

11. Брутман А. Б. К вопросу о применении методов латентно-структурного анализа для измерения конкурентоспособности предприятия / А. Б. Брутман // "Наука в информационном пространстве" : V междунар. науч.-практ. конф., 30–31 окт. 2009 г. : в 6 т. : тезисы докл. – Днепропетровск, 2009. – Т. 5. – С. 27–29.
12. Авдеенко В. И. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. И. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1995. – 208 с.
13. Аткина Н. А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала предприятия / Н. А. Аткина, В. Л. Ханжина, Е. В. Попов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 2. – С. 3–12.
14. Научно-технический потенциал : структура, динамика, эффективность / [Г. М. Добров, В. Е. Тонкаль, А. А. Савельев, Б. А. Малицкий]. – К. : Наукова думка, 1987. – 347 с.
15. Лапін Є. В. Економічний потенціал промисловості : формування, оцінка, управління / Є. В. Лапін // Вісник СумДУ. (Сер. "Економіка"). – 2007. – Т. 2, № 1. – С. 63–71.
16. Митякова О. И. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / О. И. Митякова // Финансы и кредит. – 2004. – № 13. – С. 69–74.
17. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия / Л. Д. Ревуцкий. – М. : Перспектива, 1997. – 124 с.
18. Соболев И. М. Метод Монте-Карло / И. М. Соболев. – М. : Наука, 1968. – 64 с.
19. Клигер С. А. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации / С. А. Клигер, М. С. Косолапов, Ю. Н. Толстова. – М. : Наука, 1978. – 107 с.
20. Орлов А. И. Нечисловая статистика / А. И. Орлов – М. : МЗ-Пресс, 2004. – 513 с.

УДК 379.857:656.61

И. А. ГОЛУБКОВА

Одесская национальная морская академия

ЗАКОНОМЕРНОСТИ УСТОЙЧИВОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ СЕГМЕНТА КРУИЗНОГО СУДОХОДСТВА

Розглядаються основні закономірності розвитку круїзного бізнесу в глобальному й регіональному просторі. Уточнюються умови формування параметрів національних сегментів світового ринку крізних технологій. Обґрунтовується послідовність прийняття рішень щодо вибору стратегії входу України до ринку круїзного судноплавства.

The basic trends in development of cruise travel business are examined on the global and regional level. The terms of forming of the parameters of national segments of the world cruise technologies market are specified. Decision-making sequence in relation to the choice of cruise navigation market entrance strategy of Ukraine is argued.

Постановка проблеми. Для круизного судоходства, работающего в условиях конкурентных преимуществ, принципиальное значение приобретает управление стоимостными параметрами позиционирования в зоне основной операторской деятельности в соответствии с принципом: "При принятии ценовых решений можно учитывать цели как в отношении прибыли, так и в части объема продаж" [1, с. 47]. Операторская деятельность компании на базе традиционных судов строится с ориентиром на максимизацию дохода. Вновь построенные круизные лайнеры, несмотря на высокий уровень тарифов, не могут обеспечить высокую прибыльность вследствие значительной капиталоемкости пассажироместа.

Круизные судоходные компании, ведущие деятельность в глобальных сегментах специализированного рынка, имеют низкую чистую подверженность валютному риску. Потому что они структурируют свои услуги таким образом, чтобы обеспечить высокую валютную эффективность с учетом доминирования доходов в мировой валюте. Круизное судоходство отличается неделимостью основных операций, которые создают общую ценность функциональной деятельности [2]. Поэтому валютный риск возникает со стороны потребителей, что впоследствии влияет на временное использование производственного потенциала судоходной компании.

