

**РОЛЬ МОТИВАЦИОННЫХ
АСПЕКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ
СПРОСА НА КРУИЗЫ****THE ROLE OF MOTIVATION
ASPECTS IN THE DEMAND
FOR CRUISES**

В статье рассмотрены мотивационные аспекты в формировании спроса на круизы. Представлена классификация потребностей, которые могут быть удовлетворены в круизе; описаны разнообразные мотивы, побуждающие к выбору круиза. Выявлены способы удовлетворения потребностей туристов в круизе за счет использования инфраструктуры круизного судна.

Ключевые слова: круизный туризм, туристские мотивы, туристские потребности, инфраструктура круизного судна, спрос.

The article considers motivation aspects in the demand for cruises. The article includes the classification of needs that can be satisfied during a cruise; describes a variety of motives that lead to the choice of cruise. The ways of satisfying the tourist needs during a cruise are identified through the use of the infrastructure of a cruise ship.

Keywords: cruise tourism, tourist motives, tourist needs, cruise ship infrastructure, demand

В настоящее время круизный туризм является наиболее перспективным сегментом развития международного туристского рынка ввиду высокой и стабильной положительной динамики роста объема выполненных морских и речных круизов. С 1980 г. количество туристов, совершивших круиз, ежегодно растет в среднем на 7,6%, в 2016 году данный показатель в абсолютном значении составил 24,7 млн человек, что значительно превысило прогноз Международной ассоциации круизных линий по развитию сферы круизного туризма. Во время круиза ежедневные траты туристов вдвое больше, чем во время туристических поездок иного типа. По данным World Travel Monitor, в 2015 году в туристических поездках расходы туристов из стран Европы в среднем составляли 107 евро в день, а в круизе – 218 евро, что свидетельствует о высокой степени заинтересованности стран, имеющих водные пути и портовую инфраструктуру, в развитии круизного туризма [1].

¹ Кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и культурного наследия АНО ВО «Российский новый университет».

© Войт М.Н., 2017.

Регионами с наиболее активным развитием круизного туризма по количеству заходов судов являются Карибский бассейн (35% всего мирового круизного рынка) и Средиземноморский бассейн (18,3%). Наиболее востребован отдых на круизных судах среди туристов из Северной Америки (59% от общего количества путешественников) и стран Европы (32%). Однако эксперты сферы круизного туризма прогнозируют дальнейший рост рынка круизов за счет Азиатско-Тихоокеанского региона. Высокий уровень потенциала мирового круизного рынка и положительная динамика его развития предопределили необходимость в исследовании влияния мотивационных аспектов на формирование спроса на круизы.

Туристские мотивы являются важнейшим элементом системы туристской деятельности, которые можно рассматривать как определяющие компоненты спроса, основу выбора поездки и программы отдыха [4]. А.Д. Чудновским были выделены четыре группы туристских мотивов, элементы которых определяют выбор туриста: природно-климатические, культурные, экономические, психологические. Содержа-

ние мотивационных аспектов в значительной степени определяется потребностями туриста. А. Маслоу все потребности индивидуума разделил на пять групп: физиологические (биологические); потребности в безопасности и защите (физиолого-психологические); социальные (психолого-социальные); потребности в уважении; потребности в саморазвитии (самовыражении, совершенствовании) [5]. Спрос на туристский продукт в существенной степени

определяется его способностью удовлетворять все обозначенные группы потребностей. Круизное судно является дестинацией с развитой туристской инфраструктурой, привлекательность которой определяется возможностями удовлетворения всех групп потребностей индивидуума в различных соотношениях [3]. Характерные особенности судна и его инфраструктуры представлены в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика инфраструктуры круизного судна

