

## Развитие круизной индустрии - будущее и настоящее

Амирова Зарема Буттаевна, старший преподаватель кафедры «СГиЭД»  
МГАВТ - филиал ФГБОУ ВО "ГУМРФ имени С.О.Макарова"

*Рассмотрено влияние применения инноваций в круизном бизнесе, сущность которых заключается в значительных выгодах для достижения успеха в любом деле, решает проблемы, генерирует прибыль, увеличивает долю рынка и вытесняет конкурентов. Нежелание или неспособность улучшить свои продукты или услуги могут сделать круизный бизнес неспособным конкурировать.*

**Ключевые слова:** инновация, инвестиция, круиз, судоходство, туризм, рынок, конкуренция.

**Актуальность исследования** основывается на том, что в последние десятилетия стремительно развиваются и внедряются в предприятия и в сферу услуг инновации. Применение инноваций на предприятиях, ускоренные темпы обновления продукции и технологий создают благоприятные организационные и финансовые условия для продвижения новшеств в ходе активного поиска партнеров и инвесторов, и обеспечивает конкурентное преимущество на рынке

**Цель исследования:** Изучить инновации, а также нахождение путей совершенствования инновационной активности в круизном бизнесе.

**Задачи исследования:**

1. Показать значение инноваций на развитие круизного бизнеса;

2. Оценить риски и преимущества инноваций в бизнесе;

Круизный бизнес, история возникновения которого восходит к 70-м годам, начиная с развития североамериканской круизной индустрии, пережил растущий процесс популяризации, став важной частью туристического сектора и достиг уровня огромной значимости во всем мире в качестве одной из отраслей экономики.

За последние десятилетия, после обширных маркетинговых исследований рынка потребителей, круизная индустрия представила инновационные концепции морского дизайна, новые проекты судов, все более экзотические направления по всему миру, а также различные бортовые и береговые развлечения, предлагая захватывающий, насыщенный событиями, и определенно приятный отдых для миллионов пассажиров со всего мира каждый год.

Современная круизная индустрия является одним из самых выдающихся примеров глобализации, с растущим числом портов захода и пунктов назначения по всему миру, многонациональной клиентурой и персоналом на судах со всех континентов.

За последние 20 лет этот динамичный сектор постоянно расширяет свое предложение продуктов и услуг и развивает новые рынки со средним ежегодным ростом примерно на 8,5%.

Круизная индустрия пережила беспрецедентное развитие с начала века. В 80-е годы было построено и введено в эксплуатацию около 40 новых круизных судов, за которыми в 90-е годы последовали 80 других судов, а начиная с 2000-годов, этот показатель постоянно увеличивается.

На сегодняшний день компании Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruise Limited и Star Cruises, являются крупными корпорациями, которые контролируют около 80% круизного рынка во всем мире.

Carnival Corporation со штаб-квартирами в Майами и Лондоне, является бесспорным лидером в этом секторе и самой прибыльной компанией круизного отдыха в мире, имея 12 круизных брендов в Северной Америке, Европе и Австралии, управляет 89 круизными судами, около 65 000 сотрудников на борту и 170 000 гостей круглогодично.

Затем идут компании Crystal (дочерняя компания японского NYK), Silversea и Raddisson Seaven Seas.

Хотя офисы основных круизных компаний расположены в США и Европе, и их клиентура в основном из этих же стран, большая часть их флота зарегистрирована в Панаме, Либерии, на Багамских островах. Тем самым они получают ряд выгод, которые позволяют им иметь преимущества в конкурентоспособности на основе более благоприятных условий, касающиеся налогообложения, трудового законодательства, техники безопасности и экологических норм.

В круизную индустрию вкладываются многомиллионные инвестиции. Строятся новые, более инновационные и крупные суда, которые способны перевозить более 3000 пассажиров, предлагаются различные развлечения на борту, такие как торговые центры, рестораны, кафе и пабы, ночные клубы, дискотеки, казино, художественные галереи и музеи, театры и кинотеатры, библиотеки, зоны личной гигиены и спа, тренажерные залы, бассейны, теннисные корты, ледовые катки, чтоб удовлетворить постоянно меняющиеся предпочтения потребителей.

