

О.А., Мазур И.И., Шапіро В.Д. та інші. Узагальнюючи ці наукові погляди на сутність конкурентоспроможності підприємства та методи його оцінювання, можна констатувати, що дана проблема буде актуальною для фахівців України і в найближчому майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка [Текст] / Дибб С., Симкин Л. – Спю; Питер, 2007.
2. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. [Текст] / Иванов Ю.Б. – Харьков, ХАГУ, 2004.
3. Кобилянський Л.С. К. Управління конкурентоспроможності. [Текст] / Кобилянський Л.С. К, 2003.
4. Омелянко Т.В. Управління конкурентоспроможності підприємства. [Текст] / Кобилянський Л.С. К, КНЕУ, 2006.
5. Шевченко Л.С. Конкурентное управления. [Текст] / Кобилянський Л.С. Х; Эспаза, 2004.

УДК 332.1

Косарев О.Й., Парій В.М., Герасимчук Ю.С.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АВІАКОМПАНІЙ В КОНТЕКСТІ ОСВОЄННЯ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

У статті досліджено ключові засади освоєння авіакомпанією гео економічного простору з метою забезпечення стійкого розвитку підприємства

Ключові слова: гео економічний простір, глобалізація, гармонізація з учасниками зовнішнього середовища, авіакомпанія, аеропорт, авіахаб

В статье исследованы ключевые принципы освоения авиаккомпанией геоэкономического пространства с целью обеспечения устойчивого развития предприятия.

Ключевые слова: геоэкономическое пространство, глобализация, гармонизация с участниками внешней среды, авиаккомпания, аэропорт, авиахаб

In the article key principles of mastering of geo-economics space an airline are investigational with the purpose of providing of steady development of enterprise

Keywords: geoeconomic space, globalization, harmonization with participants external environments, airline, the airport, an aviahub

Постановка проблеми. Сучасна світова ситуаційна модель визначена цілісністю і єдністю світового простору, який у методологічному плані містить у собі три визначальні підпростори: *геополітичний, гео економічний й геостратегічний*. Зараз гео економічний простір вийшов на пріоритетні позиції, відтіснивши на другі ролі геополітичний і геостратегічний простір [4]. Гео економічний простір розглядається як безліч центрів і джерел капіталів,

технологій, інформації, корисних варіантів співробітництва з метою створення послуг конкурентоздатних на глобальному ринку [3].

Геоелекономіка є продукт нового знання: вона зародилася як інновація в осмисленні глобальної трансформації світової системи. У силу цього інноваційна складова пронизує геоелекономіку у всіх її сферах (відображеннях): виробничо-технічної, технологічної, інституціональної (функціональної й організаційної) і т.д. Тут центральна геоелекономічна тенденція — відбувається створення інноваційного середовища, через інтернаціоналізацію знань: інноваційні процеси у світі найтіснішим образом ув'язані з інтернаціоналізацією знань, вони тісно взаємообумовлені й переплетені. Формування геоелекономічного простору в умовах глобалізації примушує розглядати як нові ризики для авіакомпаній в нових для них умовах, так і нові можливості, які вже виникли, але ще не реалізовані з метою досягнення конкурентних переваг авіакомпаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основу написання даної статті лягли теоретичні розробки та наукові ідеї вітчизняних і зарубіжних авторів. Зокрема, варто виділити дослідження теоретичних проблем геоелекономіки, які вивчалися такими авторами, як В.А. Дергачев[6], М.Ю. Байдаков, Н.Ю. Конина, Є.Г. Кочетов, Є.В. Сапир, В.Л. Сельцовський, Н.С. Столярова, Є.Д. Фролова [4] і ін.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є дослідження особливості освоєння авіакомпанією геоелекономічного простору та забезпечення стійкого розвитку авіаційного підприємства в умовах динамічних змін навколишнього середовища та гармонічної взаємодії з учасниками як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світова система авіатранспортних послуг розвивається під впливом різноманітних факторів, властивих глобальної економіці, одночасно випробовуючи вплив регіональних і національних особливостей. Так, на 37 асамблеї Міжнародній організації цивільної авіації зазначалося, що в секторі повітряного транспорту відбулися радикальні зміни, такі як глобалізація ринку, конкуренція з боку інших видів транспорту, лібералізація повітряного транспорту й цінові війни серед авіакомпаній [2]. Гра сьогодні йде не стільки за ринки, скільки за розширення геоелекономічної арени, зон впливу. [3]