Анализ состояния проблемы. Экономическая теория рационального поведения потребителей [4], учитывая баланс различных ценностей, не отражает факторы, обуславливающие увеличения потока потенциальных путешественников. Они, как правило, ориентируются не на стандартные услуги, а на приоритетное позиционирование относительно других удовлетворенных ранее потребностей. Данный тип поведения пассажиров круизных судов наиболее характерен для граждан развитых стран, однако и в Украине формируется определенный круг потребителей такого досуга. Критерием поведения становится способность сформировать уровень затрат на проведение данного вида отдыха или свободного времени. Именно способность оценить наличие такого потока затрат со стороны круизеров является одним из критериев принятия решений судовладельческими структурами.

Кроме того, остаются востребованными в любой фазе экономического цикла суда смешанного мореплавания и железнодорожно-автомобильные паромы [2].

В системе круизного судоходства принципиальное значение должно придаваться *дифференциации*, которая допускает модели обслуживания пассажиропотоков с учетом разнообразия запросов, обеспечивающих лучшие денежные потоки относительно стоимости [5].

Для управления устойчивостью функциональной деятельности и параметрами пассажиропотоков круизной компании необходима оценка участниками рейса привлекательности портов. Центральным становится ориентация пассажиров при покупке круиза на параметрические характеристики порта захода судна. На основании этой информации внимание концентрируется на наиболее интересных портах “marquee ports” для посещения туристами. При этом следует учитывать, что оценка того или иного порта до и после круиза может различаться. При этом пассажиры оценивают важнейшие аспекты экскурсионного обслуживания в каждом порту.

Среди *важнейших задач* развития национального сегмента круизного рынка выделяется оценка перспективности формирования приморского туристического потенциала. Поэтому основной *целью статьи* является обоснование последовательности выбора параметров позиционирования пассажирских портов Украины в системе транзитного круизного судоходства и полномасштабного использования пропускной способности морских вокзалов.

Основной материал. В системе развивающегося глобального рынка морской торговли сегмент круизного судоходства характеризуется наличием развивающихся направлений [6]. Динамичность процесса предопределяет изменение структуры мирового круизного судоходства. Так, формируется специфический азиатский сегмент позиционирования круизных компаний. Возникают инвестиционные потоки по развитию азиатских портов как транзитные так и базовых. Постоянный прирост провозной способности позволяет ряду круизных фирм развивать это перспективное направление в качестве устойчивого сегмента потенциального круизного рынка. При этом выделяется интерес со стороны круизеров в отношении Китая и Индии. Потребительская ценность в отношении пассажиропотоков формируется на основе культурно-исторических факторов.

В системе оценки позиционирования национального сегмента круизных технологий и обоснования показателей долгосрочной ориентации необходимо решать две задачи, во-первых, обеспечения устойчивости пассажиропотока, и, во-вторых, достижения долгосрочных параметров формирования денежных потоков и, как минимум, сохранения стоимости и их дальнейшей капитализации. На рис. 1 представлена система требований и условий инициативного позиционирования круизной компании.



Рис. 1. Условия формирования роста круизного бизнеса и его стоимости

Кроме наличия торгового флота особое значение приобретает торговый пассажирский порт. Именно порты на маршруте следования лайнера предопределяют его пассажировместимость и ее использование. Цент-

ральным фактором при принятии решения о включении национального порта в маршрут является характеристика географической близости к ключевым туристическим центрам маршрута. Необходимо учитывать закономерность влияния количества портов захода на параметры спроса. Круизная компания даже по соображениям экономичности увеличивает количество портов захода. Следует различать маршруты с большим количеством заходов в порты и маршруты длительных морских переходов. Приоритетными оказываются для пассажиров маршруты с частыми заходами в порты. Этим отличалась известная и популярная крымско-кавказская линия. Для портов же маршрута важна направленность совместной с другими предприятиями работы по увеличению набора услуг в портах. Особо высоки требования к безопасности и качеству портовой инфраструктуры.

Становление и развитие круизного судоходства, как и любой коммерческой предпринимательской деятельности, ориентировано на извлечение прибыли. Однако необходимо учитывать особенности формирования потребительской ценности круизных услуг. Совершенно естественно, что по уровню платежеспособности сегмент характеризуется ограниченностью входа потребителей. Поэтому работа любой круизной компании дифференцирована по трем аспектам: основной контингент, формирующий спрос; регион операторской деятельности и технико-экономический уровень судов. Следовательно, сосредоточение судов на маршрутах, где можно достичь наибольшей финансовой отдачи, имеет внешние и внутренние ограничения.

