота або відсутність змін у діяльності.

3. Фізичні навантаження: важка ручна праця; екстремальні погодні умо-ви (спека, холод, шторм); тривале перебування у несприятливих кліматичних умовах; робота в обмеженому просторі або незручному положенні.

4. Харчування та зневоднення: нерегулярне або неякісне харчування; недостатнє споживання води; надмірне вживання кофеїну або енергетиків.

5. Шкідливі умови праці: шум, вібрація, погана вентиляція; недостатнє освітлення робочих зон; вплив токсичних речовин, особливо в машинному відділенні.

6. Недостатня кількість екіпажу: перевантаження обов'язками через недоукомплектованість; неможливість повноцінно змінити або підмінити працівника.

7. Адміністративні фактори: часта зміна маршрутів або портів без часу на відпочинок; надмірна бюрократична робота (звітність, перевірки); тиск з боку компанії або капітана [47].

Для зниження ризику виникнення втоми важливо дотримуватись Міжнародної конвенції ПРАЦІ МОРЯКІВ (MLC 2006), яка регламентує мінімальні періоди відпочинку та максимальні години праці, а також впроваджувати на борту системи управління ризиками, орієнтовані на добробут екіпажу.

ВИСНОВОК

Під час написання кваліфікаційної роботи, вдалось досягти таких результатів та сформулювати такі висновки.

В першому пункті першого розділу кваліфікаційної роботи була розкрита економічна сутність пасажирського освоєння простору світового океану як багатогранної галузі господарської діяльності. Було встановлено, що ця діяльність не лише забезпечує транспортні послуги та задовольняє потреби людей у подорожах, але й має значний мультиплікативний вплив на світову економіку, стимулюючи розвиток суміжних галузей, створюючи нові робочі місця та забезпечуючи доходи для держав і регіонів. Були встановлені основні напрямки економічного пасажирського освоєння світового океану: надання транс-портних послуг; розвиток туристичної індустрії; створення робочих місць; залучення інвестицій; формування доходів для держави та регіонів; активізація міжнародної співпраці. Попри багато викликів та ризиків пасажирське освоєння простору світового океану має наступні тенденції: зростання популярності круїзного туризму, розширення географії круїзних маршрутів, фокус на екологічну стійкість, персоналізація та індивідуалізація, інтеграція новітніх технологій, зростання інтересу до річкових круїзів, розвиток нішевих круїзів.

Було всебічно розкрито соціально-економічну сутність круїзного судноплавства, підкреслено його унікальне місце серед інших видів морського транспорту. На відміну від вантажних перевезень, що зосереджені на транспортуванні товарів, та поромних переправ, які забезпечують переважно транспортну функцію, круїзне судноплавство є комплексним туристичним продуктом. Воно поєднує в собі транспортні послуги з широким спектром рекреаційних, розважальних, культурних та соціальних

можливостей, створюючи особливий вид відпочинку та подорожі. Основною складовою доходів круїзних компаній є надходження від продажу квитків на круїзні подорожі. За оцінками, дохід від продажу квитків становить значну частину загальної виручки, сягаючи 65-70%. Загальна частка доходів від витрат пасажирів на борту може становити значну частину загальної виручки круїзних компаній, досягаючи 30-35%. Ефективне управління цими сферами є ключем до забезпечення високої рентабельності круїзного бізнесу. Соціальна значущість круїзного судноплавства полягає у сприянні міжкультурному обміну, розширенні горизонтів мандрівників та наданні можливостей для якісного відпочинку та оздоровлення. Формування тимчасових спільнот на борту суден, знайомство з новими культурами та традиціями, а також позитивні емоції від морських подорожей сприяють особистісному розвитку та покращенню якості життя.

