

від суми одержаної позики. Ставки відсотків встановлюються кожним банком індивідуально і диференціюються залежно від характеру призначення позики і категорії позичальника. Відсоткові ставки за користування кредитом і порядок їхньої сплати визначаються кредитним договором [1].

Кредит незалежно від своєї соціальної ролі виконує певні функції, зокрема регулювання обсягу сукупного грошового обороту, перерозподілу грошових коштів на умовах їх подальшого повернення, акумуляція тимчасово вільних грошових коштів.

Основною інвестиційною функцією комерційних банків є надання кредитів підприємницьким структурам. Кредит виступає опорою сучасної економіки, невід'ємним елементом економічного розвитку.

Висновки

Необхідною економічною передумовою існування кредиту є функціонування виробників на засадах комерційного розрахунку. Кредитні відносини не можуть функціонувати, якщо авансовані у виробництво кошти не здійснюють кругообігу або той, хто хоче скористатися кредитом, не має постійного доходу. Під кредитуванням розуміють відповідні економічні

відносини, що пов'язані з видачею господарствам коштів у тимчасове користування на чітко визначені цілі за плату та на умовах повернення.

Таким чином кредит – це одна з рушійних сил у розвитку економіки.

Список використаних джерел

1. Скрипник Ю.В. Кредитування сільськогосподарських підприємств та роль держави у фінансуванні аграрного сектору / Ю.В. Скрипник, Ю.В. Пахненко // Вісник Сумського національного університету. – 2007. – №1(22). – С. 28–30.
2. Кузовенко Н.В. Сучасні тенденції кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств / Н.В. Кузовенко // Вісник ХНАУ: економіка АПК і природокористування. – 2008. – №9. – С. 232–238.
3. Луцук Т.В. Кредитування підприємств АПК // Вісник Сумського Національного університету. – 2007. – №. 2. – С. 386–392.
4. Марич П.М. Фінанси агропромислових формувань: [практикум для самостійного вивчення дисципліни] / П.М. Марич. – Львів, 2002. – 311 с.
5. Маслова К.І. Гроші та кредит: [підруч.] / За ред. К.І. Маслова, П.С. Александрова. – К.: КНЕУ, 2005. – 458 с.

УДК 656.078.8:656.7:061.5 (477) (045)

В.В. ПЕРЕДЕРІЙ,
аспірант, Національний авіаційний університет

Підходи до оцінки конкурентоспроможності авіакомпанії

У статті розглянуто особливості оцінки конкурентоспроможності авіакомпанії порівняно з іншими типами підприємств, запропоновано методiku оцінки конкурентоспроможності авіакомпанії, що діє за традиційною моделлю.

Ключові слова: конкурентоспроможність, авіакомпанія, пасажирські авіаперевезення, методика зваженої оцінки.

В статье рассмотрены особенности оценки авиакomпaнии по сравнению с другими типами предприятий, предложена методика определения уровня конкурентоспособности авиакomпaнии, функционирующей по традиционной модели.

Ключевые слова: конкурентоспособность, авиакomпaния, пассажирские авиaперевозки, методика взвешенной оценки.

The feature of airlines competitiveness evaluation compared with other types of enterprises is considered: the method of assessing of airlines operating on the traditional model was proposed in the paper.

Keywords: competitiveness, airlines, passenger air carriages, weighted estimation methodic.

Постановка проблеми. Повітряний транспорт є одним із видів транспорту, що розвивається найбільш динамічно. Він єдиний серед усіх представлених в Україні видів не тільки досяг, а й перевищив докризові обсяги перевезень. Водночас європейський ринок пасажирських авіаперевезень зростає повільними темпами, а в певних періодах навіть спадає. Слід відмітити, що в Європі функціонує велика кількість потужних авіакомпаній, які не можуть достатньо завантажити існуючі потужності. Відповідно в найближчому майбутньому слід очікувати підвищеного інтересу до українського ринку зарубіжних перевізників. Вітчизняні авіакомпанії є значно меншими за масштабами та мають обмежені можливості порівняно з європейськими. В умовах загострення конкуренції навіть найбільші українські авіаперевізники можуть не витримати натиску і втратити позиції на ринку. Таким чином, проблеми оцінки та управління конкурентоспроможністю авіакомпанії набувають особливого значення.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання конкурентоспроможності широко досліджувалися низкою зарубіжних та вітчизняних учених. Серед них слід виділити праці І. Ансофа, Ж.Ж. Ламбена, М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, Ю.Б. Іванова, Г.В. Осовської, В.А. Павлової,

