

ВПЛИВ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ АВІАПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуті основні фактори макросередовища та їх вплив на розвиток вітчизняних авіапідприємств

Ключові слова: зовнішнє середовище, макросередовище, складові PEST-аналізу.

В статье рассмотрены основные факторы макросреды и их влияние на развитие авиапредприятий.

Ключевые слова: внешняя среда, макросреда, составляющие PEST-анализа.

The article covers the key factor macroenvironment and their impact on the development of airports, aircraft company

Keywords: environment, macro, elements PEST-analysis

Постановка проблеми. Загострення конкуренції та світова економічна криза, потребує більш чіткого визначення політики та стратегій розвитку як світової, так і національної економіки. Тому, в сучасних умовах розвитку економіки України все більшого значення набувають фактори, що можуть здійснити вагомий вплив на розвиток підприємств народного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти впливу різних факторів на розвиток підприємств розглянуті у працях багатьох вчених, які займаються проблемними питаннями, щодо визначення економічних важелів регулювання економічних процесів з метою підвищення ефективності функціонування підприємств у різних галузях.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Виявленням аспектів впливу факторів макросередовища займається чисельна аудиторія дослідників. Але, в той же час існують різні підходи, щодо визначення цих понять. Велика увага приділяється конкурентному середовищу авіакомпаній, загальним проблемам ринку авіаперевезень, стратегії розвитку в умовах кризи. Однак специфіка впливу всіх факторів мікро та макросередовища на авіапідприємство, методи ефективного управління ними в економічній літературі досліджені недостатньо

Мета статті. Метою статті є визначення факторів макросередовища, що можуть суттєво вплинути на розвиток вітчизняних авіапідприємств.

Виклад основного матеріалу. На авіапідприємство в процесі його діяльності впливають фактори внутрішнього середовища, зовнішнього мікросередовища і макросередовища. Внутрішнє середовище підприємства є джерелом його ефективного функціонування, оскільки включає потенціал підприємства. Але внутрішнє середовище може також бути і джерелом проблем і навіть банкрутства підприємства у тому випадку, якщо потенціал не забезпечує ефективного функціонування підприємства. Внутрішнє середовище, на яке мають вплив менеджери, науковці називають мікросередовищем, або мікрооточенням. Але, в залежності від бачення,

менеджери можуть назвати внутрішнім середовищем те середовище, яке вони повністю контролюють (компанія), або таке, що знаходиться під їх впливом (компанія і ринок). Зовнішнє середовище є джерелом ресурсів, необхідних для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні. Зовнішнє середовище, що з різних боків впливає на можливості ефективного функціонування або створення загроз розвитку авіапідприємства.

Макросередовище включає в себе загальні фактори, що не мають відношення до короткострокової діяльності авіапідприємства, но можуть вплинути на довгострокові рішення. Стратегічними факторами макросередовища вважаються ті напрямки її розвитку, що, по-перше, мають високу вірогідність реалізації, і, по-друге, високу вірогідність впливу на функціонування підприємств будь-якої галузі господарства. Зміни макросередовища впливають на стратегічні позиції підприємств на ринку через складові мікросередовища. Тому цілком аналізу макросередовища є моніторинг і аналіз подій, що не контролюються компанією і мають вплив на ефективність її стратегічного розвитку. Зовнішнє середовище містить велику кількість компонентів, що здійснюють різний за ступенем, характером та періодичністю вплив на розвиток підприємств у цілому. До цих компонентів можна віднести економічну, політичну, правову, соціальну, технологічну та екологічну складові.

Макросередовище є частиною зовнішнього середовища, спільного для усіх компаній будь-якої галузі економіки, утому числі авіаційної. Авіапідприємство знаходиться в стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим можливість виживання. Але ресурси зовнішнього середовища безмежні. Ними користуються багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Тому завжди існує можливість того, що підприємство не зможе отримати необхідні ресурси із зовнішнього середовища. Це може ослабити його потенціал і привести до багатьох негативних для підприємства наслідків.

Завдання стратегічного управління полягає в забезпеченні такої взаємодії авіапідприємства із середовищем, яка дозволяла б підтримувати його потенціал на рівні, необхідному для досягнення цілей і тим самим забезпечувала можливість розвиватися в довгостроковій перспективі. Розвиток світового авіатранспортного ринку відбувається під впливом динамічно змінних факторів. При цьому актуальними проблемами є глобалізація міжнародних перевезень в межах глобальних та стратегічних альянсів авіаперевізників, жорстка конкуренція, постійне збільшення прямих операційних витрат. За таких умов необхідно проводити постійний моніторинг тенденцій розвитку світових авіаційних ринків з метою підвищення економічної ефективності авіаційних перевезень.