Було встановлено, що в умовах висококонкурентного ринку ефективно використання маркетингових технологій та стратегій є не лише бажаним, але й необхідним для залучення нових клієнтів, підвищення їхньої лояльності та забезпечення сталого зростання круїзних компаній. Аналіз основних тенденцій цифрового маркетингу, таких як персоналізація, відеомаркетинг, активне використання соціальних мереж, впровадження штучного інтелекту, підкреслює динамічний характер розвитку галузі та її готовність до інновацій. Персоналізація маркетингових комунікацій дозволяє круїзним лініям створювати більш релевантні та привабливі пропозиції для кожного клієнта, підвищуючи таким чином ефективність маркетингових кампаній. Відеоконтент та віртуальна реальність відкривають нові можливості для демонстрації привабливості морських подорожей, залучаючи потенційних пасажирів ще на етапі ознайомлення з пропозицією. Маркетинг у соціальних мережах, включаючи співпрацю з інфлюенсерами, став потужним інструментом для формування іміджу бренду, залучення широкої аудиторії та стимулювання органічного попиту. Була розглянута успішна маркетингова стратегія компанії Royal Caribbean, та встановлено що сучасні цифрові

маркетингові технології при їх комплексному впровадженні дають високі показники.

Протягом останніх десятиліть круїзний ринок демонстрував стабільне зростання пасажиропотоку. У 1985 році кількість круїзних пасажирів становила близько 1,9 мільйона, у 2024 році 34,6 млн пасажирів. Основні ринки-джерела пасажирів є: Північна Америка (20,53 млн пасажирів); Європа. (8,44 млн пасажирів); Азія та Океанія (4,03 млн пасажирів). Частина ринку основних круїзних компаній на 2023 рік розподілена наступним образом: Carnival Corporation – 39%; Royal Caribbean Group – 24%; MSC Cruises – 12,4%; Norwegian Cruise Line – 8,5 %. Аналіз динаміки та розподілу круїзного бізнесу показує, що галузь продовжує демонструвати стійке зростання та має значний економічний потенціал. Північна Америка залишається ключовим ринком, але спостерігається швидке зростання попиту в Азії та Європі. Ринок є відносно концентрованим, з кількома великими гравцями, які домінують у галузі. Прогнози на майбутнє є оптимістичними, що свідчить про подальше розширення та інновації в круїзному бізнесі.

Аналіз круїзного сегмента за сукупністю умов демонструє його складну та багатогранну структуру. Сегментація за тривалістю круїзу, географічним напрямком, типом круїзної компанії, розміром судна, цільовою аудиторією та тематикою круїзу відображає прагнення галузі задовольнити широкий спектр потреб та вподобань сучасних мандрівників. Різноманіття пропозицій дозволяє кожному клієнту знайти оптимальний варіант для відпочинку на воді, що підкреслює значний потенціал та гнучкість круїзного бізнесу на світовому туристичному ринку.

Формування Чорноморського круїзного сегмента пройшло складний шлях від радянських пасажирських ліній до періоду відродження на початку XXI століття. Незважаючи на певний успіх та зростання кількості заходів круїзних суден у першій половині 2010-х років, сегмент зазнав стрімкого занепаду, починаючи з 2014 року. Ключовими факторами, що призвели до занепаду чорноморського круїзного судноплавства, стали політична

нестабільність, зокрема анексія Криму та конфлікт на сході України, а також загальна геополітична напруженість у регіоні. Ці події спричинили зростання ризиків для безпеки, відлякуючи міжнародних круїзних операторів та туристів. Статистичні дані підтверджують тенденцію скорочення кількості круїзних суден та пасажиропотоку в Чорноморському басейні після 2014 року. Станом на 2025 рік, в умовах триваючої російсько-української війни, Чорне море залишається зоною високої нестабільності, що фактично унеможлиблює розвиток круїзного туризму. Однак, потенціал регіону, з його багатою історією, культурою та природною красою, залишається значним.

Відродження круїзних технологій та відновлення круїзного судноплавства в Чорноморському регіоні вимагає комплексного підходу до створення сприятливих економічних умов. Залучення інвестицій, стимулювання розвитку інфраструктури та суміжних галузей, забезпечення фінансової доступності та чітка оцінка економічних вигод є ключовими елементами успішного відродження цього важливого сегмента туристичної галузі. Соціальні умови відродження круїзних технологій в Чорному морі є багатограними та взаємозалежними. Вони виходять далеко за межі суто економічних чи технічних аспектів. Ключовим фактором є безпека та довгострокова стабільність, яка дозволить відновити довіру та створити сприятливе середовище для розвитку якісного людського капіталу, формування сучасної сервісної культури та гармонійної взаємодії між усіма учасниками процесу – від туристів та бізнесу до місцевих громад.

