
Круизный туризм: географические и методические рекомендации по формированию индивидуальных комбинированных программ

*Баикина О.А.
Валькова Т.М.*

Среди дипломных исследований наибольший интерес представляют работы студентов, активно работающих в туристской индустрии, в которых они демонстрируют не только теоретические знания, полученные в процессе обучения в институте, и умение анализировать информацию, но и свои практические навыки, приобретенные в ходе работы по специальности. Именно таким является дипломное исследование О.А. Баикиной «Разработка рекомендаций по формированию индивидуальных комбинированных программ на базе круизных маршрутов на примере ЗАО «Ланта-тур Вояж», г. Москва» (руководитель — к. г. н., доцент Т.М. Валькова). При его выполнении она использовала собственные знания в области формирования турпродуктов круизного туризма, полученные во время работы в этой компании в должности менеджера, что в значительной степени повысило уровень квалификационной работы, выдержки из которой излагаются ниже.

Морской круизный туризм — один из наиболее древних видов туризма, существующий уже несколько тысяч лет. В настоящее время он представляет собой международные, дальние и каботажные путешествия, обычно по замкнутому кругу с радиальными поездками из портов во внутренние районы стран. В мире насчитывается более 150 морских круизных компаний — греческих, итальянских, испанских, американ-

ских, датских, норвежских, эксплуатирующих от 1—2 до 15—40 пассажирских судов. К наиболее известным перевозчикам в сфере морских круизов относятся Carnival Cruise Lines (CCL), Celebrity Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines, а также британская P&O Cruises Division, многие из которых входят в 3 крупных круизных холдинга — Carnival Corporation, Royal Caribbean и Star Cruises. Большая часть операторов круизов объединена в профессиональную международную ассоциацию — Cruise Line International Association (CLIA).

С каждым годом число круизных компаний увеличивается, так как растет число туристов, проявляющих интерес к круизам. Показательны следующие данные — в 1970 г. в круизах приняло участие 500 тыс. чел., в 1980 г. — 1,5 млн туристов, в 1993 г. — 4,5 млн, в 1996 г. — 6,5 млн, в 2003 г. — 9 млн, в 2006 г. — 12 млн, в 2007 г. — 12,6 млн, а в 2008 г. эта цифра достигла 13,2 млн. Данные о количестве круизных туристов представлены на рисунке 1.

Круизная индустрия является самым быстрорастущим сегментом в индустрии туризма, особенно в Европе, Юго-Восточной и Восточной Азии — с 1990 г. среднегодовой прирост количества круизных пассажиров составляет

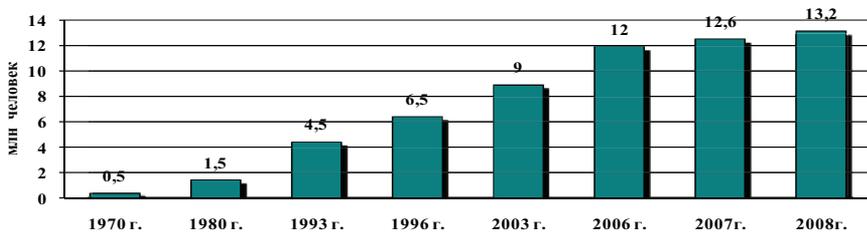


Рис. 1. Количество круизных туристов в мире (1970—2008 гг.) (млн чел.)
[Составлено Баикиной О.А. на основе CLIA Travel Agent Center, 2009]

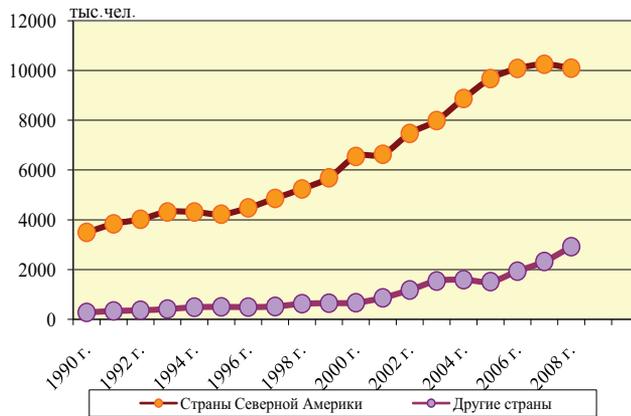


Рис. 2. Структура спроса на круизы среди туристов в зависимости от региона их проживания (1990—2009 гг.)
[Составлено Баикиной О.А. на основе CLIA Cruise Market Overview, 2009]

