

Ліскович Н. Ю.

асистент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Національний авіаційний університет
м. Київ, Україна

ЧИННИКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На сьогодні, авіаційний сектор в Україні є одним із найбільш технологічно розвинених, що характеризується високим ступенем кооперації у виробничих процесах та використанням інновацій як у виробництві авіаційної техніки, так і у забезпеченні виробничих процесів авіатранспортних підприємств, зокрема авіакомпаній, аеропортів, хендлінгових компаній тощо.

Основну частину доходів авіапідприємства отримують від операційного виду діяльності внаслідок виробництва та реалізації продукції, через що ключовими показниками, які визначають обсяг доходів є кількість та вартість реалізованої продукції. Кількість реалізованої продукції залежить від рівня попиту на продукцію та її конкурентоспроможності [1, с.302-304]. Основними показниками, що відображають результативність діяльності підприємств повітряного транспорту є обсяг і структура виконаних авіаційних робіт: обсяг перевезень (пасажиро-, тонно-кілометри), кількість відправлених пасажирів, тоннаж відправлених вантажів, кількість обслуговуваних рейсів, показники безпеки польотів. Зростання попиту на авіаперевезення зумовлює зростання попиту на продукцію інших підприємств авіаційного сектору. Так, зростання обсягів авіаційних пасажирських та вантажних перевезень зумовлює потребу в розширенні парку повітряних суден, сприяє зростанню обсягів діяльності аеропортів з наземного обслуговування літаків та пасажирів, зокрема відправок та прийому пасажирів, рейсів, їх обслуговуванню, що безпосередньо відображається і на зростанні обсягів діяльності як хендлінгових, кейтерингових компаній, так і компаній, що надають періодичне технічне обслуговування літаків, а також авіаційних виробничих підприємств (вітчизняних, іноземних та міжнародних), що спеціалізуються на виробництві наземної техніки, засобів укомплектування аеропортів та елементів забезпечення їх ефективної діяльності. Відповідно, зниження попиту на авіаперевезення негативно впливає на діяльність контрагентів по авіаційному бізнесу. Причому, величина такого впливу буде різною, залежно від того, чинники якого рівня: мікроекономічного, макроекономічного чи глобального сприяють зниженню попиту.

Так, до макроекономічних чинників впливу на діяльність вітчизняних авіаційних підприємств, що мають стимулюючу функцію впливу на розвиток авіаційного сектору України, слід віднести: зростання ВВП України та інших країн, макроекономічну стабільність, появу нових сегментів ринку, підвищення курсу національної валюти, зростання чисельності, особистих

доходів та платоспроможного попиту населення, зниження податкового навантаження на суб'єктів авіаційного бізнесу, розвиток лібералізації авіаційного простору. Відповідно, до макроекономічних чинників впливу, що стримують розвиток авіаційного сектору України належать: спад національного та світового виробництва, наявність військово-політичних конфліктів країні, девальвація національної валюти, коливання курсу національної валюти, зростання вартості подорожей, зниження особистих доходів та платоспроможного попиту населення, підвищення податкового навантаження на суб'єктів авіаційного бізнесу тощо. До глобальних чинників позитивного впливу на діяльність вітчизняних підприємств слід віднести інтеграційні тенденції, що сприяють залученню вітчизняних виробників авіаційної техніки та авіаперевізників до міжнародних проектів. До глобальних чинників, що обмежують розвиток вітчизняних авіаційних підприємств, слід віднести пандемії, для подолання яких держави змушено припиняють пасажирські перевезення, вводять обмежувальні карантинні заходи, що заморожують ділову активність авіакомпаній. Відповідно, по ланцюжку, знижується, іноді припиняється діяльність підприємств – контрагентів, що забезпечують діяльність авіаційного бізнесу, від аеропортів до виробників авіаційної техніки.

Серед чинників мікроекономічного впливу, що стримують діяльність вітчизняних авіаційних підприємств слід назвати такі як: значна монополізація ринку авіаційних перевезень та його зменшення, застарілий парк повітряних суден та обмеження при здійсненні його оновлення, зокрема фінансові, відсутність фінансових механізмів залучення нової авіаційної техніки вітчизняного виробництва, зокрема на умовах лізингу, доступ на внутрішній ринок закордонних постачальників наземної техніки та пристроїв обслуговування в аеропортах, нестача доступного позикового капіталу, закриття вітчизняних аеропортів тощо.

Відповідно, до чинників мікроекономічного впливу, що стимулюють діяльність вітчизняних авіаційних підприємств можна віднести: створення умов для авіакомпаній своєчасного оновлення парку повітряних суден, підвищення попиту на авіаційну техніку вітчизняного виробництва, модернізація повітряних суден, модернізація наземної техніки та пристроїв обслуговування в аеропортах, здешевлення капіталу, модернізація та розбудова аеропортів.

Стратегічне позиціонування вітчизняних авіаційних підприємств здійснюється з метою збереження, формування та посилення їх конкурентних переваг у сучасних умовах поширення та поглиблення процесів регіональної інтеграції та глобалізації. Адже наявна конкурентоспроможність авіапідприємств, конкурентоспроможність їх продукції – авіаперевезень, що визначається їх видами, безпекою, якістю, тарифами тощо, є відправною точкою для формування концепції стратегічного позиціонування

авіапідприємств на майбутнє, яка, відповідно, спирається на наявні конкурентні переваги та враховує дію їх чинників. Останні можуть бути визначені як компоненти, складники зовнішнього або внутрішнього середовища відповідного підприємства, за яким воно має переваги перед конкурентами.

Проведене вивчення природи походження конкурентних переваг авіатранспортних підприємств, зокрема авіакомпаній, у сучасних умовах господарювання, дозволило визначити, що вони формуються:

- на ринковому рівні (мережа маршрутів, конкуренція та інтеграція авіакомпаній у просторовому розрізі);
- на продуктовому рівні (конкурентоспроможність послуг з авіаперевезення з урахуванням їх різновидів, безпеки польотів, якості, тарифної політики тощо);
- на основі бізнес-моделі авіакомпанії, яка визначає спосіб використання виробничих ресурсів та обумовлює застосування технологій організації експлуатації повітряних суден, здійснення продажу перевезень тощо.
- за рахунок впровадження важелів державного регулювання.

Зокрема, важливими напрямками забезпечення конкурентного стратегічного позиціонування вітчизняних авіакомпаній є впровадження нульової ставки податку на додану вартість при оподаткуванні послуг з внутрішніх авіаперевезень [2]. Європейський Союз задля захисту авіакомпаній від фінансових наслідків пандемії коронавірусу у світі використовує важелі для забезпечення стійкості авіакомпаній. Так, «Євроконтроль» прийняв рішення, що передбачає перенесення термінів оплати авіакомпаніями рахунків за надане протягом лютого-травня 2020 року АНО на середину 2021 року [3].

Вважаємо, що в умовах негативного впливу глобальних та макроекономічних чинників зростає потреба використання саме інструментів державного регулювання для забезпечення поточної фінансової стійкості, а також формування конкурентного стратегічного позиціонування вітчизняних авіаційних підприємств.

Література

1. Ложачевська О.М., Кончин В.І., Новикова М.В., Полторацька О.Т., Сидоренко К.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. – К.: НАУ, 2014. – 400 с.
2. Овсак О.П., Ліскович Н.Ю., Назаренко О.П. Україна на шляху лібералізації авіаційного простору. Режим доступу: <https://doi.org/10.32843/infrastruct40-1>
3. Криклій В. Ми готуємо пропозиції для підтримки підприємств авіаційної галузі.— Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/news/31793.html>