Обґрунтування параметрів пасажиропотоку в порту Одеса на період 2026-2030 років є критично важливим для забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку порту. Ретельний аналіз поточних тенденцій, прогнозів туристичного ринку, планів розвитку інфраструктури, геополітичної ситуації та маркетингових стратегій дозволило отримати реалістичні оцінки майбутнього пасажиропотоку. Ці дані стануть основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, оптимізації використання ресурсів, залучення інвестицій та підвищення

конкурентоздатності порту Одеса на національному та міжнародному рівнях. За прогнозами приведеними в кваліфікаційній роботі має наступні значення пасажиропотоку в порту Одеса: 2026 рік: ~ 8000 – 10000; 2027 рік: ~ 25000 – 35000; 2028 рік: ~ 80000 – 90000; 2029 рік: ~ 150000 – 160000; 2030 рік: ~ 200000 – 210000.

Проведена інвестиційно-економічна оцінка проекту освоєння круїзного судноплавства в порту Одеса, яка базується на прогнозованих параметрах пасажиропотоку та необхідних капіталовкладеннях у відновлення і модернізацію портової та супутньої інфраструктури, демонструє його значну інвестиційну привабливість за умови реалізації в умовах стабільного миру та безпеки. NPV становить 159,5983 млн. грн. Позитивне значення NPV свідчить про те, що проект здатний генерувати вартість для інвесторів, перевищуючи витрати та дисконтовану вартість майбутніх грошових потоків. Це підтверджує, що проект є прибутковим і привабливим для капіталовкладень. Внутрішня норма дохідності (IRR) складає приблизно 12,8%. Термін окупності проекту становить 4,3 роки. Відносно короткий період окупності в 4,3 роки є надзвичайно привабливим для інфраструктурного проекту такого масштабу. Це означає, що початкові інвестиції в освоєння круїзного судноплавства в порту Одеса повернуться інвесторам протягом трохи більше чотирьох років, що мінімізує інвестиційні ризики та забезпечує швидкий перехід до фази отримання чистого прибутку.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антощишина Н. І. Ринки вантажних та пасажирських перевезень в Україні: проблеми та тенденції розвитку//Ефективна економіка. – 2020. – № 9.
2. Economic impact of the global ferry industry // Oxford Economics. – 2021. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/economic-impact-of-the-global-ferry-industry/>
3. Зацепіна Н. В. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму в світі // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Географічні науки». – 2016. – № 4 (34). – С. 52-62.
4. Over 100 million jobs depend on the ocean economy — here's where and why // OECD. – 2025. URL: <https://www.oecd.org/en/blogs/2025/04/over-100-million-jobs-depend-on-the-ocean-economy--here-is-where-and-why.html>
5. Global Ports Holding: Big Investments in Cruise Port Portfolio // Cruise Industry News. – 2025. URL: <https://cruiseindustrynews.com/cruise-news/2025/04/global-ports-holding-big-investments-in-cruise-port-portfolio/>
6. Estimated annual revenue (\$US) from marine tourism conservation levies...//ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/figure/Estimated-annual-revenue-US-from-marine-tourism-conservation-levies-in-Lombok-and_tbl3_362531966
7. International Cooperation // Ministry of Ports, Shipping and Waterways, Government of India. URL: <https://shipmin.gov.in/division/international-cooperation>
8. Чуприна Є. В. Проблеми та перспективи розвитку морського туризму в Україні//Науковий вісник Херсонського державного університету.

Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 7. Ч. 3. – С. 166-169. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chupryna.htm

9. Подорож на круїзному лайнері - плюси та мінуси // Стайлер. – 2025. URL: <https://www.rbc.ua/rus/styler/voyazh-kruyiznomu-layneri-chi-spravdi-tse-1737018018.html>

10. Сучасні умови та проблеми розвитку водного транспорту України// Дніпровський державний технічний університет. – 2023. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>

11. Гонтарук І. В. Вплив пандемії COVID-19 на діяльність підприємств галузі морських вантажних перевезень // Економіка та суспільство. – 2022. – № 6. – С. 60-69. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/6.21._topic._Hontaruk-I.V.60-69.pdf

12. 1. Сучасні тенденції розвитку індустрії круїзного туризму в умовах викликів і загроз // Економіка та управління національним господарством. – 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/376071714_Sucasni_tendencii_rozvitku_industrii_kruiznogo_turizmu_v_umovah_viklikiv_i_zagroz

13. КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ У ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ // Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. – 2023. – № 17. – С. 133-139. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/422>

14. Що таке круїзний тариф, портові збори і чайові (або сервісний збір)? // Cruise Pro Agent. URL: <https://center.cruises/uk/blog-what-are-cruise-fares-port-charges-and-tips-or-service-charge-4/>

15. The economics of cruise ships - The Hustle. URL: <https://thehustle.co/the-economics-of-cruise-ships>

16. Economic & Social Impact | Cruise Lines International Association. URL: <https://cruising.org/economic-social-impact>

17. New 2023 Global Cruise Industry Economic Impact Study Shows Highest-Ever Global Economic Impact // Cruise Lines International Association

(CLIA). – 2024. URL: <https://cruising.org/news/new-2023-global-cruise-industry-economic-impact-study-shows-highest-ever-global-economic>

18. Digital marketing strategies for cruise brands - Adido Digital. URL: <https://www.adido-digital.co.uk/blog/digital-marketing-strategies-for-cruise-brands/>

19. Digital Marketing for Cruise Lines - Marine SEO. URL: <https://marineseo.com/clients/cruise-lines/>

20. Guest Experience Personalization for Cruises: 5 Best Practices - Fusion CX. URL: <https://www.fusioncx.com/blog/travel-and-hospitality/cruise-lines-leisure-travel/5-ways-of-guest-experience-personalization-for-cruises/>

21. Charting the Future: Marketing Innovations in the Cruise Industry for 2025 - The CuCompany. URL: <https://www.thecucompany.com/charting-the-future-marketing-innovations-in-the-cruise-industry-for-2025>

22. Royal Caribbean Marketing Strategy 2025: A Case Study - Latterly.org. URL: <https://www.latterly.org/royal-caribbean-marketing-strategy/>

23. Royal Caribbean Dives Into Social Media Support - TTEC. URL: <https://www.ttec.com/articles/royal-caribbean-dives-social-media-support>

24. 100+ Cruise Industry Statistics [Market, Passengers & Demographics More]. URL: <https://passport-photo.online/blog/cruise-industry-statistics/>

25. Global Cruise Passengers Carried and Growth Rates, 1990-2024. URL: https://porteconomicsmanagement.org/pemp/contents/part7_1/ports-and-cruise-shipping/global-cruise-passengers-carried-rates/

26. Future Cruise Trends: Anticipating Sustainable Growth and Rising Interest - Gettransfer Blog. URL: <https://blog.gettransfer.com/news/insight-into-cruise-growth-analysis/>

27. Market Share of Main Cruise Lines, 2023. URL: https://porteconomicsmanagement.org/pemp/contents/part7_1/ports-and-cruise-shipping/market-share-main-cruise-lines/

28. WLCC. (2025). Cruise Industry Report 2025: Luxury, Trends & Green Future. URL: <https://worldluxurychamber.com/cruise-industry-report-2025/>