в среднем 7,4%. Кроме того, круизный сегмент туристского рынка оказался наименее подвержен кризису в силу его сильной диверсифицированности — более всего пострадал средний ценовой сегмент, ранее бывший ведущим элементом продаж туроператоров. При этом эксперты полагают, что сегмент luxury туризма, как, впрочем, и сегмент эконом-отдыха, испытывали наименьшее падение спроса. Как это ни парадоксально, кризис дал новый толчок повышению качества предоставляемых услуг в туризме.

До сих пор более 90% путешественников составляют американцы, англичане или немцы, при этом большая часть продаж круизов (77%) приходится на жителей США и Канады. Аме-

риканцы покупают около 5 млн круизов в год (для сравнения: в Испании ежегодно продается 200 тыс. круизов, а в России — порядка 20 тыс.) и считаются основателями круизной культуры. Растут и расходы на круизные путешествия (рис. 2).

Отечественному круизному рынку далеко до показателей Северной Америки — развитие круизного отдыха в России тормозится из-за необходимости получения нескольких виз, длительного перелета, однако спрос на морские и океанские путешествия среди наших соотечественников динамично растет. При этом если за рубежом нормальным темпом считается ежегодный 10% прирост, то Россия значительно опережает эти цифры: количество проданных

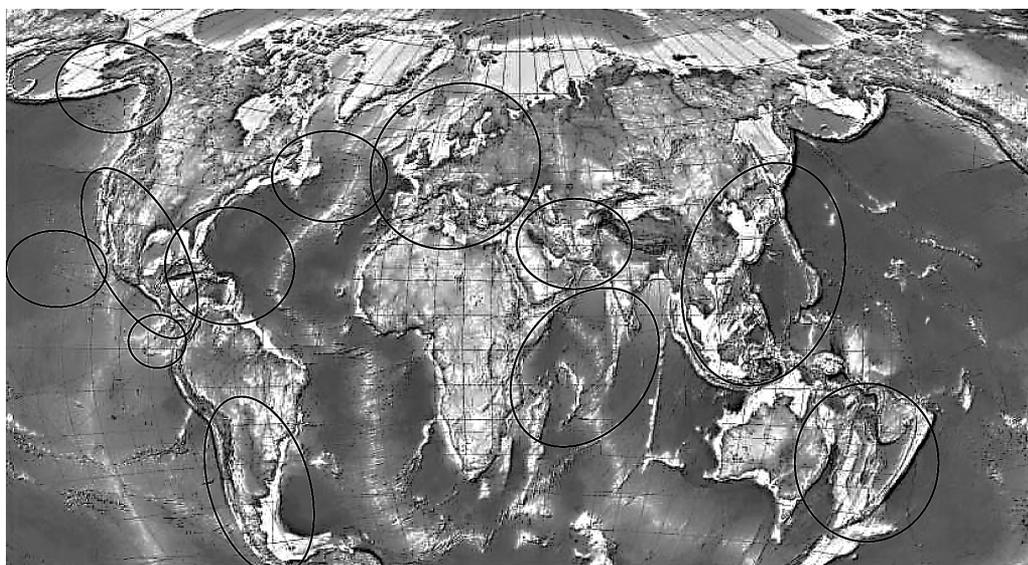
пакетов увеличивается на 35—40% ежегодно. Увеличению продаж круизов способствовало то, что туроператоры сделали ставку на продукт, отвечающий потребностям российского туриста, — появились круизы по европейским странам с посадкой в Санкт-Петербурге, Сочи, а на борту европейских лайнеров начали работать русскоговорящие координаторы, кроме того, в структуре туристских компаний появились специализированные круизные департаменты.

Морской круизный туризм имеет ряд особенностей, так как сочетает в себе несколько видов туризма — рекреационный, спортивный, лечебно-оздоровительный и познавательный. Морские круизы не имеют альтернатив, так как это единственный вид туризма, позволяющий посетить несколько стран за одну поездку, а также получить удовольствие от пребывания на борту новейших лайнеров. Круизы отличаются самым высоким процентом возвратности туристов. К факторам развития круизного туризма относятся: природные, культурно-исторические, политические, социально-экономические, демографические, научно-технические

факторы. При составлении маршрутов круизными компаниями учитываются природные и культурно-исторические особенности территорий (портов, городов, стран, регионов), что наряду с современным флотом круизных компаний является рекреационными ресурсами морского круизного туризма.