В течение последних десятилетий крупные круизные компании ежегодно заказывают новые и инновационные суда.

В 2018 году компания Royal Caribbean запустила крупнейший лайнер в мире — Symphony of the Seas. Корабль стоимостью \$1,5 млрд и вместимостью почти в 7000 пассажиров.

Практически все показатели корабля носят рекордные значения: водоизмещение составляет более 230 000 тонн, длина палубы — 362 м, а максимальная скорость — 22 узла (порядка 40 км/ч). Symphony of the Seas может принять одновременно до 6680 пассажиров и 2200 членов экипажа, включая обслуживающий персонал. На

борт лайнера располагаются 19 бассейнов, 10 джакузи, 24 лифта и 2775 кают. А также фитнес-центр, спа, казино и парк, с 12 000 тропических деревьев. Номер «люкс» занимает 125 кв м, оборудован горкой для детей, детской комнатой, бильярдом, 3D-кинозалом и балконом. К услугам пассажиров — личный мажордом.[1]

У Symphony есть старшие «братья» — Harmony of the Seas 2016 года, Oasis of the Seas и Allure of the Seas 2009 и 2010 годов рождения, но все они, хоть и не намного уступают в размерах новому судну. Их высота также соразмерна 20-этажному дому. Практически все каюты-номера таких кораблей оснащены балконами или окнами с полным или частичным видом на море («первая линия» в терминологии курортов). Потому что архитектура судна-катамарана длиной почти в 400 м позволяет строить два многоэтажных корпуса жилых помещений, смыкающихся на носу и имеющих балконы с двух сторон: одни с видом на открытое море, другие, бюджетные, с видом на внутренний сад и променад, вдалеке напротив — на «соседний корпус» и боковым видом на море за открытой кормой. И это ощущение присутствия на берегу, всем знакомого и любимого, когда можно выйти на балкон и посмотреть на красивый закат или рассвет, помахать рукой таким же счастливчикам из соседнего крыла отеля и назавтра вдруг оказаться в порту совершенно другого города. Такое сочетание привычного пассивного отдыха с драйвом от смены городов и стран без усилий на сборы и чекауты-чекины.

Эксперты подчеркивают, что 62% путешественников, которые однажды отправились в круиз, покупают круизные туры повторно, а 69% туристов, путешествующих по воде, считают этот вид отдыха более интересным, чем путешествия по суше. [1]

Конкуренция на рынке морских круизов достаточно активная. Ежегодно компании соревнуются размерами кораблей и пополнением флота. В июне 2018 года компания MSC спустила на воду свой лайнер MSC Seaview. Судно Costa Venezia компании Costa Cruises, пошел в первое плавание 8 марта 2019 года. Также в следующем году примет на борт первых туристов корабль Spectrum of the Seas Royal Caribbean. График получения новых судов расписан у участников рынка на ближайшие пять-десять лет вперед.[2]

Сотни круизных судов, перевозящих миллионы пассажиров, курсируют по всему миру в более чем 500 направлениях, включая Карибские круизы, как самые популярные, затем средиземноморские круизы и европейские маршруты, с посещением различных популярных портов и городов, таких как, Барселона, Венеция, Ницца, Афины и греческие острова, Монте-Карло, Стамбул, Лондон, Амстердам, скандинавские фьорды, Хельсинки, Сан-Петербург и т. д.

С каждым годом, круизная индустрия растет в популярности во всем мире, обслуживая разнообразную клиентуру с различными предпочтениями и потребностями в отдыхе на

азиатском, европейском и североамериканском рынках.