29. CLIA. (2025). State of the Cruise Industry Report. URL: <https://cruising.org/sites/default/files/2025-05/State%20of%20the%20Cruise%20Industry%20Report%202025.pdf>
30. State of the Cruise Industry Report (CLIA 2024). URL: https://cruising.org/sites/default/files/2025-03/2024%20State%20of%20the%20Cruise%20Industry%20Report_updated%20050824_Web.pdf
31. Carnival Corporation & plc. URL: <https://www.carnivalcorp.com/>
32. Royal Caribbean Group. URL: <https://www.royalcaribbeangroup.com/>
33. MSC Group (MSC Cruises) URL: <https://www.msccruises.com/>
34. Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. (NCLH). URL: <https://www.nclhltd.com/>
35. Cruise Tourism Market Size, Share, Growth, Trends, 2034 // Market Research Future. URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/cruise-tourism-market-28542>
36. Places to Cruise to in 2025 | Best Destinations Ranked - Virgin Voyages. URL: <https://www.virginvoyages.com/ahoy/stories/most-popular-cruise-destinations>
37. Choose The Cruise Ship Size That's Right For You // Cruise Critic. – 2022. URL: <https://www.cruisecritic.com/articles/whats-the-best-cruise-ship-size-for-you>
38. Discovering Cruise Industry Audience Ages - BANC. URL: <https://banc.digital/blog/discovering-cruise-industry-audience-ages/>
39. From swingers to Swifties, there's a cruise for every theme - Travel Weekly. URL: <https://www.travelweekly.com/Cruise-Travel/A-cruise-for-every-theme>
40. Власенко В.В. (2018). Морські порти Північного Причорномор'я в контексті державотворення України (1950 – 1980 рр.). Економіка і держава, (10), 114-119.

41. Чорне море станом на зараз "сіра зона", – Плетенчук про ситуацію в акваторії // 24 Канал. – 2025. URL: https://24tv.ua/situatsiya-chornomu-mori-9-cherwnya-2025-roku-vms-akvatoriyu_n2841959
42. MedCruise - Port of Odesa Statistics. URL: <https://www.medcruise.com/port/odesa>
43. On the issue of sustainable development of tourism in the Black Sea countries // Geology & Geochemistry of Minerals. – 2024. URL: <https://geology-dnu.dp.ua/index.php/GG/article/view/715>
44. Key Factors Driving the Demand for Cruising and Challenges Facing the Cruise Industry in the Future // Acta Turistica. – 2021. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/389059>
45. Закон України "Про охорону праці" URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
46. Кодекс законів про працю України (КЗПП України) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
47. Безпека та охорона на морі : навчальний посібник / М . О . Колегаєв, Д. Г. Парменова, М. А. Мамкічев, Г. В. Ніколаєва, О. М. Розлуцький, Г. Г. Роман, А. П. Сваричевська, Д. Д. Осадчук. За редакцією професора М. О. Колегаєва. – Одеса: Національний Університет «Одеська морська академія»; Фенікс. – 2020. – 832 с.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Умови відродження Чорноморського круїзного сегмента» на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра.

Метою кваліфікаційної роботи є проведення аналізу стану та основних тенденцій світового круїзного судноплавства та визначення умов відродження круїзних технологій Чорного моря.

В першому розділі розглянуто соціально-економічні аспекти формування та розвитку круїзного сегмента світової морської торгівлі.

В другому розділі проведено аналіз сучасного стану світового круїзного судноплавства.

В третьому розділі проведено оцінку доцільності та умов освоєння круїзного потенціалу Чорного моря.

Результати даної кваліфікаційної роботи полягають у тому, що автором було виокремлено потенціальні можливості відродження Чорноморського круїзного сегмента.

Ключові слова: круїзне судноплавство, Чорноморський круїзний сегмент, морський туризм, післявоєнне відновлення, портова інфраструктура, інвестиції, безпека, сталий розвиток, Одеський порт.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Ключові регіони круїзного бізнесу