А.В. Андреева та багатьох інших. Проблеми підвищення ефективності функціонування авіаційної галузі розглянуті в роботах Ю.Ф. Кулаєва, В.Г. Коби, С.М. Подрези, В.М. Загорюлька та інших. Питання забезпечення конкурентоспроможності авіакомпаній досліджувалися Л.Н. Коновою, О.В. Коваленко та В.А. Василенком [1–4], проте єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності не знайдено і питання підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній залишається розробленим не до кінця.

Метою статті є розгляд методичного підходу до оцінки поточного рівня конкурентоспроможності класичної авіакомпанії.

Виклад основного матеріалу. Оцінка конкурентоспроможності авіакомпанії має низку особливостей порівняно з оцінкою інших типів підприємств. Першою особливістю є специфіка продукту авіакомпанії. На відміну від промислових підприємств, які займаються випуском матеріальних товарів, продуктом авіакомпанії є послуги щодо перевезення пасажирів та вантажів, які мають нематеріальний характер, що значно ускладнює початкову демонстрацію цих послуг, обґрунтування їхньої собівартості та ціни реалізації. Авіаперевізник, по суті, може лише пропонувати майбутні вигоди від отримання послуги, такі як безпека авіаперевезення, чітке дотримання розкладу, зручні стикування рейсів, високий рівень сервісу, комфорт під час перельоту та при очікуванні вильоту. Водночас якість послуги оцінюється пасажиром уже після її надання, після прильоту, що може впливати при подальшому виборі авіаперевізника.

Для авіаперевезень характерними є взаємопов'язаність виробництва і споживання послуги. Споживач є невідокремленим від процесу надання послуги, що передбачає вищий рівень взаємодії на всіх етапах перевізного процесу.

Іншою особливістю послуг авіаційного перевезення є нездатність до зберігання. Вони не можуть бути виготовлені заздалегідь та збережені до моменту використання. Нерезалізовані квитки на рейс, часткова завантаженість літаків не можуть бути відновлені чи компенсовані через певний період часу.

Для авіаційних перевезень характерна яскраво виражена сезонність. Так, попит на авіаційні перевезення зростає в літній період та період зимових свят і знижується у весняно-осінній період. Відповідно, оцінка має проводитися за аналогічні періоди з урахуванням впливу сезонності та дії випадкових факторів.

Авіакомпанія як складна соціально-економічна система складається з великої кількості підсистем та водночас взаємодіє зі значною кількістю суміжних систем, що зумовлює певні особливості визначення рівня її конкурентоспроможності. Крім того, авіакомпанії зазнають значного впливу державного та міждержавного регулювань. Так, авіакомпанії мають дотримуватися норм національного законодавства країни базування, норм міжнародного права та різноманітних наднаціональних органів (ICAO, IATA тощо).

Оцінка конкурентоспроможності здійснюється за чинниками, які найбільше впливають на ефективність роботи авіакомпанії (ключовими факторами успіху).

Визначення ключових факторів успіху авіакомпанії, на думку автора, є одним з найважливіших етапів управління конкурентоспроможністю авіакомпанії. Правильно визначені фактори успіху авіакомпанії з урахуванням бачення вищим керівництвом цілей та завдань стають базою для розробки стратегічного плану розвитку авіакомпанії.

Запропонована автором методика оцінки рівня конкурентоспроможності авіакомпанії ґрунтується на показниках, які мають різну розмірність і характеризують різні аспекти функціонування авіакомпанії, в тому числі містить певні дані, які можуть бути комерційною таємницею. Відповідно, навіть при досконало організованій системі роботи з інформацією досить часто можуть виникати труднощі з її отриманням. В такому випадку оцінка вищезазначених видів даних може здійснюватися експертним методом. Звичайно, відповідність таких оцінок реальному стану значною мірою визначається ступенем кваліфікації експертів та управлінців компанії. Така інформація часто має оціночний характер. Хоч із розвитком інформаційних технологій значного поширення набуває спеціальне прикладне програмне забезпечення, що допомагає визначити закономірності розвитку заданих процесів та прогнозувати їх подальший розвиток. Прикладом є програмне забезпечення для імітаційного моделювання. Цей програмний продукт надає можливості розробки моделей у таких сферах: виробництво, логістика та ланцюги поставок, ринок та конкуренція, бізнес-процеси та сфера обслуговування, інформаційні системи тощо. Відповідно, він може широко використовуватися при визначенні тенденцій розвитку ринку та окремих процесів і сприяти кращому обґрунтуванню управлінських рішень для забезпечення високого рівня стратегічної конкурентоспроможності авіакомпанії.