Современный морской круизный туризм характеризуется обширной географией маршрутов и устойчивостью к сезонным колебаниям. Маршруты морских круизов охватывают все регионы мира, интересные с точки зрения туристов, — традиционно компании предлагают десятки вариантов морских путешествий: по Средиземному или Красному морям, вокруг Западной и Северной Европы, по Карибскому бассейну, Гавайским островам, вдоль побережья Южной или Северной Америки (вокруг Канады или Аляски), Южной Африки, Австралии и Новой Зеландии, по Океании, в водах Индийского океана и Атлантики, другим направлениям. Более наглядно география морских круизов представлена на рисунке 3.

На сегодняшний день круизные компании охватили практически все возможные морские



*Рис. 3. Основные регионы мировых морских круизных маршрутов
[Составлено Баикиной О.А. на основе данных CLIA]*

и океанские маршруты, поэтому принципиально новых направлений на туристическом рынке уже не появляется — маршруты лишь трансформируются, дорабатываются. В любое время года можно найти круиз, отвечающий самым разнообразным требованиям и вкусам. Широкое развитие получили комбинированные и «пакетные» авиаморские круизы с включением в стоимость путешествия всего комплекса обслуживания. При этом круизная компания организывает чартерные авиарейсы как часть общего путешествия, обеспечивая туристу свой уровень обслуживания уже из аэропорта.

За последние годы изменился имидж круиза как турпродукта. Благодаря проведению интенсивных рекламных кампаний привлекательность круизов возросла среди всех слоев населения. В настоящее время принято различать круизные путешествия в сегментах *standart*, *premium* и *deluxe*, при этом класс круизных лайнеров всегда выше, чем гостиниц с таким же количеством звезд, т.е. четыре звезды в море примерно соответствуют пяти звездам на земле, а количество вариантов проведения досуга — намного больше. Круиз в среднем обходится дешевле аналогичного наземного тура на 30%. При этом на цену круиза влияет ряд факторов. Прежде всего, это продолжительность путешествия и сезонность круиза, экзотичность и насыщенность маршрута, класс корабля и тип каюты, место швартовки лайнера.

Главные минусы круиза состоят в том, что турист каждый день видит море или океан, но не может в нем купаться. Проблему отчасти решает наличие на лайнере бассейнов с морской водой. Поэтому, чтобы в полной мере насладиться отпуском, в турфирмах рекомендуют совмещать путешествие на лайнере с пляжным отдыхом в стране, т.е. формировать индивидуальную комбинированную программу. Комбинированная программа на базе круизного маршрута — отдых на лайнере, совмещенный с продуманной экскурсионной программой и остановкой в гостинице до или после круиза — оптимальное решение проблемы несовпадения желаний и интересов, возникающих при организации со-

вместного отдыха. Каждый год в ассортименте туроператоров появляются новые разновидности комбинированных туров: идет расширение экскурсионных программ, и, соответственно, добавляются новые места отдыха. Популярными сегодня комбинированные туры в их классическом варианте представляют собой групповую экскурсионную программу с посещением разных городов одного государства и последующий отдых на побережье. Самыми популярными по-прежнему остаются недельные круизы, однако доля круизов продолжительностью более одной недели значительно увеличилась. Соотношение экскурсионной и пляжной составляющих может быть различным, но обычно каждой части отводится неделя. Существует и особая форма комбинированного тура: осмотр одного города и последующий отдых.

Комбинированная программа на базе круизного маршрута — это комплексный туристский продукт, когда в обслуживании туристов по программе задействованы круизные компании, предприятия размещения, транспорта, развлечений и т.д., относящиеся к разным секторам туристской индустрии. Поставляемые ими услуги размещения, перевозки, питания и т.д. не могут быть объединены автоматически, поэтому специалисты, занимающиеся планированием комбинированных программ на базе круизных маршрутов должны обладать целостностью восприятия турпродукта и комплексным видением множества мелких проблем, возникающих при составлении подобных программ. Технология организации и проведения индивидуальной комбинированной программы на базе круизного маршрута заключается в комплексном подходе к формированию всей программы обслуживания и составлению ежедневных экскурсионно-досуговых программ. Оптимальная индивидуальная комбинированная программа на базе круизного маршрута — это такая программа, которая учитывает потребности клиентов и тематику обслуживания с точки зрения содержания, состава услуг, их количества и порядка предоставления. Кроме того, при составлении дневной программы

следует учитывать специфику самого туристского или курортного центра, маршрута путешествия.

