

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка IV курсу 461 групи
спеціальності: 242. Туризм і рекреація
освітньо-професійної програми «Туризм»

Бакун Анна Олександрівна

Керівник: к. і. н., доц. Макієнко О.А.

Рецензент: Данів О. А., директор

ТОВ «Новелтревел»

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ..... | 6 |
| 1.1. Виникнення, сутність і значення інновацій у круїзному туризмі | 6 |
| 1.2. Аналіз інноваційних технологій і їх вплив на круїзний туризм | 15 |
| 1.3. Перспективи розвитку інновацій в круїзному туризмі | 22 |
| РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ..... | 28 |
| 2.1. Інноваційні підходи до управління в круїзному туризмі..... | 28 |
| 2.2. Аналіз ролі цифрових технологій у круїзному туризмі | 35 |
| 2.3. Інноваційні стратегії та перспективи розвитку круїзного туризму | 42 |
| 2.4. Стратегічне планування та рекомендації для туристичної агенції..... | 46 |
| ВИСНОВКИ | 50 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 53 |
| ДОДАТКИ | 60 |

ВСТУП

Актуальність теми роботи полягає у необхідності адаптації індустрії круїзного туризму до сучасних тенденцій глобалізації, технологічного прогресу та зміни споживацьких уподобань. Ця робота прагне виявити та проаналізувати інноваційні стратегії та технології, що можуть сприяти сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності круїзних компаній. Вчені як І. Л. Мельник, Н. О. Зацепіна, та інші вже започаткували дослідження в цій галузі, вказуючи на значення інновацій для адаптації круїзного туризму до сучасних викликів.

У контексті новітніх викликів, круїзний туризм розкриває перед мандрівниками нові можливості, пропонуючи незабутній досвід дослідження різноманітних культур та пейзажів через морські подорожі. Завдяки інтеграції екскурсій, комфорту проживання на борту та розважальних заходів, круїзи приваблюють все більше уваги, вносячи значний вклад у світову економіку. Однак, сучасні глобальні виклики, зокрема пандемія COVID-19 та геополітичні напруження, змусили галузь адаптуватися, підкреслюючи важливість інновацій для забезпечення безпеки та гігієни. Таке адаптування підкреслює необхідність дослідження інноваційних процесів для подолання цих викликів і вказує на потенціал для подальшого розвитку круїзного туризму, що стає предметом наукового інтересу вчених.

Мета дослідження полягає у вивченні інноваційних процесів у розвитку круїзного туризму та визначенні стратегій їх ефективного впровадження для стимулювання зростання та підвищення конкурентоспроможності галузі.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити **наступні завдання**:

- 1) виявити сутність і значення інновацій у круїзному туризмі;
- 2) проаналізувати сучасні інноваційні технології та їх вплив на галузь на прикладі туристична компанія «Ого Тур»;
- 3) визначення перспектив та напрямків розвитку круїзного туризму в умовах глобалізації та технологічного прогресу;

4) розробка рекомендацій щодо впровадження інновацій в круїзному туризмі.

Об'єкт дослідження — круїзний туризм як складова частина глобальної туристичної індустрії.

Предмет дослідження — інноваційні процеси у розвитку круїзного туризму.

У роботі були використані наступні **методи дослідження** для аналізу інноваційних процесів у розвитку сучасного круїзного туризму: теоретичний аналіз охоплював вивчення наукових праць, монографій, статей, нормативно-правових документів та матеріалів конференцій, цей підхід дозволив систематизувати основні теоретичні концепції та визначити напрямки розвитку інновацій у круїзному туризмі. Емпіричне дослідження - аналіз діяльності туристичної компанії та круїзних ліній, вивчення інноваційної діяльності на практиці та аналіз відгуків споживачів та експертних оцінок. Компаративний аналіз дозволив порівняти інноваційні процеси в круїзному туризмі різних країн, виявити ефективні практики. SWOT-аналіз був використаний для оцінки сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, пов'язаних із інноваційними змінами в круїзному туризмі. Метод моделювання застосовувався для створення прогнозних моделей розвитку галузі з урахуванням інновацій. Використання цих методів забезпечило комплексний підхід до дослідження, дозволяючи отримати глибоке розуміння інноваційних процесів у круїзному туризмі та їх впливу на розвиток галузі.

Практичне значення дослідження визначає у розв'язання актуальних проблем та викликів, з якими зіштовхується галузь, сприяючи підвищенню її ефективності та стійкості. У роботі запропоновані заходи розвитку діяльності туристичної компанії «Ого тур» та заходи для туристичної компанії, що спеціалізується на круїзних туристичних послугах, які забезпечать покращення діяльності як компанії та галузі в цілому.

Структура роботи складається з вступу, двох розділів (сім підрозділів), висновків, списку використаних джерел (62 найменування), додатків. Загальний обсяг роботи – 63 сторінки.

РОЗДІЛ 1.

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Виникнення, сутність і значення інновацій у круїзному туризмі.

Інновації є критичним елементом для прогресу в економіці та туристичній галузі, відіграючи важливу роль у розвитку круїзного туризму. Поняття «інновація», що витлумачується як введення нововведень, було вперше введено в науковий обіг Й. Шумпетером, австрійським економістом у його роботі «Теорія економічного розвитку». Шумпетер окреслив п'ять основних напрямків для реалізації інновацій, що охоплюють запровадження нових товарів, методів виробництва та організаційних структур [2; 7].

В області туризму існують різні підходи до визначення інновацій, із огляду на широкий спектр діяльності різноманітних підприємств у цій сфері. Інновації в туризмі можуть бути описані як впровадження нових чи значно вдосконалених продуктів, процесів, методів маркетингу, а також організаційних методів у діяльності підприємств та організацій.

Вивчення інновацій у туристичній галузі дозволило сформулювати перелік конкретних нововведень, що включають нові форми відпочинку, типи розміщення, туристично-екскурсійні об'єкти та маршрути, послуги, розваги, а також методи управління та організації.

Технологічний прогрес, зокрема розвиток інформаційних технологій і засобів комунікації, має значний вплив на туристичну індустрію, змінюючи методи управління та способи взаємодії з клієнтами. Інтернет, сучасні аудіо- та відеотехнології відкривають нові можливості для розвитку туристичних сервісів, сприяючи інтеграції інновацій у всі аспекти туристичної діяльності [17, с. 40]. Це, своєю чергою, підвищує обізнаність та співпрацю між туристичними підприємствами, зокрема малими та середніми, і стимулює використання національних та європейських програм підтримки.

У сучасному світі круїзний туризм стає все більш популярним, пропонуючи унікальний спосіб подорожування та відкриття нових місць. Втім, для підтримки зростаючого інтересу та вимог споживачів, галузь стикається з необхідністю неперервних інновацій. Інновації в круїзному туризмі можна розглядати як комплексні зміни, що охоплюють технології, сервіс, маршрутизацію, безпеку, екологічність та інші аспекти, які сприяють покращенню туристичного досвіду, ефективності операцій та сталого розвитку.

В академічній літературі концепція «туризму» визначається з різною думкою. М. І. Кабушкін описує її як сектор економіки, який охоплює діяльність туристичних агентств та операторів [32].

В. Ф. Кифяк акцентує на туризмі як на економічній діяльності, пов'язаній із сервісом для тимчасово переміщених осіб [31].

Узагальнюючи ці підходи, можна стверджувати, що туризм охоплює різноманіття потреб і мотивацій туристів, особливості їхнього перебування поза постійним місцем проживання, а також взаємозв'язок між споживачами та надавачами послуг у контексті природних, культурних і економічних ресурсів.

Однак, однозначного тлумачення поняття «туризм» немає, і це ще раз підтверджує його велику аспектність. Визначення туризму, як правило, вимагає врахування специфіки конкретного його виду.

Вивчення суті поняття «круїзний туризм» має ключове значення для нашого аналізу. Цей вид туристичної діяльності відносно молодий, але він вирізняється динамічним ростом та популярністю. Україна обдарована значними природними та культурними ресурсами, які можуть слугувати фундаментом для розвитку круїзного туризму. Однак, щоб ефективно втілити потенціал круїзного туризму в життя, необхідно звернути увагу на декілька ключових аспектів.

Також, «Туристський словник-довідник» розглядає круїз як туристську поїздку, яка використовує транспортні засоби, зокрема, водні, не тільки для перевезення, але і як місця проживання, харчування та інших послуг [49].

Дослідження туристичного ринку, а зокрема сегменту ринку круїзних туристичних послуг, вимагає ретельного аналізу ключових понять круїзного туризму та його класифікації. Розуміння цих понять дозволяє усвідомити широту та багатовимірність даної галузі, яка є динамічною та різноплановою. Визначення понять «круїз» та «круїзний туризм» приведені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «круїз» та «круїзний туризм»

| <i>Автори</i> | <i>Визначення поняття</i> |
|--|---|
| А. Г. Зіма [24] | Круїз — міжнародний бізнес, що являє собою комплекс ринкових структур і з'єднує кілька менших міжнародних ринкових сегментів. |
| О. В. Аріон [8] | Круїз — морська або річкова подорож на теплоході, яка використовується як спосіб перевезення, розміщення, розваг тощо, і включає в програму Європейського обслуговування. |
| В. Федорченко [49, с. 72] | Під круїзом розуміють туристську поїздку з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування та обслуговування |
| В. Федорченко [49, с. 72] | Під круїзом розуміють туристську поїздку з використанням транспортних засобів (як правило, водних) не тільки для перевезення, але і як способів розміщення, харчування й обслуговування. У туристській практиці реалізується програма круїзів на морських і річкових маршрутах. |
| В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк [43, с. 42] | Круїз – це подорож вироблених на кайманите 60 годин на морському судні здебільшого з метою отримання задоволення. |
| І. А. Голубкова [15, с. 5] | Круїзний туризм – це величезна робота забезпечення комфортного відпочинку туристів на тілісі на водному транспорті. |
| І. Я. Антоненко [7, с. 29] | Круїзний бізнес – це господарська діяльність з надання послуг туристичного перевезення морським пасажирським транспортом. |

Розглядаючи ці визначення, ми виходимо з того, що слово «круїз» (англ. «cruise») означає морську подорож, яка часто виконується у формі замкненого маршруту, із заходами до різних портів. Круїзний туризм, згідно з Проектом Закону України «Про туризм», визначається як організована подорож на водному транспорті, яка містить багато запланованих туристичних відвідувань різних портів [1].

Важливою характеристикою круїзного туризму є його економічні відносини, які виникають між суб'єктами діяльності: туристичними операторами, що надають повний спектр послуг і створюють туристичний продукт – круїз, та державними органами, які регулюють цю діяльність через правові норми та міжнародні угоди [25, с. 40].

У сучасній науковій дискусії не існує єдиного визначення поняття «круїз», що відображає його багатогранність та складність. Часто круїз сприймається як розкішна подорож на пасажирському судні, яка орієнтована на клієнтів з високим рівнем доходу [18, с. 50]. Цей вид туризму виступає як комплексне явище, що об'єднує зусилля різних суб'єктів господарювання.

В умовах сучасної круїзної індустрії поняття харчування на борту лайнерів значно еволюціонувало, пропонуючи пасажирам широкий спектр гастрономічних задовольень. Традиційна модель триразового харчування доповнюється інноваційними підходами, такими як формати «все включено» або навіть «все-включено», які забезпечують не лише основні приймання їжі, а й безліч альтернативних варіантів для закусок та вечері, включаючи нічні буфети та снєк-бари. Ця гнучкість в організації харчування на борту дозволяє пасажирам насолоджуватися різноманітністю кулінарних традицій без додаткових витрат та обмежень [19].

Водночас круїзні подорожі поділяються на морські, які ведуть через моря та океани, та річкові, що пропонують унікальний досвід подорожей річковими артеріями або озерами. Кожен тип круїзу має свою специфіку та привабливість, пропонуючи пасажирам різноманітність пейзажів, культурних вражень та можливостей для відпочинку (рис. 1.1).

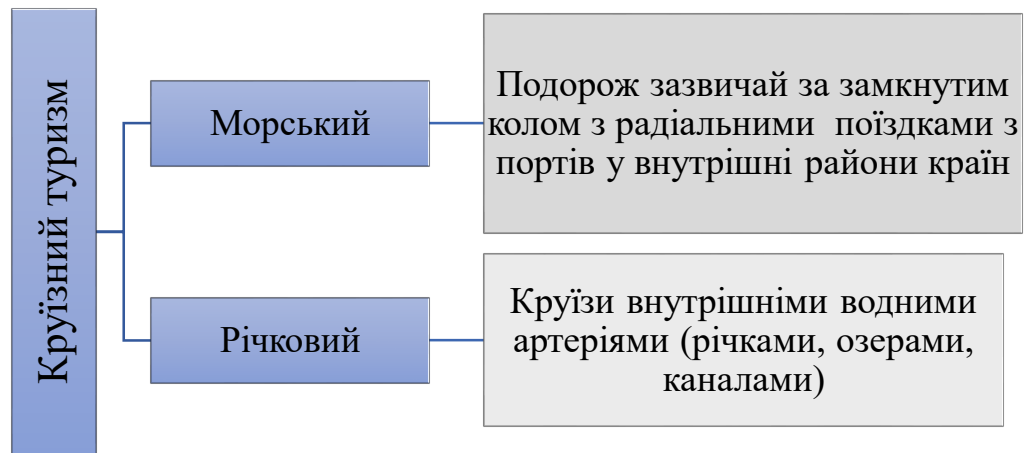


Рис. 1.1. Види туристичних круїзів за характеристикою водного простору [18;49]

Дослідження різних авторів пропонують власні інтерпретації круїзу, розглядаючи його як тривалу морську подорож із наданням повного спектра послуг, включно з відвідуванням мінімум двох портів на шляху подорожі, не рахуючи портів відправлення та прибуття. Круїз також розуміється як пакетний тур, де судно водночас є транспортним засобом та місцем проживання, а сама подорож з її зупинками для огляду визначних пам'яток є основною метою [36, с. 30-31].

Попри велике значення круїзного туризму в сучасній туризмології, вітчизняна наукова література часто залишає це поняття без належної уваги. Згадки про круїзний туризм рідко зустрічаються у виданнях, таких як «Туристський словник-довідник» В. Федорченка та І. Мініча [49-50] чи в «Сучасних різновидах туризму» М. Кляпа і Ф. Шандора [33].

Проте ця тема активно висвітлюється у ЗМІ та в міжнародних наукових роботах, де круїзний туризм визнаний важливою категорією [19;39]. Певний аналіз цієї теми здійснено в роботах О. Ляховської, де розглядається стан та перспективи круїзного туризму в Україні на початку XXI століття [35-36]. При цьому, основна увага у цій літературі приділяється морським круїзам, тоді як річковий круїзний туризм часто залишається недооціненим або згадується лише маргінально.

