

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
МАГІСТРА**

на тему

«Інноваційні маркетингові стратегії в круїзному туризмі та їх економічний вплив на регіони: Теоретичний аналіз і практичне дослідження»

**Виконала:** здобувач 2 курсу, групи ТР-23м  
Спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Бондарь А. В.

**Керівник:** Кожушко С. П. доктор  
педагогічних наук, професор

м. Дніпро  
2025

## **АНОТАЦІЯ**

**Бондарь А. В. Інноваційні маркетингові стратегії в круїзному туризмі та їх економічний вплив на регіони: Теоретичний аналіз і практичне дослідження. – Рукопис.**

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 «Туризм», спеціалізації «Туризмологія». – Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, 2025.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена аналізу розвитку круїзного туризму на світовому туристичному ринку та розробці інноваційних маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності цього виду туризму. У роботі розглянуто основні тенденції розвитку круїзного туризму, вплив глобалізації на ринок, а також інноваційні підходи до маркетингових стратегій, які можуть сприяти розвитку круїзного туризму в Україні. Проаналізовано ключові гравці на ринку, а також економічні наслідки для місцевих громад і регіонів. Розроблено рекомендації щодо впровадження новітніх технологій і цифрових інструментів у просування круїзних маршрутів.

**Ключові слова:** круїзний туризм, маркетингові стратегії, інновації, конкурентоспроможність, туризмологія, цифрові технології, економічний вплив.

## **ANNOTATION**

**Bondar A. V. Innovative Marketing Strategies in Cruise Tourism and Their Economic Impact on Regions: Theoretical Analysis and Practical Research. – Manuscript.**

The graduation qualification thesis for the specialty 242 "Tourism," specialization "Tourismology." – Alfred Nobel University, Dnipro, 2025.

The graduation qualification thesis is devoted to the analysis of cruise tourism development in the global tourism market and the development of innovative marketing strategies to enhance the competitiveness of this type of tourism. The paper examines the main trends in cruise tourism development, the impact of globalization on the market, as well as innovative approaches to marketing strategies that can

contribute to the development of cruise tourism in Ukraine. Key market players and the economic consequences for local communities and regions are analyzed. Recommendations are proposed for the implementation of advanced technologies and digital tools in promoting cruise routes.

**Keywords:** cruise tourism, marketing strategies, innovations, competitiveness, tourismology, digital technologies, economic impact.

## ЗМІСТ

ЗМІСТ .....	7
ВСТУП .....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ .....	11
1.1 Поняття та значення інновацій у круїзному туризмі .....	11
1.2. Аналіз сучасних інноваційних підходів у маркетингу круїзних турів .....	17
1.3. Теоретичні основи маркетингових стратегій у круїзному туризмі .....	28
1.4. Економічні теорії впливу туризму на регіони .....	35
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ .....	38
2.1. Аналіз сучасних інноваційних підходів у маркетингу круїзних турів .....	38
2.1.1. Оцінка впливу нових технологій на маркетинг круїзного туризму .....	38
2.1.2. Вплив соціальних медіа та інфлюенсерів на прийняття рішень туристами .....	40
2.2. Аналіз маркетингових стратегій у круїзному туризмі .....	41
2.2.1. Оцінка найбільш ефективних маркетингових моделей для круїзного туризму .....	41
2.2.2. Маркетингові стратегії для залучення нових клієнтів та утримання існуючих .....	43
2.3. Економічний вплив маркетингових стратегій на регіони .....	45
2.3.1. Вплив круїзного туризму на економіку прибережних регіонів .....	45
2.3.2. Оцінка економічного мультиплікаційного ефекту круїзного туризму для місцевих громад .....	46
2.3.3. Вплив інноваційних маркетингових стратегій, що використовуються у круїзному туризмі, на сталий розвиток регіонів .....	47
2.4 Перспективи розвитку інновацій у маркетингу круїзного туризму .....	49
2.4.1. Тренди та майбутні інновації в маркетингу круїзних турів .....	49
2.4.2. Вплив змін у поведінці туристів на маркетингові стратегії круїзних компаній .....	50
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ .....	52
3.1. Аналіз проблем та розробка гіпотези .....	52
3.1.1. Виявлення основних викликів у маркетинговій діяльності круїзних компаній .....	52
3.1.2. Постановка гіпотези щодо вдосконалення маркетингових стратегій .....	54
3.2. Обґрунтування запропонованих рішень .....	55
3.2.1. Економічний аналіз очікуваних результатів від запропонованих заходів .....	55
3.2.2. Порівняння витрат і вигод нових маркетингових стратегій .....	57
3.3. Оцінка та впровадження запропонованих заходів .....	58
3.3.1. Візуалізація результатів (таблиці, графіки, рисунки) та їх аналіз .....	58
3.3.2. Практичне впровадження запропонованих заходів: рекламна інтеграція для круїзного туру .....	62
ВИСНОВКИ .....	66
ДОДАТКИ .....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	75