

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ АВІАКОМПАНІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті представлено основні передумови стратегічного управління та його вплив на розвиток авіакомпаній. Розглянуто технологію процесу стратегічного управління. Запропоновано головні вимоги для майбутнього розвитку авіакомпаній.

Ключові слова: *стратегія авіакомпанії, стратегічне управління, стратегічний розвиток.*

Abstract

The article presents the basic prerequisites of strategic management and its impact on the development of airlines. The technology of strategic management process is considered. The main requirements for the future development of the airline are proposed.

Keywords: *airline strategy, strategic management, strategic development.*

Постановка проблеми. У зв'язку із ситуацією на сході та постійним зниженням економіки України головною метою більшості авіакомпаній є вміння адаптуватись у встановлених країною умовах та зберегти стабільний розвиток компанії. Необхідно проаналізувати стадії стратегічного розвитку авіакомпаній та сформулювати заходи для збереження стабільного стану компанії.

Аналіз досліджень і публікацій. Щодо управління розвитком авіакомпаній досліджували у своїх працях, як вітчизняні так і закордонні вчені, а саме : Кулаєв Ю.Ф., Щелкунов В. І., Гречко О.В., Гричкородова М.В. та ін.. Зокрема, автори Кулаєв Ю.Ф., Щелкунов В. І запропонували механізми стратегічного управління конкурентоспроможністю авіакомпанії, а також стратегії конкуренції компанії на вітчизняному та міжнародному ринках авіаперевезень, що забезпечать підвищення ефективності функціонування та її міжнародної конкурентоспроможності. Проте питання стратегічного розвитку авіакомпаній на міжнародному ринку, сучасних стратегічних підходів та потенціалу адаптації відображена у науковій літературі недостатньо, що вимагають подальших досліджень теоретичних і практичних аспектів концепції стратегічного розвитку.

На сьогоднішній день важливим є аналіз попиту та пропозиції, мотивів поведінки споживачів і конкурентів на українському ринку, форм і каналів збуту продукції, форм та рівня конкуренції, способів просування товарів, можливості введення інтенсивних технологій не лише авіакомпаній, а взагалі будь-яких компаній, адже план просування та розвитку будь-якого підприємства загалом однаковий. У загальному вигляді технологія процесу стратегічного управління містить такі стадії [1, с.83]:

– визначення місії і короткострокових цілей підприємства (усвідомлення проблем, розробка стратегічного бачення і місії організації, встановлення оптимальної сукупності збалансованих цілей);

- стратегічний аналіз (використовується технологія стратегічного аналізу, яка включає оцінку, аналіз потенціалу, позиції та конкурентну перевагу організації, і вплив факторів зовнішнього середовища);
- вибір стратегії розвитку (полягає в підготовці переліку стратегій і у виборі кращої альтернативи для даної ситуації);
- реалізація стратегії (передбачає організаційні заходи щодо реалізації обраної стратегії: розробка проекту і плану, реструктуризація, формування культури та організаційної структури відповідно до обраної стратегії) [2, с.452];
- контроль та оцінка виконання положень стратегії (полягає в контролі стратегічного процесу, а також в оцінці виконання дій та внесенні коректив). Як відомо, основою стратегічного управління є стратегія, що включає низку взаємопов'язаних конкретних положень, які можуть стосуватися будь-якої сфери діяльності підприємства.

Для досягнення визначених цілей перед авіакомпанією має бути присутня стратегія майбутнього розвитку, а саме відповідати таким вимогам, як:

- логічність – визначення чому саме така стратегія та аналіз всіх факторів середовища [3, с.12];
- результативність – вміння вирішити будь-яких завдань орієнтуючись на довгостроковість;
- стійкість – можливість у визначений час реалізувати заплановане, навіть якщо є певні зміни;
- гнучкість – можливість пристосуватись до змін;
- узгодженість - взаємозв'язок всіх стратегій, які реалізуються авіакомпанією у певний проміжок часу, для забезпечення їх безконфліктності, взаємна підтримка стратегій;
- економічність – максимум прибутку при мінімумі витрат;
- конкретність – чіткість і зрозумілість всієї стратегії для всього персоналу авіакомпанії;
- актуальність – вміння відповідати поточному стану, певним умовам об'єктивної необхідності авіакомпанії;
- реалістичність – щоб поставлені цілі перед компанією були досяжними.

