

працю. В умовах НТП виникли деякі технології, де може застосовуватись жіноча праця. Залучення жінок до виробництва привело до перерозподілу заробітку як джерела існування сім'ї на двох - чоловіка і жінку. Пересічний чоловік втратив можливість заробляти вартість, яка забезпечує всі необхідні засоби існування сім'ї.

3. Статева, расова, релігійна та інші форми дискримінації. Певна економічна дискримінація існує навіть зараз у розвинутих країнах. Вона дозволяє роботодавцям використовувати працю дискримінованих шарів і груп населення.

Чинники зростання вартості людського капіталу.

1. Зростання кваліфікації робочої сили. Під впливом НТП поступово зростає складність праці, виникає потреба у кваліфікованій робочій силі. Тому зараз, термін масової освіти вже складає 10-12 років. Це потребує великих витрат, які постійно збільшуються.

2. Зростання інтенсивності праці та зростання напруженості праці, особливо психічної енергії за одиницю робочого часу, зумовило необхідність покращення побутових умов, харчування, медичного обслуговування, поліпшення умов відпочинку людей праці. Все це потребує додаткових коштів.

3. Зростання матеріальних і духовних потреб людей, дія закону зростаючих потреб. Економіка постійно виробляє нові товари та послуги, тим самим стимулює нові потреби людей, що підвищує вартість робочої сили. Зростаючі потреби людей, в свою чергу, стимулюють виробництво товарів та послуг. Їх зв'язок і взаємозумовленість очевидні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Петти В. Экономические и статистические работы [Текст] // В.Петти – М., 1940. – 120 с.
 2. Грейсон Дж. Американский менеджмент на пороге XXI века [Текст] // Дж Грейсон, О'Делл. – М.: Экономика, 1991. – 267 с.
 3. Эренберг Р.Д. Современная экономика труда [Текст] // Р.Д. Эренберг, С.Р. Смит – М.: Издательство Московского университета, 1996. – 800 с.
 4. Жанс Э. История экономической мысли XX века [Текст] // Э. Жанс. Пер. с франц. под общ. ред. И.Г. Блюмина. – М.: Изд. иностр. лит., 1979. – 260 с.
 5. Маршалл А. Принципы экономической науки [Текст] // А. Маршалл Т. 2. – М.: Прогресс, 1993. – 310 с.
 6. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А.Смит. – М.: Наука, 1993. – 241 с.
- УДК 658.5 (045)

Полянская Н.Е., Ремыга Ю.С.

РАЗВИТИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ: ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Статья посвящена диверсификации, которая определила методы, процедуры и удачные сделки, а также результативную интеграцию с правительством

Ключевые слова: новые терминалы и полосы, проблемы, финансы, мотивы, персонал, уровень обслуживания

Стаття присвячена диверсифікації, яка визначила методи, процедури й далі угоди, а також результативну інтеграцію з урядом

Ключові слова: нові термінали й смуги, проблеми, фінанси, мотиви, персонал, рівень обслуговування

The article is devoted to diversification which has specified methods, procedures and successful transactions, and also productive integration with the government

Key words: new terminals and runways, problems, finance, motives, the personnel, service level

Как и любой участник экономических процессов, воздушный транспорт (ВТ) характеризуется циклическим процессом функционирования. Ему присущи рост и падение объемов перевозок, которые связаны не только с экономическими процессами, но и с так называемыми особыми событиями [10]. Причем такие события и масштабы их влияния фактически трудно предусмотреть. В качестве примера можно привести последствия событий 11 сентября 2001 года в США, которые спровоцировали катастрофическую ситуацию – массовый отказ пассажиров от полетов, банкротство многих авиакомпаний, страховщиков, многомиллиардные вложения государств для поддержания своих национальных авиаперевозчиков.