У дослідженнях підкреслює потребу більшої уваги до річкового круїзного туризму, який має великий потенціал у регіонах з розвиненими річковими системами та може стати важливою частиною туристичної пропозиції країни. Вивчення і просування річкового круїзного туризму можуть сприяти диверсифікації туристичних продуктів та задоволенню зростаючого попиту на унікальні та інноваційні туристичні враження.

Враховуючи ці фактори, важливим завданням для дослідників та практиків є розробка стратегій для розвитку круїзного туризму, які б враховували всі його виміри — від логістики та інфраструктури до маркетингу та управління досвідом споживачів. Це вимагає комплексного підходу, що залучає як державні органи, так і приватний сектор для створення багатогранного і конкурентоспроможного туристичного продукту [22, с. 28].

Ми переконані, що круїзний туризм заслуговує на детальне дослідження, оскільки це явище має низку унікальних особливостей, які вимагають глибокого аналізу. Круїзний туризм можна розглядати як комплексну систему, де взаємодіють турпідприємства – туристичні компанії, які володіють необхідними ресурсами для створення та реалізації круїзних програм, а також супутні установи, що обслуговують туристичну інфраструктуру. Туристи як споживачі цих послуг взаємодіють із державними органами, які через нормативно-правову базу та міжнародні угоди регулюють цю діяльність.

Сучасний круїзний бізнес вимагає від своїх учасників гнучкості та здатності швидко реагувати на зміни на ринку, які можуть включати різноманітні варіанти харчування, цілодобовий сервіс, наявність магазинів на борту суден і безліч інших послуг, які приваблюють клієнтів з різними рівнями доходу [62].

Така багатофункціональність та здатність задовольнити різноманітні запити клієнтів робить круїзний туризм особливо привабливим, і водночас ставить перед дослідниками завдання глибше зрозуміти його характеристики, особливості та потенціал для подальшого розвитку. Цей вид туризму втілює в

собі економічні, соціальні та культурні взаємовідносини, формуючи унікальну модель взаємодії між всіма зацікавленими сторонами.

Серед викликів, що стоять перед організацією круїзного туризму в Україні, особливо важливими є якість та спектр послуг, що надаються під час круїзу, ефективна класифікація транспортних засобів, які здійснюють транспортування туристів, та глибоке розуміння характеристик та очікувань споживачів туристичних послуг. Оптимізація цих елементів може значно підвищити конкурентоспроможність круїзного туризму в Україні та відкрити нові горизонти для розвитку цієї сфери на національному та міжнародному рівнях [55].

Інновації в круїзному туризмі не обмежуються лише впровадженням новітніх технологій, хоча це і є важливим аспектом. Вони також включають розробку нових маршрутів, підвищення рівня сервісу, впровадження екологічно чистих технологій, забезпечення вищої безпеки пасажирів та екіпажу, а також створення інноваційних розважальних та освітніх програм на борту. Ці інновації спрямовані на забезпечення незабутнього досвіду для пасажирів, а також на мінімізацію впливу на навколишнє середовище.

Вчені, такі як А. Александрова [23], М. Біржаков [29], та інші видатні дослідники, звертали увагу на географію круїзних маршрутів та місце круїзного туризму в міжнародному контексті. Проблематику цієї сфери детально розглядали І. Антоненко [7;30], О. Аріон [8], серед інших, які зосереджувалися на викликах і перспективах, що стоять перед круїзним туризмом.

Перевезення людей морськими та річковими шляхами має давню історію, сягаючи своїм корінням у середньовіччя, коли ірландські ченці, включаючи Святого Брендана, покровителя Ірландії, відкривали нові маршрути через океан. Скандинави та нормани зробили свій внесок у розвиток мореплавства, створюючи міцні кораблі, що підкреслювало важливість водного транспорту для досліджень і торгівлі.

З настанням Великих географічних відкриттів і з появою пароплава, розробленого Р. Фултоном у 1807 році, морські та річкові подорожі отримали новий імпульс до розвитку. Сучасний водний транспорт, що включає міжнародні, міжміські та каботажні перевезення морським шляхом, а також річкові перевезення, відіграє ключову роль у глобальній туристичній індустрії.

Сфера круїзного туризму продовжує розвиватися, інтегруючи новітні технології та інноваційні підходи для забезпечення високого рівня сервісу та комфорту для пасажирів. Від історичних мореплавців до сучасних круїзних лайнерів, подорож водним шляхом залишається однією з найзахопливіших пригод, що відкриває безмежні можливості для дослідження світу [23-30].

Динаміка розвитку круїзного туризму та його перспективи були предметом дослідження багатьох вчених. Н. О. Зацепіна визначає основні мотиви вибору морських подорожей, такі як прагнення до комфортного відпочинку на морі, бажання відвідати нові місця і культурні об'єкти [23].

В роботах В. В. Корнілової та Н. В. Корнілової акцент робиться на стрімкому зростанні світового круїзного ринку останніми десятиліттями [29]. І. Антоненко та І. Мельник звертають увагу на проблеми в'їзного круїзного туризму в Україні, вказуючи на необхідність значних інвестицій для оновлення флоту та розвитку інфраструктури [6].

С. Г. Нездоймінов та Н. М. Андрєєва обговорюють важливість інтеграції ресурсів для підвищення конкурентоспроможності України в секторі круїзного туризму [38].

Н. А. Добрянська та колеги підкреслюють роль держави у розвитку круїзного судноплавства для соціально-економічного прогресу Чорноморського регіону [18].

Інновації в круїзному туризмі відіграють критичну роль у задоволенні та перевершенні очікувань клієнтів. Вони дозволяють круїзним компаніям виділитися на ринку, пропонуючи унікальні послуги та досвід, що, своєю чергою, сприяє залученню нових клієнтів та утриманню теперішніх. Крім того, інновації допомагають оптимізувати операційну діяльність, підвищуючи

ефективність та знижуючи витрати, особливо в контексті палива та енергоспоживання.

Важливим аспектом є також екологічна стійкість. З огляду на глобальні виклики, пов'язані зі зміною клімату та забрудненням океанів, інновації, спрямовані на зниження вуглецевого сліду круїзних лайнерів та застосування альтернативних джерел енергії, стають ключовими для забезпечення сталого розвитку індустрії.

Нарешті, інновації сприяють розширенню можливостей круїзного туризму, відкриваючи нові географічні регіони та культурний досвід для пасажирів. Розвиток нових маршрутів та ексклюзивних призначень не лише збагачує досвід подорожей, але й сприяє економічному розвитку місцевих спільнот, відкриваючи перед ними нові можливості [28, с. 25].

Загалом, інновації є ключовим драйвером розвитку круїзного туризму, дозволяючи індустрії адаптуватися до змінюваних потреб ринку, забезпечувати високий рівень задоволення клієнтів та відповідати викликам сталого розвитку.

Відомо, що круїзний туризм набуває особливого значення в регіонах, де інші види транспорту менш доступні. Це особливо стосується острівних територій та місць з обмеженим доступом, де круїзні судна стають майже винятковим засобом для доставлення туристів. Отже, у таких місцях круїзи можуть становити значну частку всіх туристичних прибуттів, а в контексті міжнародного туризму їхній вплив стає ще більшим.

Цікаво, що круїзний туризм постійно адаптується до змінних умов і потреб споживачів, включаючи розробку нових маршрутів, пропозицію короткотермінових круїзів та введення більш доступних цінових опцій. Ці зміни відображають не лише зміну в споживацьких перевагах, а й прогресивну тенденцію в галузі круїзних подорожей – рух від ексклюзивності до інклюзивності, від елітарності до доступності.

Така трансформація не тільки демократизувала круїзний туризм, а й значно розширила його цільову аудиторію. Результатом стало те, що круїзні

подорожі тепер приваблюють не лише традиційно заможних клієнтів, але й сім'ї, молодь, шукачів нових вражень із різних соціально-економічних верств. Ця широка палітра пропозицій та варіативність круїзних досвідів відповідає на запити сучасних туристів, які прагнуть персоналізованих та значущих подорожей. Отже, інновації в круїзному туризмі мають вирішальне значення для задоволення висхідних вимог споживачів та підтримки сталого розвитку галузі.

1.2. Аналіз сучасних інноваційних технологій і їх вплив на круїзний туризм.

Інновації у круїзному туризмі відіграють стратегічну роль, поєднуючи переваги традиційних видів відпочинку з сучасними технологічними досягненнями. Створюючи комплексний туристичний продукт, круїзи приваблюють широкий спектр туристів завдяки своїй багатоатрибутній пропозиції. Сьогодні круїзний туристичний продукт відображає істотні зміни в очікуваннях сучасних мандрівників, які прагнуть не тільки нових вражень, а й освітнього збагачення та міжнародного досвіду [36].

Сучасні круїзні подорожі виходять за рамки класичної формули «все включено», пропонуючи всебічний пакет послуг за доступною ціною, тим самим роблячи круїзи масово доступними. Це сприяло розширенню світового туристичного ринку, з круїзними подорожами, що складають приблизно 2% від його загальної структури, і, за даними Всесвітньої туристичної організації, 5% світових туристів використовують водний транспорт як засіб досягнення місць відпочинку [11].

Протягом минулих двох десятиліть круїзна індустрія свідчила про стабільне зростання, хоча у 2012-2013 роках було зафіксовано деяке уповільнення. Темпи розвитку підтримувалися завдяки інвестиціям в удосконалення бізнес-процесів і впровадження інновацій. Уповільнення

ринку може бути пов'язане зі зменшенням замовлень на нові судна та зниженням привабливості деяких DESTИНАЦІЙ, а також природно-кліматичними змінами, що створюють перепони для круїзних ліній. Зважаючи на ці виклики, питання інноваційного розвитку у круїзному туризмі стає надзвичайно актуальним для всіх його учасників, адаптація до динамічних умов ринку вимагає гнучкості та інноваційного мислення [11;53-54].

Для глибшого розуміння впливу інноваційних технологій на розвиток круїзного туризму необхідно розкрити суть поняття «інноваційні технології» в контексті туристичної індустрії. Аналіз наукових джерел виявляє відсутність уніфікованого визначення цього терміну. Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» [4], під інноваціями розуміються нові або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукти чи послуги, а також управлінські, комерційні чи інші рішення, які суттєво покращують структуру виробництва чи соціальну сферу.

Інновації виступають драйвером змін, маючи величезний потенціал для трансформації не лише окремих продуктів чи послуг, але й цілих галузей, включаючи туризм. Вони сприяють створенню нових чи удосконаленню наявних технологічних процесів, впровадженню інноваційних послуг та розробці новаторських підходів до задоволення потреб споживачів [14].

У контексті круїзного туризму, інноваційна діяльність відкриває шлях до розробки новітніх видів туристичного продукту, оптимізації використання ресурсів та модернізації процесів обслуговування та управління [13]. Це охоплює як технологічні нововведення, такі як розвиток онлайн-бронювання та електронної комерції, так і управлінські інновації, що дозволяють ефективніше координувати діяльність туристичних компаній і забезпечувати високий рівень задоволення клієнтів.

Особлива увага приділяється створенню інтегрованих інформаційних систем, що дозволяють споживачам легко отримувати актуальну інформацію, ефективно планувати подорожі та користуватися широким спектром послуг у режимі реального часу. Такі системи, як GDS, сприяють формуванню єдиної

інформаційної мережі для всієї туристичної індустрії, забезпечуючи її учасникам вигоди від швидкого доступу до ресурсів і зниження витрат на зв'язок.

Враховуючи виклики, з якими стикається сучасний туризм, включаючи політичну нестабільність, кліматичні зміни та візові обмеження, інновації відіграють ключову роль у забезпеченні стійкості та адаптивності індустрії. Вони не лише допомагають вирішувати існуючі проблеми, а й відкривають нові можливості для розвитку, збільшуючи привабливість туристичних продуктів та сприяючи зростанню туристичних потоків та доходів [17, с. 40].

Інновації відіграють ключову роль у розвитку галузі, пропонуючи нові можливості для покращення сервісу, збільшення ефективності операцій та впровадження сталого розвитку. В таблиці 1.2 нижче представлено декілька ключових інноваційних технологій, що вже застосовуються або мають потенціал бути впровадженими в круїзному туризмі.

Таблиця 1.2

**Огляд ключових інноваційних технологій в круїзному туризмі
[15; 34;40]**

| <i>Інноваційна технологія</i> | <i>Опис</i> | <i>Вплив на круїзний туризм</i> |
|--|--|---|
| Електронне бронювання | Дозволяє клієнтам бронювати круїзи онлайн, вибираючи каюти, екскурсії тощо. | Збільшує зручність для споживачів, сприяє зростанню продажів. |
| Використання альтернативних видів палива | Застосування LNG та інших екологічних видів палива для зниження викидів. | Покращує екологічний слід круїзних лайнерів. |
| Штучний інтелект | Використовується для персоналізації послуг на борту та оптимізації роботи екіпажу. | Підвищує задоволеність пасажирів, оптимізує експлуатацію. |
| Віртуальна реальність | Пропонує віртуальні екскурсії по круїзному лайнеру або місцях заходу. | Розширює досвід пасажирів, надає додаткові розваги. |

| | | |
|--|---|--|
| Використання новітньої техніки та технологій | Створення спеціалізованих програм, QR-кодів, онлайн-бронювання та мобільних додатків. | Оптимізація процесів бронювання та надання інформації, зручність для користувачів. |
| Впровадження нових туристичних ресурсів | Просування нових місць і видів відпочинку, що раніше не були доступні. | Збагачення досвіду пасажирів шляхом нових вражень та відкриттів. |
| Організаційні зміни в туризмі | Зміни в способах виробництва і надання туристичних послуг. | Підвищення ефективності та гнучкості управління туристичними послугами. |
| Розробка нового туристичного продукту | Введення нових маршрутів, турів, незвичайних екскурсій. | Розширення асортименту пропозицій, залучення нових груп клієнтів. |
| Розширення ринків збуту | Відкриття та використання нових ринків для збуту туристичних послуг. | Доступ до нових сегментів ринку, зростання попиту та продажів. |

По суті, інноваційні технології пропонують значні переваги для круїзного туризму, включаючи покращення клієнтського досвіду, збільшення екологічної стійкості та оптимізацію управління ресурсами. Впровадження цих технологій вимагає інвестицій та стратегічного планування, але воно відкриває шлях для подальшого розвитку галузі, підвищуючи її привабливість та конкурентоспроможність у світовому туристичному ринку.

