

**Kliap M.M.**  
Uzhgorod National University

## DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF FINANCIAL SERVICES IN THE ELECTRONIC BUSINESS

### Summary

E-commerce is becoming more common, requiring the development of new and adaptation of existing financial services. E-business poses new challenges for financial institutions to improve the efficiency and transparency of financial services. Today, the provision of financial services using information technologies gained distribution and is aimed at improving customer service information

**Keywords:** financial services, e-business, information technology, global network interest.

УДК 338.486.4

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Корнілова Н.В.**

Черкаський державний технологічний університет

У статті досліджені основні підходи до класифікації факторів, що впливають на формування життєвого циклу туристичного підприємства. Виділені та деталізовані зовнішні фактори макросистеми, зовнішні фактори мікросистеми та внутрішні фактори мікросистеми туристичного підприємства. Надані рекомендації щодо аналізу впливу факторів макро-, мікро- та внутрішнього середовища на формування життєвого циклу розвитку туристичного підприємства.

**Ключові слова:** фактори впливу, життєвий цикл, розвиток туристичного підприємства, макросередовище, мікросередовище, внутрішні фактори мікросистеми.

**Постановка проблеми.** Будь-яке підприємство знаходиться і функціонує в певному середовищі. Під середовищем ми розуміємо макро- та мікросистеми, які складаються з певних взаємопов'язаних або незалежно існуючих, регулярних або нерегулярних факторів, що впливають на життєвий цикл підприємства. Макросистема складається зі зовнішніх факторів. Мікросистема – складається зі зовнішніх та внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів макросистеми відносять такі групи факторів: економічні, політико-законодавчі, науково-технічні, природні, соціально-культурні, демографічні. До зовнішніх факторів мікросистеми (компонентів безпосереднього оточення підприємства [1, с. 188]) – відносять споживачів, конкурентів, постачальників, маркетингових посередників, громадськість та інші. До внутрішніх факторів мікросистеми відносять саме підприємство, його кадри, організацію управління, виробництво, фінанси фірми, маркетинг, тощо.

Слід зазначити, що в різних галузях значну роль у життєдіяльності підприємства відіграють відповідно різні фактори. Тому аналізуючи кожне окреме підприємство потрібно виявити саме ті фактори, які безпосередньо впливають на формування його життєвого циклу. Очевидно, що високі досягнення на ринку у фірми будуть лише в тому випадку, якщо вона зуміє досягти конкурентних переваг, спираючись на головні фактори успіху у своїй галузі.

Неоднакова для різних галузей промисловості і динамічність факторів середовища. Для одних, переважно молодих, вона висока (наприклад, біотехнології, космічні технології, туризм). Для інших, наприклад, фірм меблевої, м'ясопереробної промисловості, фактори середовища є менш динамічні [2, с. 170].

Аналізуючи фактори, що впливають на формування життєвого циклу туристичного підприємства,

можна зробити висновок, що деякі з них знаходяться в тісному зв'язку один з одним. Зміни в одному з факторів приводять до змін інших факторів. Тому їх вивчення повинні проводитись не окремо, а системно, аналізуючи не лише зміни впливу на ЖЦП одного з факторів, але як будуть при цьому змінюватись й інші зовнішні та внутрішні фактори.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У літературі є різні підходи до опису факторів макро- та мікросередовища, що впливають на життєвий цикл підприємства. Н.В.Родіонова наводить фактори, що обумовлюють циклічність розвитку підприємств [3, с. 40]. Н.К. Моїсєєва розглядає макро- та мікросередовище, в яких діє фірма, а також внутрішні фактори, що визначають процеси її життєдіяльності [4, с. 38]. Н.В. Куденко розрізняє фактори, які впливають на розвиток фірми [5, с. 21-22]. У [6, с. 23] подана група факторів під назвою «фактори успіху діяльності підприємства». У [7, с. 26] наводяться основні фактори виникнення кризових ситуацій і банкрутства, які є причиною успіхів і невдач підприємства. О.С. Віханский та А.І. Наумов наводять компоненти оточення, аналіз яких дозволяє фірмі виконати свою місію і досягнути мети. Дж. Еванс та Б. Берман описують ряд факторів в розділі оточуюче середовище, що впливають на перспективу розвитку та досягнення необхідних результатів підприємства. Радянські економісти Л.Ф.Столмов, Л.В. Архіпова, Н.В. Байов розглядають основні фактори, що формують купівельний попит населення [8, с. 65; 9, с. 25]. Ф. Котлер визначає маркетингове середовище як сукупність факторів, що впливають на спроможність фірми розвивати і підтримувати взаємовідносини з цільовим ринком.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз перелічених факторів цими авторами дає підстави стверджувати про їх подібність, не зважаючи на різні назви. Перелічені фак-