Всі фактори впливу на формування стратегій розвитку авіапідприємств можна поділити на: зовнішні - непрямого впливу, що включають в себе науково-технічний прогрес, стан економіки, соціальне становище; зовнішні - безпосереднього (прямого) впливу-галузь та

конкурентне середовище, споживачі, туроператори, тур агентства; внутрішні -цілі, завдання, ресурси, технології, персонал. Всі ці фактори мають свої сфери впливу: швидка зміна технологій, інтернет-послуг; загальногосподарська кон'юнктура ринку авіапослуг, перманентна інфляція, супроводжувана зростанням цін, валютно-фінансова і кредитна нестабільність; купівельна спроможність населення, рівень безробіття, рівень соціального життя; закони і нормативні акти, рівень регулювання і контролю з боку держави, характер відносин держави до авіа галузі, надання авіа послуг, тощо. Для аналізу зовнішнього макрооточення більш доцільно використовувати так званий PEST (або STEP) -аналіз : P -Policy - політика, E - Economy - економіка, S - Society - суспільство (соціум), T - Technology - технологія. За допомогою цього методу проводиться аналіз чотирьох указаних груп факторів. Для подання результатів аналізу рекомендується використовувати оцінки експертів у вигляді відносних вагових коефіцієнтів та вірогідністю, щодо ступеню впливу різних факторів зовнішнього середовища на компанію. PEST (STEP) - аналіз взагалі можливо розглядати як варіант системного аналізу, тому, що всі перелічені фактори зазвичай тісно пов'язані і характеризують різні ієрархічні рівні суспільства як системи.

Економічна складова макросередовища визначає загальний рівень економічного розвитку, ринкових відносин, конкуренції, тощо. Основні параметри це: темпи інфляції, розмір ставки відсотків, валютний курс, дефіцит бюджету, рівень безробіття, норми оподаткування, заробітна плата. Зміна цих макроекономічних показників впливає на рівень життя населення, платоспроможність споживачів, коливання попиту, визначають інвестиційну політику, рівень цін, прибутковність.

Політична складова, що представлена органами державної влади, а також партіями, блоками, групами, визначає цілі і напрямки розвитку суспільства, його ідеологію, зовнішню та внутрішню державну політику уряду у різних сферах. Політична система має сильний вплив на ділову активність компаній галузі, тому всі компанії повинні мати чітке уявлення про те, наскільки стабільною є політична ситуація в країні.

Правова складова містить у себе закони і правові акти, що встановлюють припустими норми ділових взаємовідносин, права, відповідальність, обов'язки компаній, які регулюють діяльність, включаючи обмеження окремих її видів, визначаючи форми і методи захисту інтересів.

Соціальна складова представляє соціальні процеси, тенденції, що відбуваються у суспільстві та мають вплив на діяльність компаній у галузі. Вона містить існуючі традиції, цінності, звички, етичні норми, стиль життя, відношення людей до роботи, смаки і психологію споживачів. До неї відносяться соціальна структура суспільства, її демографічні показники, такі, як рівень народжуваності, середня тривалість життя, темп зросту населення, міграція, рівень освіти, кваліфікація.

Технологічна складова включає наукові і технологічні фактори. Розвиток цих факторів дозволяє компанії модернізувати стару і створювати нову продукцію, удосконалювати та розробляти технологічні процеси.

Екологічні та природно-географічні фактори пов'язані з кліматичними умовами, запасами природних ресурсів, екологічними умовами. Природні катаклізми, зміни клімату, з'явлення озонових дір, посилення сонячної активності, обмеження природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища. Створюючи загальноекономічні, правові, соціальні та інші умови для діяльності, макрооточення з різних боків впливає на різні компанії галузей народного господарства. Компоненти макрооточення тісно пов'язані між собою і здійснюють взаємний вплив друг на друга. Зміна стану одних складових має вплив на інші частини макросреди, що може призвести до їх зміни та посиленню впливу на компанію. Зовнішнє мікрооточення, на відміну від внутрішнього мікрооточення (ABC-аналіз, портфельний аналіз - БКГ) включає всіх зацікавлених у діяльності авіапідприємства. Для цього найчастіше використовують модель п'яťох сил Портера. Але, в умовах сучасного розвитку ринкових відносин в Україні не слід забувати також про стейкхолдерів – зацікавлених особах. В усіх галузях економіки, у тому числі авіаційної, завжди присутні чисельні зацікавлені особи, і це не тільки постачальники, конкуренти і споживачи. Аналіз їх сподівань дозволяє виявити ті фактори і напрямки розвитку, які частіше забуваються або ігноруються. Між тїм, вони мають величезне значення для будь-якої компанії, оскільки ігнорування хоча б однієї групи стейкхолдерів може призвести компанію або цілу галузь до краху. Після проведення PEST аналізу, для виявлення та оцінці конкурентного середовища авіапідприємства, визначення його долі на ринку повітряних перевезень, а також аналізу факторів, які впливають на діяльність авіапідприємства доцільно використати метод SWOT-аналізу. Даний метод припускає аналіз зовнішнього оточення і його зіставлення з внутрішніми можливостями авіакомпанії. (Strength – сильні сторони; Weaknesses – слабкі сторони; Opportunities –можливості; Threats – погрози).