Якщо формувати стратегію, необхідно уникати таких критерій, як: вузька спеціалізація, поширення за початкові межі, неврахування сторін перевізника, вузької спеціалізації та пропаганди іміджу. Завжди необхідно оцінювати не лише можливі невдачі, джерела ризику, а й джерела можливостей [4, с.17].

Щоб зрозуміти розвиток авіакомпанії необхідно, визначити пріоритети майбутнього розвитку, оцінити ринок конкурентів, проаналізувати потреби споживачів, оцінити як потреби споживачів, так і власні можливості. Тобто це відбувається оцінка поточного стану компанії, чи є вона стабільною на ринку, чи ні. Тобто, якщо при даній оцінці фірма має позитивний розвиток, то їй потрібно лише самовдосконалюватись, наприклад : залучати інновації, формувати власний бренд, бути конкурентноспроможним та вміти спрогнозувати це у довгостроковому періоді. Також як варіант, є можливість кооперації, це якщо положення є менш стабільним, та немає впевненості на 100% на довгостроковий період. Кооперація включає в собі можливість підписати угоду франчайзингу, чи співпрацювати з іншими компаніями. Якщо ж дана авіакомпанія характеризує нестабільний стан, то

варіантом покращення ситуації і розвитку подальшого бізнесу, є можливість злитись з іншими авіакомпаніями. Процес злиття і поглинання забезпечує збільшення потужності авіаційного бізнесу в умовах міжнародної конкуренції [5, с.220].

Отже, в будь-якому випадку необхідно вміти скласти правильний прогноз, який покаже подальші перспективи фірми. Таким чином відбувається оцінка теперішнього стану фірми і вже від цього слід визначати подальшу структуру управління компанією. Якщо є негативні результати, то необхідно внести корективи та покращити даний стан, а якщо позитивні – то варто покращувати розвиток при тому зберігаючи стабільність авіа фірми.

Висновок. Стратегічне управління авіакомпанії необхідно розвивати постійним удосконаленням системи, аналізом конкурентного ринку, з використанням власних переваг над іншими фірмами. Для внутрішньої стійкості потрібно бути адаптованим до ситуацій як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку. Існують альтернативи, такі як: саморозвиток та самовдосконалення підприємства, кооперація, або злиття та поглинання. Всі ці стадії залежать від стабільного стану самої компанії. Головною метою є досягнення конкурентоспроможності на зовнішньому та внутрішньому ринку, та задоволення потреб цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Chandler A.D. Strategy and Structure / A.D. Chandler. – Cambridge MIT Press, 2007. – 480 с.
2. Кулаев Ю.Ф., Щелкунов В.І. Экономика гражданской авиации Украины. [Текст]– К.: Фенікс, 2010. – 736 с.
3. Гречко, О.В. Механізми стратегічного управління конкурентоспроможністю авіакомпаній: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Олександр Васильович Гречко; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2011. – 20 с.
4. Гричкоєдова, М.В. Формування конкурентної стратегії авіакомпанії на світовому ринку авіаперевезень: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 / Марина Володимирівна Гричкоєдова; Національний авіаційний університет. – К., 2013. – 20 с.
5. Петров А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / Под.ред. А.Н.Петрова. – СПб.: Питер, 2010. – 496 с.

Лесько Тетяна Віталіївна - студентка гр. МОЗ-15 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця, email: 08tanya101197@gmail.com.

Lesko Tetyana Vitaliivna - student of gr. MOZ-15 the faculty of management and informative safety, Vinnytsya, email: 08tanya101197@gmail.com.

Лілія Миколаївна Благодир — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Lilija M. Blagodyr – Cand. Sc. (Ec.), Assistant Professor of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.