тори можна вважати і факторами, що впливають на життєвий цикл туристичного підприємства.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є систематизація і деталізація факторів впливу на формування життєвого циклу розвитку туристичного підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Результати багатьох досліджень показують пріоритетне значення конкурентоспроможності у цільовій системі підприємств. Це підтверджується емпірично доведеним зв'язком між відносною конкурентною позицією і ринковим успіхом підприємства. Головні передумови формування факторів, які забезпечують підприємству високі досягнення, тобто сприяють його росту, полягають в здатності підприємства протягом тривалого часу утримати зайняті ним позиції та переваги як виробника товару в порівнянні з конкурентами. Існує також взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємства та стадіями ЖЦП. Окремі автори наводять перелік стадій конкурентоспроможності підприємства або перелічують етапи життєвого циклу конкурентних переваг фірми [10, с. 510; 11, с. 106], інші пов'язують стадії ЖЦП безпосередньо з конкурентоспроможністю підприємства. При цьому кожній стадії ЖЦП відповідає певна стадія конкурентоспроможності підприємства:

- стадії створення – стадія зростаючої конкурентоспроможності;
- стадії росту, стадії «стійкої» зрілості – стадія стійкої конкурентоспроможності;
- стадії «паразитичної» зрілості – стадія відносно конкурентоспроможності;
- стадії занепаду – стадія втрати конкурентоспроможності.

Л. Хвічія називає фактори конкурентоспроможності підприємства [12], які відповідно, можна вважати також і факторами, що впливають на формування ЖЦП. Л.А. Брагін та Т.П. Данько [13] демонструють зв'язок стадій ЖЦП з різними видами підприємницького ризику, які породжуються зовнішнім та внутрішнім середовищами та здійснюють вплив на результати роботи підприємства. За мірою впливу на розвиток підприємства Л.А.Брагін та Т.П. Данько виділяють:

- ризику, що мало впливають на зміну профілю і стратегічної лінії поведінки підприємства на ринку;
- ризику, що здійснюють значний вплив на прискорення чи сповільнення процесів, що планує підприємство;
- ризику, які різко змінюють профіль підприємства та стиль його поведінки на ринку.

Кожний з цих видів ризику повинен бути врахований при прийнятті рішення про розвиток або згортання діяльності підприємства. Управління ризиком залежить від фаз життєвого циклу підприємства та, за словами Л.А. Брагіна та Т.П. Данько, може базуватися на наступних правилах:

- у фазі розвитку ризик полягає у тому, що підприємець діє, апріорно вважаючи, що умови, які необхідно задіяти для отримання найбільшого результату, обов'язково будуть створені у зовнішньому середовищі, тому об'єктом страхування повинні виступати саме ці умови;
- у фазі стабілізації підприємцю необхідно осо-

бливу увагу приділяти страхуванню власних дій, оскільки загроза для підприємця знаходиться у його внутрішньому середовищі і мірі відпрацювання зміни власної позиції на ринку. Зовнішнє ж середовище в умовах фази стабілізації нейтралізує вплив ризику, оскільки забезпечує достатню кількість сприятливих факторів;

- у фазі регресії будь-яка дія підприємця пов'язана з ризиком, що ще збільшує непевність у веденні бізнесу. Підприємець зможе досягнути найбільшого результату, якщо сконцентрує усі свої зусилля на страхуванні результатів власних дій і перегрупованні сил всередині компанії [13, с. 65].