Регіон	Опис
Північна Америка	<u>Домінуюча позиція.</u> Північна Америка є найбільшим ринком круїзного туризму у світі. У 2023 році кількість пасажирів з Північної Америки становила 18,1 мільйона, що на 17,5% більше порівняно з 2019 роком (15,4 мільйона). У 2024 році Північна Америка утримувала найбільшу частку світового ринку – 36%. <u>Основні напрямки.</u> Карибський басейн: Залишається найпопулярнішим напрямком круїзів у світі, на який у 2023 році припадало 44% усіх круїзних подорожей. Він залучив майже 1 мільйон нових круїзних туристів порівняно з 2019 роком. Аляска, Мексиканська Рив'єра, Гаваї, Канада/Нова Англія також є значущими напрямками. <u>Порти.</u> Порт Маямі, Порт Канаверал, Порт Нассау (Багамські острови), Порт Косумель (Мексика), Порт Еверглейдс є одними з найзавантаженіших круїзних портів світу.
Європа	<u>Значний ринок та зростання.</u> Європа є другим за величиною круїзним ринком і вважається регіоном, що найшвидше зростає в найближчі роки. У 2023 році кількість європейських пасажирів склала 8,2

Продовження додатку А

	мільйона, що на 6,5% більше, ніж у 2019 році (7,7 мільйона). <u>Основні напрямки.</u> Середземномор'я: Є другим за популярністю круїзним регіоном у світі та найбільшим у Європі. У 2023 році круїзний трафік у портах MedCruise (Середземномор'я та прилеглі моря) досяг майже 33,2 мільйона пасажирських переміщень, перевищивши допандемічні показники. Північна Європа (включаючи Балтійське море та Скандинавію), Британські острови, Атлантичні острови (Канарські острови, Мадейра) також є важливими регіонами. <u>Порти.</u> Порт Барселони, Порт Чівітавекк'я (Рим), Порт Марсель, Порти Балеарських островів, Порт Неаполя, Порт Генуї, Порт Саутгемптон (Велика Британія), Порт Пірей (Греція) є ключовими портами регіону.
Азійсько-Тихоокеанський регіон	<u>Значний потенціал зростання.</u> Хоча Азія пережила значне падіння кількості пасажирів у 2023 році порівняно з 2019 роком (-37,7%, до 2,3 мільйона пасажирів), вона вважається регіоном з найшвидшим зростанням у майбутньому завдяки зростаючому попиту та урядовій підтримці розвитку туризму. Китай знову відкрився для круїзів у вересні 2024 року, що сприятиме відновленню ринку. <u>Основні напрямки.</u> Японія, Китай, Сінгапур, Південна Корея, Австралія, Нова Зеландія.

Продовження додатку А

	<u>Порти</u> . Порт Шанхай, Порт Сінгапур, Порт Джеджу (Південна Корея), Порт Хаката (Японія).
Австралазія	У 2023 році кількість пасажирів становила 1,34 мільйона (майже на рівні 2019 року).
Південна Америка	У 2023 році спостерігалось зростання пасажиропотоку на 6,6% до 996 тисяч пасажирів порівняно з 2019 роком.
Близький Схід та Африка	У 2024 році цей регіон спостерігав невелике зниження кількості круїзних пасажирів (-3,9% до 517 тис.) порівняно з 2023 роком, здебільшого через скасування маршрутів у Червоному морі та перепозиціонування круїзів через геополітичну напруженість.
Річкові круїзи	Хоча більшість даних стосуються океанських круїзів, річкові круїзи також є значним сегментом, особливо в Європі (наприклад, по Дунаю, Рейну), Азії (Меконг) та Північній Америці (Міссісіпі). Очікується, що сегмент річкових круїзів демонструватиме найшвидші темпи зростання (CAGR 13,6% з 2023 по 2030 рік).

Джерело: створено автором на основі [30]

ДОДАТОК Б**Зображення судна типу Mega-Ships, 3,500+ Passengers**

Джерело: [37]

Зображення судна типу Large Ships, 2,500 – 3,499 Passengers



Джерело: [37]

Продовження Додатку Б

Зображення судна типу Midsized Ships, 1,500 – 2,499 Passengers



Джерело: [37]

Зображення судна типу Small-Mid Ships, 800–1,499 Passengers



Джерело: [37]

Продовження Додатку Б

Зображення судна типу Small Ships, 799 Passengers or Fewer



Джерело: [37]