Пошук альтернативних способів використання пасажирських суден, які зіткнулись з конкуренцією з боку комерційних авіаліній, сприяв розвитку круїзного туризму. На цьому шляху круїзний сектор зіткнувся з викликами, зокрема, необхідністю значних інвестицій для будівництва нових та оновлення існуючих суден, а також високими операційними витратами на створення круїзного продукту. Ці фактори призвели до формування ринку, де круїзні компанії для забезпечення прибутковості об'єднують ресурси, утворюючи холдингові структури. Така горизонтальна інтеграція дозволяє оптимізувати використання ресурсів, зміцнювати інвестиційний потенціал, консолідувати

трудові ресурси та підвищувати гнучкість у прийнятті управлінських рішень [52, с. 155].

Відмінною рисою круїзного туризму є його мобільність, яка дозволяє використовувати плавзасоби цілорічно в різних частинах світу, розширюючи географію пропозицій і надаючи унікальні туристичні можливості, недоступні в інших видах туризму.

Інноваційні зміни в секторі круїзного туризму є відповіддю на структурні зміни в суміжних галузях економіки. Статистика показує зниження динаміки росту пасажиромісткості круїзних суден з 5,5% у період 2008-2010 років до 2,7% у 2011-2019 роках, що вказує на скорочення інвестицій у розширення круїзного флоту [11;54]. Ця тенденція підкреслює необхідність інноваційного підходу до розвитку круїзного ринку, щоб подолати наявні виклики та забезпечити стале зростання галузі.

Прогрес у круїзному туризмі часто вимірюється через динаміку пропозицій ліжко-місць, що вказує на фазовий перехід від активного розвитку до стадії зрілості ринку. У 2008 році ринок пропонував 104 млн. ліжко-днів на 377 тис. місць, аналогічно до 275 днів продажу на одне ліжко щорічно [54]. До 2019 року ця цифра зросла до 829,4 млн. ліжко-днів на 470 тис. місць, відповідаючи 286 дням на рік. Ці зміни свідчать про прагнення круїзних операторів збільшити прибутковість шляхом подовження навігаційного сезону. Вартість круїзного продукту у 2008 році становила приблизно 1,69 тис. доларів США, але через фінансову кризу та стабілізаційні заходи, ціна знизилася до 1,40-1,45 тис. доларів США в період з 2009 по 2011 роки. Подальше відновлення цін до 1,7-2,0 тис. доларів США у 2019 році було спричинене коливаннями на енергетичному ринку та курсу долара [11].

За даними 2019 року, доходи від круїзного туризму перевищили 41 млрд. доларів США, де інфляційні процеси спричинили зростання операційних витрат, необхідних для розробки круїзного продукту [60]. Це спонукало операторів змістити акцент конкуренції з цінових на нецінові фактори,

підкреслюючи важливість інновацій на всіх етапах створення та просування круїзних путівок.

Вартість круїзного продукту та його привабливість для туриста залежать від конкретного судна та маршруту. WTO розглядає круїзне судно як рухомий готель-курорт, що дозволяє ключовим гравцям ринку формувати інноваційний попит за допомогою стратегії розширеного зростання [11].

Збереження динаміки зростання в круїзному туризмі забезпечується завдяки інвестиціям в інновації та неперервному удосконаленні продукту [38]. Важливим аспектом аналізу розвитку круїзного ринку також залежить від ефективною сегментації та інноваційного підходу до розробки продуктів. Сегментація, яка ґрунтується на економічних та демографічних ознаках, дозволяє операторам точніше визначати цільові аудиторії та адаптувати свої пропозиції відповідно до потреб ринку. Категоризація круїзних ліній за класом, від преміального до бюджетного сегмента, вказує на різноманітність уподобань споживачів та надає можливість для інноваційного розвитку кожного сегмента.

Інвестування у нові технології та сервіси на борту, такі як цифрові помічники, системи швидкого заселення за допомогою біометричного розпізнавання, віртуальні екскурсії та інші інноваційні рішення, дозволяють круїзним компаніям підвищувати якість обслуговування та забезпечувати неперевершений досвід для своїх пасажирів.

Зростання використання онлайн-платформ для бронювання, інтеграція з соціальними медіа для маркетингу та комунікацій, а також застосування інноваційних логістичних рішень сприяють збільшенню ефективності круїзних операторів та розширенню доступності круїзних подорожей для широкого кола туристів [13, с. 14-15].

Однак, всупереч значному потенціалу інновацій, круїзний туризм залишається чутливим до глобальних викликів, таких як політична нестабільність, економічні коливання, зміни клімату та здоров'я громадськості. Це вимагає від галузі не тільки адаптації до поточних умов, але

й передбачливості в інноваційному плануванні, щоб впоратися з майбутніми викликами та використовувати нові можливості.

Переосмислення викликів та можливостей, що постали перед круїзним туризмом у світлі політичних та економічних змін, відкриває нові перспективи для адаптації та інновацій. Спостереження за динамікою у Сполучених Штатах у кінці 2020 року, коли фінансові потрясіння через питання державного боргу призвели до тимчасового призупинення роботи багатьох державних об'єктів, включаючи національні парки та музеї, вказує на крихкість туристичної галузі перед обличчям макроекономічних та політичних невизначеностей [40;51].

Глобальна пандемія COVID-19 внесла свої корективи, викликавши безпрецедентне закриття кордонів, що призвело до різкого спаду в міжнародному туризмі та авіаційних перевезеннях. Цей надзвичайний стан вимагає від туристичних підприємств пошуку шляхів для ефективного виходу з кризи, зокрема через інтеграцію та консолідацію ресурсів [20].

На тлі цих викликів інтеграція у сфері туризму видається одним із важливих стратегічних рішень. Як приклад, можна згадати злиття авіакомпаній, що створює монопольні умови на ринку, але також підкреслює необхідність регуляторного втручання для забезпечення здорової конкуренції та захисту прав споживачів.

Інновації у сфері туризму, включаючи впровадження нових послуг та підходів до управління, можуть стати вирішальним фактором у подоланні кризи. Це не лише підвищить конкурентоспроможність підприємств, а й сприятиме загальному відновленню туристичної галузі, вказуючи на великий потенціал інновацій для досягнення економічного ефекту та стимулювання розвитку.

Розвиток сучасних технологій і їх впровадження в круїзний туризм змінюють обличчя цієї індустрії, пропонуючи нові можливості для підвищення якості обслуговування та розширення туристичної пропозиції. Інновації, такі як вдосконалення системи бронювання, персоналізоване

обслуговування з використанням штучного інтелекту, розвиток розважальних технологій на борту суден, а також збільшення екологічної стійкості та безпеки подорожей, відкривають нові перспективи для задоволення вимог сучасних мандрівників [17].

Вдосконалення бізнес-моделей круїзних ліній, інтеграція з цифровими технологіями, оптимізація логістичних ланцюгів, а також створення інноваційних розваг і послуг на борту суден дозволяють круїзній індустрії розвиватися відповідно до змінюваних вимог ринку і тенденцій у світовому туризмі. Успішне впровадження інновацій не тільки забезпечує конкурентну перевагу, але й стимулює стійке зростання та розвиток галузі в цілому.

Інтеграція новітніх технологічних рішень та методик у сектор активного туризму відкриває шляхи до швидкого розроблення і запуску на ринок привабливих туристичних продуктів. Це, своєю чергою, спонукає до зростання туристичної діяльності в Україні, приваблюючи не тільки молодь, а й людей різних вікових груп.

Завдяки передовим технологіям, таким як геоінформаційні системи, різноманітні інформаційні та Інтернет-рішення та супутнє технічне обладнання, значно покращується ефективність управління в галузі спортивного туризму. Крім того, ці інновації надають важливу підтримку любителям туризму у плануванні та реалізації незалежних походів. Вони також стають незамінними помічниками для студентів, які здобувають освіту у сфері туризму, дозволяючи їм глибше зануритися в професійну підготовку та практику.

1.3. Перспективи розвитку інновацій в круїзному туризмі.

Круїзний туризм відкриває унікальні можливості для подорожей, дозволяючи відвідати кілька країн протягом однієї поїздки та насолоджуватись перебуванням на борту сучасних лайнерів, які пропонують високий рівень сервісу та комфорту. Відзначається, що круїзи мають високу

частку повторних відвідувань, що свідчить про їх популярність серед туристів. Класифікація круїзних подорожей на standart, premium, і deluxe вказує на вишуканість та різноманітність пропозицій, з високим рівнем сервісу, що перевищує стандарти наземних готелів. Вартість круїзів, як правило, на 30% нижча за аналогічні наземні тури, роблячи їх доступнішими та привабливими для широкого кола мандрівників.

На світовому ринку круїзів працює понад 150 компаній, серед яких відомі Carnival Cruise Lines, Celebrity Cruises, Royal Caribbean International, які об'єднані в професійну асоціацію CLIA, сприяючи розвитку галузі [41].

Розглядаючи Чорноморсько-Азовський басейн, можна зазначити його велику привабливість для розвитку круїзного туризму, з огляду на інтерес з боку туристів з Великобританії, Америки, Італії та Німеччини. Однак існують виклики, такі як необхідність удосконалення флоту до світових стандартів якості та безпеки, розвитку портової та туристичної інфраструктури, а також подолання адміністративних бар'єрів [21].

Проте потенційні загрози, такі як погіршення економічної ситуації в Україні, можуть негативно вплинути на розвиток круїзного туризму. Водночас політика зниження цін на круїзні тури для українських туристів може відігравати позитивну роль. Однак головною проблемою залишається недосконалість державного регулювання галузі, що вимагає уваги та змін для повноцінного розвитку круїзного туризму як перспективної сфери господарювання [22].

Перспективи розвитку інновацій в круїзному туризмі відкривають нові горизонти для підвищення якості сервісу, збільшення доступності та розширення ринку. Розвиток технологій, зокрема цифровізація та автоматизація, надає безпрецедентні можливості для покращення досвіду пасажирів і ефективності управління круїзними лініями.

Сучасний світ круїзного туризму невпинно розвивається, зі сталого зростання попиту на круїзні подорожі та збільшення вимог до якості сервісу та екологічної безпеки. Це спонукає галузь до пошуку та впровадження

інноваційних рішень, які б дозволили задовольнити ці зростаючі потреби [28]. Основними напрямками інновацій стануть технології, спрямовані на покращення екологічного впливу круїзних ліній, розвиток цифрових сервісів для пасажирів, забезпечення вищого рівня безпеки та комфорту, а також створення нових унікальних туристичних продуктів.

Розвиток інновацій у круїзному туризмі включає застосування екологічних технологій, таких як використання альтернативних видів палива (LNG, електрична енергія) та систем очищення викидів, що сприятиме зменшенню негативного впливу на довкілля. Цифровізація процесів на борту лайнера, включаючи впровадження мобільних додатків для пасажирів, використання штучного інтелекту для персоналізації сервісу та вдосконалення систем безпеки, відкриє нові можливості для підвищення задоволеності клієнтів.

Введення інноваційних розважальних та освітніх програм на борту, таких як віртуальна реальність для екскурсій по місцях заходу лайнерів або інтерактивні освітні курси про культуру та історію відвідуваних регіонів, збагатить досвід пасажирів.

Для глибшого розуміння перспектив розвитку інновацій в круїзному туризмі, розглянемо наступні напрямки, які вже зараз визначають майбутнє галузі (див. табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Перспективні напрямки інновацій у круїзному туризмі

| Напрямок інновацій | Опис | Потенційний вплив |
|-------------------------------|---|------------------------------------|
| Екологічні технології | Впровадження альтернативних видів палива та систем очищення викидів | Зменшення впливу на довкілля |
| Цифровізація та автоматизація | Розробка мобільних додатків та використання штучного інтелекту | Підвищення задоволеності пасажирів |
| Розважальні програми | Введення віртуальної реальності та інтерактивних курсів | Збагачення досвіду пасажирів |

Ці напрямки не лише зміцнюють позиції круїзних компаній на ринку, але й сприяють створенню більш сталого та відповідального туристичного середовища.

Розглянемо процес впровадження цих інновацій через наступну схему:



Рис. 1.2. Процес впровадження інновацій в круїзному туризмі [62]

Цей процес демонструє, як крок за кроком можна втілити інновації, що не лише вдосконалюють сферу круїзного туризму, але й забезпечують якісний та збалансований досвід для пасажирів.

У сфері круїзного туризму інновації відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентних переваг і просуванні на ринку. Управлінські інновації є одним з основних напрямків, що дозволяють компаніям досягати високих результатів у конкурентній боротьбі. Їх застосування, як самостійно, так і в комбінації з іншими видами інновацій, стає невід'ємною частиною стратегічного розвитку туристичних підприємств [52].

Акцентуючи на важливості сталого розвитку, інновації в круїзному туризмі не обмежуються лише підвищенням комфорту пасажирів, але також включають зобов'язання галузі зменшити свій вплив на довкілля. Використання екологічно чистих технологій та практик стає не лише частиною інноваційного розвитку, але й відображає відповідальність перед планетою та майбутніми поколіннями.

ІТ-інновації становлять собою широке поле для впровадження нових рішень, що варіюються від процесних до продуктових інновацій і відіграють важливу роль у створенні доданої вартості. Інвестиції в перевірені ІТ-проекти виявляються оптимальним рішенням для тих, хто прагне активізувати інноваційну активність у туристичному бізнесі.

Керівники туристичних компаній стикаються з необхідністю глибокого аналізу можливостей і вибору напрямів інноваційної діяльності, виходячи з ресурсів, зовнішніх та внутрішніх умов. ІТ-технології, як найбільш доступний і універсальний інструмент, відкривають нові горизонти для досягнення цих цілей.

Впровадження інновацій дозволяє туристичним компаніям не лише підвищити свою конкурентоспроможність і прибутковість, а й залучити більше клієнтів, а також сприяє підвищенню кваліфікації персоналу та якості обслуговування. Отже, основна увага при розвитку інновацій у круїзному туризмі приділяється покращенню сервісу і створенню унікальних туристичних продуктів, що відповідають найвищим вимогам сучасного споживача.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.

Сфера круїзного туризму неперервно трансформується завдяки появі нових технологій, змінам у підходах до обслуговування пасажирів, і активному впровадженню інноваційних методів управління, формуючи новий ландшафт галузі. Здатність адаптуватися до змін у вимогах та очікуваннях клієнтів вважається однією з ключових складових успіху. Інновації слугують каталізатором розвитку, дозволяючи компаніям привернути увагу нових

клієнтів та задовольнити потреби вже наявних постійних відвідувачів. Сучасні інноваційні технології полегшують процес планування та бронювання круїзів, зокрема через впровадження онлайн-платформ і мобільних додатків, які надають детальну інформацію про маршрути та персоналізовані сервіси для пасажирів.

Майбутнє круїзного туризму обіцяє ще більше інновацій, зокрема використання штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних щодо вибору маршрутів та управлінням ресурсами на борту суден. Також передбачається активне впровадження екологічно чистих технологій, спрямованих на зменшення викидів та підвищення сталості круїзних подорожей.