Этот феноменальный рост также создал потребность в более эффективных управленческих, организационных и плановых структурах, который приносит в экономику стран, более \$ 15 млрд ежегодно, 79% из которых приходится на североамериканский и британский рынки. Благодаря круизной индустрии, сотни тысяч рабочих мест по всему миру дают многомиллиардный ежегодный доход в различных промышленных секторах во всем мире, таких как, производство товаров длительного пользования, профессиональные и технические услуги, туристические услуги, финансовые услуги, авиалинии и транспорт, оптовая торговля и т.д.[3]

Объем рынка круизных судов относительно невелик, при этом важные барьеры, как для входа, так и для выхода на рынок связаны с чрезвычайно высокой стоимостью покупки или продажи одного круизного судна и высокими инвестициями, необходимыми для обслуживания и управления круизной компанией, что оказывает решающее влияние на различные аспекты и стратегии, связанные с организационными и управленческими вопросами.

Небольшое количество компаний на рынке внимательно следят за потенциальными коммерческими угрозами, находятся в условиях постоянной конкуренции за клиентуру, под влиянием общих экономических условий и других вариантов отдыха, таких как экскурсионный отдых, курортные отели, тематические парки и т. д. Эти ситуации привели к тому что, круизная индустрия разделилась на хорошо дифференцированные сектора или рыночные ниши-люкс, премиум и эконом, которые предлагают диверсифицированные и целевые круизные продукты и услуги для удовлетворения как массовых потребительских рынков, заинтересованных в бюджетных пакетах, так и отличительной клиентуры, ищущей эксклюзивный отдых на борту небольших роскошных судах.

Поэтому маркетинг, инновации и имидж бренда являются жизненно важными элементами в конкурентной коммерческой среде и ключевыми факторами успеха в этом секторе экономики, в постоянных усилиях по поиску новых источников дохода и новых стратегий для максимизации экономических показателей и прибыли.

Основные доходы в круизной индустрии генерируются в основном от пассажиров круизных судов, и поэтому способность привлекать и поддерживать клиентуру имеет важное значение для ее финансового успеха. Тем не менее, круизные тарифы в настоящее время являются еще одним элементом сложной мозаики коммерческих отношений вокруг круизной деятельности.

Время, когда бортовые магазины предоставляли некоторые сувениры и беспошлинные продукты, давно осталось позади. В настоящее время круизные суда предлагают все более широкий спектр судовых магазинов и бутиков, спа и услуг по уходу за собой

по ценам, которые конкурируют с береговыми предприятиями.

Круизные компании также внедрили различные методы привлечения клиентов к расходованию своих средств, например, в ресторанах и барах с дополнительными тарифами и альтернативными услугами, спутниковой телефонной связи, киберкафе и различных схемах получения доходов в каютах пассажиров (интерактивные мультимедиа и телевидение, минибары и т.д.)[4]

Кроме того, в то время как многие люди отправляются в круиз с намерением не делать ничего, кроме отдыха, другие клиенты заинтересованы в участии во всех видах деятельности и готовы заплатить за это. В результате растет предложение судовых мероприятий и услуг, таких как азартные игры в бинго и казино, приключенческие виды спорта, кулинарные мастер-классы, видеоигры, компьютеры и центры виртуальной реальности, тематические вечера и т. д.

Аналогичным образом, пассажирам круизных судов также рекомендуется принимать участие в большом разнообразии вспомогательных мероприятий на берегу. В начале 1990-х годов круизные компании начали заниматься маркетингом разнообразных видов деятельности и услуг на берегу. С тех пор экскурсии с гидом, заключенные с местными туроператорами для последующей продажи пассажирам на борту, стали дополнительным источником дохода для некоторых круизных компаний.

Круизный бизнес также продемонстрировал способность устанавливать и поддерживать эффективные отношения с туристической отраслью. Кроме того, круизные компании оказывают существенное влияние на поставщиков этих услуг, конкурирующих с друг другом, для успешного заключения контракта с круизной компанией, что позволяет отрасли получать дополнительный доход от разницы между покупательной и продажной ценами на такие продукты и услуги.

