

УДК: 656.61.2.072.44+338.48

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО СЕГМЕНТА РЫНКА МОРСКОЙ ТОРГОВЛИ

Ковылина М.А., аспирант (ОНМА)

С конца 90-х годов XIX столетия круизный бизнес выделился в самостоятельное направление морских перевозок и стал играть существенную роль в развитии экономик стран во всем мире. Пальма первенства в развитии круизного туризма принадлежит США, как по популярности посещения региона, так и по численности туриста. Европейское направление вышло на вторые позиции и по составу туристов и по популярности экскурсионных направлений: Средиземное море, Балтийское море, Фьорды, северные страны Европы, Атлантическое побережье Европы. Азиатское направление находится в активной стадии развития, и наконец, Черноморский регион приобретает все растущую популярность среди круизных операторов и туристов.

Популярность того или иного региона подразумевает не только наличие культурно-исторической ценности последнего, но и развитую инфраструктуру прибрежных комплексов. Порты Черного моря приобретают растущий интерес со стороны круизных операторов и туристов, но основной преградой на пути увеличения количества пассажирских судозаходов в украинские и другие порты Черного моря является недостаток развитости причальной и городской инфраструктуры.

Ключевые слова: *круизные компании, особенности развития сегмента, эффективность позиционирования, круизный регион, приоритеты качества.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРУІЗНОГО СЕГМЕНТУ РИНКУ МОРСЬКОЇ ТОРГІВЛІ

Ковиліна М. А., аспірант (ОНМА)

З кінця 90-х років XIX сторіччя круїзний бізнес виокремився у самостійний напрям морських перевезень і став відігравати суттєву роль у розвитку економік країн у всьому світі. Пальма першості у розвитку круїзного туризму належить США, як за популярністю відвідування регіону, так і за чисельністю туриста. Європейський напрям відійшов на другі позиції і за складом туристів, і за популярністю екскурсійних напрямків: Середземне море, Балтійське море, Фіорди, північні країни, Атлантичне узбережжя Європи. Південно-східний напрямок знаходиться в активній стадії розвитку, і, нарешті, Чорноморський регіон набуває постійно зростаючої популярності серед круїзних операторів та їх клієнтів.

Популярність того чи іншого регіону передбачає не лише наявність культурно-історичної цінності останнього, але й розвинуту інфраструктуру прибережних комплексів. Порти Чорного моря набувають зростаючий інтерес з боку круїзних операторів та туристів, але основною перешкодою до збільшення кількості пасажирських суднозаходів до українських та інших портів Чорного моря є недостатня розвиненість причальної та міської інфраструктури.

Ключові слова: *круїзні компанії, особливості розвитку сегменту, ефективність позиціонування, круїзний регіон, пріоритети якості.*

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF CRUISE SEGMENT OF THE SEA-BORNE TRADE MARKET

Kovylina M. A., postgraduate (Odessa National Maritime Academy)

Since the late 90-s of the 19th century the cruise business has separated into an independent branch of maritime transport and has begun to play an essential part in the development of economies of countries all over the world. The garland in the cruise business development belongs to the USA, both by attendance popularity of the region and by the tourist number. The European branch has taken the back seats both by the tourist-mix and by the popularity of excursion directions: the Mediterranean Sea, the Baltic Sea, Fiords, northern countries, Atlantic Coast of Europe. The South-East direction is on the active development stage, and, finally, the Black Sea region becomes increasingly popular among the cruise operators and their customers.

The popularity of a certain region implies not only availability of the cultural and historical value of the latter, but also of the extended infrastructure of the coastal facilities. The Black Sea ports acquire increasing interest on the part of the cruise operators and tourists, but the main obstacle to increase of the number of passenger ship entries to the Ukrainian and other Black Sea ports is the lack of development of the mooring and city infrastructure.

Keywords: *cruise companies, peculiarities of segment's development, efficiency of positioning, cruise region, quality priorities.*

Постановка проблеми. Не смотря на развитую сеть автомобильного авиатранспорта, в XX веке зарождается и активно развивается самостоятельная отрасль круизного судоходства [1]. В основе ее лежит устойчивый спрос на морские комфортные путешествия на специализированных лайнерах. Круизные морские путешествия, как особая часть глобального туристического рынка, показывают в своем развитии приоритетность влияния трех групп факторов: экономического роста, численности платежеспособного населения и наличия культурно-исторического наследия в зонах операторской деятельности.

Так центром летних круизов становится Средиземное море, острова Карибского бассейна. В зимний период расширяет свое значение Персидский залив. Тем не менее, такой глобальный оператор как Royal Caribbean Cruises заинтересован в реализации стратегии концессионного освоения конкурентных терминалов Черного моря.