Отже, інновації в круїзному туризмі відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній, підвищенні якості обслуговування та збільшенні задоволення клієнтів. Впровадження нововведень сприяє створенню стійкої та привабливої індустрії круїзного туризму, що відповідає сучасним вимогам та потребам глобального туристичного ринку.

РОЗДІЛ 2.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

2.1. Інноваційні підходи до управління в круїзному туризмі.

Останнім часом світ став свідком круїзного буму, що характеризується зведенням новітніх лайнерів і зростаючою популярністю морських подорожей як альтернативи традиційним видам відпочинку. Круїз передбачає подорожування на кораблях, включаючи екскурсії до прибережних островів, огляди історичних та культурних пам'яток у портових містах, а також різноманітні розважальні заходи на борту.

Сучасні тенденції у круїзному туризмі включають збільшення розмірів кораблів, деякі з яких мають водотоннажність до 70-100 тисяч тонн. Наприклад, лайнер Carnival Legend може розмістити до 3850 пасажирів. Нові суперлайнери, спроектовані для розміщення від 2,5 до 4 тисяч пасажирів, оснащені численними магазинами, ресторанами, казино, льодовими аренами та гольф-полями [34].

Окрім того, існує практика реєстрації круїзних кораблів під так званим «прапором зручності», що вказує на феномен, коли корабель, що належить одній країні, реєструється під прапором іншої. Це часто робиться з метою оптимізації витрат та обходу строгих регуляцій.

В сучасному світі круїзний туризм зазнає значних змін під впливом інноваційних технологій та змінюваних вимог споживачів. Туристична агенція «Ого тур», розташована на вул. Тараса Шевченка, 25, у місті Тернопіль, активно впроваджує інноваційні підходи в управлінні круїзними лайнерами, щоб задовольнити потреби сучасних мандрівників та випереджати конкурентів на ринку [45-47]. Завдяки ліцензії на туроператорську діяльність, затвердженій у рамках законодавства України, компанія має право здійснювати свою діяльність, пропонуючи клієнтам різноманітні круїзні

подорожі, від Середземноморських до екзотичних рейсів по перській затоці [39].

Організаційна структура «Ого тур» побудована таким чином, щоб максимально ефективно задовольняти потреби клієнтів і забезпечувати високий рівень сервісу (див. рис. 2.1) Компанія використовує лінійно-функціональну модель управління, що дозволяє чітко розподіляти відповідальність між відділами та співробітниками. Для кожного співробітника розроблені детальні посадові інструкції, що відповідають чинному законодавству та внутрішнім стандартам компанії [47].

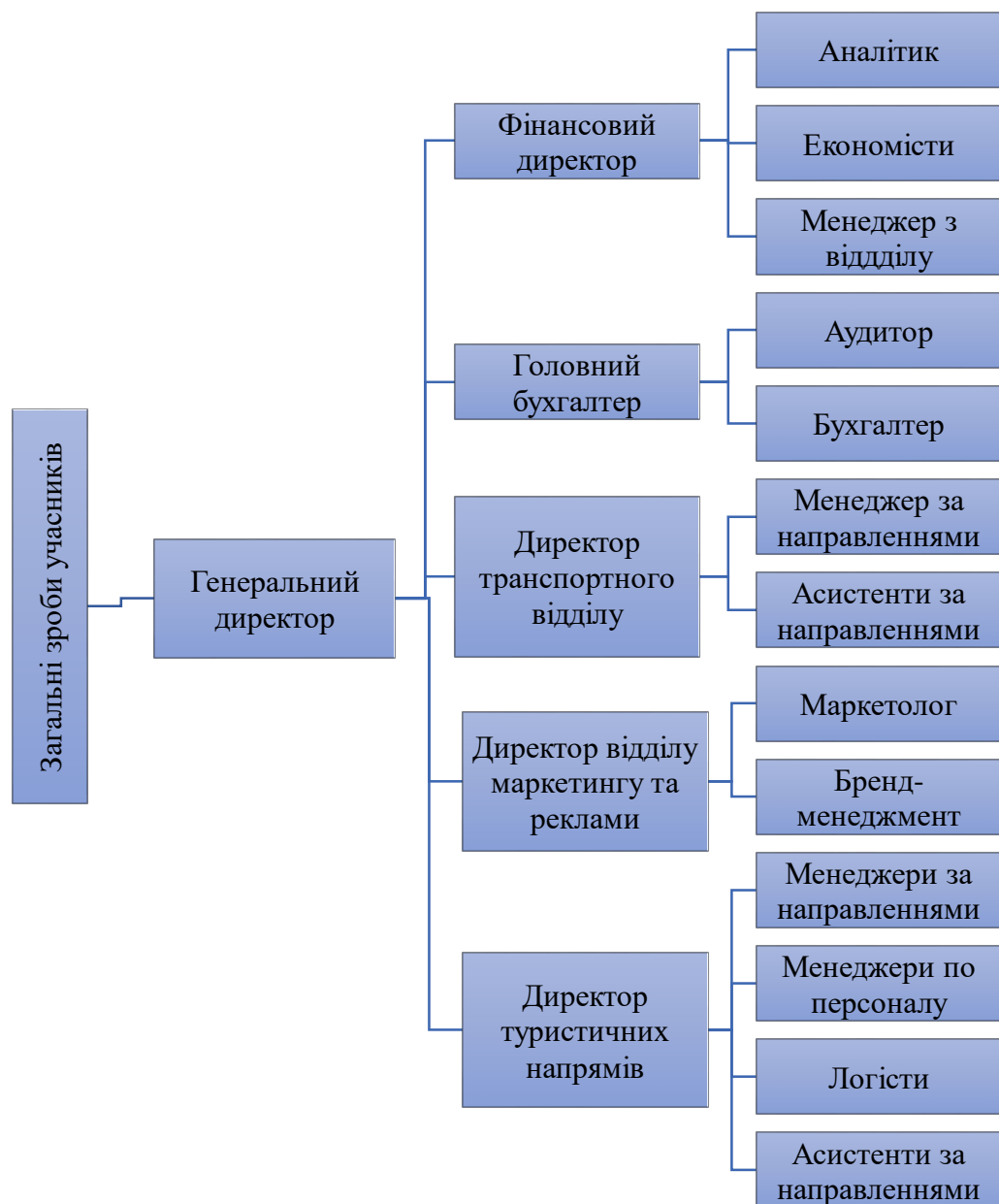


Рис. 2.1. Організаційна структура туристичної компанії «Ого тур» [46]

Компанія «Ого тур» приділяє особливу увагу підбору та навчанню своїх фахівців, оскільки саме від їх кваліфікації та професіоналізму залежить якість наданих послуг. Фахівці компанії володіють актуальною інформацією про круїзні маршрути, вартість квитків, надійність страхових компаній, а також готові надати вичерпну інформацію про курорти, готелі та розважальні програми без потреби звертатися до додаткових джерел.

Круїзні подорожі, які пропонує туристичне підприємство «Ого тур», ваблять своєю фінансовою доступністю, пізнавальною цінністю та зручністю. Клієнти мають унікальну можливість відвідати декілька країн під час однієї подорожі, насолоджуючись при цьому всіма перевагами відпочинку у форматі «все включено». Багатий вибір розваг на борту, безпечні та комфортні умови проживання, а також професійний підхід до організації подорожей роблять круїзи з «Ого тур» незабутнім досвідом для кожного мандрівника [45;47].

Впроваджуючи інноваційні підходи у сфері круїзного туризму, «Ого тур» відкриває нові горизонти для своїх клієнтів, пропонуючи їм неперевершені враження та високоякісний сервіс. Вибір круїзу з «Ого тур» – це не лише можливість відкрити для себе чарівний світ морських подорожей, а й гарантія безпеки, комфорту та найкращих спогадів, які залишаться з вами на все життя.

Одним із ключових інноваційних підходів «Ого тур» є адаптація до змінних уподобань клієнтів. Агенція активно використовує зібрані дані про переваги та інтереси своїх пасажирів, аналізуючи відгуки та оцінки після подорожей. Це дозволяє компанії пропонувати персоналізовані тури та сервіси, відповідно до індивідуальних запитів кожного мандрівника.

Згідно з інформацією, наданою в дод. А, при розробці туристичного продукту ключову роль відіграють судноплавні компанії, які володіють необхідними матеріальними та технічними ресурсами для виконання пасажирських перевезень, а також круїзні туристичні оператори, які на основі договірних угод (через фрахтування суден) створюють інтегрований туристичний продукт. Для розробки програм екскурсій вони часто залучають місцевих туристичних операторів-партнерів [40].

У відповідь на розширення ринку та зростаючий інтерес до круїзних вояжів, круїзні оператори приймають стратегію вертикальної інтеграції. Цей підхід дозволив створити круїзні судноплавні компанії — підприємства, які мають власні судна (лайнери, пароплави, теплоходи) та самостійно організовують туристичні подорожі.

В дод. Б демонструються базові моделі створення та просування круїзного туристичного продукту. Варіант «а» показує процес, за яким круїзний оператор відповідає за планування подорожі, тоді як варіант «б» визначає круїзну судноплавну компанію як ключового партнера у цьому процесі.

У сучасному світі круїзного туризму інновації відіграють ключову роль у розвитку та підтримці конкурентоспроможності. Інноваційні підходи до управління круїзними лайнерами не лише забезпечують покращення якості послуг та задоволення потреб пасажирів, але й відкривають нові можливості для сталого розвитку галузі [12, с. 36-37]. У цьому контексті, здійснено порівняльний аналіз різних інноваційних підходів, щоб ідентифікувати їх переваги та виклики, пов'язані з впровадженням.

Таблиця 2.1

Порівняльний аналіз інноваційних підходів до управління круїзними лайнерами

| Інноваційний підхід | Опис | Очікувані переваги | Виклики при впровадженні |
|-----------------------|---|--|--|
| Цифрові технології | Впровадження мобільних додатків для поліпшення сервісу на борту | Зручність для пасажирів, підвищення задоволеності | Висока вартість розробки, потреба в постійних оновленнях |
| Екологічні ініціативи | Використання екологічно чистого палива та систем очищення води | Зниження впливу на довкілля, поліпшення іміджу компанії | Високі початкові інвестиції, обмежена доступність ресурсів |
| Адаптація до клієнтів | Збір даних про уподобання пасажирів для персоналізації послуг | Підвищення лояльності клієнтів, збільшення повторних поїздок | Забезпечення конфіденційності даних, аналіз великих обсягів інформації |

| | | | |
|---------------------|--|---|--|
| Інновації в безпеці | Впровадження передових систем безпеки та навігації | Забезпечення безпеки пасажирів та екіпажу | Необхідність постійного оновлення технологій, навчання персоналу |
|---------------------|--|---|--|

Застосування цифрових технологій, як-от мобільні додатки для поліпшення сервісу на борту, пропонує зручність і підвищує задоволеність пасажирів, хоча й потребує значних інвестицій та регулярних оновлень. Екологічні ініціативи, такі як використання екологічно чистого палива, сприяють зниженню впливу на довкілля та покращенню іміджу компанії, однак вимагають великих початкових витрат та доступності ресурсів. Адаптація до клієнтів через збір даних про їхні уподобання дозволяє підвищити лояльність та збільшити кількість повторних поїздок, але передбачає виклики з конфіденційності даних та аналізу великих обсягів інформації. Нарешті, інновації в області безпеки, такі як впровадження передових систем безпеки та навігації, забезпечують високий рівень захисту для пасажирів та екіпажу, в той самий час вимагаючи постійних технологічних оновлень та навчання персоналу [13].

«Ого тур» інтегрує передові цифрові технології для покращення досвіду клієнтів на борту лайнерів. Від онлайн-бронювання круїзів на веб-сайті та через мобільний додаток до впровадження системи електронного керування на борту лайнерів, яка дозволяє пасажирам легко отримувати доступ до різноманітних послуг, таких як ресторанне бронювання, замовлення екскурсій тощо.

Серед інноваційних ініціатив туристична компанія «Ого тур» також займається питаннями екологічної відповідальності. Компанія активно працює над зменшенням впливу своєї діяльності на довкілля, впроваджуючи екологічні технології на своїх круїзних лайнерах, такі як системи очищення морської води, використання екологічно чистого палива та оптимізація маршрутів для зниження вуглецевого сліду.

Безпека пасажирів є пріоритетом для «Ого тур». Впровадження інноваційних систем безпеки, таких як передові системи відеоспостереження,

системи раннього виявлення та управління надзвичайними ситуаціями, забезпечує високий рівень захисту пасажирів під час подорожі.

Впровадження цих інноваційних підходів до управління в круїзному туризмі дозволяє ТА «Ого тур» не тільки забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів, але й сприяє сталому розвитку компанії в довгостроковій перспективі. Активне впровадження інновацій та адаптація до сучасних вимог ринку дозволяють «Ого тур» бути на передовій круїзного туризму, пропонуючи мандрівникам незабутні враження та високоякісний сервіс [17].

Для отримання всебічного розуміння поточного становища туристичної агенції «Ого тур» у контексті круїзного туризму та визначення шляхів її стратегічного розвитку, ми застосували SWOT-аналіз. Цей інструмент дозволяє виявити основні сильні та слабкі сторони компанії, а також ідентифікувати зовнішні можливості та загрози, з якими вона може зіткнутися на ринку круїзних подорожей. Аналіз базується на детальному вивченні внутрішніх ресурсів «Ого тур» та аналізі зовнішнього оточення, в якому компанія здійснює свою діяльність (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз туристичної агенції «Ого тур»

| Сильні сторони (S) | Слабкі сторони (W) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – Ліцензована діяльність, що забезпечує довіру та впевненість у якості послуг. – Гнучка організаційна структура, яка дозволяє швидко реагувати на зміни ринкових умов. – Висококваліфіковані співробітники, здатні надавати компетентні консультації та рекомендації. – Розмаїтість круїзних пропозицій, що відповідають різним вподобанням та бюджетам клієнтів. | <ul style="list-style-type: none"> – Висока залежність від міжнародного туристичного ринку та його коливань. – Обмежені можливості для фізичного огляду лайнерів клієнтами перед бронюванням. – Потреба у значних інвестиціях для постійного оновлення інноваційних технологій. |
| Можливості (O) | Загрози (T) |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – Зростаючий інтерес до екзотичних та незвіданих маршрутів серед туристів. – Технологічний розвиток, що відкриває нові шляхи для покращення якості сервісу та персоналізації пропозицій. – Збільшення екологічної обізнаності та попиту на «зелені» круїзи. | <ul style="list-style-type: none"> – Політичні та економічні нестабільності в популярних туристичних регіонах. – Зростання конкуренції на ринку круїзного туризму, включаючи появу нових гравців. – Екологічні катастрофи та пандемії, що можуть обмежити можливості подорожей. |
|---|--|

Після проведення SWOT-аналізу для «Ого тур» стає очевидним, що компанія має міцну основу для подальшого росту та розвитку у сфері круїзного туризму. Використання сильних сторін, таких як висока кваліфікація персоналу та широкий спектр круїзних пропозицій, може допомогти компанії краще відповідати на змінні потреби клієнтів і залишатися конкурентоспроможною на ринку. Водночас усвідомлення слабких сторін та потенційних загроз надає «Ого тур» можливість розробити ефективні стратегії для їх мінімізації або усунення. Використання зовнішніх можливостей, таких як інтерес зростає до екологічних ініціатив і технологічний розвиток, може сприяти інноваційному розвитку компанії та підвищенню її привабливості для клієнтів. Завдяки стратегічному підходу до планування та впровадження інновацій, «Ого тур» має всі шанси зміцнити свої позиції на ринку та продовжити радувати своїх клієнтів незабутніми круїзними подорожами.