В связи с ограниченным количеством кают, а также особенностью увеличения тарифов необходимо бронировать круизы заблаговременно, например, за полгода, поэтому операторам круизного туризма важно формировать комбинированные программы на базе круизных маршрутов примерно за год. Так как круизные маршруты модифицируются каждый год, а выполняют их разные лайнеры, комбинированные программы на базе таких маршрутов каждый год будут разные. Данная особенность положительна, так как позволяет избежать стагнации и падения спроса. С другой стороны, это, а также изменения в маршрутной и тарифной сетке авиакомпаний, изменения визовых взаимоотношений между странами сокращают возможность анализировать комбинированные программы для их последующего совершенствования в следующем году.

Анализ тенденций и перспектив развития круизного туризма в России и мире показал, что в настоящее время ситуация на российском туристическом рынке в целом и круизном в частности достаточно нестабильна. Происходит перестановка сил — в кризис некоторые крупные российские игроки выездного круизного туризма не только не утратили амбиций, но, наоборот, увидели в нем возможность для расширения собственной доли рынка. В борьбе с многочисленными конкурентами и в стремлении удовлетворить возрастающие потребности туристов в новой услуге компании вынуждены разрабатывать все больше разнообразных туристских продуктов. Таким образом, предприятиям рекомендовано разрабатывать комбинированные программы на базе круизных маршрутов, так как данная мера позволит выводить на рынок комплексный турпродукт, удовлетворяющий потребности потребителей и отличающийся высокой долей профита.

Что касается тенденций в развитии комбинированных программ, то можно отметить появление многочисленных групповых ком-

бинированных программ на базе круизных маршрутов в Европе с русскими сопровождающими: регион Средиземного моря сегодня является самым популярным с точки зрения организации русскоговорящих групп. В развитии комбинированных программ заметно и расширение их ценового диапазона, а также расширение географии их организации. Так, в сезоне зима 2009—2010 гг. сразу несколькими операторами, в том числе компаниями «Ланта-тур Вояж» и «Атлантис Лайн», представлены программы на базе недельных круизных маршрутов из г. Дубаи. Увеличение спроса на круизы приведет к увеличению спроса на предложения комбинированных программ на базе круизных маршрутов.

Компания «Ланта-тур Вояж» является генеральным представителем круизного холдинга Royal Caribbean Cruises Ltd в России. Анализ динамики бронирования за 2009 г. позволяет сделать вывод, что круизы являются одной из приоритетных областей продаж «Ланта-тур Вояж». Формирование индивидуальных комбинированных программ на базе круизных маршрутов в точном соответствии с требованиями покупателя является приоритетной задачей компании «Ланта-тур Вояж». По результатам анкетирования туристов «Ланта-тур Вояж», проведенного дипломником в ходе преддипломной практики, выявлено, что почти половина круизных пассажиров предпочитает приобретать все услуги, составляющие их путешествие, в одном месте. Следовательно, дополнение круизов такими услугами, как перелет, визовое сопровождение и страхование, а также дополнительными — такими, как экскурсии и размещение в гостинице до или после круиза, позволят диверсифицировать продажи и увеличить прибыль при реализации турпродукта. По результатам анкетирования также был выявлен доминирующий по пожеланиям регион организации индивидуальных комбинированных программ на базе круизных маршрутов — Юго-Восточная и Восточная Азия. В связи с этим актуально разрабатывать такие программы на базе круизных маршрутов именно в этом регионе. В диплом-