Аналізуючи фактори, що впливають на життєвий цикл туристичного підприємства можна скористатися методикою SWOT-аналізу, тобто аналізом сильних і слабких сторін організації, можливостей і загроз. Крім цього, як стверджують автори у [14, с. 92]: «SWOT-аналіз орієнтований на ідентифікацію сучасної локалізації підприємства в його життєвому циклі розвитку. Він базується на визначенні стану, в якому перебуває підприємство, та розробці рекомендацій з опрацювання тактики і стратегії підприємства».

Аналізуючи зовнішні фактори макросистеми, можна скористатись методикою «STEP – аналізу». STEP – аналіз є комплексним інструментом оцінки зовнішніх впливів підприємницького середовища на суб'єкт підприємництва за схемою «фактор □ підприємство». STEP – аналіз відповідає на питання: які зовнішні фактори мають суттєвий вплив на підприємство; якими можуть бути прояви цих факторів; які з них у найближчому майбутньому стануть найсуттєвішими. Зовнішні фактори при цьому розглядаються у розрізі чотирьох основних груп: суспільні, технологічні, економічні, політико-правові [14, с. 90].

До факторів мікросередовища туристичного підприємства можна віднести насамперед діяльність посередників – турагентств, підприємств – постачальників туристичних послуг (готелів, транспортних компаній, підприємств харчування тощо), платоспроможність і поведінка споживачів, конкуренція, інфраструктура ринку, громадська діяльність. До внутрішніх факторів можна віднести місію та стратегію туристичного підприємства, кадровий потенціал підприємства, виробничі можливості підприємства та маркетинг підприємства.

Таким чином, зовнішні фактори макросистеми, зовнішні фактори мікросистеми та внутрішні фактори мікросистеми туристичного підприємства можна представити у табл.1.

**Висновки і пропозиції.** У результаті дослідження виявлено, що факторами ЖЦП є фактори макро – та мікросистем середовища функціонування підприємства. Проведення якісного аналізу факторів, що впливають на ЖЦП повинно бути складовою визначення стадії життєвого циклу підприємства. Аналізуючи (визначаючи) стадії життєвого циклу підприємства, доцільним є застосування SWOT-аналізу, методики «STEP – аналізу». Врахування впливу факторів середовища та адекватна на них реакція сприятиме підвищенню рентабельності та стабільності роботи підприємства, а також сприятиме формуванню його життєвого циклу.