Для забезпечення неперервного зростання та підвищення задоволеності клієнтів, «Ого тур» втілює передові стратегії управління у сфері круїзного туризму [28]. Це включає інтеграцію цифрових технологій для персоналізації подорожей, реалізацію екологічних ініціатив для зниження екологічного впливу, а також розробку і впровадження новітніх методів забезпечення безпеки на борту лайнерів. Компанія постійно шукає шляхи адаптації до змінних уподобань клієнтів, аналізуючи відгуки та оцінки після подорожей, що дозволяє пропонувати унікальні та індивідуалізовані туристичні продукти.

Для підкріплення даних стратегій, «Ого тур» використовує систематичний підхід, що включає збір та аналіз даних про переваги та потреби клієнтів, оцінку потенційного впливу інновацій на екологічність та безпеку подорожей, а також вивчення глобальних тенденцій у круїзному туризмі. Це дозволяє компанії не лише адаптуватися до сучасних викликів, але й передбачати майбутні зміни у вподобаннях мандрівників та технологіях.

Завдяки такому комплексному підходу, «Ого тур» виступає як лідер інновацій у круїзному туризмі, забезпечуючи високий рівень сервісу та незабутні враження для своїх клієнтів. Постійне впровадження інновацій та удосконалення управлінських практик є ключовими факторами успіху «Ого тур» на конкурентному ринку круїзних подорожей.

2.2. Аналіз ролі цифрових технологій у круїзному туризмі.

У добу цифрової революції круїзний туризм переживає значні зміни під впливом новітніх технологій. Цифровізація не лише розширює можливості для пасажирів, але й відкриває нові шляхи для оптимізації управління та сервісу в туристичних компаніях. «Ого тур», як передовий гравець на ринку, активно інтегрує цифрові інновації, перетворюючи як внутрішні процеси, так і досвід своїх клієнтів. Використання цифрових технологій дозволяє «Ого тур» не тільки вдосконалювати клієнтський сервіс, але й розробляти інноваційні продукти та послуги, що кардинально змінюють уявлення про мандрівки морем [22, с. 88-89].

У сучасному світі, де круїзний туризм є не лише відпочинком, а й пізнавальною подорожжю, «Ого тур» виступає як новатор, що розширює кордони звичного сервісу. Завдяки передовим цифровим рішенням, компанія підвищує якість обслуговування, оптимізує внутрішні процеси та пропонує пасажирам незабутній досвід. Огляд ключових цифрових інновацій в діяльності «Ого тур» відкриває перспективи майбутнього розвитку галузі

круїзного туризму, демонструючи важливість технологічного прогресу в задоволенні потреб сучасних мандрівників.

Нижче ми детально розглянемо ці інновації та проаналізуємо їх вплив на круїзний туризм.

1. «Ого тур» революціонує процес вибору та бронювання круїзів, надаючи клієнтам максимальну зручність та персоналізований підхід:

– Онлайн платформи «Ого тур»: Інтерфейси бронювання, які «Ого Тур» розробляє, відрізняються високою інтуїтивністю та забезпечують користувачам доступ до детальної інформації про круїзи, включаючи відгуки попередніх пасажирів та медіа-контент з лайнерів. Ця прозорість сприяє прийняттю інформованих рішень.

– Алгоритми машинного навчання: Використовуючи дані про попередні вибори та вподобання клієнтів, «Ого тур» пропонує індивідуалізовані маршрути та активності, значно підвищуючи задоволеність клієнтів і спонукаючи до повторних замовлень.

2. Впровадження VR технологій відкриває нові можливості для пасажирів «Ого тур», збагачуючи їх досвід під час круїзів. «Ого тур» досліджує потенціал VR для створення незабутнього пізнавального досвіду, дозволяючи пасажирам заздалегідь віртуально відвідати плановані зупинки або навіть місця, які фізично відвідати неможливо під час круїзу [44].

3. Активна присутність «Ого тур» у соціальних мережах сприяє зростанню популярності бренду та залученню нових клієнтів. За допомогою цифрових засобів на борту, «Ого тур» заохочує пасажирів ділитися своїми враженнями в соціальних мережах. Це не лише сприяє популяризації бренду, але й створює органічний вірусний маркетинг.

4. «Ого тур» пріоритетно ставиться до безпеки та здоров'я своїх пасажирів, особливо у відповідь на виклики, пов'язані з COVID-19. У відповідь на пандемію COVID-19, «Ого тур» впроваджує безконтактні рішення для реєстрації на борт, обслуговування в ресторанах і оплати послуг, забезпечуючи високий рівень безпеки та гігієни [48].

5. Інноваційне використання цифрових асистентів підвищує якість обслуговування клієнтів «Ого тур». Розробка цифрових асистентів, таких як чат-боти на сайті та в мобільному додатку «Ого тур», забезпечує неперервний доступ до інформації та підтримки, вдосконалюючи досвід користувачів і оптимізуючи роботу служби підтримки.

6. Екологічні ініціативи «Ого тур» відображають зобов'язання компанії перед сталим розвитком. Інтеграція систем енергозбереження та оптимізація маршрутів за допомогою цифрових технологій дозволяє туристичній агенції мінімізувати вуглецевий слід, сприяючи сталому розвитку.

«Ого тур» активно використовує цифрові технології для реалізації своєї місії - надати клієнтам найвищу якість сервісу і незабутній досвід подорожей. Від онлайн-бронювання до VR екскурсій і екологічних ініціатив, кожен аспект діяльності туристичного агентства підкреслює їх зобов'язання перед клієнтами та навколишнім середовищем. Цифровізація не лише покращує досвід пасажирів, але й відкриває нові горизонти для інновацій у круїзному туризмі.

Цифрова трансформація радикально змінює ландшафт круїзного туризму, вносячи нові можливості для покращення досвіду пасажирів та оптимізації операційних процесів [53, с. 69]. Туристична агенція «Ого тур» активно впроваджує ряд цифрових інновацій, що дозволяють не тільки підвищити рівень задоволеності клієнтів, але й значно покращити внутрішню ефективність компанії. Ось як цифровізація впливає на круїзний туризм, можна переглянути на табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Вплив цифрових інновацій на круїзний туризм

| <i>Інновація</i> | <i>Вплив на досвід пасажирів</i> | <i>Вплив на ефективність компанії</i> |
|-------------------------|--|--|
| Інтерактивне бронювання | Зручність та швидкість вибору і бронювання | Підвищення обсягів продажів та автоматизація |
| Персоналізація послуг | Індивідуальний підхід і пропозиції | Підвищення лояльності та задоволеності |

| | | |
|------------------------------|---|--|
| VR екскурсії на борту | Унікальний пізнавальний досвід | Розширення та диверсифікація послуг |
| Соціальні медіа та маркетинг | Залучення до спільноти та поділ вражень | Вірусний маркетинг та збільшення впізнаваності |
| Безконтактні технології | Безпечне та зручне обслуговування | Оптимізація обслуговування та зниження витрат |
| Цифрові асистенти | Швидкий доступ до інформації та підтримки | Зменшення навантаження на службу підтримки |
| Екологічні ініціативи | Позитивний вплив на довкілля | Сталість та покращення екологічного іміджу |

Використання цифрових технологій «Ого тур» не лише відкриває нові горизонти для розвитку круїзного туризму, але й встановлює нові стандарти для клієнтського сервісу, безпеки, ефективності та інноваційності в галузі.

Цифрові інновації, впроваджені «Ого тур», відіграють вирішальну роль у забезпеченні виняткового досвіду для пасажирів, підвищуючи їхнє задоволення та водночас значно покращуючи операційну ефективність компанії. Від інтерактивного бронювання до використання передових VR технологій, соціальних медіа, безконтактних технологій, цифрових асистентів та екологічних ініціатив, «Ого тур» встановлює нові стандарти у круїзному туризмі, демонструючи значення інновацій для створення майбутнього цієї галузі [51].

Протягом останнього року туристична агенція «Ого тур» зібрала 500 відгуків про свої цифрові сервіси, з яких 400 виявилися позитивними, а 50 нейтральними та негативними (див. рис. 2.2).

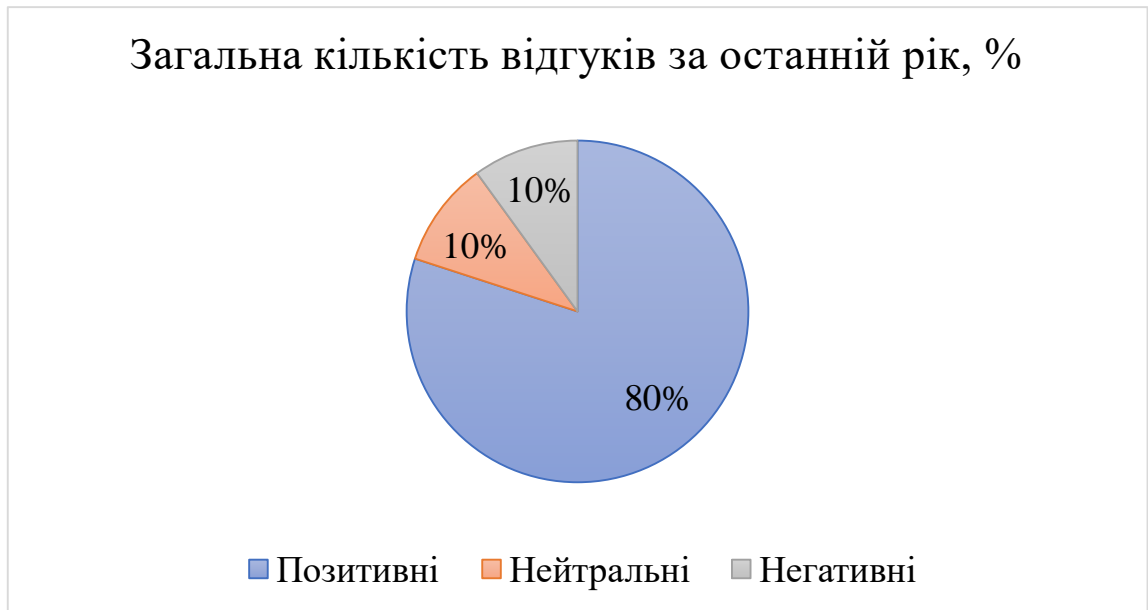


Рис. 2.2. Загальна кількість відгуків про цифрові сервіси туристичної агенції «Ого тур» за останній рік

Це свідчить про високий рівень задоволеності клієнтів цифровими нововведеннями компанії.

Внутрішні дані компанії вказують на значне збільшення ефективності обслуговування клієнтів на 30% після впровадження чат-ботів, а також на скорочення часу бронювання на 40% завдяки використанню онлайн-платформи для бронювання. Це демонструє успішність цифрової трансформації в оптимізації внутрішніх процесів та підвищенні зручності для клієнтів.

Дослідження ринку показує зростання попиту на круїзи з цифровими інноваціями на 20% щороку, що свідчить про великий інтерес до таких послуг серед споживачів. Хоча конкуренти «Ого тур» також намагаються впроваджувати подібні цифрові рішення, вони роблять це з меншою швидкістю, що дає «Ого тур» конкурентну перевагу [45-47].

Експерти галузі високо оцінюють цифрову стратегію «Ого тур», вважаючи її передовою у галузі. Вони радять компанії зосередитися на подальшому розвитку VR-технологій для приваблення нових клієнтів та підвищення задоволеності постійних відвідувачів.

Зібрані дані вказують на активне та ефективне впровадження цифрових інновацій «Ого тур», які позитивно впливають на діяльність компанії. Однак, для подальшого зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів, «Ого тур» потребує продовження розвитку та вдосконалення своїх цифрових стратегій.

