

Мережа супермаркетів Comfy активно використовує свою фан-сторінку для анонсування поточних акцій і гарячих пропозицій. Одна з головних цілей у перерахованих випадках – підвищення репутації бренду і лояльності цільової аудиторії. З часом, коли кількість передплатників перевалить за тисячу, корпоративна сторінка може бути використана як канал комунікації.

Мережа супермаркетів Восторг, створюючи свою гілку на kharkiv.forum, за мету ставить налагоджування постійного зворотного зв'язку з постійними покупцями для усунення існуючих недоліків, важливих саме для клієнтів, вивчення попиту та формування асортименту якірних товарів.

При достатній залученості передплатників може бути досягнутий ефект «сарафанного радіо», коли новина про новий продукт або рекламний ролик тиражується самими користувачами. Проте оцінити ефективність розвитку корпоративних сторінок, створених з метою підвищення репутації, не так просто.

Аналіз дає підстави стверджувати, що підприємства роздрібної торгівлі різних форматів переслідують різні цілі на ринку. Невеликі незалежні підприємства торгівлі прагнуть втримати постійних покупців, стимулювати їх до більш інтенсивних покупок для підтримання досягнутого рівня товарообігу. Мережеві ПРТ у своїй діяльності націлені на збільшення частки ринку та рівнів прибутковості.

О.В. Кот, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТВОРЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

Протягом останніх десятиріч внаслідок глобалізації світового ринку, трансформації реального сектору національних економік та появи феномену нової економіки все більше посилюється тенденція до швидкого зростання міжнародної торгівлі послугами і активізується діяльність підприємств на міжнародному ринку послуг, до якого також відноситься і ринок ресторанних послуг.

Для фірм, які виходять на міжнародний ринок послуг, важливо знати характерні особливості послуг, що визначають особливості їх ринків. Фахівці виділяють чотири основні риси послуг:

- 1) невлонимість, неосяжність, або нематеріальний характер послуг;
- 2) нерозривність виробництва і споживання послуги;
- 3) неоднорідність або мінливість якості;
- 4) нездатність послуг до зберігання.

Компанії, які працюють в міжнародній сфері послуг, повинні враховувати, що в різних країнах можуть ставитись різні вимоги до однієї і тієї ж послуги. Виходячи на міжнародний ринок, менеджери мають брати до уваги не лише характерні особливості послуг, а й можливі конкурентні переваги фірм на цьому ринку. Визначаючи конкурентні переваги, важливо орієнтуватися на запити клієнтів і впевнитися в тому, що конкурентні переваги сприймаються ними саме як такі. На практиці конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі чи ринку.

Як правило, конкурентні переваги є основою стратегії будь-якої компанії. Найважливіші елементами ефективної зовнішньоекономічної стратегії у сфері ресторанних послуг є:

- орієнтація на споживача;
- вибір сервісної концепції;
- якість;
- технології;
- можливості персоналу;
- вплив протекціонізму.

Слід також врахувати, що між фірмами, які надають послуги на міжнародному ринку, сьогодні з'являються нові форми партнерства, наприклад, формуються фінансові альянси з участю капіталу, доступу до нових технологій, ноу-хау; підтримка нових виробників послуг у країнах, що розвиваються, з метою формування ринку збуту технологій і устаткування при наданні послуг. Укладаються угоди про кооперацію чи кооперування при оволодінні певними сегментами на привабливих ринках, об'єднуються великі компанії-конкуренти для розробки і реалізації спільних дорогих проектів послуг.

Кожне підприємство, що зацікавлене в розвитку своєї підприємницької діяльності, вирішує завдання визначення глобальних стратегій, реалізація яких здатна розширити сферу бізнесу. Це пов'язане перш за все з вибором стратегічних зон господарювання, стратегічних одиниць бізнесу, які важливо визначити, щоб забезпечити ефективність розвитку підприємницької діяльності.

Аналіз економічної літератури дозволив виділити три глобальні стратегії, що забезпечують розширення та розвиток бізнесу. Вони передбачають:

- 1) диверсифікацію підприємницької діяльності;
- 2) географічне розширення підприємницької діяльності, розширення підприємницької діяльності, в тому числі і за рахунок інтернаціоналізації і глобалізації бізнесу;
- 3) розширення підприємницької діяльності за рахунок сегментації ринку.