Таблиця 1

## Фактори впливу на життєвий цикл розвитку туристичного підприємства

Групи факторів	Фактори, які є суттєвими для ЖЦП	Група факторів	Фактори, які є суттєвими для ЖЦП	Група факторів	Фактори, які є суттєвими для ЖЦП
Зовнішні фактори макросистеми		Зовнішні фактори мікросистеми		Внутрішні фактори мікросистеми	
Суспільні	Демографічна ситуація Доходи та купівельна спроможність населення Соціальний захист населення Зайнятість населення, рівень безробіття Міграція населення Звичаї, культура тощо	Діяльність посередників	Реалізація турпродукту через посередників – тур агентств Послуги маркетингових фірм з дослідження ринку Отримання необхідних даних від інформаційних агентств Послуги рекламних агентств тощо	Стратегія підприємства	Філософія (місія) підприємства, наявність стратегії розвитку підприємства, мети його господарської діяльності, планування, рівень диверсифікації діяльності, напрям діяльності тощо, частка ринку, на яку претендує підприємство
Технологічні	Новизна технологій, наявність ресурсів, новизна продукції тощо	Робота з постачальниками	Якість послуг постачальників турпослуг Ціни постачальників тощо	Кадровий потенціал підприємства	Ефективність менеджменту, рівень організаційно-економічних знань засновників і керівників Кадрове забезпечення, рівень професіоналізму та досвід працівників Рівень ділової культури і етики
Економічні	Економічна ситуація в країні Рівень інфляції, життєвий цикл галузі Інвестиційна діяльність Рівень товарного дефіциту в країні	Платоспроможність і поведінка споживачів	Попит на послуги підприємства з боку споживачів Поведінка споживача та мотиви прийняття рішення про придбання		
Політико-правові	Приватизаційні процеси Податкова система Митне регулювання Політична та законодавча стабільність Правова захищеність Антимонопольне регулювання Протекціонізм зовнішньої торгівлі Механізм підтримки підприємств Законодавча база Інформація тощо	Конкуренція	Рівень конкурентоспроможності фірми Наявність послуг-замінників Цінова політика конкурентів тощо	Виробничі можливості підприємства	Матеріально-технічне забезпечення Наявність капіталу (власні кошти, кредити, інвестиції тощо), трудові ресурси Технологічні ресурси тощо
		Інфраструктура ринку	Можливість отримати фінансові ресурси від банківських установ Наявність фондів підтримки, кредитування, страхування Послуги консультативних організацій з юридичних, управлінських, економічних і інших питань Стан розвитку транспортних організацій тощо	Маркетинг підприємства	Турпродукт підприємства, якість продукту, життєвий цикл послуги, пристосування до споживчих потреб, що змінюються, рівень обслуговування Ціни, рівень цін стосовно цін ринку Інтенсивність збуту, ступінь охоплення ринку, місце розміщення збутової мережі Просування: стимулювання збуту, реклама, пропаганда, імідж підприємства тощо
Природно-кліматичні	Кліматичні умови Екологія Погодні умови Наявність ресурсів тощо	Громадська діяльність	Налагодження зв'язків з громадськими організаціями Характер відносин зі засобами масової інформації тощо		

## Список літератури:

1. Виханський О.С. Менеджмент: учебник, 3-е изд. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 1998. – 528 с.
2. Скибінський С.В. Маркетинг. Ч.1: підручник / С.В.Скибінський. – Львів, 2000. – 640 с.
3. Родионова Н.В. Антикризисный менеджмент: учеб. пособие для вузов / Н.В. Родионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 223 с.
4. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: учебник / Н.К. Моисеева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
5. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Н.В.Куденко. – К.: КНЕУ, 1998. – 152 с.
6. Бурлаков А.Н. Стратегический маркетинг / А.Н. Бурлаков, С.С. Голик, Т.И. Чаюн. – Винница: Издательский комплекс «PUBLISHING DESIGN» МНПП «ІТІ», 1994. – 87 с.
7. Иванов Г.П., Беляев С.Г., Кошкин В.И. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.П. Иванова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. – 320 с.
8. Архипова Л.В. Рыноковедение: учебник для кооп. техникумов / Л.В. Архипова, Н.Ф. Баёв. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 1982. – 288с.
9. Столмов Л.Ф. Изучение и прогнозирование покупательского спроса. учебник для кооп. ин-тов / Л.Ф.Столмов. – М.: Экономика, 1972. – 231 с.
10. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С.Ф.Покропивного. – Вид.2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
11. Экономическая стратегия фирмы: учебное пособие / под ред. засл. деят. науки РФ, докт. экон. наук, проф. А. П. Градова, – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Специальная Литература, 1999. – 589 с.
12. Хвичия Л. Обеспечение конкурентоспособности фирмы / Л. Хвичия // БИЗНЕС ИНФОРМ. – 1998, № 5. – С. 79-81.
13. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник, 2-е изд., перераб. и доп. / Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 560 с.
14. Губені Ю. Сучасні методи аналізу середовища та їх використання у стратегічному менеджменті / Ю. Губені, Грон Ян, Сватош Мірослав. // Економіка України. – 1999. – №10. – С. 90-95.