В настоящее время ВТ характеризуется ростом перевозок. Прогнозы его развития связаны с увеличением количества маршрутов, рейсов, пассажиро– и грузоподъемности ВС (воздушных судов). Поэтому создание новых услуг будет определяться возросшими потребностями как клиентов, так и самого аэропорта. В качестве таких потребностей для клиентов могут быть:

- в случае авиакомпаний – повышение уровня безопасности и регулярности перевозок [7, 2], сокращение периода обслуживания ВС– продолжительности стоянки;
- в случае пассажиров – кроме безопасности и регулярности, расширение сервисного обслуживания на территории пассажирских терминалов [8], близость стоянок для автотранспорта к пассажирскому терминалу, сокращение времени на процедуры оформления документации, регистрации и оформление багажа к перевозке, а также получение багажа по прибытию;
- в случае транспортировки несопровождаемого багажа, груза и почты (отправители и получатели) – быстрая доставка, обеспечение сохранности на всех этапах транспортного процесса в аэропорту (оформление и размещение на складе, транспортировка от склада к ВС, загрузка на борт ВС как при отправке так и по прибытию).

Деятельность аэропортов как субъектов естественных монополий, непосредственно связанная с воздушным движением, подлежит детальной

регламентации государства (инвестиции, тарифы, прибыльность [9]). Современные аэропорты требуют существенных инвестиций в инфраструктуру и считаются объектами, нуждающимися в государственной поддержке. По этой причине аэропорт часто является частью государственной системы, созданной и финансируемой с целью получения максимально возможной прибыли от государственных вложений.

Правительственные источники финансирования инфраструктуры аэропортов являются наиболее распространенными [1]. В тех случаях (а это сейчас характерно для большинства международных аэропортов), когда основная деятельность аэропорта убыточна, осуществление проектов модернизации и нового строительства неизбежно зависит от правительственной помощи. И такая помощь оказывается. Например, в 1994г. Федеральному Авиационному Управлению США на реализацию программы по совершенствованию американских аэропортов было выделено 24 млрд. долл. Широко практикуются также участие в инвестициях пользователей аэропорта, которые затем участвуют в эксплуатации нового объекта.

Со стороны регулирующих органов значительное внимание уделяется также неценовым способам стимулирования клиентуры [8, 11], среди которых следует выделить:

- имидж (или бренд) аэропортового комплекса, что связано, прежде всего, с развитой инфраструктурой таких субъектов;
- программы работы с постоянными клиентами;
- уровень безопасности полетов;
- организация работы персонала;
- время, затрачиваемое на аэропортовые формальности, в том числе регистрацию;
- наличие возможности саморегистрации;
- используемые ВС (конфигурация, возраст, оформление салонов, наличие специальных мест для инвалидов, шум авиадвигателей);
- квалификация пилотов авиакомпаний;
- страхование перевозок (предел ответственности за жизнь пассажира и его багаж, груз);
- удобное расписание полетов;
- удобная стыковка при организации interline перевозок;
- дополнительный сервис (выбор питания, организация трансэкспедиционного обслуживания пассажиров и грузов);
- использование Internet для продажи и бронирования перевозок;
- наличие электронных билетов и т.д.

Дополнительный сервис может включать такие составляющие:

- продажу на борту ВС сувениров и товаров, которые пользуются спросом;

- проведение встреч, викторин и предоставление поощрительных призов;
- специальные сувениры для пассажиров первого и бизнес–класса;
- анкетирование для определения уровня сервиса и разработки направлений его совершенствования;
- информирование пассажиров о требованиях государственных видов контроля аэропортов вылета и прилета, проведении досуга в пунктах назначения рейсов, наличии залов, магазинов, кафе, ресторанов в пассажирских терминалах аэропортового комплекса и т.д.