Слід виділити дві групи чинників, які визначають зміни сучасної ролі в сфері ресторанних послуг на міжнародних ринках:

1. Чинники, які стимулюють активність зростання частки послуг в міжнародному товарорусі. Ці чинники ґрунтуються на таких базових причинах виникнення міжнародного обміну послугами, як потреба в спілкуванні, потреба міжнародного переміщення, потреба пізнання, недостатність потенціалу окремих країн для задоволення потреб споживачів у певних послугах, міжнародний рух капіталу тощо.

2. Чинники, які обумовлюють зміни в номенклатурі міжнародних послуг і характері їх надання. Сучасна номенклатура міжнародних послуг викликана процесами глобалізації світової економіки.

Таким чином, формування раціональної зовнішньоекономічної стратегії у сфері послуг повинно базуватись як на врахуванні сучасних глобальних стратегій розвитку, так і на системі довгострокових національних пріоритетів. При цьому необхідним є вивчення зовнішніх ринків і конкурентних позицій власних послуг, забезпечення гнучкості на міжнародному ринку, технологічної і якісної відповідності послуг світовим стандартам.

Л.Л. Носач, канд. екон. наук, асист. (ХДУХТ, Харків)

СЕК'ЮРИТИЗАЦІЯ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сек'юритизація (securitization – від англ. securities – цінні папери) упродовж останніх трьох десятиліть здійснює величезний вплив на розвиток світового ринку капіталу, внаслідок чого урізноманітнюється спектр боргових фінансових інструментів, забезпечується вихід на фондові ринки нових учасників, у першу чергу корпорацій та інвесторів, що, як наслідок, сприяє суттєвому поглибленню та розширенню ринку капіталу.

Сек'юритизація активів являє собою інноваційну форму фінансування, засновану на списанні фінансових активів з балансу підприємства і їхньому рефінансуванні за допомогою випуску цінних паперів на міжнародному ринку й ринку капіталів. Сек'юритизація успішно конкурує з іншими способами рефінансування, у тому числі, з факторингом, позикою під заставу грошових вимог й іншими.

У різних країнах світу механізм сек'юритизації фінансових активів продуктивно функціонує. Розвиток ринку сек'юритизації в США почався в 1970-і роки із сек'юритизації іпотечних кредитів, пізніше поширився на споживчі, а з 1990-их років практично на всі види фінансових активів, що генерують майбутні грошові надходження. У Західній Європі розвиток ринку сек'юритизації почався наприкінці 1980-х – початку 1990-х років

Механізми сек'юритизації фінансових активів відрізняються комплексним характером. Світовий досвід показує, що поширення використання механізмів сек'юритизації відбувається в умовах сформованого ринку іпотечних і споживчих кредитів. Саме розвиток іпотечного та споживчого ринку кредитування в Україні спричинив потребу в сек'юритизації фінансових активів.

Виділяють такі передумови актуальності схеми сек'юритизації фінансових активів в Україні:

- розвиток програм кредитування населення;
- динамічний розвиток ринку іпотечних кредитів;
- унаслідок низької капіталізації й вимог за фондами обов'язкового резервування українським комерційним банкам не вигідно тримати великі портфелі споживчих кредитів у себе на балансі;
- відсутність можливості у деяких банків, що не відповідають нормативним вимогам Національного банку України до іпотечних банків, випускати іпотечні облігації тощо.

Використання механізмів сек'юритизації містить у собі ряд суттєвих переваг:

- сек'юритизація дозволяє залучати більш дешеві кредитні ресурси завдяки високому забезпеченню позики сек'юритизованими активами, при цьому первинний власник зберігає можливість використання доходу від сек'юритизованих активів;
- сек'юритизація є високозабезпеченою фінансовою технологією, яка дозволяє запобігти всім можливим відмовам щодо надання забезпечення третім особам під час залучення фінансування;
- зменшується навантаження на власний капітал;
- підвищується ліквідність активів;
- спрощується структура балансу за рахунок скорочення кількості боржників.

Незважаючи на ряд очевидних переваг використання механізмів сек'юритизації фінансових активів, ця схема в Україні застосовується недостатньо. Більшість дослідників проблем сек'юритизації вказують на недосконалість законодавства, яке має регулювати цей процес та захищати учасників ринку від можливих ризиків.

У цілому для застосування механізмів сек'юритизації необхідно як мінімум додержання таких умов:

- активи повинні передаватися у кількості, достатній для залучення фінансування, що спрямовується на виплату їхньої вартості;
- активи можуть відчужуватись на користь третьої особи без згоди боржника та використання обтяжливих формальностей;