**Корнилова Н.В.**

Черкасский государственный технологический университет

## ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

### Аннотация

В статье исследованы основные подходы к классификации факторов, которые влияют на формирование жизненного цикла туристического предприятия. Выделены и детализированы внешние факторы макросистемы, внешние факторы микросистемы и внутренние факторы микросистемы туристического предприятия. Разработаны рекомендации по анализу влияния факторов макро-, микро- и внутренней среды на формирование жизненного цикла развития туристического предприятия.

**Ключевые слова:** факторы влияния, жизненный цикл, развитие туристического предприятия, макросреда, микро-среда, внутренние факторы микросистемы.

**Kornilova N.V.**

Cherkaskiy State Technological University

## INFLUENCE FACTORS OF FORMING OF LIFE CYCLE OF DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES

### Summary

In the article the basic approaches to the investigations of the classification of factors which pour in on forming of life cycle of tourist enterprise. The external factors of macrosystem, external factors of microsystem and internal factors of microsystem of tourist enterprise, are gone into a detail. The recommendation on the analysis of influence of factors macro, micro and internal environment on forming of life cycle of development of tourist enterprise are developed.

**Keywords:** factors of influence, life cycle, development of tourist enterprise, macroenvironment, microenvironment, internal factors of microsystem.

УДК 656.7.073:005.44 (045)

## НАПРЯМИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ ТА ЄС У СФЕРІ ЦИВІЛЬНОЇ АВІАЦІЇ

**Милян О.С., Геєць І.О.**

Національний авіаційний університет

Стаття присвячена аналізу напрямків співпраці України та ЄС в авіаційній сфері. Висвітлені деякі програми та проекти, що мають місце в процесі відносин двох даних сторін. А, також, визначено перспективи входження України до «Спільного авіаційного простору» з країнами Європейським Союзом.

**Ключові слова:** співробітництво, авіація, Європейський Союз, проект, Спільний авіаційний простір.

**Постановка проблеми.** Наразі, Україна знаходиться на межі інтеграційного процесу з Європейським Союзом. В розрізі всієї економічної системи, авіаційний ринок України проходить свої, специфічні йому, етапи зближення функціонування та діяльності із стандартами та нормами ЄС. Необхідним та очевидним для цього являється співпраця сторін, на базі певних програм та проектів, та ,як результат, створення так званого «Спільного авіаційного простору» між Україною та ЄС, що в першу чергу передбачає відкритість кордонів для авіаційних перевезень між ними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питомий вклад в розробку проблеми розвитку авіаційних перевезень зробили вітчизняні та закордонні економісти, серед яких: Борисенко О.С., Бугайко Д.О., Габрієлова Т.О., Голляк Ю.Б., Загорулько В.М., Костроміна Є.В., Кулаєв Ю.Ф., Ложачевська О.М., Переверзева С.А., Поляська Н.Є., Юн Г.М. та інші.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** В раніше проведених дослідженнях, які стосуються перспективних напрямків розвитку авіаційної галузі України, не було

проведено аналізу існуючих програм співробітництва в напрямку європейської інтеграції в авіаційній галузі.

**Мета статті.** З огляду на зазначене вище, метою статті є аналіз напрямів співпраці України та Європейського Союзу у сфері цивільної авіації.

**Виклад основного матеріалу.** Відносини між ЄС і Україною, в їх загальному понятті, спираються на Угоду про партнерство і співробітництво, що набула чинності у 1998 році. Починаючи з 1998 р. співробітництво між Україною та ЄС у сфері транспорту регламентується Угодою про партнерство та співробітництво (УПС) та має на меті реконструкцію і модернізацію транспортних систем і мереж доріг в Україні, розвиток і забезпечення сумісності транспортних систем у контексті створення глобальної транспортної системи.

Відповідно до цієї угоди пріоритетними напрямами співробітництва, зокрема, є: модернізація управління аеропортами; модернізація і розвиток аеропортів, аеронавігаційної інфраструктури, включаючи модернізацію головних шляхів, що становлять спільний інтерес, і транс'європейських ма-