Поэтому стратегическое развитие рынка авиаперевозок связано не только с деятельностью авиакомпании [14]. Значительное влияние на такие глобальные вопросы оказывают аэропортовые комплексы, услуги и качество работы которых фактически дополняют обслуживание пассажиров [12]. Так, например, российская компания "ЭФФКО", проведя маркетинговое исследование желаемого уровня обслуживания клиентов гражданской авиации (ГА), выявила, что по степени важности основными вопросами респонденты поставили удобное расписание полетов - 45,9%, совершение перелета в дневное время (249 человек из 543 опрошенных), выполнение графика полетов (88,9% пассажиров отметили этот фактор как исключительно важный), а также обеспечение безопасности перевозок (75,3%) [15]. Самыми значительными факторами стали **внимательность и вежливость** (96% опрошенных). Известно, что желаемый уровень обслуживания непосредственно зависит от аэропорта – вернее от работников, которые там работают. Поэтому разнообразность и уровень предоставляемого наземного обслуживания является значительным фактором обеспечения высокого качества работы ГА.

Менеджеры авиакомпаний, принимающие решения о выходе на новый рынок, должны уделять значительное внимание выбору аэропортов вылета, прилета, промежуточной посадки. При этом необходимо учесть такие параметры:

- длина и покрытие ВПП;
- уровень обеспечения безопасности перевозок;
- тарифы за обслуживание (в том числе стоимость топлива);
- удаление от города;
- популярность у клиентов;
- возможность получить удобное время вылета, прилета, стыковки рейсов;
- предоставляемый сервис, в том числе широкий ассортимент в магазинах duty free.

Кроме этого, анализ деятельности по обслуживанию выполняемых перевозок в значительной мере зависит от:

- структуры существующих и планируемых к открытию воздушных линий обслуживаемых или проходящих вблизи данного аэропорта;
- наличия транзита;
- времени нахождения воздушных судов в аэропорту при начально-конечных и транзитных операциях;
- схемы обслуживания пассажиров, багажа, грузов, почты, технологическое время на выполнение данных операций;
- наличия различных ограничений, в том числе и на принимаемые в аэропорту воздушные суда;
- метеоминимума аэропорта;
- плотности загрузки воздушного пространства аэропорта;
- наличия персонала необходимой квалификации;
- наличия коммуникаций (дороги, транспортные маршруты) с ближайшими крупными населенными пунктами;
- взаимодействия аэропорта с близлежащей территорией.

В контексте данных вопросов необходимо рассмотрение мероприятий для сохранения работ по обслуживанию существующих воздушных линий данным аэропортом, данные по нарушению регулярности перевозок и мероприятий, направленных на работу конкретного аэропорта при обслуживании других авиалиний. Сюда относятся финансовые рычаги, и модернизация аэропортового комплекса (усовершенствование оборудования, удлинение и увеличение ВПП (взлетно-посадочная полоса), повышение класса аэродрома и, соответственно, аэропорта), заключение договоров с авиакомпаниями. Необходимо рассмотреть возможность использования ангаров, стоянок, гейтов, организацию и стоимость хендлингового сервиса, наличие специальных залов для пассажиров первого и бизнес классов, применяемые системы технического обслуживания и ремонта.

Показатель времени выполнения операций по обслуживанию пассажиров и обработке багажа и грузов напрямую зависит от привлекательности данного аэропорта. Особенно важен данный показатель для определения времени прибытия пассажира для прохождения аэропортовых формальностей перед вылетом. Увеличение продолжительности пребывания клиентов в аэропорту негативно влияет на скорость работы авиационного транспорта в случаях отсутствия развитой системы диверсификации обслуживания.

При решении вопроса взаимодействия аэропорта с близлежащей территорией необходимо учитывать возможное влияние деятельности аэропорта на данную территорию. Такое влияние может быть вредным или полезным. В нашем случае развитие сферы услуг аэропорта, несомненно, улучшит возможности населения близлежащих территорий за счет развитой системы диверсификации.