Ефективне управління конкурентоспроможністю авіакомпанії неможливе без урахування середовища формування конкурентоспроможності та оцінки впливу його чинників на рівень конкурентоспроможності в поточному та стратегічному періоді. Крім того, доцільним є визначення вагомості впливу внутрішніх чинників та оцінка стабільності факторів зовнішнього середовища. Визначення ролі факторів є важливим для встановлення пріоритетності рішень щодо управління внутрішнім потенціалом та нейтралізації можливих впливів, зумовлених змінами в зовнішньому середовищі.

Для кращого розуміння процесів формування конкурентоспроможності авіакомпанії автором побудовано схему забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії (див. рис.).

Конкурентоспроможність авіакомпанії формується під впливом низки чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

До основних чинників формування конкурентоспроможності внутрішнього середовища можна віднести якість управління, структуру власності авіакомпанії, стан парку по-

вітряних суден, ефективність операційної діяльності, фінансово-економічний стан, якість послуг авіакомпанії, імідж авіакомпанії, забезпеченість авіаційним персоналом та його якісні характеристики, корпоративна культура авіакомпанії тощо. Внутрішні фактори знаходяться в постійному взаємозв'язку із зовнішніми, але на відмінну від останніх значно легше піддаються оцінці і, відповідно, управлінню. Більшість зовнішніх чинників конкурентоспроможності характеризуються динамічністю та високим рівнем невизначеності і можуть різко змінити конкурентну позицію підприємства як у бік зростання, так і значно її знизити.

До базових зовнішніх факторів конкурентоспроможності, на думку автора, можна віднести географічне положення країни базування авіакомпанії, демографічний, економічний та політичний стани в базовій країні та країнах, частка яких у структурі польотів авіакомпанії є найбільшою, рівень інтеграції країни у світове співтовариство, державна політика у сфері авіації, потенціал та темпи зростання ринку авіаперевезень, вплив урядових та неурядових організацій у галузі цивільної авіації, розвиток технологій авіаційної галузі.

Зовнішні фактори умовно можна поділити на відносно стабільні та нестабільні. Так, високий рівень стабільності притаманний географічному положенню країни, зміні демографічної ситуації, діяльності міжнародних організацій, державній політиці тощо. Менш стабільними є політичне та особливо економічне середовище, для яких характерна висока частота змін.

Сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників конкурентоспроможності формують конкурентний потенціал авіакомпанії.

Він, своєю чергою, може поділятися на складові: економічний, виробничий, маркетинговий, трудовий, ринковий, інтелектуальний, науково-технологічний тощо. Максимально ефективне використання конкурентного потенціалу можливе лише за умови розуміння причинно-наслідкових зв'язків між факторами та можливості достовірної оцінки вищезазначених складових.

Оцінка здійснюється різними методами. Найбільш поширеними методами є матриці BCG, SWOT, PEST-аналіз, PIMS-аналіз тощо. На основі отриманих результатів приймаються управлінські рішення, ефективність яких залежить від якості отриманих даних, досвіду та здібностей керівника. Своєчасні та обґрунтовані управлінські рішення створюють конкурентні переваги авіакомпанії. Конкурентні переваги можуть класифікуватися за багатьма ознаками. На думку автора, класифікувати конкурентні переваги авіакомпанії доцільно за такими ознаками:

- за джерелами походження: внутрішні та зовнішні;
- за вагомістю: надзвичайно важливі, важливі та незначної ваги;
- за терміном дії: довгострокові, середньострокові та короткострокові;
- за складністю набуття: легко відтворювані та складно відтворювані;
- за спрямованістю: стратегічні та тактичні;
- за рівнем стійкості: стійкі та нестійкі.