При выборе стратегии развития потенциала национального круизного бизнеса необходимо учитывать то, что первоначальные инвестиции не могут обеспечить достаточную норму прибыли [3], они создают развернутую систему рабочих мест в форме горизонтальной интеграции. Основная часть стоимости круизной компании формирует будущее развитие, поэтому не следует спешить с уменьшением предложения в условиях умеренного роста спроса или его падения.

Следует учитывать, что в сфере оказания услуг стоимость сохраняет тенденцию накопления в будущем. При этом необходимо учитывать утверждение, что “Существует четыре типа систем оценки результатов:

- 1) системы, ориентированные на продуктивность;
- 2) системы, ориентированные на эффективность;
- 3) многоцелевая система;
- 4) упрощенная система” [7, с. 555].

В целом для круизного бизнеса управление должно строиться по многоцелевой системе. Для судоходных компаний основным аспектом является эффективность. А для сервисного сегмента – упрощенная. Этот подход необходимо учитывать при обосновании параметров развития национального пассажирского флота.

Как известно, круизный флот бывшего Черноморского морского пароходства занимал жесткие позиции по двум конкурентным преимуществам, а именно, по качеству и надежности обслуживания и по ценовым параметрам. Этому флоту в свое время принадлежало одно из ведущих мест в обслуживании различных уровней пассажиропотока.

К сожалению, из-за негативного отношения к морской составляющей в макроэкономике Украины в период становления ее государственности была полностью утрачена провозная способность и капитальные активы пассажирского флота, достигшие 300 млн дол. Часть судов по бросовым ценам была продана иностранным операторам, остальные ликвидированы по критериям износа.

При уменьшении таким образом провозной способности флота Украины спрос в глобальном круизном судоходстве не только не уменьшился, но и ежегодно возрастал в пределах 6 %. Это являлось одной из причин укрепления конкурентных позиций иностранных круизных компаний, усиленное развитие которых начинается с 90-х годов XX века и усиливается в XXI веке.

Выводы. В мировом круизном судоходстве, с одной стороны, расширяются зоны операторской деятельности, образуются новые тенденции и закономерности, а, с другой, четко проявляются принцип сбалансированного подхода к позиционированию на основе положения: “... определение стратегии и стратегических целей, выбор значимых показателей, установление плановых значений ... расстановка приоритетов выполнения разработанных мероприятий” [8, с. 51].

В этом аспекте в качестве экономических результатов развития круизного бизнеса следует рассмотреть:

- инвестиционную составляющую, так как современные пассажирские лайнеры, в зависимости от пассажироместимости требуют на строительство от 150 млн дол. до 1 млрд;
- другой составляющей экономического эффекта является плата за круизные услуги;
- третья составляющая – это денежные потоки, которые образуются в пассажирских портах посещения.

Только сувенирная часть равна 100 долларов на пассажира. Поэтому с учетом проблемы занятости формируется монопольное позиционирование флота таких операторов “Большой семёрки”. Поэтому “... решение об инвестировании можно принять только на основании точных данных о прошлой деятельности предприятия” [3, с. 22]. Но это не относится к развитию круизного судоходства в Украине на базе новых предприятий.

Для реализации цели и выбора направлений позиционирования круизной судоходной компании необходима систематизация условий, которые предопределяют не только устойчивость круизных компаний, но и обуславливают целесообразность использования на первом этапе потенциала пассажирских портов Украины.

С учетом изложенного и с учетом перспективных задач становления Украины как морского государства в качестве важнейшей задачи следует рассматривать постепенное итеративное вступление морских предпринимательских структур Украины в региональный круизный бизнес.