Анализ пропускной способности аэропорта включает исследование следующих факторов:

- принимаемые аэропортом ВС, а также суда, которые могут приниматься;
- – пассажировместимость аэровокзала;
- – количество точек регистрации пассажиров;
- – технологические схемы обслуживания;
- – оформления и посадки пассажиров, загрузки багажа, грузов, изменение пассажиро- и грузопотоков по сезонам и в течение суток.

На основании анализа данных факторов определяется располагаемая пропускная способность аэропорта и производится ее сравнение с прогнозируемым пассажиропотоком. В случае если суммарный пассажиропоток или пассажиропоток в определенные отрезки времени превышает фактическую пропускную способность аэропорта, необходима разработка мероприятий по увеличению данной пропускной способности.

Важнейшей характеристикой данных показателей является время.

По нашему мнению, в зависимости от конкретной проблемы, необходимо проводить работу по повышению пропускной способности аэропорта. Это может быть увеличение числа точек регистрации, изменение схем обслуживания пассажиров и обработки багажа, модернизация оборудования, используемого в работе аэропорта, введение или совершенствование механизация погрузочно-разгрузочных работ, введение дополнительных гейтов и телетрапов для посадки-высадки пассажиров и пр.

На этапе экономического и финансового анализа производится:

- расчет основных экономических показателей деятельности аэропорта;
- рассчитываются расходы, связанные с комплексом разработанных на предыдущих этапах мероприятий, по которым оценивается их экономическая отдача и целесообразность.

При этом анализируются расходы, связанные с деятельностью аэропорта и доходы от этой деятельности.

Производится расчет прибыли, рентабельности и других показателей работы данного аэропорта. В случае если рассматривается несколько альтернативных вариантов, то по данным показателям выбирается оптимальный вариант. В качестве оптимизирующего показателя может приниматься чистая дисконтированная ценность мероприятия или другой показатель.

Таким образом, можно отметить, что маркетинг – это одновременно философия бизнеса и активный процесс. Маркетинг обеспечивает совершенствование деятельности отдельных предприятий [3,4], и вместе с тем он стал важным атрибутом развития экономики как единого целого и

четкого ее функционирования. В этом историческая значимость и ценность маркетинга как теории и как практики экономики.

Для более эффективного использования аэропортовых площадей и для получения дополнительного финансирования за счет диверсификационных предприятий, на наш взгляд, целесообразно проводить анализ различных видов деятельности, проведения маркетинговых исследований по вопросам:

- насколько выгодны они на данном этапе;
- приносят они достаточную прибыль или их целесообразно заменить более прибыльными предприятиями.

При анализе коммерческой деятельности организаций (особенно тех, которые связаны с торговлей) следует учитывать, что клиентура магазинов и служб аэропорта состоит из пассажиров, посетителей и работников аэропорта. Поэтому в отношении этих трех групп потребителей целесообразно получать информацию про их потребности и факторы, которые влияют на покупку ими товаров и услуг. В этом случае необходимо иметь следующую информацию:

- объем воздушных перевозок: за прошедший, текущий и прогнозируемый период;
- количество пассажиров, прилетающих/ вылетающих на:
 - международных рейсах;
 - внутренних рейсах;
- количество транзитных/ трансфертных пассажиров;
- количество посетителей и работников аэропорта в настоящее время и по прогнозам на будущее;
- средняя продолжительность нахождения в аэропорту разных категорий пассажиров;
- час “пик” посещения пассажирами аэропорта (временная разбивка) - по часам, суткам и неделям;
- качество товаров и услуг, которые предоставляются;
- наиболее популярные среди потребителей товары и услуги.

Структурно прибыль от диверсификации можно представить в следующем виде:

- прибыль от концессий – более 50%;
- прибыль от аренды помещений – около 43%;
- прибыль от деятельности, которая осуществляется непосредственно самим аэропортом – около 11%.