Після проведення глибокого аналізу впровадження цифрових технологій туристичного агентства, включаючи оцінку відгуків клієнтів, внутрішніх даних компанії, дослідження ринку та експертні оцінки, ми розробили SWOT-аналіз. Цей аналіз допоміг нам визначити ключові сильні та слабкі сторони у впровадженні цифрових технологій, а також виявити стратегічні можливості та потенційні загрози для «Ого тур» в контексті їх цифрової трансформації. Результати аналізу представлені на рис. 2.3

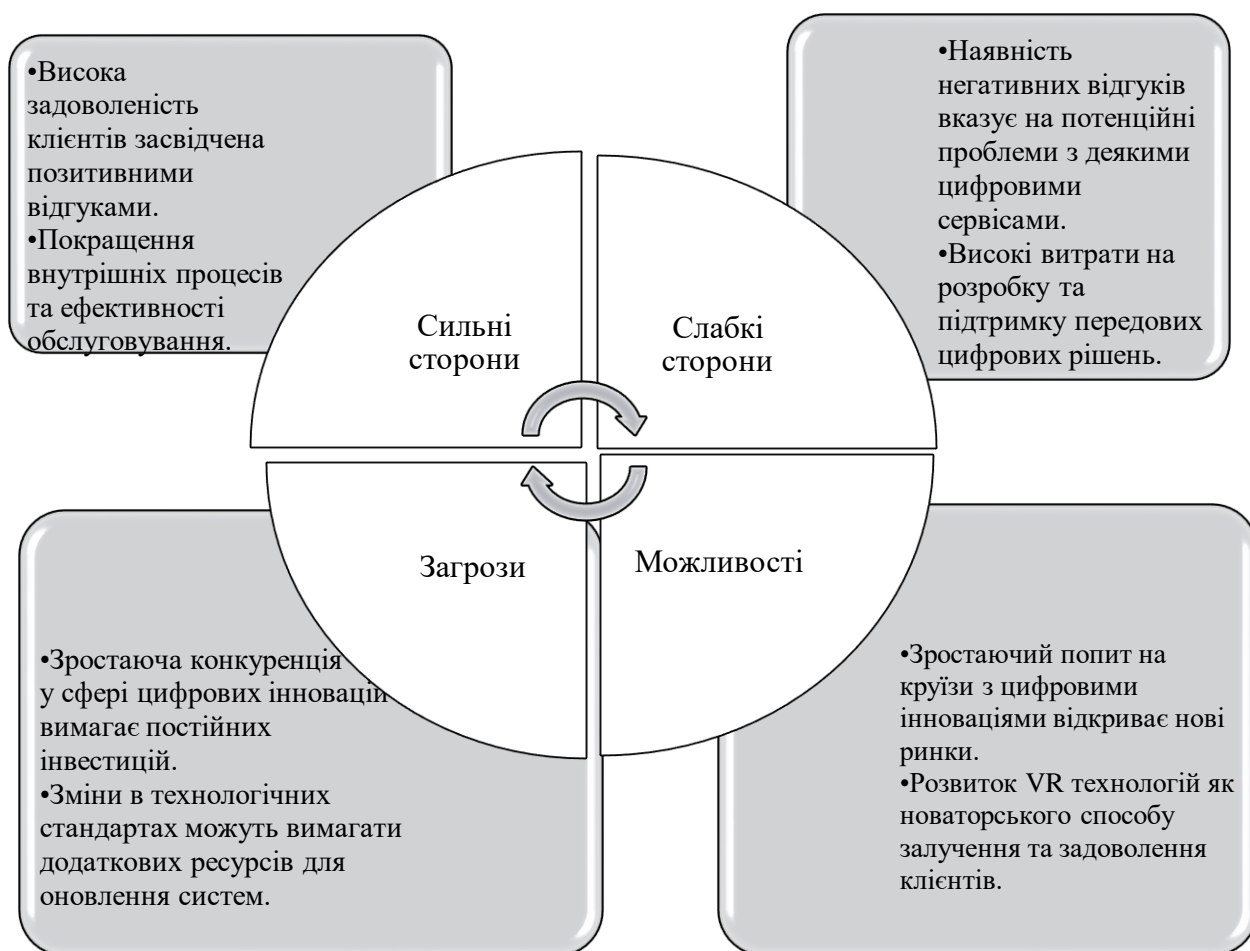


Рис. 2.3. SWOT-аналіз впровадження цифрових технологій «Ого тур»

Як видно, то рис. 2.3 надає цінну інформацію для стратегічного планування, дозволяючи компанії адаптуватися до змін у ринкових умовах та використовувати свої цифрові ресурси для максимальної вигоди. На основі цього аналізу «Ого тур» може розробити цілеспрямовані стратегії для подальшого зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку круїзного туризму.

Сильні сторони, такі як висока задоволеність клієнтів, слід використовувати як основу для розширення ринкової частки та розвитку клієнтської бази. Слабкі сторони вимагають уваги та інвестицій, особливо у розробку і підтримку передових цифрових рішень, що можуть підвищити рівень задоволення клієнтів і забезпечити більш ефективну взаємодію. Можливості, які відкриває зростаючий попит на інноваційні круїзні продукти, можуть бути реалізовані через інвестиції в новітні технології, зокрема в VR, для створення унікальних досвідів для клієнтів. Нарешті, ідентифіковані загрози вимагають розробки стратегій ризик-менеджменту та оперативного реагування на швидкі технологічні зміни, щоб уникнути переривань у бізнес-процесах і забезпечити неперервність послуг.

Таким чином, SWOT-аналіз становить важливу частину стратегічного планування «Ого тур» у контексті цифровізації та інноваційного розвитку, дозволяючи компанії вибудувати міцну позицію на ринку та адаптуватися до постійно мінливих умов ринку.

Отже, можна зазначити, що цифрові інновації кардинально впливають на круїзний туризм, значно покращуючи якість обслуговування та збільшуючи ефективність діяльності туристичних агенцій, зокрема «Ого тур». Завдяки застосуванню інтерактивного бронювання, персоналізації послуг, впровадженню VR, інтеграції із соцмережами, безконтактним технологіям та цифровим асистентам, «Ого тур» підвищує задоволеність клієнтів та зміцнює свої конкурентні позиції. Проте, у світлі постійної цифрової трансформації, компанії потрібно продовжувати інноваційний розвиток, адаптуватися до новітніх технологій, аналізувати клієнтські потреби та розробляти нові бізнес-

моделі. Це дозволить «Ого тур» вдосконалювати сервіс, розробляти новаторські туристичні продукти та пропонувати незабутні мандрівки, що перевершують звичні очікування.

2.3. Інноваційні стратегії та перспективи розвитку круїзного туризму.

У сучасному світі круїзний туризм стає все більш популярним, вимагаючи від операторів постійного інноваційного розвитку та адаптації до змінюваних потреб та очікувань клієнтів. Цей підрозділ зосереджується на передових стратегіях та перспективах, які мають потенціал кардинально трансформувати галузь круїзного туризму, враховуючи останні тенденції та технологічні нововведення.

Процес персоналізації послуг є взаємопов'язаним ланцюгом дій, що починається зі збору та аналізу клієнтських даних. Ця інформація, стає основою для створення індивідуальних рекомендацій, що призводить до підвищення задоволення клієнтів.

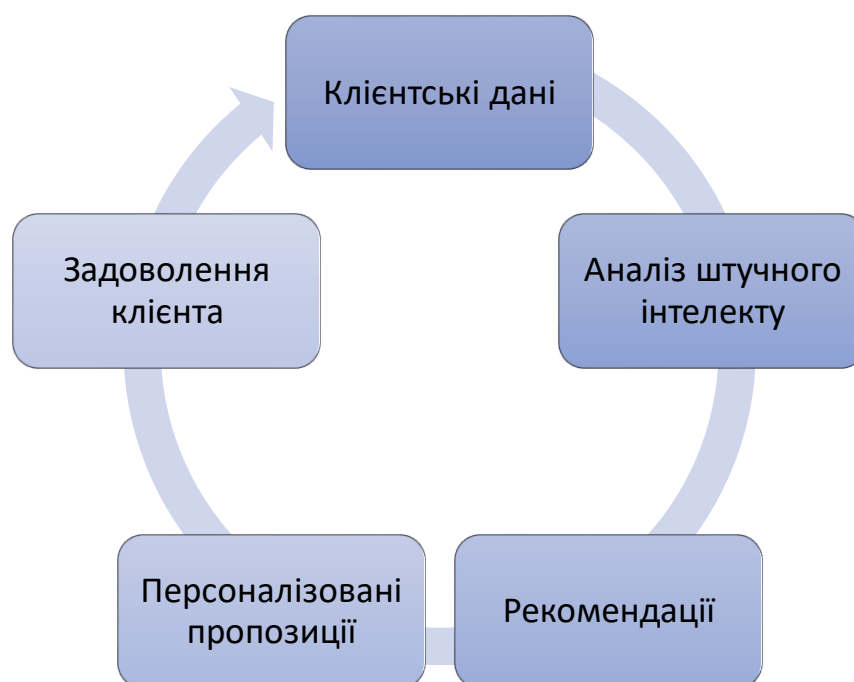


Рис. 2.4. Процес впровадження персоналізації послуг

На представленому рисунку чітко відображена схема, що демонструє, як аналіз даних за допомогою штучного інтелекту перетворюється на конкретні рекомендації, що підсилюють задоволеність клієнтів завдяки персоналізації. Така стратегія персоналізації є важливою для досягнення високого рівня задоволеності, створюючи більш глибоке зв'язок між клієнтом і компанією.

В епоху стрімких технологічних змін і зростаючих екологічних вимог, круїзна індустрія стикається з необхідністю адаптації та інновацій. Це вимагає від туристичних компаній не лише перегляду своїх бізнес-моделей, а й запровадження новаторських стратегій для підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних мандрівників [55;57]. Далі нижче ми представили ключові інноваційні стратегії, які можуть відігравати вирішальну роль у розвитку круїзного туризму:

1) Підвищення ступеню особистісної інтеракції з клієнтами. Використання штучного інтелекту (AI) та машинного навчання дозволяє глибше аналізувати поведінку та переваги клієнтів, пропонуючи їм персоналізовані пропозиції. Такий підхід забезпечує вищий рівень задоволення потреб пасажирів та підвищує лояльність до бренду.

2) Екологічна стійкість. Розвиток та імплементація екологічно чистих технологій, включаючи використання альтернативних джерел енергії, сприяє зменшенню вуглецевого відбитку круїзних лайнерів. Це не тільки покращує екологічний стан планети, але й відповідає зростаючому попиту на більш сталі форми туризму.

3) Розширення досвіду за допомогою віртуальної та доповненої реальності. Застосування VR та AR технологій для створення унікальних вражень, таких як віртуальні екскурсії по кораблю або місцевостях, які будуть відвідані в ході круїзу, відкриває нові можливості для залучення клієнтів.

4) Безпека та здоров'я. Впровадження сучасних медичних та санітарних технологій на борту кораблів, включаючи системи швидкого реагування на надзвичайні ситуації, забезпечує високий рівень безпеки та здоров'я пасажирів, що є особливо важливим у сучасних умовах.

5) Розвиток спільноти. Створення онлайн платформ для спілкування пасажирів до, під час та після круїзу сприяє формуванню міцних спільнот, де учасники можуть ділитися враженнями, рекомендаціями та планами на майбутні подорожі.

Ці стратегії вимагають від круїзних компаній не лише значних інвестицій у технології та інновації, але й готовності до реформування бізнес-процесів та корпоративної культури. Впровадження цих стратегій дозволить круїзній індустрії не тільки адаптуватися до сучасних викликів, але й відкрити нові можливості для розвитку та зростання [48, с. 69-70].

Враховуючи виклики та можливості, що стоять перед круїзною індустрією у сучасному динамічному світі, важливо зосередитися на інноваційних стратегіях, які спрямовані на задоволення змінюваних потреб і очікувань клієнтів. Ці стратегії включають використання передових технологій, підходів до екологічної стійкості, розвитку віртуального досвіду, забезпечення безпеки та здоров'я, а також формування міцних спільнот. Наступна таблиця, яка розміщена у дод. Г детально описує кожен з цих стратегій та їхній потенційний вплив на розвиток галузі.

Впровадження цих стратегій вимагає від круїзних компаній здатності до інновацій та готовності адаптуватися до швидко змінюваних умов ринку. Застосування цих підходів дозволить не тільки підвищити конкурентоспроможність та ефективність круїзних ліній, але й забезпечить створення незабутнього досвіду для пасажирів, сприяючи сталому розвитку індустрії в цілому [43, с. 63-64]. Реалізація цих стратегій є ключовою для досягнення успіху в майбутньому та забезпечення задоволення та високого рівня лояльності клієнтів.

У світлі постійного розвитку і змін, круїзний туризм знаходиться на порозі нової ери, де інновації та глобальні тренди відіграють ключову роль у формуванні майбутнього галузі. Це особливо актуально, коли технології розвиваються стрімкіше, ніж будь-коли, а увага до екологічних питань і соціальної відповідальності стає все більш важливою [41-42]. Враховуючи ці

тенденції, можна ідентифікувати ключові перспективи розвитку, які визначатимуть напрямки зростання і інновацій у круїзному туризмі (рис. 2.5).

Таблиця 2.5

Перспективи розвитку круїзного туризму

| <i>Перспектива</i> | <i>Опис</i> | <i>Можливий вплив</i> |
|----------------------------|--|---|
| Технологічний прогрес | Інтеграція новітніх технологій для оптимізації управління та клієнтського досвіду. | Підвищення ефективності та задоволення клієнтів. |
| Соціальна відповідальність | Зосередження на екологічно чистих технологіях та програмах. | Позитивний вплив на бренд та навколишнє середовище. |
| Розширення ринку | Відкриття нових ринків та залучення різних груп клієнтів. | Збільшення клієнтської бази та доходів. |
| Глобалізація | Розширення маршрутів і введення нових напрямків. | Пропозиція унікальних подорожей та досвіду. |

Кожна з цих перспектив несе у собі величезний потенціал для зміцнення та розвитку круїзного туризму, відкриваючи нові можливості для компаній та незабутні враження для пасажирів. Втім, для досягнення цих амбітних цілей необхідно забезпечити глибоке розуміння потреб сучасного ринку, готовність до інновацій та впровадження передових технологій.

У підсумку, ці перспективи розвитку вимагають від круїзних компаній не лише інвестицій у новітні технології та екологічні ініціативи, але й розширення своєї діяльності на нові ринки та адаптацію до глобалізаційних процесів. Реалізація цих стратегій дозволить галузі не тільки адаптуватися до змінюваних умов, але й відігравати провідну роль у формуванні майбутнього туризму, пропонуючи пасажирам унікальні та сталі подорожі [42, с. 164].

Отже, інноваційні стратегії та перспективи розвитку в галузі круїзного туризму відіграють ключову роль у задоволенні зростаючих очікувань клієнтів та викликів сучасного ринку. Впровадження новітніх технологій, зосередження на екологічній стійкості, покращення досвіду клієнтів,

забезпечення безпеки та здоров'я, а також розвиток спільноти дозволять круїзній індустрії досягти нових висот і забезпечити сталий розвиток на довгі роки.

2.4. Стратегічне планування та рекомендації для туристичної агенції.

У динамічному світі круїзного туризму, де технологічні інновації та зміни в споживацьких перевагах відбуваються з неймовірною швидкістю, туристичне агентство «Ого тур» стоїть перед необхідністю постійного оновлення своєї стратегічної підготовки. Процес стратегічного планування стає ключовим для успішного розуміння та використання нових можливостей, а також для ефективного реагування на виклики ринку [36, с. 30].

Успішне стратегічне планування вимагає від туристичного агентства «Ого тур» глибокого розуміння поточного ринку та визначення унікальних конкурентних переваг. За допомогою наступної таблиці розглядаються критичні кроки, необхідні для розробки та втілення ефективної стратегії, яка відповідала б на виклики сучасного ринку та водночас задовольняла б попит клієнтів.

Таблиця 2.6

Стратегічне планування для туристичного агентства «Ого тур»

| <i>Кроки стратегічного планування</i> | <i>Опис</i> |
|---------------------------------------|---|
| 1. Аналіз потреб і попиту | - Дослідження ринкових тенденцій та потреб цільової аудиторії |
| | - Вивчення попиту на круїзи серед різних груп клієнтів, таких як молодь та сім'ї з дітьми |
| 2. Визначення конкурентної переваги | - Виявлення особливостей, які відрізняють «Ого тур» від конкурентів |
| | - Розробка стратегій, що базуються на унікальних пропозиціях та послугах |
| 3. Розробка інноваційних стратегій | - Впровадження новітніх технологій для покращення обслуговування та маркетингу |

| | |
|--|--|
| | - Створення персоналізованих маршрутів та програм для клієнтів |
|--|--|

Розглянувши кроки стратегічного планування, можна зробити висновок, що «Ого тур» повинен ретельно аналізувати ринкові тенденції та попит, визначати свої конкурентні переваги та розробляти інноваційні стратегії для підвищення ефективності та залучення нових клієнтів. Це дозволить компанії впевнено рухатися вперед, забезпечуючи сталий розвиток та розширення на ринку круїзного туризму.