Можливість класифікації та віднесення конкурентних переваг до однієї із запропонованих категорій дозволяє підви-

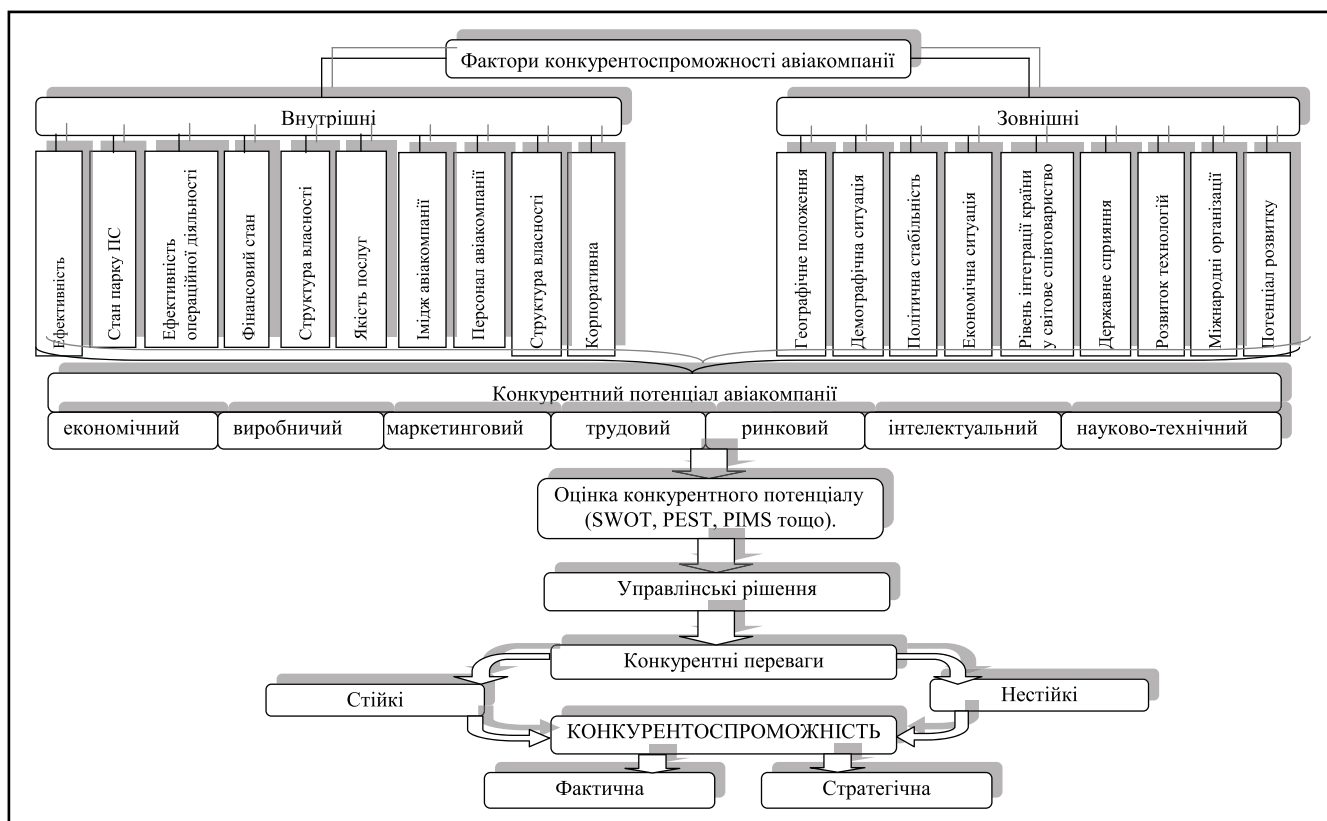


Схема забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

щити обґрунтованість та відповідно якість рішення щодо підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії. Сукупність конкурентних переваг і формуватиме конкурентоспроможність авіакомпанії в поточній та стратегічній перспективі.