Важным моментом есть определение тех затрат аэропорта, которые связаны с предоставлением в аренду помещений, «открытых зон» с целью определения минимального уровня платежей и сборов в каждом конкретном случае, но которые также должны способствовать возмещению затрат аэропорта. Это есть тем дополнительным источником прибыли по

отношению к ставкам и сборам, которые получают аэропорты за международные и внутренние перевозки. Но в каждом конкретном случае концессионные сборы должны устанавливаться отдельно и исходить из тех затрат, которые несет аэропорт в связи с предоставлением помещений, соответствующих средств, служб, партнерских консультаций.

Если вспомнить историю, то можно увидеть, что большая часть концессионной торговли была, в основном, ориентирована на обслуживание пассажиров и сопровождающих их лиц. Однако все больше аэропортов уделяют значительное внимание лицам, работающим в аэропорту, проживающим в районах в непосредственной близости, создавая для удовлетворения этого спроса различные виды концессий. Предприятия такого назначения нет необходимости размещать на «дорогих» участках с наиболее интенсивным потоком пассажиров. Это, прежде всего, обуславливается тем, что центры различного обслуживания должны быть приближены к объекту, который будет их использовать. Во-вторых, такой подход позволяет рентабельно использовать площади аэропорта.

Коммерческую деятельность в аэропорту [13] могут осуществлять не только дочерние фирмы аэропортовых комплексов, но и другие субъекты, которых мы уже определили. Аэропорты самостоятельно, как правило, занимаются тем, что не требует специальных знаний, значительных капиталовложений или больших товарных запасов.

Поэтому большинство аэропортов передает неавиационную коммерческую деятельность в ведение других организаций, которые не просто занимаются такой деятельностью, а являются лидерами по популярности у клиентуры, то есть имеют известный бренд у потребителей [5]. Это очень важно, потому что репутация самого аэропортового комплекса также будет зависеть от качества всех видов обслуживания клиентуры, в том числе и неавиационным сервисом. Именно поэтому аэропорты сохраняют за собой право общего руководства и финансового контроля путем подписания коммерческих соглашений на право использования их собственности.

Существование большого и все возрастающего количества различных неавиационных предприятий, которые действуют в аэропорту, позволяет предположить, что в ближайшее время администрации всемирно известных аэропортов не будут заниматься более активной их эксплуатацией. Это связано с тем, что эти аэропорты не в состоянии иметь в необходимом объеме различный технический опыт и знания в области сбыта.

В аэропортах Украины такая деятельность фактически еще не развита в должной мере [9]. Только в значительных аэропортах (Борисполь, Одесса, Симферополь, Львов, Днепропетровск) предлагаются диверсификационные услуги, уровень которых достигает 15-30% от общего объема. Большинство наших аэропортовых комплексов не имеют такой практики. Вполне вероятно, что в нашей стране необходимо будет создать самостоятельный

административный орган по руководству этой деятельностью. В состав задач такого органа можно будет включить:

- выбор ассортимента услуг, которые предоставляются потребителям;
- выборочный рейтинг концессионеров;
- стандартный вид соглашений по найму;
- систему определения качества обслуживания и выполнения других условий, предусмотренных в соглашении.

Как свидетельствует практика, наибольшее распространение получили среди аэропортов стран – членов ИКАО, применение соответствующего баланса между размером аэропортовых сборов, общим количеством пассажиров и в трансферной зоне.

Анализ концессионных сборов, установленных странами – членами ИКАО в крупных международных аэропортах, свидетельствует, что они имеют разные процентные показатели. Это обусловлено тем, что до сих пор не установлен единый подход к ним. К тому же установить его очень тяжело, потому что надо определить приемлемый уровень оплаты соответственно прибыли концессионных предприятий. В мировой практике имеет место, когда концессионеры включают концессионные сборы непосредственно в стоимость товара или услуги.

Выводы

1. Для построения программы прибыльности аэропортовых комплексов в государственном регулировании Украины необходимо введение рекомендованных видов диверсификационной деятельности, применение концессионных соглашений.

2. Организация работы в диверсификационном направлении связана со специализацией аэропортов по видам сообщений, обслуживанию определенных самолетов.