Геоелекономічна експансія — це створення й використання авіакомпанією потужних стратегій для розширення власної зони геоелекономічного впливу, а також пошук механізмів для зміни балансу зон впливу інших гравців на свою користь. На жаль, сьогодні розвивається тенденція розширення можливостей експансії закордонних авіакомпаній в інформаційному та економічному просторі України, що негативно впливає на роботу вітчизняних авіакомпаній. Освоєння геоелекономічного простору вітчизняними авіакомпаніями повинне

відбуватися прискорено й цілеспрямовано, і головним у цьому освоєнні повинне бути економіко-технологічне вивчення й виявлення стратегічних конкурентних переваг авіакомпанії й пріоритетів її розвитку в сучасному світі. Для конкретизації даного положення розглянемо один з найважливіших аспектів входження авіакомпанії в гео економічний простір — аспект доступу в нього. Доступ в гео економічний простір для суб'єктів авіакомпаній сьогодні здійснюється по декільком каналах: глобальна мережа Інтернет, глобальні дистрибутивні системи, телекомунікації, мобільний зв'язок. З появою інтернет-технологій інформаційне середовище підприємств стало активно розширюватися. Це призвело до паралельного розширення їх ринкового простору. Причиною змін стала поява нового виду відносин між підприємством і оточенням — двунаправлена взаємодія в режимі реального часу виду «багато - до-багатьох», яка стала можлива лише із появою інтернет-технологій. Звичайно не можна зводити всю сучасну інформаційну систему до Інтернет. Однак Інтернет став системотворчим чинником для світової інформаційної системи. Поява Інтернет дозволила говорити про всесвітнє інформаційне поле, у рамках якого взаємодіють численні міжнародні фактори. Незалежно від діяльності, усі підприємства мають можливість використовувати розширений інформаційний простір, тому що інтернет-технології масово поширені в економічному середовищі. Зі формуванням всесвітнього інформаційного поля відносини підприємств із зовнішньою середою здобули нові властивості: адресності, гнучкості й доступності. У підприємств з'явилися наступні можливості:

- можливість подолати фізичні границі, тому що взаємодія з оточенням відбувається на всьому просторі доступу до мережі Інтернет незалежно від географічного положення;
- можливість розрізняти між собою учасників спілкування;
- можливість цілодобової взаємодії з оточенням без особистої участі співробітників підприємства;
- гнучкість керування інформацією;
- оперативність і низька в порівнянні з іншими способами взаємодії вартість інформаційного обміну. [9]

Регулярні авіаперевізники в усьому світі використовують Глобальні Дистрибутивні Системи – ГДС з англійської Global Distribution System – GDS. Бюджетні або low cost авіакомпанії донедавна використовували власні системи продажів, розташовані на сайтах, але економічна криза підштовхнула їх шукати додаткові канали збуту. На даний момент більшість авіакомпаній активно співробітничать із ГДС, пропонуючи свої ресурси рейсів до продажу у різних регіонах світу тим самим розширюючи свій гео економічний простір. Нас сьогоднішній момент існують 5 найпоширеніші системи бронювання, які застосовуються на ринку авіаперевезень: міжнародні - Амадеус

(Amadeus), Сейбр (Sabre), Галілео (Galileo), Габріель (Gabriel SITA) і російська розробка – Сирена Тревел.