Морские экскурсии и посещения портов, как правило, приносят дополнительный доход круизным компаниям. [5]

Также круизные компании выступили с многочисленными инициативами по оказанию экономической помощи в строительстве или совершенствовании портовых сооружений и инфраструктуры в обмен на будущую формулу распределения доходов, которая в некоторых случаях включала бы приоритетное причаливание и процент портовых сборов.

Несмотря на потенциальный рост круизной индустрии и ее способность адаптироваться к меняющемуся спросу, рост цен на топливо, нынешний экономический кризис, различные вооруженные конфликты и политическая нестабильность, которые затрагивают различные части мира, сказываются на этом секторе.

Текущая экономическая ситуация заставила некоторые компании пересмотреть свои бизнес-

планы, контролируя расходы и сокращая часть своего персонала.

Однако эти экономические корректировки и изменения не окажут существенного влияния на потребителей и их потребности к высококачественным круизным услугам.

Более того, многие руководители круизных компаний убеждены, что сложившаяся ситуация оказывает определенное благотворное влияние на отрасль, исходя из фактической разницы затрат с другими альтернативными отпусками.

Следуя этой тенденции, круизная индустрия ищет новые инициативы для увеличения своей клиентуры при сохранении текущей доли рынка, и каждая компания имеет свою собственную стратегию для решения новых проблем, предлагая, например, семейные путешествия, больше инноваций в развлекательных предложениях, новые бортовые мероприятия, большую специализацию в предложении услуг, агрессивные модели ценообразования и скидки для привлечения потенциальных путешественников.[4]

Хотя большинство круизных компаний и турагентов не застрахованы от нынешней экономической ситуации, они выражают оптимизм в отношении экономических перспектив сектора, заглядывая в будущее в ближайшие годы.

Многие страны и порты во всем мире рассматривают круизную индустрию как потенциальный источник экономического роста; и ряд компаний уже объявили о планах добавить новые порты захода к существующим и новым маршрутам, включая прибрежные и речные круизы, предлагая лучшую транспортную инфраструктуру для портов посадки и последующую экономию на авиабилетах.

Несмотря на крупные габариты кораблей, круизную индустрию отличает мобильность и возможность быстрой перестройки направлений в зависимости от конъюнктуры рынка.

### **Выводы**

1. Инновационные технологии в круизном бизнесе являются требованием времени, что позволяют не только повышать качество услуг, но и рационально использовать все имеющиеся ресурсы, как для туристов, так и для владельцев круизного бизнеса. По мере развития НТП будут развиваться и инновационные технологии в туристической отрасли, которые позволяют открывать новые возможности для инноваций и делают круиз доступным для разных категорий населения.

2. Преимущества инноваций - это повышение производительности, снижение себестоимости, повышение конкурентоспособности, улучшение узнаваемости и ценности бренда, новые партнерства и отношения, увеличение оборота и повышение прибыльности. Предприятия, которые не внедряют инновации, рискуют потерей доли рынка, снижением производительности, эффективности, маржи, прибыли и выхода из бизнеса.

### **Литература:**

1. Смолокуров Е.В. Развитие мирового круизного флота: тенденции и перспективы – Спб: Вестник государственного университета морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова 2015 – С. 183-192
2. Официальный сайт компании «Royal Caribbean» [электронный ресурс],-URL <https://www.royalcaribbean.com/> (дата обращения 12.04.2019)
3. Шибает А.Г. Пассажирские перевозки [электронный ресурс],-URL <https://studfiles.net/preview/> (дата обращения 12.04.2019)
4. Сборник трудов международной научной конференции "Основные тенденции и особенности развития современной туристской индустрии в условиях цифровизации", посвященной памяти доктора экономических наук, профессора Сурагановой Сайран Кабдрахмановны [электронный ресурс],-URL <https://www.enu.kz/downloads/materials/> (дата обращения 12.04.2019)