Круизный сезон Балтийского моря короче Черного моря, но благодаря социально-экономической стабильности Рижский порт становится привлекательным для круизных лайнеров с пассажирами высокой платежеспособности, что и обеспечивает денежный поток в смежных подразделениях.

Это подчеркивает необходимость и возможность расширения роли в круизной индустрии Черноморского бассейна [1].

Анализ ситуации и исследований. В мировой структуре круизного бизнеса выделяются судоходные бренды и пассажирские порты. Именно они предопределяют потоки круизных пассажиров, на закономерностях которых и концентрируется внимание исследователей [2, 3]. К мировым крупным портовым центрам, специализирующимся на обслуживании круизных пассажиров, относится Майами (США), Генуя (Италия), Стамбул (Турция), Сингапур, Ванкувер (Канада), Гавайские острова. Большинство портов Средиземного, Северного и Балтийского морей являются центрами круизных технологий.

В последнее время активно позиционирует себя Дубай. Достаточно упомянуть, что в 1993 году отмечен приход только одного лайнера, в 2000 году – 170-судозаходов (25 тысяч пассажиров). После 2001 года в среднем ежедневно 1-2 судозахода круизных лайнеров. 75 – 100 тысяч пассажиров в течение года. Порт включен в программу грандтуров.

В XXI веке Дубай оказался ведущим портом на Ближнем Востоке по темпам развития. В кризисный 2009 год новый терминал Дубая принял 87 круизных лайнеров

с 260 тысячами пассажиров на борту. Еще в 2001 году в порт зашло только 17 лайнеров. В 2012 году порт посетило уже 150 круизных судов с числом отдыхающих, потенциальных покупателей сувениров – 400 тысяч человек.

В круизном бизнесе установились четкие закономерности ценообразования и глубины продаж [4]. В первом случае компании определенно реагируют на характер изменения покупательной способности потенциальных пассажиров круизных рейсов. Во втором случае реализация круизных туров основывается на форвардных принципах с глубиной продаж от 2,5 до 6 месяцев.

Интенсивное формирование качественных параметров круизной индустрии и экстенсивность предложения провозной способности флота при одновременном расширении региональных сегментов позиционирования предопределяют концентрацию исследований [5, 6]. Этот сегмент морской транспортной индустрии недостаточно освещен в отечественной литературе. Имеется лишь одна монография под редакцией Н.Т. Примачева, Н.Н. Примачевой «Проблемы устойчивого развития подсистем глобальной морской транспортной индустрии» [1]. Более обширно проблема освещается в зарубежной литературе (J. C. Holloway, C. B. Chin, A. Steinecke) [2]. Однако остается не раскрытой проблема основных параметров формирования круизного сегмента в мировом судоходстве, а так же особенности формирования круизной зоны в Черноморском регионе.

Задачи и цели статьи. Стабильный рост круизного рынка морской торговли с выделением приоритетных направлений становится важнейшим фактором растущего спроса на круизные путешествия. Одновременно, несмотря на высокую динамику развития отрасли в целом, отмечается существенная дифференциация параметров освоения отдельных регионов. Среди **нерешенных проблем** устойчивого развития региональных подсистем глобальной круизной индустрии выделяется противоречивость оценки причин и факторов неравномерности развития как внутривидовых составляющих морских пассажирских перевозок, так особенностей формирования развития локальных составляющих круизного рынка. Особые

проблемы в этом отношении возникают в процессе выбора адекватного развития Черноморского круизного региона. В этом аспекте основной **целью статьи** рассматривается анализ условий и закономерностей развития круизного судоходства в локальных зонах Мирового океана, а также исследуется вопрос особенностей развития круизного судоходства в Черноморском регионе.

Основной материал. В основе формирования и развития круизного рынка лежат три основополагающих направления: географическое (расширение географических регионов круизного судоходства), развитие судоходных брендов (собственно сами компании и их стратегии ведения бизнеса) и физическое (пассажирский состав).

1. Географическое направление развивается следующим образом:

- прежде всего, развиваются направления и порты, расположенные на главных транспортных коридорах и узлах, а также направлениях, которые ориентированы на развитие туризма (Карибские острова, Центральная и Южная Америки, Средиземное море);

- лидирующие позиции занимают страны с развитой инфраструктурой и лояльной политикой государства, позволяющей оперативно реагировать на все колебания рынка (США, Великобритания, Испания и др.);

- насыщение рынка традиционными маршрутами порождает создание экзотического туристического продукта. Это, как правило, удаленные экзотические направления, доступ к которым ограничен, но вызывает интерес в силу своей новизны (Индия, Китай, удаленные острова);

- тенденция формирования нового привлекательного направления, которое не обладает особенными историко-культурными качествами, но получило популярность благодаря правильной маркетинговой политике государства и крупного капитала. Такие направления, как правило, выделяются в отдельный регион посещения и представляют интерес для туриста (Дубай).