Глобалізація, а за нею й віртуалізація співтовариства відкрила для авіакомпаній нові можливості впливу на клієнтів і партнерів, що дозволило перенести канали комунікації на позиції, які дозволяють формувати ситуацію. [7] Результатом цих змін став почавшийся процес масового пошуку нових форм взаємодій з зацікавленими сторонами. У світі сучасного бізнесу, у якому уже жодна компанія не може перемогти за рахунок швидкого й досить низьковитратного нарощування власних спроможностей, знаходження ресурсів, інноваційного розвитку й географічної присутності, тема співробітництва повинна стати ключовою для будь-якої прагнучої до росту авіатранспортної організації. Щоб з успіхом скористатися потенціалом співробітництва, авіакомпанії зобов'язані навчитися: розуміти, коли настає момент для налагодження співробітництва; вибирати оптимальну модель співробітництва; витягати зі співробітництва користь, заради якої воно затівалося; розуміти логіку рішень, що приймаються на рівні індивідуальних споживачів, організацій і галузей, в умовах усе більш мережного характеру економіки в цілому. І все це треба навчитися робити швидко (швидше, чим конкуренти) і безупинно в силу мінливості середовища, попиту споживача й конкуренції в галузі. Проведене дослідження теорій управління реструктуризацією бізнес-організацій показує, що за умови формування й практичної реалізації ясної стратегії по всіх зазначених позиціях авіакомпанія як бізнес-організація зможе одержати максимум того, що може забезпечити міжфірмове співробітництво. Конкурентне середовище на міжнародному ринку авіаперевезень стимулює авіакомпанії шукати гнучкі організаційні рішення, удаватися до аутсорсингу (наприклад, послуги кейтеринга, інформаційне обслуговування, функціонування контактного центру для споживачів), об'єднуватися в стратегічні альянси й здійснювати злиття й поглинання для підвищення своєї конкурентоспроможності. Безсумнівно, це – інструмент забезпечення конкурентоспроможності, оскільки альянси дозволяють забезпечити комбінування взаємодоповнюючих ресурсів, фінансову економію за рахунок зниження трансакційних витрат. Членство авіакомпанії в альянсі дозволяє їй запропонувати пасажирам дійсно глобальну маршрутну мережу, зі стикуванням у базових аеропортах альянсу, уніфікований підхід до системи заохочення часто літаючих пасажирів. За рахунок погодженого розкладу і стикування маршрутів, з'являються більш зручні варіанти перельотів за багатьма напрямками, як у Європу, так і в США й Канаду, у країни Південно-Східної Азії, що дозволяє створити більш зручні пересадки, що, у свою чергу, дозволяє авіакомпанії збільшити свій гео економічний простір. Що стосується можливостей розвитку бізнесу, те тепер не тільки авіакомпанії визначають потенціал і аналізують ринкові можливості самостійно, але й аеропорти активно взаємодіють із

авіакомпаніями й представляють їм потенційні можливості, що існують завдяки області охоплення авіаперевезень. Аеропорти являють собою найважливіший інфраструктурний елемент системи міжнародних авіаперевезень. Аеропорти як частина транспортної системи також є найважливішим компонентом національної, регіональної й місцевої інфраструктури країн. Від їхнього стану й розміщення залежить географія й інтенсивність польотів, обсяги перевезень пасажирів, вантажів, багажу й пошти, а також доступність і зв'язаність окремих регіонів країни і стикування з іншими видами магістрального транспорту. Світовий досвід розвитку цивільної авіації свідчить про ефективну роль аеропортів у сприянні розвитку авіабізнесу, розширенні обсягів і географії польотів, перевезень пасажирів, багажу, вантажів і пошти, а також у створенні високих стандартів якості обслуговування споживачів послуг повітряного транспорту. Крім того, аеропортам доводиться конкурувати за дефіцитні авіатранспортні ресурси з іншими аеропортами на міжнародному рівні. Досвід і світова практика показують, що підвищення економічної ефективності досягається шляхом диверсифікованості проведення, роботи по аутсорсинговій схемі, тобто по передачі всіх неавіаційних послуг, на які не орієнтований аеропорт, незалежним підприємствам. Аеропорти по самій суті своєї є високотехнологічними підприємствами, а тому впровадження й удосконалення різних технологічних новинок є невід'ємною частиною їх існування. Та й конкуренція змушує аеропорти постійно підвищувати рівень сервісу. Одна з найбільш помітних тенденцій у технологічному розвитку світових аеропортів – поліпшення взаємодії з іншими видами транспорту. Аеропорти, як правило, вилучені від міст, тому кожна більш-менш масштабна реконструкція аеропортів останнім часом обов'язково має на увазі поліпшення транспортної інфраструктури й створення так званої інтермодальної системи. Однією з перспективних форм просторової організації авіаційного транспорту є авіахаби, у яких досить велика роль організації транзиту пасажирів, що здійснюють в аеропорті пересадку, або вантажів, що перевантажуються з одного напрямку на інший. Модель «Hub&Spoke» (у перекладі з англійського — «ступиця й спиця») нагадує колесо велосипеда зі спицями, де центр колеса — це транспортний вузол, центральний аеропорт (хаб), а спиці, що проходять через центр, — це напрямки до інших аеропортів. Головне місце в системі «Hub&Spoke» приділяється вузловому аеропорту — хабу, який може бути пасажирським, вантажним і змішаним.