Направление удовлетворения потребностей	Элементы инфраструктуры, обеспечивающие удовлетворение потребностей
Физиология (обеспечение комфортности отдыха)	Каюты и их оборудование, предприятия питания, прачечная, медицинский пункт
Развлечения (потребности в саморазвитии)	Ночные клубы, залы для проведения творческих встреч, интеллектуальных игр (конкурсы, викторины), казино (на российских судах наличие казино запрещено), бары, концертные залы (шоу-программы, концерты, вечеринки) и др.
Спорт (восстановление и поддержание физической формы)	Спортивные площадки, стена для скалолазания (на морских судах), поле для мини-гольфа, дорожки для бега/ходьбы, теннисные корты, ледовые катки и др.
Оздоровление организма	СПА-центр, фитнес-центр, зал для тренировок, салон красоты, бассейн, сауна и др.
Образование	Библиотека, образовательные аудитории, интернет-кафе, конференц-залы и др.
Социальная адаптация детей	Детский центр (на речных судах – комната), предоставляющий детские анимационные программы и услуги няни, аттракционы, залы для компьютерных игр и др.
Общение и социальная адаптация взрослых	Общение с директором круиза, персоналом судна, другими туристами

Востребованность различных элементов инфраструктуры и услуг, предоставляемых на борту круизного судна, определяется возрастными и социальными характеристиками туристов [2]. Характеристика различных возрастных групп туристов, имеющих опыт совершения круизов, представлена в табл. 2.

Традиционно круизы популярны среди людей пожилого возраста, однако по результатам исследования, проведенного Международной ассоциацией круизных линий и опубликованных в 2017 г. в докладе Cruise Travel Report, средний возраст туристов снижается. Меняется образ жизни и людей, вышедших на пенсию. Современные пенсионеры, которые по-прежнему составляют основную долю потребителей круизного турпродукта, находятся в лучшей физической форме, чем их предшественники, бла-

годаря моде на здоровый образ жизни и имеют более широкий кругозор, так как доля людей с высшим образованием стабильно растет. Благодаря развитой бортовой инфраструктуре и широкому ассортименту услуг отдых на круизном судне сочетает характерные признаки культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, религиозного, событийного, а также делового туризма при условии проведения на борту конференций, семинаров, симпозиумов. Программа мероприятий на судне позволяет туристам расширить их знания по искусству, художественной литературе, политике; приобрести и усовершенствовать практические навыки в спорте, гастрономии и декоративно-прикладном искусстве посредством участия в мастер-классах. Познавательные лекции (творческие вечера) являются важной частью большинства круизов за счет

Возраст туристов, имеющих опыт совершения круизов [6]

Период времени, годы	Средний возраст	Характеристика
1970-е	65+	Пожилые пенсионеры, путешествующие преимущественно парами, пожилые одинокие женщины
1980-е	60	Пожилые пенсионеры, путешествующие преимущественно парами, одинокие женщины
1990-е	50+	Пенсионеры, ведущие активный образ жизни, представители поколения бэби-бума (рожденные в 1946–1964 гг. и находящиеся в трудоспособном возрасте), семьи
2000-е	50	Пенсионеры, ведущие активный образ жизни, представители поколения бэби-бума (рожденные в 1946–1964 гг. и находящиеся в трудоспособном возрасте), индивидуальные туристы, компании из представителей нескольких поколений, туристы поколения X (рожденные в 1965–1976 гг.), поколения Y (рожденные в 1977–1994 гг.), поколения Z (рожденные в 1995–2009 гг.)
2010-е	40	Пенсионеры, ведущие активный образ жизни, представители поколения бэби-бума (рожденные в 1946–1964 гг. и находящиеся в трудоспособном возрасте), индивидуальные туристы, компании из представителей нескольких поколений, туристы поколений X, Y, Z, а также поколения Альфа (рожденные после 2010 года)

низких материальных затрат на их организацию, при этом нахождение на борту известных широкой публике специально приглашенных гостей является дополнительным мотивационным аспектом для приобретения круиза. Круизные суда также предлагают возможности для приключений в виде специально организованных квестов. Таким образом, кроме вышеуказанных видов туризма отдых на круизном судне содержит в себе элементы образовательного и приключенческого туризма.

Таким образом, высокий и стабильный спрос на круизы определяется множеством факторов, в том числе:

- гибкостью цен на морские и речные круизы, уровень которых зависит от категории каюты, класса судна, набора услуг, включенных в турпакет, продолжительности поездки, количества и продолжительности остановок на маршруте;
- широкими возможностями на борту судна для развлечения и оздоровления;
- разнообразием, высокой культурной значимостью круизных маршрутов и насыщенностью их объектами показа за счет посещения большого количества населенных пунктов, регионов, стран;
- отсутствием утомительных переездов между объектами туристского показа в круизе;

– для туристов, путешествующих на морских круизных судах, действует упрощенный визовый режим при посещении городов в зарубежных странах.