У результаті виявляються ключові чинники успіху компанії, слабкі і сильні сторони конкурентів. SWOT-аналіз для авіапідприємств доцільно проводити у п'ять етапів. На першому етапі вивчаються сильні сторони – конкурентні переваги в таких областях, як тарифна політика авіапідприємства, прогресивність технологій, кваліфікація персоналу, повернення виробничих фондів, географічне положення, інфраструктура, система менеджменту, маркетингове забезпечення діяльності авіапідприємства. На другому етапі SWOT-аналізу вивчаються слабкі сторони авіапідприємства. Даний етап починається з аналізу конкурентоспроможності продукції та послуг авіапідприємства на всіх ринках. Для цього проводиться аналіз показників конкурентоспроможності

продукції для кожного використовуваного ринку. Після цього збираються аналогічні показники по конкурентах. Основними недоліками авіапідприємства, порівняно з конкурентами, можуть бути: відсутність єдиної інформаційної системи, застарілий парк ПС, нестабільність якісних показників надання продукції клієнтам, неефективна експлуатація деяких авіаліній, а також недостатньо ефективний розподіл трудових ресурсів і ін. На третьому етапі SWOT-аналізу повинні вивчатися чинники макросередовища авіапідприємства (на базі PEST-аналізу) з метою прогнозування стратегічних і тактичних загроз авіапідприємства і своєчасного запобігання збиткам. До подібних загроз можуть бути віднесені: загальне падіння попиту на авіаперевезення в світі, низька купівельна спроможність населення України, зростання цін на товари та послуги, а також посилення конкурентної боротьби в певних сегментах. На четвертому етапі аналізу повинні вивчатися стратегічні і тактичні можливості авіакомпанії (капітал, активи та ін.), необхідні для запобігання загрозам, зменшення слабких і множення сильних сторін авіакомпанії. До категорії можливостей, які можуть бути використані авіакомпанією, відносяться зростання потреб в авіаперевезеннях в Україні і на європейському ринках, а також можливість розширення внутрішнього ринку авіаперевезень по Україні в регіони, де зараз переважають місцеві авіаперевізники. На останньому, п'ятому етапі SWOT-аналізу переваги повинні узгоджуватися з можливостями для формування проекту окремих розділів стратегії авіапідприємства.

Висновки. Таким чином, PEST – аналіз та побудований на його основі SWOT-аналіз, дозволяють призвести оцінку ринкової позиції авіапідприємства, забезпечує необхідною інформацією для аналізу ризиків, розвитку продуктів та послуг, та для обґрунтування комерційного успіху. У конкретному розумінні за допомогою аналізу макросередовища авіапідприємство має формувати свій особливий перелік ключових впливових факторів середовища і визначитися щодо методичних підходів, за допомогою яких буде проводити відповідний специфічний багатofакторний системний аналіз свого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державіаслужби України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.avia.gov.ua
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. - М.Междуна родные отношения, 1993. - 513с
3. Удовик. С.Л. Глобализация: семиотические подходы / С.Л.Удовик – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2002. – 480с.: проект развития /С.Л. Тигипко.-К.: 2009.-87-139 с.
- 3.П. Друкер. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. // М.: издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление.]// – М.: Экономика,1989.- 519 с.

THE INFLUENCE OF MACRO ENVIRONMENT FACTORS ON THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC AIRLINES

The airline in the process of its activity is influenced by factors of the internal environment, the external microenvironment and macro environment.

The external environment is the source of resources needed to maintain its internal capacity at the appropriate level and with the various parties has an impact on the effective functioning or create threats for the development of an airline.

The external environment contains a large number of components that perform different extent, nature and frequency influence on the development of enterprises in general. These components include the economic, political, legal, social, technological and ecological components.

The macro environment is part of the external environment that is common to all companies of all economic sectors, including aviation.

The airline is in a constant state of exchange with the external environment, thereby providing the possibility of survival.

But the resources of the external environment are many other companies that are in the same environment. Therefore, there is always the possibility that the company will not be able to obtain the necessary resources from the external environment. This could weaken its capacity and lead to many negative enterprises consequences.

For analysis of the external macro-environment, it is advisable to use a so-called PEST (or STEP) - analysis : P - Policy, E - Economy, S - Society, T - technology. This method of analysis is conducted four groups mentioned factors. To present the results of analysis, it is recommended to use expert assessments in the form of relative weights and certainty on the extent of the impact of various external factors on the company.

After conducting the PEST analysis, to identify and assess the competitive environment of the airline, determining its share in the market of air transportation, as well as analysis of the factors that affect the operations of an airline, it is advisable to use a SWOT analysis.

The method involves the analysis of the external environment and its comparison with the internal capabilities of the airline. (Strength; Weaknesses; Opportunities; Threats).

Thus, PEST analysis and the SWOT analysis, allow the assessment of the market position of airline, provides the necessary information for risk analysis, development of products and services, and to justify commercial success.