Для втілення пропонованих інновацій у практичну діяльність компанії «Ого тур» необхідно використовувати процесно-проектний підхід до формування інноваційного туристичного круїзного продукту. Цей підхід базується на узгодженні етапів планування та реалізації запропонованих продуктів та заходів (див. дод. Д).

У процесі планування інноваційного круїзного заходу та продукту «Ого тур» важливо враховувати ресурсні можливості круїзних судноплавних компаній-партнерів та вікна інноваційних можливостей, які відповідають сегментам вітчизняного та європейського ринку [22]. Ці можливості формуються під впливом динамічного розвитку ринку круїзного туризму та супутніх секторів економіки, що визначає стратегію підтримки попиту на основі постійного розвитку його сегментів.

Механізм формування інноваційних рішень для «Ого тур» повинен включати паралельний пошук інновацій за всіма складовими продукту та базуватися на технологіях обробки інформації про круїзні пропозиції у різних цінових та географічних сегментах ринку круїзного туризму.

У зв'язку зі складністю та специфікою ланцюгів поставок «Ого тур» рекомендується використовувати концепцію ефективного міксу «комплексу» у круїзній логістиці, що базується на трьох підходах: типу логістики, рівні гнучкості та комплексності систем транспортної логістики [28].

Отже, для досягнення розвитку у напрямку круїзного туризму компанії «Ого тур» рекомендується провести підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення управління логістичними каналами та розробку інноваційних програм для задоволення потреб різних категорій круїзних туристів.

Для забезпечення стійкого росту та підтримки конкурентоспроможності, «Ого тур» повинен впроваджувати рекомендації, орієнтовані на розвиток інноваційних підходів у обслуговуванні, маркетингу та екологічній відповідальності [17; с. 45-46]. Рекомендації для туристичного агентства «Ого тур» пропонують комплексний підхід до вдосконалення його діяльності у круїзному туризмі:

1. Розвиток онлайн-платформи, агентство повинно інвестувати в створення інтуїтивно зрозумілої, легкої у використанні онлайн-платформи, яка дозволить клієнтам швидко та без зусиль бронювати круїзні подорожі.

2. Підвищення рівня обслуговування, важливо підтримувати високі стандарти обслуговування з особливим акцентом на індивідуальний підхід до кожного клієнта та оперативне реагування на запити.

3. Маркетингові кампанії, ефективні рекламні та маркетингові стратегії, особливо в соціальних медіа, мають стати ключовим інструментом для привертання уваги потенційних клієнтів та залучення нової аудиторії.

4. Екологічна відповідальність, втілення зелених ініціатив та екологічних технологій не лише зменшить вплив на довкілля, але й підсилить імідж компанії як соціально відповідального бізнесу.

5. Створення партнерств, будівництво міцних відносин з круїзними лініями та іншими гравцями ринку дозволить розширити пропозицію послуг та покращити умови для клієнтів.

Кожна з цих рекомендацій є суттєвою для стратегічного розвитку «Ого тур». Реалізація цих кроків дозволить агентству не тільки покращити якість наданих послуг, але й забезпечить його впевнене позиціонування на ринку. Особливу увагу слід звернути на інноваційні маркетингові підходи та сталу практику, які не тільки привернуть нових клієнтів, але й сприятимуть

формуванню позитивної репутації серед широкого кола споживачів. У партнерстві з іншими гравцями індустрії «Ого тур» зможе розробити нові унікальні туристичні продукти, які відповідають сучасним тенденціям та вимогам ринку.

Враховуючи надані рекомендації, «Ого тур» має всі можливості для того, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку круїзного туризму. Розвиток онлайн-платформи, підвищення якості обслуговування, інтенсивні маркетингові заходи, екологічні ініціативи та стратегічні партнерства з іншими гравцями галузі дозволять компанії приваблювати нових клієнтів, водночас дбаючи про сталість та відповідальність своєї діяльності [46].

Отже, визначення конкурентних переваг, розробка інноваційних стратегій та адаптація до змінних потреб споживачів є вирішальними для досягнення успіху в індустрії круїзного туризму. «Ого тур» повинен використовувати ці стратегії як основу для створення сильного, динамічного бренду, який зможе пропонувати високоякісні та унікальні подорожі, відповідаючи на широкий спектр клієнтських вимог та бажань. Розвиток технологій, підвищення сервісу, ефективні маркетингові стратегії, екологічна обізнаність та продумані партнерські взаємини посилять його ринкову позицію та сприятимуть сталому зростанню в довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.

Даний розділ охоплює аналіз інноваційних підходів до управління в круїзному туризмі, вплив цифрових технологій на галузь, і як це впливає на задоволеність та досвід клієнтів. Тут можна детально побачити як інновації та технологічний прогрес сприяють розвитку круїзного туризму, зокрема через впровадження мобільних додатків, цифрових платформ для бронювання, систем безпеки та навігації, екологічних ініціатив, та інших нововведень, які забезпечують вищий рівень сервісу та безпеки для пасажирів. Ці інновації не лише покращують клієнтський досвід але й сприяють сталому розвитку галузі, дозволяючи компаніям бути конкурентоспроможними та задовольняти змінювані потреби та вимоги сучасних мандрівників.

Зокрема, впровадження екологічно чистих технологій і практик, таких як використання альтернативних видів палива та систем очищення викидів, відіграє ключову роль у зменшенні впливу на довкілля, в той час як інтеграція з цифровими технологіями та оптимізація логістичних ланцюгів дозволяє круїзній індустрії адаптуватися до сучасних тенденцій та очікувань мандрівників. Ці ініціативи відображають загальну тенденцію галузі до інноваційного розвитку, з акцентом на покращення екологічного впливу, безпеки, комфорту, та створенні унікальних туристичних продуктів, що відповідають найвищим вимогам сучасного споживача.

ВИСНОВКИ

У процесі нашого дослідження ми зосередили увагу на аналізі інноваційних процесів, які активно формують розвиток сучасного круїзного туризму, з метою визначення стратегій їх ефективного впровадження для стимулювання зростання та збільшення конкурентоспроможності галузі. Дослідження виявило ключові тенденції, такі як важливість технологічних інновацій, екологічних ініціатив та унікальних маркетингових стратегій, які круїзні компанії застосовують для досягнення сталого розвитку.

Важливо відзначити, що інновації виявилися ключовим каталізатором для підвищення якості сервісу, покращення екологічного впливу та створення незабутніх вражень для туристів. Результати дослідження підкреслили необхідність адаптації круїзних компаній до сучасних екологічних викликів, змін у технологіях та поведінці споживачів, пропонуючи при цьому конкретні рекомендації для впровадження інновацій.

На практиці виконання поставлених завдань засвідчило глибоке розуміння автором сучасних викликів і можливостей у сфері круїзного туризму. Висновки та рекомендації, надані у дипломній роботі, мають велике значення не лише для наукової спільноти, але й для практичного застосування, забезпечуючи круїзним компаніям інструментарій для ефективної адаптації до змінюваних умов глобального туристичного середовища.

Особлива увага в роботі приділяється аналізу впливу віртуальної та доповненої реальності на досвід круїзних подорожей, акцентуючи на потенціалі сталого розвитку та значенні синергії між круїзним туризмом і місцевими громадами. Подальші дослідження та розвиток інновацій у круїзному туризмі відкривають нові горизонти для галузі, пропонуючи безмежні можливості для вдосконалення та адаптації до змінюваних потреб сучасних туристів. Вони сприятимуть не лише створенню більш ефективних та екологічно стійких круїзних досвідів, але й посилять взаємодію між

круїзними компаніями та місцевими спільнотами, відкриваючи шлях до створення нових партнерств та ініціатив.

На основі глибокого аналізу інноваційних процесів у сфері круїзного туризму, ця дипломна робота визначила критичні напрямки для стимулювання зростання та підвищення конкурентоспроможності галузі. Вона охоплює широкий спектр інноваційних практик, від технологічних до екологічних ініціатив, і підкреслює їх значення для покращення якості сервісу та створення унікальних вражень для туристів. Рекомендації, надані у роботі, спрямовані на інтеграцію цих інновацій у практику круїзних компаній, вказуючи на важливість адаптації до змінюваних умов глобального туристичного середовища та акцентуючи на потенціалі віртуальної реальності, сталого розвитку та синергії з місцевими громадами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 04.11.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV// *Урядовий кур'єр*. 2002. 7 серпня. С. 2-4. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
3. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 01.03.2020 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
4. Верховна Рада України. (2002, 4 липня). Про інноваційну діяльність (№ 40-IV). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
5. Верховна Рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua/ua>
6. Антоненко І., Мельник І. Круїзний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / *Економіст*, 2016. № 3, pp. 3-8.
7. Антоненко І. Я. Формування інноваційного продукту круїзного туризму: монографія / І. Я. Антоненко, І. Л. Мельник. К., 2016. 246 с.
8. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. Посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.
9. Батьковець Н. О., & Бурса О. В. Аналіз сучасних тенденцій застосування інновацій у туристичній галузі / *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2016. № 11, 263–266.
10. Боднарук О. В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії / *Вісник Приазовського державног технічного університету*. Серія «Економічні науки», 2019. 37, 97–104.
11. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <http://unwto.org/>
12. Водний туризм: національний та міжнародний досвід / Б. І. Корпан // *Матеріали наукової конференції з міжнародною участю*. Львів, 2021. 84 с.
13. Влащенко Н. М. Інноваційні технології в туризмі: навч. посібник / Н. М. Влащенко, М. В. Тонкошкур; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.

14. Гуцол А. (Уклад.). Інноваційні технології в туризмі. С.: ПП «Поліграф-Сервіс». 2015. 343 с.
15. Голубкова І. А. Проблема безпеки в круїзному судноплаванні / Голубкова І. А. // *Економіка та управління національним господарством*. Національний університет «Одеська морська академія». 2019. Вип. 39/1. С. 5-10.
16. Гарячі тури, туристична компанія «ОГОТУР» (@ogo.tour). Instagram. URL: <https://www.instagram.com/ogo.tour/>
17. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
18. Добрянська Н. А., Володівщук А. С., Добрянський Р. А. Сучасний стан та перспективи розвитку морського круїзного туризму в Одеському регіоні. *Економічний вісник Одеського політехнічного університету*, 2019. №. 4 (10), pp. 50-56. URL: <https://economics.opu.ua/ejoru/2019/No4/50.pdf>
19. Демографія України: скорочення населення і ризику для економіки / Інформаційно-аналітичний портал UA.NEWS. URL: <https://ua.news/ua/money/demografiya-ukrayiny-skorochennya-naselennya-i-ryzyku-dlya-ekonomiky>
20. Денисенко М. П., Шацька З. Я., Захарченко О. О. Заходи активізації інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств (на прикладі ТОВ «Агентство «Pan Ukraine») / *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 46. С. 61–67.
21. Дем'янченко А. Г. Потенціал і проблеми розвитку круїзного бізнесу в Україні // *Вісник ДІТБ*. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. №13. С.183-187.
22. Економіка й організація інноваційної діяльності: навчальний посібник / І. І. Цигилик та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 128 с

23. Зацепіна Н. О. Історія виникнення та сучасний стан круїзного туризму у світі / *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*, т. XXXIV, 2012. с. 232-234. URL: <http://old.istznu.org/page/issues/34/zatsepyna.pdf>
24. Зима А. Г. Особливості та розвиток транспорту в туризмі: препринт / А. Г. Зима, І. І. Лісіцина. Х.: Вид-во ХНЕУ, 2017. 310 с.
25. Захаріна А. Г. Визначення сутності та особливостей круїзного туризму / *Держава та регіони Серія: Економіка та підприємництво*. 2016. № 3 (72). С. 39-43.
26. Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика: зб. тез доп. III Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнародною участю (18 травня 2023 року, м. Львів). Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. 538 с.
27. Інновінг в туризмі: монографія / А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Т. І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
28. Корнілова В. В. Практичний аспект застосування інновацій у туристичному бізнесі / *Інвестиції: практика та досвід*, 2018. № 7, 25 –3 С.
29. Корнілова В., Корнілова Н. Основні тенденції розвитку світового круїзного ринку / *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №. 5, с. 20-25.
30. Круїзний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / І. Антоненко, І. Мельник // *Економіст*. 2016. № 3. С. 3-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2016_3_2
31. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
32. Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм» / *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2 (6). С. 135–143.
33. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму/ М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. К.: Знання, 2011. 334 с.