2. Позиционирование судоходной компании на рынке услуг.

Создание конкурентно-устойчивой стратегии ведения бизнеса судоходной компании. В круизном рынке сложился ограниченный круг участников, каждый из которых занял определенную нишу и обслуживает определенный уровень интересов, каждый из которых направлены на определенную аудиторию.

3. Физическое направление развивается по следующим этапам:

- основную долю клиентской базы составляют граждане тех стран, где получило максимальное развитие круизное судоходство (США, Европа);

- создание новых потенциальных клиентов в странах, имеющих свой выход к морю, но с плохо развитой круизной средой (Украина, Индия), либо в странах, географически удаленных от развитых круизных центров (Китай, ЮАР).

Приток круизных пассажиров в отдельные приморские страны колебался в пределах 22 – 36%. Интенсивно восстанавливался после кризисных периодов американский сегмент (7%). Более медленно наращивал потоки европейский сегмент до 4%. Устойчивость сегмента круизной региональной подсистемы системно обусловлена, прежде всего, особенностями историко-цивилизационной характеристики [7]. В этом отношении Черноморский бассейн имеет несомненные преимущества по сравнению устойчиво используемыми морскими регионами.

Этнографическая характеристика и рекреационные качества, как показывает история пассажирского судоходства на Черном море, можно отнести к конкурентному уровню. На этой основе формировался первоначальный круизный потенциал бассейна. И он же рассматривался ведущими операторами в качестве перспективного развития регионального круизного сегмента.

Особенностью круизного судоходства в этом плане становится устойчивость временной глубины оплаты круизного путешествия по регионам. Она находится в пределах 2,5 – 3 месяцев, что в определенной степени благоприятно сказывается на формировании рабочего капитала судоходных компаний.

Анализируя особенности формирования мирового круизного

судоходства и факторы формирования отдельных круизных подсистем рынка, необходимо отметить критерии, по которым круизные операторы выбирают порты заходов для своих судов. В последние годы круизные компании выбирают порты заходов по следующим критериям:

1) порты должны предложить цельный туристический продукт, рассчитанный на один день пребывания туриста, при этом необходимо располагать необходимой инфраструктурой. Туристический продукт должен отвечать современным трендам и должен быть оформлен в виде предложения, при чем таким образом, чтобы туристические компании могли бы продать его своим клиентам. При формировании туристического продукта необходимо учитывать лояльную ценовую политику, при которой круизные фирмы смогут извлекать свою выгоду от продажи туристического продукта в том или ином порту;

2) адекватные портовые сборы, количество и размер налогов;

3) государственная политика по охране окружающей среды и обеспечения безопасного пребывания в порту пребывания;

4) интерес туриста к определенному региону, учитываются отзывы клиентов о портах пребывания, а также информация, полученная от турагентов;

5) одним из основополагающих критериев выбора региона плавания является наличие нескольких интересных для туриста портов захода, расположенных на небольшом расстоянии друг от друга. На сегодняшний день, в условиях сокращения издержек в круизном судоходстве, экономия топлива при переходе между портами захода влечет за собой уменьшение цены на весь круизный пакет, и, впоследствии, увеличение спроса на него. В этом плане Черноморский бассейн отвечает этому требованию, т.к. имеет 5-6 портов, расположенных на относительно небольшом расстоянии и представляют культурно-историческую ценность для туриста. Это дает возможность выделить Черноморский регион в отдельное туристическое направление, которое с каждым годом приобретает растущую популярность.

Однако порты Черного моря вследствие недостаточно развитой инфраструктуры традиционно пользовались

популярностью среди судов среднего и малого размера. Учитывая тот факт, что в последнее время наметилась тенденция к сокращению круизного флота среднего размера, в порты Черного моря заходят преимущественно малые суда или крупные круизные пассажиры, вместимостью свыше 1000 человек. К сожалению из всех Украинских портов, лишь одна Одесса способна принимать суда, длина которых выше 300 м., остальные не располагают соответствующей причальной глубиной и инфраструктурой. В то время как мировой круизный флот растет в основном за счет судов, длина которых 250-300 м. и выше. Таким образом, круизные порты Украины проигрывают другим более конкурентоспособным портам, таким как Стамбул, Трабзон, Варна, Батуми и др.

Необходима программа-стратегия развития не только украинских портов, но всех других портов Черного моря, заинтересованных в развитии круизного судоходства. Только единые согласованные действия администраций портов Черного моря дадут хороший результат, правильно заявив о себе на международном рынке, как единый круизный регион, а не отдельные порты. Т.к. круизных операторов интересуют не отдельно взятые порты заходов, а несколько взаимоувязанных между собой портов-городов, представляющий собой готовый туристический продукт. Поэтому так необходимо объединенная, согласованная политика администраций круизных портов Черного моря.