3. В условиях специализации аэропортам необходимо больше времени для того, чтобы приспособиться к изменениям, чем авиакомпаниям. В этой связи важную роль играют маркетинговые исследования видов диверсификации этих предприятий.

4. Организация сотрудничества авиаперевозчика с аэропортом может быть взаимовыгодной, если установить баланс между количеством пассажиров с рейсов авиакомпании, которых перевозчик доставил в этот аэропорт, и возможными скидками с аэропортовых тарифов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ашфорд Н., Стентон Х. П. М., Мур К.А. Функционирование аэропорта.[Текст] – М.: Транспорт, 1990.–372с.

2. Быстров С. Главный принцип ИКАО – безопасность полетов.[Текст] //Воздушный транспорт.– М.: Экономическая газета, №46 (2902) ноябрь 2000.– с.2 - 3.

3. Костромина Е.В. Авиатранспортный маркетинг [Текст] – М: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2003. – 383 с.
4. Костромина Е.В. Экономика авиакомпании в условиях рынка.[Текст] 4-е издание, стереотипное М: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2002 – 303 с.
5. Моисеева Н.К., Рюмин М.Ю., Слушаенко М.В., Будник А.В. Брендинг в управлении маркетинговой активностью [Текст]/ Под. Ред. Проф. Н.К.Моисеевой. – М.: Омега-Л, 2003. – 410 с.
6. Муравйова А.О. Методы стимулирования клиентуры воздушного транспорта: Зб. науч. тр. «Проблеми інформатизації та управління».[Текст] – К.: НАУ, – Вип. 8. – С.71-73.
7. Муравйова А.О., Шевченко О.Р. Безпека польотів як комплексна характеристика повітряного транспорту: Зб. наук. пр. «Наука і молодь».[Текст] – К.: НАУ, 2003. – Вип.. 3. – С. 662-664
8. Полянская Н.А., Васильев Н.Н. В борьбе за клиента Зб. наук. пр. «Наука і молодь»[Текст] – К.: НАУ, 2003 – Вип.3.– С. 669-672
9. Полянська Н.Є. Фактори, що впливають на формування доходів в аеропорту.[Текст]– К.//Фінанси України, 1997.№11.– С.115-117.
10. Полянская Н.Е. Организация коммерческой работы на воздушном транспорте: Монография.[Текст] – К.: НАУ, 2004. – 320с.
11. Полянская Н.Е., Назаренко Г.М. Организация пассажирского сервиса в зарубежных авиакомпаниях: Зб. наук. пр. «Проблеми інформатизації та управління». – К.:НАУ, 2003. – Вип.7. – С.58-60.
12. Полянська Н.Є., Шаповал Н.С. Умови підвищення економічного потенціалу аеропорту. Економіка та управління.[Текст]: Матеріали V міжнародної науково-технічної конференції «АВІА 2003», том V-VI – Секція «Економіка та підприємництво» – К:НАУ, 2003.- С.6.86 -6.89.
13. Увеличение неавиационных доходов в аэропортах. Circ.142 АТ/47.- Монреаль: ИСАО,6-е издание, 1997.-97с.
14. Шевченко О.Р Особенности формирования современного рынка авиатранспортных услуг [Текст]: Зб. наук. пр. «Наука і молодь».- К.:НАУ, 2003 – Вип. 3. – С. 658-661.
15. Авиакомпании России и СНГ - уровень обслуживания оценивают пассажиры.[Електронний ресурс] – www.avia.ru
УДК 658:004.056.5

О.М. Антонова

ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Проведено критичний аналіз основних підходів до оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Розкрито їх головні переваги та недоліки. Запропоновано загальні рекомендації щодо забезпечення комплексного та системного підходу до оцінки й аналізу рівня економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, системний підхід.

Проведен критический анализ основных подходов к оценке уровня экономической безопасности предприятия. Выявлены их основные недостатки и