В этих условиях необходимо концентрировать внимание на основных аспектах формирования глобального круизного судоходства, учитывая что: “Ценность фирмы представляет собой приведенную стоимость ожидаемых в будущем денежных потоков, генерируемых фирмой” [1, с. 356]. При этом необходимо учитывать его явную нишевую экономику. К сожалению, до сих пор не заложены теоретические обоснования экономико-правовых особенностей и администрирования современной верхней ниши, к которой относится круизное плавание, характеризующиеся высочайшим уровнем сервиса и стоимости. Второй нишей является круизный бизнес, основанный на судах традиционного класса и традиционных морских ренджах. Особо выделяется ниша яхтинга. В условиях расширения паретто-эффективности, сохраняет позицию ниша доступного круизного бизнеса. Именно эта категория сохранила определенное значение в Украине. К ней относятся:

- работа пассажирского флота Украинского Дунайского пароходства;
- круизных компаний, т.н. оперирующих днепровским флотом;
- пассажирско-паромный флот УКРФФЕРИ.

Особенностью работы этих компаний является доступность и качество обслуживания пассажиропотоков поэтому, но сохраняется постоянный и неудовлетворенный спрос в разгар круизного сезона. К сожалению основной проблемой остается использование флота в межсезонный период по сбалансированной совокупности показателей.

Література

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка : Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран ; пер. с англ. Д. Липинского. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
2. Холловой Дж. К. Туристический бизнес ; пер. с изд. 7-го / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
3. Гледстоун Д. Инвестування венчурного капіталу : детальний посібник з інвестування в приватні компанії для отримання максимального прибутку / Д. Гледстоун, Л. Гледстоун ; пер. з англ. ; за наук. ред. Т. В. Герасимової. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 416 с.
4. Сломан Дж. Экономикс. – Изд. 5-е ; пер. с англ. по ред. С. В. Лукина. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с. : ил. – (Сер. “Учебник для вузов”).
5. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2006. – 800 с. – (Сер. “Классика МВА”).
6. Примачев Н. Т. Морские торговые порт в системе интермодальных транспортных сообщений / Н. Т. Примачев, С. И. Примачева. – Одесса : ИПРЭИ, 2001. – 214 с.
7. Линдерс М. Р. Управление снабжением и запасами. Логистика / М. Р. Линдерс, Е. Ф. Харольд ; пер. с англ. – [Изд. 11-е]. – СПб. : Полигон, 1999. – 768 с.
8. Внедрение сбалансированной системы показателей / [пер. с нем. В. Толкача, С. Данишевич, М. Гавриша]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 478 с. – (Сер. “Модели менеджмента ведущих корпораций”).

УДК 338.2

I. O. KOVSHOVA
Європейський університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ БАГАТОРІВНЕВОЇ СЕГМЕНТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ РОБОТІ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ

У статті розглянуто процес багаторівневої системи сегментації для підприємств, працюючих з корпоративними клієнтами. На прикладі підприємства “Bios” запропоновано новий план оптимізації бізнес-процесу та стратегічного розвитку діяльності підприємства на основі визначення профілів співробітників підприємств-клієнтів, які є відповідальними за закупки товарів чи послуг.

The article considers the process of multi-level system of segmentation for the enterprises that operate with corporate clients. On the example of the enterprise “Bios” a new plan of optimization of business-process and strategic development of the enterprise on the base of identification of profiles of the enterprises-clients, that are responsible for the purchase of goods, is proposed.

Постановка проблеми. Світова економічна криза вплинула на всі підприємства України. Після років бурхливого розвитку, в країні намітилась тенденція до звуження ємності ринку внаслідок зменшення кількості платоспроможного населення. Іншим і словами, сьогодні спостерігається певний рівень насичення ринку товарами і послугами на фоні постійного зменшення і оптимізації структур підприємств. Для виживання в цих непростих умовах підприємствам необхідно як найшвидше переоцінити власну стратегію розвитку та розробити заходи щодо підвищення ефективності.