Одним з етапів управління конкурентоспроможністю авіакомпанії є визначення поточного рівня конкурентоспроможності. Автором запропонована така послідовність дій для оцінки та підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії:

1) визначення складу та структури групи експертів та підбір експертів необхідної спеціалізації та кваліфікації;

2) проведення оцінювання експертами значень запропонованих показників та опрацювання отриманих результатів;

3) опрацювання отриманих експертним шляхом даних та наявної інформації щодо діяльності підприємства, розрахунків відповідних коефіцієнтів;

4) переведення абсолютних показників у відносні;

5) розрахунок групових показників конкурентоспроможності та інтегрального показника конкурентоспроможності авіакомпанії;

6) аналіз зміни інтегрального показника в динаміці;

7) визначення шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії;

8) розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії.

Найбільш конкурентоспроможною є та авіакомпанія, де найефективніше організована робота всіх складових. На роботу авіаперевізника впливає безліч чинників. Автором запропоновано розраховувати рівень конкурентоспроможності за сімома групами показників, які найповніше характеризуватимуть ефективність діяльності авіакомпанії. До них належать: стан парку повітряних суден авіакомпанії, репутація авіакомпанії, фінансовий стан авіакомпанії, її ринкові характеристики, ефективність операційної діяльності, рівень організаційного забезпечення діяльності авіакомпанії та кадрове забезпечення.

Оскільки кожен із запропонованих показників має різний ступінь впливу на діяльність авіакомпанії, з метою підвищення об'єктивності оцінки рівня конкурентоспроможності авіакомпанії доцільно використати коефіцієнти вагомості.

При визначенні конкурентоспроможності авіакомпанії особливу увагу слід приділити моделі її функціонування. Так, запропонована методика розроблялася для оцінки конкурентоспроможності класичної авіакомпанії.

Авіакомпанії можуть працювати в різних сегментах та за різними моделями, а саме:

- регулярні пасажирські перевезення;
- нерегулярні (чартерні) перевезення;
- лоу-кост перевезення;

– вантажні перевезення;

– бізнес-авіація тощо.

Оцінка конкурентоспроможності всіх цих напрямів відрізнятиметься за коефіцієнтами вагомості тих чи інших факторів. Наприклад, визначено, що для пасажирів традиційних авіакомпаній крім безпеки перевезення, яка є пріоритетом для всіх типів авіакомпаній, найважливішими показниками є пунктуальність перевезення, рівень комфорту, якість сервісу тощо.

При оцінці ж лоу-кост авіакомпаній найважливішою характеристикою буде стан парку повітряних суден, оскільки успішність діяльності найбільше визначається паливною ефективністю літаків, часом технічного обслуговування тощо. Пасажири цих авіаліній менш вимогливі і не очікують високої якості сервісу, оскільки свідомо надають пріоритет вартості перевезення. Крім того, по-різному визначатиметься і ефективність експлуатації повітряних ліній, оскільки лоу-кост перевізники переважно здійснюють перельоти «з місця до місця», в той час як більшість традиційних авіакомпаній використовують мережеву модель.

Бізнес-авіація орієнтована на ділових пасажирів із високим рівнем доходу для яких зручність і комфорт є визначальними факторами. Параметр вартості перевезення не матиме такого значення, як, наприклад, у традиційних чи лоу-кост авіакомпаній.

Висновки

Оцінка конкурентоспроможності авіакомпанії має низку особливостей порівняно з іншими типами підприємств. Вона має враховувати тенденції факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, взаємодії з іншими підприємствами, сезонність тощо. Крім того, оцінка відрізняється для різних типів авіакомпаній і має власну специфіку. Визначення конкурентоспроможності авіакомпанії є важливим елементом процесу управління конкурентоспроможністю авіаперевізника і визначає його здатність зберігати та збільшувати ринкові позиції.

Список використаних джерел

1. Василенко В.А. Оцінка конкурентоспроможності авіакомпанії в період економічної нестабільності / Василенко В.А. // [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_1/O20-O24.pdf
2. Оценка конкурентоспособности авиакомпаний на авиатранспортном рынке Украины: дис. канд. экон. наук: 08.07.04 / Кононова Л.Н.; Национальный авиационный ун-т. – К., 2002. – 268 л.
3. Павлова В.А. Конкурентоспособность предприятия: оцінки та стратегія забезпечення / Павлова В.А. // Дніпропетровський університет економіки і права. – Д.: Видавництво ДУЕП, 2006. – 216 с.