Таким образом, единая программа развития портов Черного и Азовского морей на данный этап должна включать в себя две позиции:

- привлечение мега-лайнеров, что подразумевает собой участие крупных портовых городов-портов Черного моря (Варна, Констанца, Одесса, Батуми, Сочи, Стамбул). В этом списке актуальны порты Ялта и Севастополь, но в силу политических конфликтов, эти порты остались за бортом;
- привлечение маломерных судов (экспедиционных), направленных на посещение небольших портов Черного и Азовского морей; подразумевает участие в ней кроме перечисленных больших портов, и такие порты как Феодосия, Таганрог, Батуми, Трабзон, Нессебр.

Так же необходимо отметить, что одной из причин небольшого числа заходов в Черноморский регион, является недостаток рекламной информации в международном информационном поле (профильные издания, участие в международных конференциях, симпозиумах, проектах).

Потенциал круизных портов Черного и Азовского морей очень большой – он располагает 7 крупными и 10 малыми портами. Инфраструктура этих портов не во всех достаточно развита для обслуживания судов соответствующего им класса. Следовательно, для привлечения круизных судов в регион необходима объединение усилий портов, грамотно составленная рекламная компания данного региона и необходимая модернизация соответствующей инфраструктуры.

Выводы. Трансформационные процессы в круизном сегменте глобального рынка морской торговли обусловлены тремя группами факторов: повышением социально-экономических стандартов жизни, существенным прогрессом в судостроении, обеспечившим реализацию стратегии эффекта масштаба и расширением привлекательности морского туризма.

Морские государства, используя исторический опыт и экстенсивность роста спроса на морские круизы, активизируют развитие этого вида национальной индустрии [8]. Одновременно проявляются две тенденции в обеспечении непрерывного роста этого сегмента рынка морской торговли. Это управление системной безопасностью пассажиропотоков и расширение регионов круизного судоходства.

В социально-экономическом и рекреационном аспектах Черноморский бассейн относится к перспективным по параметрам развития круизного судоходства. Однако, необходимо решение ряда проблем, из которых выделяются: модернизация причальной и городской инфраструктуры, приведение ее в соответствие с требованиями круизных операторов, консолидация усилий портов, грамотная рекламная политика, развитие конкурентных по качеству туристических услуг, обеспечение безопасности мореплавания и надежности берегового обслуживания пассажиров.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Проблемы устойчивого развития подсистем глобальной морской транспортной индустрии: Монография/Под ред. Н. Примачева, Н. Примачев, Klimek. – Gdansk, Одесса, 2014. - 316 с.
2. Chin C. B. N. Cruising in the Global Economy /C. B. N. Chin Hampshire: ASHGATE, 2008. – 184 p.
3. Голубкова И. А. Экономический механизм развития круизного судоходства Украины: Моногр./И. А. Голубкова.- Одесса: ИПРиЭЭИ НАН Украины, 2011. – 320 с.
4. Schulz A. Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus / A. Schulz, J. Auer. - Munchen: Oldenbourg, 2010. – 398 p.
5. Мельник І. Л. Іманентні особливості системи управління інноваціями круїзних судноплавних компаній [Електронний ресурс]/ І. Л. Мельник //Ефективна економіка. – 2014. - №12. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
6. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник /М.П.Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганина. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
7. Steinecke A. Themenwelten im Tourismus/ A. Steinecke.- Munchen: Oldenbourg, 2009. – 348 с.
8. Холловой Дж. К. Туристический бизнес: пер.с англ. / Н. Тейлор. – К.: Знання, 2007.- 798 с.

*Рецензент д.э.н., профессор ОНМА Примачев Н.Т.
Експерт редакційної колегії к.э.н., доцент УкрГУЖТ Зубенко В.А.*

УДК: 336.713

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПРОЦЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ
ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ: ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ**

*Остропольська Є. В., к.е.н.
(ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет ім. ак. Юрія Бугая»)*

В статті висвітлюються питання формування і реалізації ефективної процентної політики банків України. З метою аналізу ефективності процентної політики проведено аналіз банківської діяльності (на прикладі ПАТ «Укргазбанк»), що є одним із найважливіших завдань економічного аналізу, вирішення якого ґрунтується на застосуванні методу коефіцієнтів. Підвищення ефективності діяльності банку є надзвичайно важливим. З цією метою автором запропоновано низку заходів щодо підвищення ефективності процентної політики банку.

Ключові слова: банк, процент, процентна політика, процентна ставка, депозит, кредит.

**ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОЦЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ БАНКОВ: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ЕЕ
РЕАЛИЗАЦИИ**

*Остропольская Е. В., к.э.н.
(ЧВУЗ «Международный научно-технический университет им. ак. Юрия Бугая»)*

В статье освещены вопросы формирования и реализации эффективной процентной политики банков Украины. С целью исследования эффективности процентной политики