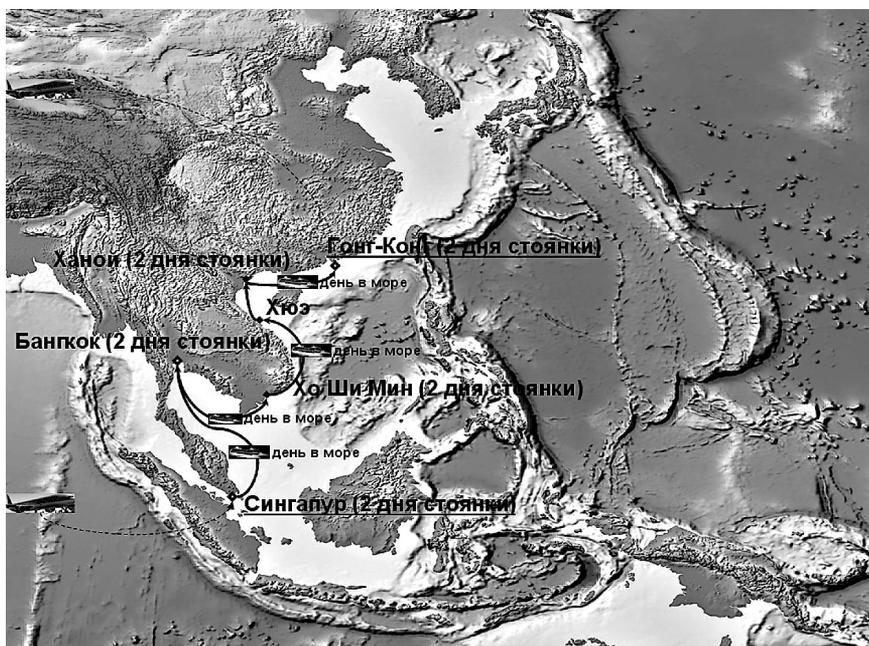


Рис. 4. Маршрут программы «Яркие краски Азии»
[Составлено Баикиной О.А.]

ной работе была разработана комбинированная программа на базе маршрута лайнера Azamara Quest круизного холдинга Royal Caribbean Cruises Ltd для туристской компании ЗАО «Ланта-тур Вояж», обозначены дополнительные экскурсии, которыми она может быть дополнена в зависимости от потребностей туристов, а также дано экономическое обоснование данной программы, определены каналы сбыта и мероприятия по ее продвижению.

Цель программы — посещение пяти стран Юго-Восточной Азии: Сингапур, Таиланд, Камбоджа, Вьетнам и Китай (Гонк-Конг), посещение экскурсий и отдых на лайнере Azamara Quest класса deluxe.

Замысел программы — дать туристам возможность посетить основные достопримечательности, удовлетворить свои потребности в культурном познании и расширении кругозора. Круиз на лайнере такого высокого класса удовлетворяет также эгоистические мотивы

путешественников, повышая статус поездки и престиж туристов.

Целевая аудитория программы — индивидуальные туристы, путешествующие парами и семьями, в возрасте от 30 до 60 лет, с доходом выше среднего. В основном данные туристы имеют высшее образование, и ключевой целью их путешествий являются покой в сочетании с познанием, возможностью заниматься спортом, экскурсиями, посещением театров и концертов.

Название программы — «Яркие краски Азии». Слоганом служит слоган компании «Ланта-тур Вояж»: «Когда путешествие — радость!»

Круизный маршрут: Сингапур (2 дня стоянки) — 1 день в море — Бангкок, Тайланд (2 дня стоянки) — 1 день в море — Хо Ши Мин, Вьетнам (2 дня стоянки) — 1 день в море — Хюэ (порт Дананг), Вьетнам — Ханой (порт Халон Бэй), Вьетнам (2 дня стоянки) — 1 день в море —

Гонг-Конг, Китай (2 дня стоянки). Схематично маршрут представлен на рисунке 4.

Услуги, включенные в круизную программу:

- проживание в каюте выбранной категории,
- портовые сборы,
- круглосуточное питание на борту лайнера в основном ресторане с обслуживанием по меню, в 24-часовом ресторане системы «шведский стол» и в других тематических ресторанах,
- посещение всех развлекательных программ,
- пользование бассейном и пляжным инвентарем, тренажерным залом, джакузи и саунами,
- посещение детских клубов.

В рамках программы можно предлагать туристам регулярный перелет Москва — Сингапур/Гонг-Конг — Москва авиакомпаниями Singapore Airlines, Qatar Airways, Emirates и другими, в зависимости от предпочтений туристов. В рамках круизной программы (по желанию туристов) предлагается дополнительная экскурсионная программа во время стоянок лайнера в Сингапуре, Бангкоке (Таиланд), в Хо Ши Мине, Хюэ (порт Дананг) и Ханое (порт Халон Бэй) (Вьетнам), стоянки лайнера в Гонг-Конг (Китай). Продолжительность программы может быть более 14 ночей, т.е. увеличена по запросу туриста проживанием в гостинице до круиза в Сингапуре и/или в Гонг-Конге после.