Хаби можуть бути трьох видів: 1) обслуговуючі далекі й середні по довжині рейси по різних напрямках; 2) «збираючі» рейси місцевих авіаліній для їхнього стикування з дальніми й середніми по довжині лініями (наприклад, вузлові хаби регіональних систем аеропортів); 3) «збираючі» рейси одного широкого напрямку, які стикуються з рейсами іншого широкого напрямку (наприклад, Дубаї, Сінгапур). [5]

Модель «Hub&Spoke» має ряд переваг. Скорочене число маршрутів приводить до більш ефективного використання недостатніх транспортних засобів авіакомпанії. Наприклад, літак з більшою ймовірністю буде відправлятися з більшим завантаженням, а пасажери можуть летіти в даний пункт призначення не один раз у день. Складні операції, такі як сортування й упакування багажу або вантажів, можуть бути об'єднані в одному місці — транспортному вузлі, а не проводитися в різних точках. Структура даної моделі досить проста й зручна для керування авіаційними маршрутами, нові «спиці» (маршрути) можуть приєднатися досить швидко. Для пасажирів дана модель також зручна, оскільки дозволяє досить швидко прибути в пункт призначення, з яким у пункту вибуття немає прямого повідомлення. Авіахаби є перспективною формою організації транспортних вузлів для аеропортів, що володіють вигідним економіко-географічним положенням на перетинанні транспортних маршрутів, що йдуть по різних напрямках. Аналіз успішної організації спільної діяльності авіакомпанії й аеропорту, вибудованої по хабовому принципу, дозволяє виділити ряд основних факторів, що обумовлюють досягнення синергетичного ефекту від розв'язку даного організаційно – економічного завдання:

1. Стратегія хаба відкриває принципово нові можливості як для аеропорту, так і для авіакомпанії в середньостроковому періоді (3 – 5 років): значне збільшення частки ринку; значне збільшення пасажиропотоку (до 30%) і окупності інвестиційних проєктів.

2. Високі вимоги до побудови технологічних процесів перетворюють створення хаба в складний і тривалий процес, який вимагає тісного співробітництва між авіаперевізником і базовим аеропортом. Хабоутворюючий авіаперевізник має безумовні переваги й безпосередньо впливає на якість і вартість обслуговування в аеропорті.

3. Стратегія розвитку хаба взаємозв'язує майбутнє аеропорту й авіакомпанії. Будучи важливою технологічною ланкою, наземна інфраструктура аеропорту не може існувати незалежно від мережного авіаперевізника, відповідно конкурентоспроможність аеропорту прямо залежить від базової авіакомпанії – партнера.

Погодженість ключових аспектів діяльності аеропорту й авіакомпанії є стратегічним завданням і сильною конкурентною перевагою, яка дозволяє досягнути синергетичного ефекту в результаті організації хаба. Успішний результат організації хаба багато в чому обумовлений ступенем координації спільних зусиль авіакомпанії й аеропорту, які забезпечують відповідну пропускну здатність, необхідну наземну інфраструктуру і якісні показники обслуговування як пасажиропотоків, так і вантажопотоків. [5] В Україні авіахабов у повному розумінні цього терміна, з організацією стикувальних рейсів, до останнього часу не існує. Експерти Центру досліджень корпоративних відносин вважають, що складні тенденції розвитку "Борисполя", ведуть до