34. Коваль Є. Є. Особливості сучасного круїзного туризму. Наука і вища освіта: тези доповідей XXX Міжнар. наук. конф. студентів і молодих учених, м. Запоріжжя, 10 листопада 2021 р. Класичний приватний університет. Запоріжжя: КПУ, 2021. С. 397-398.
35. Ляховська О. С. Круїзний туризм в Україні / *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2011. Вип. 17. Т. 2. С. 25-30.
36. Ляховська О. С. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку XXI століття / *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2013. Вип. 19. Т. 2. С. 29-33.
37. Мельниченко С. В., Мельниченко Л. В. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери / *Фінанси України*. 2016. № 11. С. 55–62
38. Нездоймінов С. Г., Андрєєва Н. М. Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України / *Механізм регулювання 107 економіки*. 2016. № 4. С. 136-145. URL::
https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_19/SERGEY_G_NEZDOYMINOV_NATALYA_ANDRYEYEVACruise_Tourism_in_the_Context_of_the_Maritime_Doctrine_of_Ukraine.pdf
39. Перстньова Н. Чорне море, білий теплохід... Чи під силу Україні круїзний туризм? / *Дзеркало тижня*. 2008. 24 жовтня. URL:
https://zn.ua/ukr/economics_of_regions/chorne_more,_bilyy_teplohid__chi_pid_silu_ukrayini_kruyizniy_turizm.html
40. Проблеми інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного бізнесу. URL:
http://www.investplan.com.ua/pdf/6_2009/8.pdf
41. Проблеми та перспективи розвитку морського туризму в Україні. Все про туризм: туристична бібліотека. URL:
https://tourlib.net/statti_ukr/chupryna.htm
42. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

43. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. та ін.; за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
44. Сагірова А. С. Потенціал ІТ-технологій у стимулюванні ринку туристичних послуг. В Університетська наука. 2019, Тези доповідей Міжнародної науково-технічної конференції 2019, 16–17 травня. (Т. 4, с. 103–104), Маріуполь, Україна. Приазовський державний технічний університет.
45. Туристична компанія «Ого тур». Бізнес-довідка, карта, події, телефонний довідник. URL: <https://list.in.ua/Туристичні-компанії/78643/ОГО-ТУР-Тернопіль>
46. Тури на круїзному лайнері в 2022 році, ціни на відпочинок. URL: <https://ogotour.com.ua/services/kruizi/>
47. Туристична агенція «ОГО ТУР». Facebook. URL:: https://www.facebook.com/ogotravel/?locale=uk_UA
48. Фрей Л., Гаращенко Д. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після Covid-19. Інновації та технології в сфері послуг і харчування / *Науковий журнал*. Черкаси: ЧДТУ. 2020. №2. С. 67-74.
49. Федорченко В. Словник-довідник туристських термінів / В. Федорченко, І. М. Мініч. К.: Вид-во «Дніпро», 2000. 156 с.
50. Федорченко В. Історія екскурсійної діяльності в Україні: навч. посіб. / [В. Федорченко, О. Костюкова, Т. Дьорова, М. Олексійко]. К.: Кондор, 2004. 166 с.
51. Флора А. В. Застосування інформаційних інновацій у туризмі. Умань. URL: http://www.rusnauka.com/1_NNM_2015/Economics/6_183991.doc.htm
52. Шимановська-Діанич Л. М., & Білінська О.П. Інноваційні технології як інструмент інноваційного розвитку сфери туризму. Європейський вектор економічного розвитку, 2019. 1(26), 155–163. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-1>

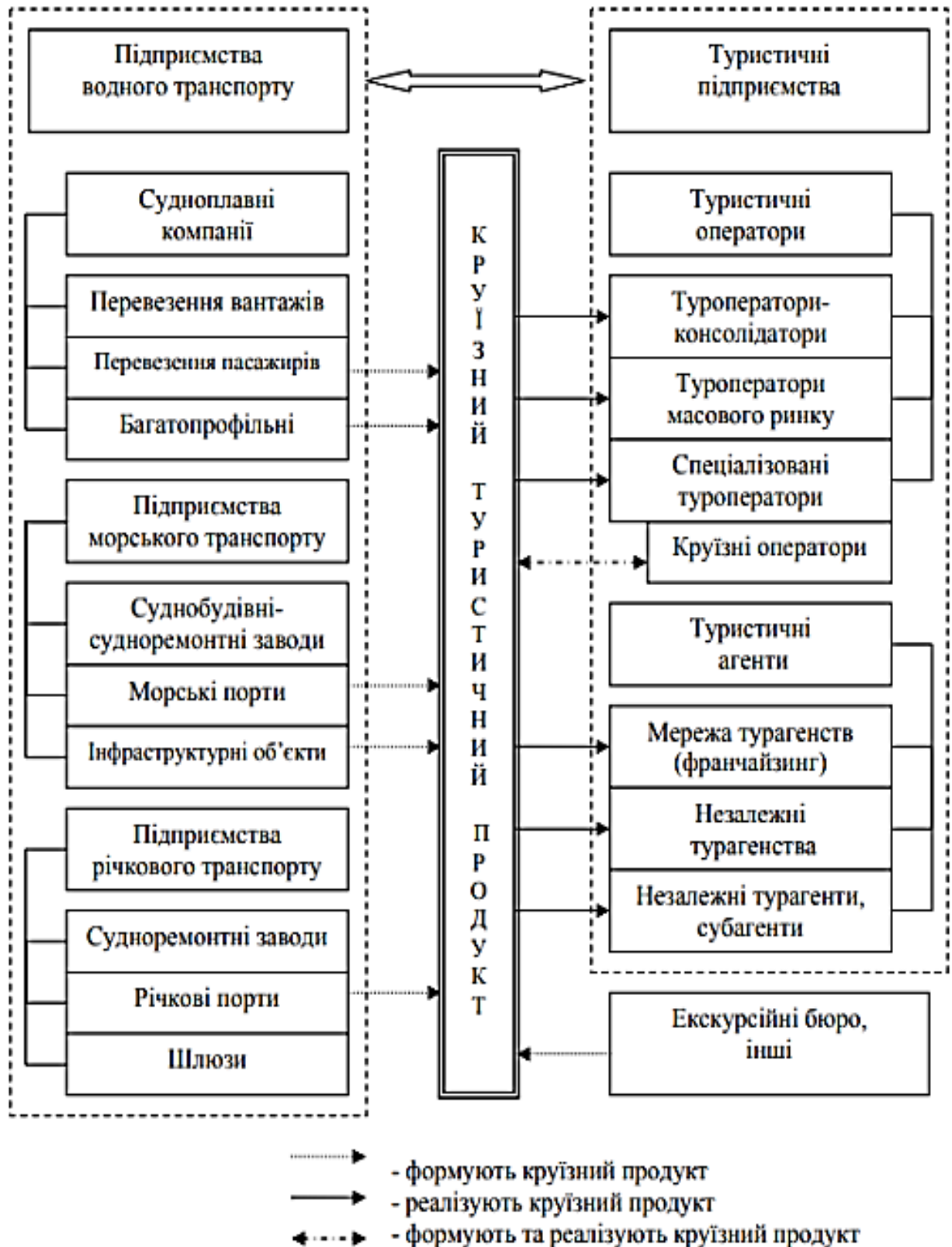
53. Шаров С., Лубко Д., & Зинов'єва О. Використання інтелектуальних систем у туристичному бізнесі. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, 2022. (1), 69-75. URL: <https://doi.org/10.32851/tnv-tech.2022.1.8>
54. European Cruise Council Report 2012– 2013. С. 84.
55. Boiko N. O. Bohoslavets O. H. Kruiznyi turyzm v umovakh suchasnykh svitovykh vyklykiv [Cruise tourism under conditions of the current global challenges]. *Naukovi perspektyvy*, 2020. no. 5(5), pp. 293–303. URL: [https://doi.org/10.32689/2708-7530-2020-5\(5\)-7-14](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2020-5(5)-7-14)
56. Zhang, Z., Ye, Q., Song, H., & Liu, T. The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth. *Current Issues in Tourism*. 2015. Vol. 18 (5). Pp. 450–464.
57. Brida, J. G. and Zapata, S. Cruise tourism: economic socio-cultural and environmental impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*. 2010. Vol. 1 (3). Pp. 205–226. URL: <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2010.029585>
58. Seunghyun “Brian” Park, M. S. Tourist experiences and word-of-mouth : The mediating effect of memory : an abstract of a dissertation. Department of Hospitality Management College of Human Ecology Manhattan. Kansas State University. 2016. 192 p.
59. Sustainable cruise tourism: systematic literature review and future research areas. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/10/8335>
60. Immersive technologies for tourism: a systematic review - *Information Technology & Tourism*. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-022-00228-7>
61. Xu Yuan, Zhang Yuxuan, Chen Lanxiang. Research on the development of local cruise tourism products from the perspective of cultural creativity. *Tourism Management and Technology Economy*. Clausius Scientific Press, Canada. 2023. 40-46 pp. URL: <https://doi.org/10.23977/tmte.2023.060606>

62. Boyko V. History of development and current trends in cruise tourism as a promising segment of the hospitality industry. Baltija Publishing. 2023 URL.: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-1>

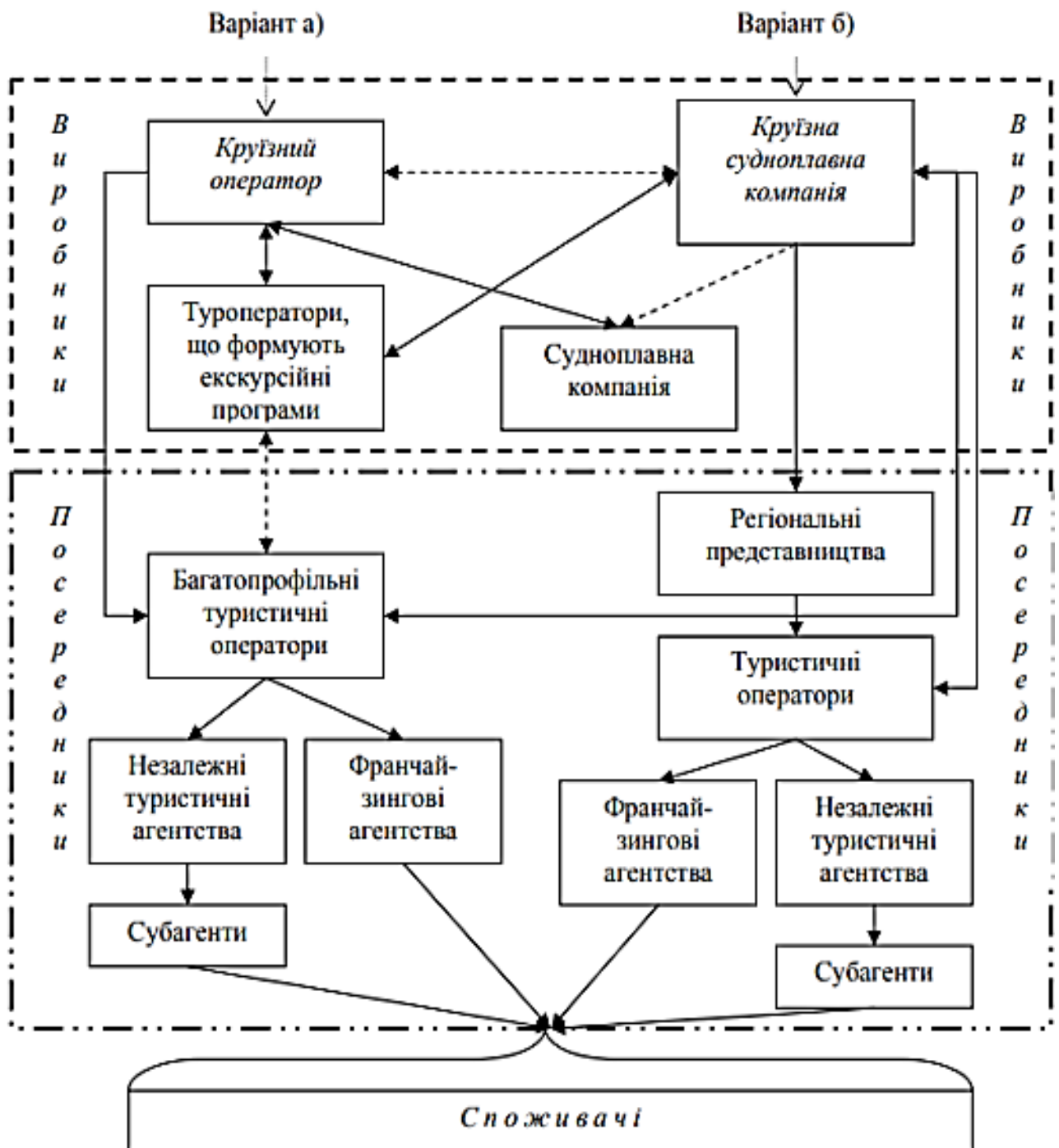
ДОДАТКИ

Додаток А

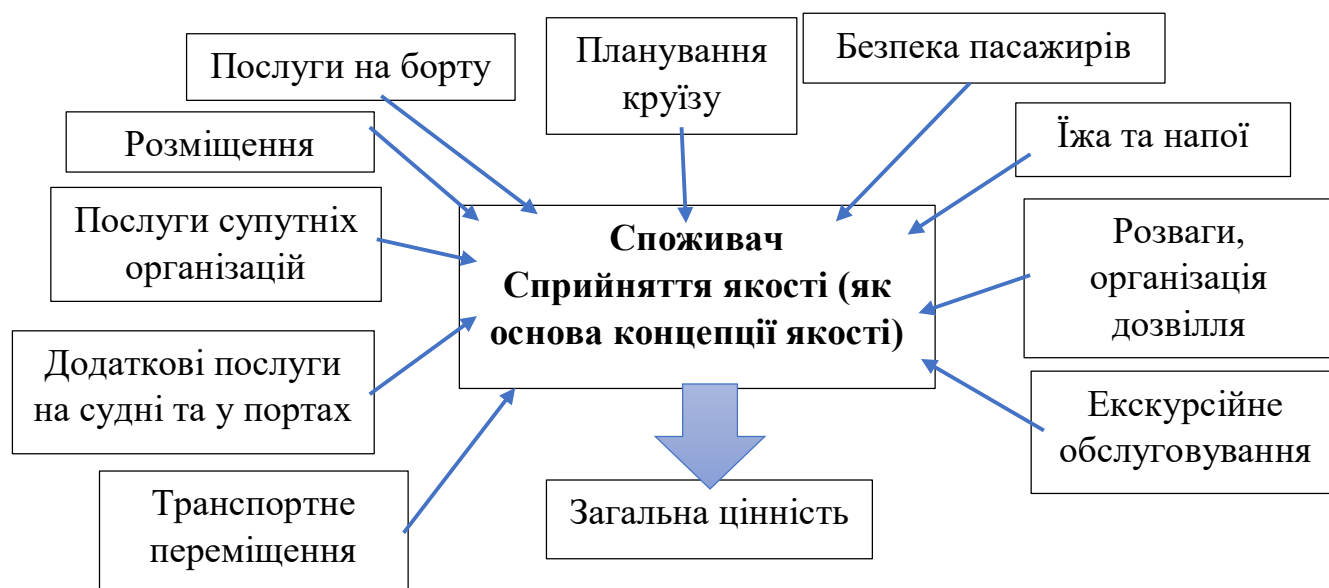
Взаємодія підприємств водного транспорту та туристичних підприємств при формуванні круїзного туристичного продукту



Типові схеми формування та просування круїзного туристичного продукту



Складові задоволення споживачів від якості послуг у круїзній індустрії [42-44]



Огляд інноваційних стратегій у круїзному туризмі

| Стратегія | Опис | Приклади застосування |
|-----------------------|--|--|
| Персоналізація послуг | Використання AI для аналізу даних про клієнтів та створення індивідуальних пропозицій. | Рекомендаційні системи для вибору екскурсій. |
| Екологічна стійкість | Впровадження зелених технологій для зниження впливу на навколишнє середовище. | Використання біопалива та сонячних панелей. |
| Віртуальний досвід | Застосування VR та AR для покращення клієнтського досвіду. | Віртуальні екскурсії по кораблю. |
| Безпека та здоров'я | Розвиток технологій для забезпечення безпеки та здоров'я пасажирів. | Системи швидкого реагування на надзвичайні ситуації. |
| Спільноти пасажирів | Створення платформ для обміну досвідом та комунікації між пасажирами. | Форуми та соціальні мережі для любителів круїзів. |

Послідовність реалізації запропонованих заходів для компанії
***ІТП – інноваційний туристичний продукт для туристичного агентства**
«Ого тур» [41, с. 71]