ДОДАТКИ

ДОДАТОК В

Соціальні умовами для відродження круїзних технологій в Чорному морі

Умова	Опис
-------	------

<i>Відновлення та забезпечення безпеки та довіри</i>	<u>Гарантії безпеки.</u> Фундаментальна умова. Повна відсутність воєнних дій, мінної небезпеки, терористичних загроз та будь-яких ризиків для пасажирів і суден. Це передбачає не лише військову деескалацію, а й міжнародні гарантії безпеки судноплавства. <u>Відновлення довіри споживачів.</u> Після тривалого періоду війни та нестабільності, пасажирів (як міжнародні, так і внутрішні) потребуватимуть переконливих доказів того, що подорожі Чорним морем є абсолютно безпечними. Це вимагатиме потужних інформаційних кампаній та позитивного іміджу регіону. <u>Стабільність регіону.</u> Необхідна політична та економічна стабільність у всіх причорноморських країнах, що входять до потенційних маршрутів круїзів. Конфлікти або нестабільність у будь-якій країні регіону можуть відлякувати круїзні компанії.
<i>Розвиток людського капіталу та сервісної культури</i>	<u>Відновлення та підготовка кадрів.</u> Круїзна індустрія потребує висококваліфікованого персоналу: від екіпажів суден та портових працівників до фахівців з туризму, готельного менеджменту та розваг. Після війни необхідно буде інвестувати у професійну освіту та перепідготовку кадрів.

Продовження Додатку В

	<u>Сервісна культура.</u> Розвиток якісної сервісної культури, орієнтованої на міжнародні стандарти, є критично важливим. Це стосується не лише екіпажу суден, а й персоналу в портах, туристичних агенціях, готелях, ресторанах та інших сферах, що обслуговують туристів. <u>Мовна підготовка.</u> Знання іноземних мов (англійської як мінімум) для персоналу, що безпосередньо контактує з туристами, є обов'язковим.
<i>Соціальна сприйнятливість та взаємодія з місцевими громадами</i>	<u>Прийняття туристів місцевим населенням.</u> Важливо, щоб місцеві громади в портах заходу були готові та привітно ставилися до туристів. Це включає розуміння культурних відмінностей, готовність до "овертуризму" в пікові періоди та управління можливими негативними соціальними наслідками (зростання цін, затори). <u>Залучення місцевих громад.</u> Розвиток круїзного туризму повинен приносити відчутні вигоди місцевим громадам (робочі місця, розвиток малого бізнесу, культурний обмін), щоб забезпечити їхню підтримку та уникнути соціальної напруги. <u>Збереження культурної ідентичності.</u> Важливо збалансувати розвиток туризму зі збереженням унікальної культурної та історичної спадщини, щоб уникнути комерціалізації та втрати автентичності, що може відштовхнути туристів.

<i>Зміни у споживчих уподобаннях та очікуваннях</i>	<u>Свідомий туризм.</u> Зростає попит на екологічно відповідальний та соціально орієнтований туризм. Круїзні компанії повинні будуть адаптуватися до цих очікувань, демонструючи відповідальне ставлення до довкілля та місцевих громад. <u>Персоналізація та автентичність.</u> Сучасні туристи шукають більш індивідуалізований досвід та автентичні враження. Круїзні маршрути та програми на березі мають бути різноманітними та пропонувати унікальні можливості для знайомства з місцевою культурою та природою. <u>Відновлення рівня доходів населення.</u> Для розвитку внутрішнього круїзного туризму, який був значним у радянський період, необхідно відновлення платоспроможності та рівня доходів населення України, щоб круїзи знову стали доступним видом відпочинку.
<i>Міжкультурна комунікація та співпраця</i>	<u>Відновлення міжнародних зв'язків.</u> Активна дипломатична та культурна співпраця між причорноморськими країнами є важливою для створення спільних круїзних маршрутів та просування регіону як єдиної туристичної ланки. <u>Розвиток діалогу.</u> Створення платформ для діалогу між круїзними операторами, портовими адміністраціями, місцевими громадами та урядами для ефективного вирішення проблем та координації зусиль.

Джерело: розроблено автором