втрати аеропортом часу й ініціативи в боротьбі з аеропортами Москви за можливість стати вузловим стикувальним аеропортом під час перевезення європейських пасажирів у країни Азії. Нинішній розвиток міжнародного аеропорту "Бориспіль" має не хабову спрямованість, що знижує перспективи його перетворення в аеропорт-хаб і негативно впливає на транзитний потенціал України. Розвиток інфраструктури аеропорту по нехабовим принципах ставить під сумнів ефективність використання державних коштів, що направляються на зведення терміналів "F" і "D", відзначають експерти. [10] Введення в експлуатацію терміналу "F", як і терміналу "D", не наблизить аеропорт "Бориспіль" до перетворення в повноцінний європейський хаб. Справа в тому, що термінал "F" має невисоку пропускну здатність (1 тисяча пасажирів), а термінал "D" має нехабове планування. Термінал "D" фізично неможливо блокувати із діючим терміналом "B". У підсумку, виходить, що точки обслуговування пасажирів розкидані на занадто великій території, час на обслуговування транзитних пасажирів становить кілька годин, що в корені підриває саму ідею про аеропорт-хаб "Бориспіль" може стати аеропортом-хабом лише у випадку зведення й формування в ньому інфраструктури, що відповідає сучасному авіаційному стикувальному вузлу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Основне завдання авіакомпаній в умовах сучасної економіки - освоєння геоекономічного простору. Вдале використання інформаційних технологій перетворює авіакомпанію в мережну структуру, що надає їй нові якості, які не можна порівняти з її попередньою традиційною формою існування. Головний вигравш від цього полягає в поліпшенні використання всіх ресурсів авіакомпанії, у підвищенні її гнучкості й адаптивності до зовнішніх і внутрішніх проблем, у підвищенні якості прийнятих рішень, і як наслідок - більш висока конкурентоспроможність. Таким чином, з одного боку, сучасні технічні можливості й взаємозв'язок інформаційних мереж дозволяють здійснювати більш інтенсивний, потенційно необмежений інформаційно-економічний вплив на потенційних клієнтів та партнерів авіакомпанії, незалежно від її (авіакомпанії) та їх (клієнтів та партнерів) географічного положення й цивільної приналежності. З іншого боку – зростає необхідність урахувати потенціальну загрозу економічної безпеці авіакомпанії, що працює в геоекономічному просторі. На жаль, на сьогоднішній день недостатність глобального мислення керівного апарату авіапідприємств негативно впливає на процеси інтеграції в геоекономічний простір. Хоча саме ці задачі є ключовими в вирішенні задач конкурентоспроможності в геоекономічному просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев А.В., Козлов А.И. Организация «хабов» как инструмент достижения синергетического эффекта во взаимодействии авиакомпании и аэропорта. [Текст] // Научный Вестник МГТУ ГА, 2007, - № 118, С. 74-79

2. АССАМБЛЕЯ — 37-Я СЕССИЯ Международная организация гражданской авиации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.icao.int/icao/en/assembly/a37/wp/wp099_ru.pdf
3. Галиуллина Г. С., Воцкий А. З. Геоэкономическое пространство конкуренции региональной экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.lib.csu.ru/vch/074/025.pdf
4. Геоэкономика и конкурентоспособность России: Научно -концептуальные основы геоэкономической политики России: Научно-аналитический доклад [Текст] / М.Ю. Байдаков, Н.Ю. Коница, Э.Г. Кочетов, Е.В. Сапир, В.Л. Сельцовский, Н.С. Столярова, Е.Д. Фролова; Под науч. ред. Э.Г. Кочетова; Обществ. ак. наук геоэкономики и глобалистики. М.: Книга и бизнес, 2010. - 388 с.
5. Гинзбург Е. С. «Совершенствование пространственной организации авиационного транспорта России путем формирования сети авиахабов» [Текст] // Регион сотрудничества, 2009.- № 2, С. 46-52.
6. Дергачев В.А. Геоэкономика Украины (теоретические и прикладные основы). Научная монография. [Текст] – Одесса: ИПРЭЭИ НАНУ, 2002. – 244 с.
7. Косарев О.И., Парій В.М. Освоения глобального інформаційного простору - ключовой фактор підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії// Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. пр. - К.: НАУ, 2010.– Вип 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_3/Pariv_310.htm
8. Мэхэм М. Естественный отбор [Текст] // Авиатранспортное обозрение, 2004, № 55.
9. Самойлов В. Об изменении рыночного пространства предприятий под влиянием интернет-технологий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ini21.ru/?id=1057>
10. Тенденции развития "Борисполя" снижают перспективы его превращения в аэропорт-хаб – эксперты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://podrobnosti.ua/economy/2010/08/17/708795.html>

УДК 658.5

Багровецька І.В.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті обґрунтовано необхідність формування стратегії фінансової безпеки автотранспортних підприємств для забезпечення досягнення стратегічних планів і програм.

Ключові слова: фінансова безпека, стратегія дій, цілі автотранспортного підприємства.

In the article grounded a necessity of forming of strategy of financial safety of motor transport enterprises is for providing of achievement of strategic plans and programs.

Keywords: financial security, a strategy of action, goals of the transport company.

В статье обоснована необходимость формирования стратегии финансовой безопасности автотранспортных предприятий для обеспечения достижения стратегических планов и программ.

Ключевые слова: финансовая безопасность, стратегия действий, цели автотранспортного предприятия.