На основе анализа содержания таблиц 1 и 2 представителей поколения бэби-бума можно отнести к наиболее перспективному сегменту рынка сбыта для сферы круизов. Туристы данной категории с особым вниманием относятся к вопросам обеспечения безопасности и охраны (ввиду их деловой активности в условиях высокого уровня террористической угрозы и жизни в окружении неблагоприятного информационного фона), имеют часто не одно высшее образование, требовательны к комфорту отдыха, уделяют внимание здоровому образу жизни. Стремительно растущий, но пока не основной, сегмент рынка – дети и семьи, для которых отдых на круизном судне является возможностью совместного отдыха в условиях дефицита свободного времени. Для детей палубы круизного судна являются игровыми площадками с высоким уровнем безопасности.

Результаты многочисленных зарубежных исследований удовлетворенности туристов, выбирающих круизы, проводимых Р. Gibson, М. Vogel, А. Parathanassis, показали, что для туристов наряду с материальными благами имеют ценность

такие аспекты обслуживания, как обходительность и компетентность персонала, эффективность работы директора круиза, ассортимент и разнообразие развлечений на борту. Однако необходимо помнить о субъективности результатов оценки качества обслуживания туристами ввиду наличия различий в ценностных ориентирах индивидуумов и их туристском опыте.

Кроме мотивирующих факторов выбора круиза существуют и демотивирующие факторы. Наиболее высока конкуренция круизного туризма с экскурсионным. Уровень ценовой доступности круизного туризма значительно ниже. Большая часть экскурсий не входит в стоимость турпакета и оплачивается дополнительно. Стоимость экскурсий, приобретаемых на борту судна, значительно выше, чем у местных экскурсионных бюро. Таким образом, стоимость круиза в несколько раз превышает стоимость экскурсионного тура. В условиях снижения реальных доходов населения не только в России большинство туристов особенно чувствительны к изменению цены на отдых, размер которой является наиболее значимым фактором при принятии решения о покупке. Ввиду того что качество круиза можно оценить только после его покупки и совершения, важным условием обеспечения дальнейшего роста спроса на круизы является донесение в наглядной и доступной форме достоверной информации о неценовых преимуществах отдыха на круизном судне. Для туристов, отправляющихся в круиз впервые, не имеющих представления об особенностях отдыха на круизном судне, наоборот, наибольший интерес и удельный вес среди всех факторов привлекательности будет иметь насыщенность и новизна маршрута.

Дополнительным мотивирующим фактором для совершения круиза для ряда туристов является возможность удовлетворения потребности в социальном признании и самоутверждении. Круизный туризм относится к элитному отдыху,

и наличие опыта совершения круиза способствует повышению социального статуса. Среди туристов также можно выделить немотивированных к круизному туризму, но имеющих опыт отдыха на круизных судах. Такие туристы чаще всего отправляются в круиз в качестве компаньонов для сопровождения, например пожилых близких людей.

Выявление, знание и использование туристских мотивов является важным условием обеспечения роста спроса на круизы, как за счет постоянных туристов, так и посредством привлечения туристов, не имеющих опыта путешествий на круизных судах. Туристские мотивы как определяющий компонент спроса на круизы должны быть положены круизными компаниями в основу стратегического планирования деятельности с расчетом, что организуемые круизы смогут обеспечить туристский спрос.

Литература

1. Морозов М.А., Морозова Н.С., Войт М.Н. Развитие сферы речных круизов в России : монография. – М. : РосНОУ, 2017. – 176 с.
2. Морозов М.А., Войт М.Н. Вопросы оценки качества туристского обслуживания // Вестник Российского нового университета. – 2011. – Выпуск 2. Экономика и управление.
3. Морозов М.А., Войт М.Н. Теоретико-экономическое содержание понятия «туристская дестинация» // Вестник Российского нового университета. – 2013. – Выпуск 2. Экономика и управление. – С. 188–195.
4. Квартальнов В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 335 с.
5. Маслоу А. Теория человеческой мотивации / А. Маслоу. – СПб. : Евразия, 1999. – 252 с.
6. Dowling Ross. Cruise Ship Tourism / Croydon : CABI, 2017. – 583 p.