На основе разработанной программы был сформирован одноименный турпродукт «Яркие краски Азии» на группу из 2-х человек и проведены его калькулирование и экономическое обоснование. Общая стоимость турпродукта «Яркие краски Азии» составит 11173 долл. США, в расчете на 1-го человека — 5585 долл. США.

Программа продвижения турпродуктов на основе индивидуальной комбинированной программы и PR-акции. Продвижение данных турпродуктов на основе индивидуальной комбинированной программы будет осуществляться посредством:

- ✓ распространения печатной продукции (сезонные каталоги, брошюры, листовки);
- ✓ электронной рассылки;
- ✓ сайта компании www.cruiselanta.ru;
- ✓ информационных порталов www.tourprom.ru, www.tourdom.ru,
- ✓ презентаций (электронные фотоальбомы на столах менеджеров прямых продаж).

Каналы сбыта турпродукта на основе индивидуальной комбинированной программы реализуются департаментом круизов на основании индивидуальных и групповых заявок, офисами прямых продаж и представительствами компании в регионах и г. Киев. Прямые туристы будут иметь возможность оставлять заявку на сайте компании. Ввиду сложности программы, а также возможного наступления финансовой ответственности перед партнерами, бронирование услуг в режиме он-лайн доступно только агентствам, подключенным к системе бронирования.

После расчета экономического эффекта от предложения новых туристских продуктов по разработанной комбинированной программе были получены следующие результаты:

Прирост объемов реализации турпродуктов за сезон — 111 730 долл. США.

Прирост прибыли компании за сезон — 22 346 долл. США.

Таким образом, экономическое обоснование позволяет сделать вывод, что мероприятие экономически эффективно для данной компании. Разработанные рекомендации применимы на практике для всех туристских предприятий, находящихся в аналогичной экономической ситуации, что подчеркивает значимость дипломной работы и демонстрирует уровень профессиональной компетенции автора.



Шунудаг — Фестиваль художников и мастеров прикладного искусства «Дагестанская биеннале»

Шунудаг¹ — это фольклорный фестиваль народов Дагестана, объединяющий творческих людей — художников, музыкантов, танцоров и мастеров прикладного искусства.

«Дагестанская биеннале» — уникальный и важный этнокультурный проект, призванный помочь талантам Кавказа показать свое творчество широкой общественности.

Идея фестиваля

Фестиваль «Шунудаг» организован с целью сохранения и приумножения фольклорных традиций древней культуры лакского народа, проживающего в высокогорье на территории Республики Дагестан.

Лозунги фестиваля

Цени! Храни! Приумножай!

Присутствуй! Участвуй! Содействуй!

Эмблема Фестиваля «Шунудаг» изображает героя лакской легенды Гарту.



Легенда о Гарту — мальчике-птице

Давным-давно, когда горы еще были священны, а люди путешествовали по миру пешком, в одном

горном селе жил мальчик. Люди считали мальчика странным и сторонились его. У всех дети как дети — помогают родителям в поле, пасут коров или играют, борются друг с другом, веселятся. А Гарту уйдет ни свет, ни заря в горы, и только и видно его то на од-



ной вершине Шуну, то на другой. Вечером вернется домой, да не с пустыми руками. Иной раз принесет птенцов, которых чуть не загрызла лисица, и лечит их, в другой раз достанет из-за пазухи какие-то перышки, смастерит из них игрушки, похожие на птиц, и дарит ребятам. А то вдруг начнет прыгать с кровати и махать руками, словно крыльями. Маме приходится садиться рядом и успокаивать его. Погладит она по голове своего неразумного Гарту, вздохнет глубоко-глубоко и скажет: «Эх, Гарту, Гарту, как же ты жить будешь...».

Село, в котором жил Гарту, называлось Цыйша, и располагалось оно у подножия почитаемой горы Шуну. С вершины Шуну в сторону родного села спускался красивый водопад. Гарту часто приходил сюда, разговаривал с водопадом, слушал музыку его падающих на землю струй.

¹ <http://www.shunudag.ru> (дата обращения: 12.02.2011).