

МОДЕЛЬ ІНВЕСТУВАННЯ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОСНАЩЕННЯ АВІАКОМПАНІЙ УКРАЇНИ

Автором проаналізовано сучасні тенденції розвитку авіакомпаній України, здійснено висновок про необхідність їх технічного переоснащення. Запропоновано адаптовану дворівневу модель інвестування технічного переоснащення відповідно до національних особливостей та сучасних тенденцій розвитку авіації України.

Постановка проблеми. За прогнозами Асоціації європейських авіакомпаній (АЕА) в умовах світової фінансової кризи сумарні експлуатаційні збитки її тридцяти трьох членів у 2009 році можуть скласти 4,3 млрд. дол., а пасажиро потік зменшиться на 30 млн. чол. відносно 2008 року [1]. При цьому, Україна планує повністю лібералізувати ринок авіаперевезень і забезпечити "безквотний" доступ будь-яким закордонним перевізникам. За умов падіння попиту на загальносвітовому рівні збільшення конкуренції в галузі є очевидним. При зазначених тенденціях виживання українських авіакомпаній є неможливим без постійного забезпечення високого рівня безпеки та низької собівартості авіаційних перевезень, що на пряму залежить від рівня авіаційної техніки, що використовується. В умовах світової фінансової кризи, коли скорочуються кредитні лінії, скасовуються комерційні програми, що були заплановані на поточний рік. Зупинити даний процес і направити його у зворотному напрямку можливо лише за умов формування дієвої стратегії стимулювання інвестицій в основні виробничі фонди авіакомпаній, заснованої на ринкових механізмах не прямого впливу.

Аналіз останніх досліджень. Загальні торетико – методологічні дослідження відносно інвестиційної діяльності викладені ще в працях М.І.Туган-Барановського [2], який головну роль у механізмі періодичних коливань економічної кон'юнктури віддавав процесу накопичення основного капіталу. Вагомий внесок у розвиток інвестування в основний капітал зробили І.О. Бланк [3], А.А. Пересада [4] та ін. Інвестиції в основний капітал на транспорті

досліджували В.Н. Панченко [5], Е.М. Сич [6], В.М. та ін.

Не зважаючи на широкий спектр досліджень невіршеними залишаються питання не прямого стимулювання інвестиційного процесу з метою технічного переоснащення на українському авіаційному транспорті.

Ціль дослідження. Запропонувати методику стимулювання інвестування в технічне переоснащення на основі авіакомпаній України в рамках агентного підходу в динамічно активних системах на основі узгодження їх економічних інтересів.

Основні результати дослідження. В основу дослідження стимулювання економічної поведінки авіакомпанії покладено методику, що включає макроекономічний, мікроекономічний та агентний підходи. Дані підходи на нашу думку можливо адаптувати в рамках взаємодії комерційних банків, або лізингових компаній, або акціонерів, або держави, у особі влади з авіаційними компаніями. При цьому у взаємодії приймає участь також ринк через який реалізуються фінансово – кредитні послуги і послуги авіаційних перевезень.

Відносно масштабу стимулювання технічного переоснащення перелічені підходи можливо застосувати наступним чином:

1. Макроекономічний підхід – в даному випадку буде розглядатись ринок інвестицій як такий;
2. Мікроекономічний - в ньому акцент робиться на розгляд стимулювання в середині авіакомпанії, при цьому основою виступає аналіз економічної діяльності, як індивідуальної, так і колективної;
3. Агентний підхід, в якому акцентується увага на авіакомпанії, її потребах в сукупності власних інтересів та інтересів представників авіаційного бізнесу.

Трансформували раніше існуючу модель в теорії управління, коротко охарактеризуємо вище означені підходи.

Всі три підходи зручно уявити за допомогою Рис. 1. Суб'єкт, яким керують – авіакомпанія, пропозицією авіакомпанії є послуги належної якості в належному обсязі по відповідній ціні, до чого її заохочують. Умовно надалі авіакомпанію називаємо – «агент».

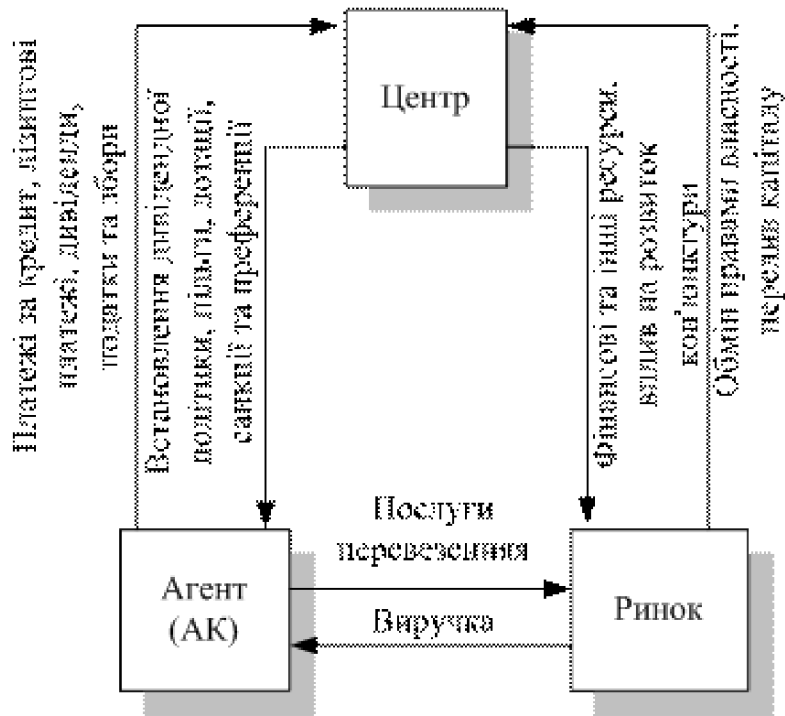


Рис. 1. Дворівнева модель взаємодії учасників ринкових відносин з одним агентом.

Другий - суб'єкт, що керує, це або комерційний банк або лізингова компанія або акціонери чи держава у особі уряду, дані суб'єкти, вплив яких на авіакомпанію розглядатиметься окремо один від одного, для уніфікації моделі надалі умовно назвемо – «центр». Споживачем послуг агента є суспільство, центр, отримує від агента винагороду чи то у вигляді відсотків за кредит, чи за рахунок лізингових платежів, у вигляді дивідендів або податків та зборів, що сплачує авіакомпанія у державний бюджет.

Третій об'єкт – «ринок» мається на увазі товарний, фондовий, та ін. Саме через ринок отримує послугу перевезення кінцевий споживач, він також діє як інститут обміну правами власності та на нього має відповідний вплив центр. Для спрощення моделі вважатимемо, що ринок не має власних інтересів.

Отже, агент обмінює свою послугу за винагороду у вигляді доходу, вступаючи у взаємодію з учасниками ринку, а центр керує даним процесом визначаючи основні напрямки та пріоритети розвитку ринку та стимулює агента отримуючи натомість відповідну винагороду.

Для визначення пріоритетних для агента та центра стимулів необхідно чітко розуміти їх інтереси та переваги, що вони для себе встановлять.

Під стимулами центра та агента будемо розуміти сукупність їх властивостей та можливостей за визначенням їх індивідуальної цінності та корисності в

різноманітних альтернативах. На перший погляд, і агент і центр зацікавлені в максимізації прибутку. Агент в доході, що отримує з ринку, центр в максимізації чи відсоткових ставок, чи лізингових платежів, чи дивідендів чи податкових надходжень, які отримує від агента при цьому альтернативам, що відповідають більшим значенням прибутку і меншим витратам нададуть перевагу. Отже, система стимулів агента є такою, що дозволяє йому порівнювати різноманітні комбінації витрат та винагороди, центр має можливість створювати різноманітні комбінації витрат і винагород, тим самим спонукати агента до відповідних дій. За даних умов інтереси агента - це отримання максимального прибутку при мінімальних витратах. Серед інтересів центра основними, на нашу думку, є отримання максимальних надходжень при мінімальних витратах, слід зазначити що серед особливих інтересів, що належать державі є також задоволення такої потреби суспільства, як переміщення повітряним транспортом з максимальною безпечністю та мінімальною ціною. Відповідне коло інтересів центра стосується, як поточного так перспективного періодів розвитку агента. Потребу суспільства в перевезенні задовольняє агент, який реалізує свою послугу через ринок.

Якщо кожен з учасників даних регульованих ринкових відносин має свої переваги та інтереси, то для вирішення завдання пошуку винагороди агенту з боку центра залишилось визначити, що саме є метою діяльності кожного з них, а що виступає як обмеження. На даному етапі дослідження виникає кілька альтернатив, що відповідають різноманітним підходам відносно дослідження стимулювання.

Макроекономічний підхід передбачає, що об'єктивно є відповідні умови роботи на ринку авіаційних перевезень. Є доход, що отримують авіакомпанії, який формується завдяки ринковим тарифам, що відповідають загальним попиту і пропозиції на ринку авіаційних перевезень. В даному підході обмеженнями виступають саме попит, пропозиція і конкуренція, які по суті і формують тариф авіакомпанії не залежно від її суб'єктивних уявлень відносно вартості власних послуг.

Мікроекономічний підхід вивчає взаємодію центру та ринку послуг. За даними відносинами центр приймає конкретного агента, якщо той створює послугу з максимальною реалізацією суспільних благ та максимальними податковими надходженнями. Обмеженнями при цьому є уявлення агента про вартість та якість його послуг.

Агентним вважається підхід, коли основною є взаємодія агента і центра,

тобто відповідність винагороди центра перевагам агента. Обмеженнями при цьому є економічна ефективність (відносно надходжень центру), розвитку даної авіакомпанії за рахунок відповідних важелів впливу.

Далі в статті використовується агентний підхід. А саме, вважається, що агент обирає ті умови роботи, що є найкращими з точки зору його суб'єктивних вподобань та переваг. Відповідний вибір буде існувати лише тоді, коли він буде вигідним для центра (забезпечуючи йому максимально допустимі фінансові надходження при задоволенні потреби в перевезенні) і не порушуючи ринкової рівноваги (наявність винагороди для даного агента не нижчої від винагороди його конкурентів на ринку). Стимулювання на протипагу ринку є комплексним цілеспрямованим впливом на діяльність системи, якою управляють, та на її розвиток.

На нашу думку для вирішення проблеми стимулювання інвестицій у технічне переоснащення варто скористатись саме агентним підходом та адаптувати його до проблеми, що існує.

При цьому, обрана нами модель взаємодії надає можливість дослідити процес реалізації послуги, яку отримує суспільство в результаті взаємодії суб'єктів економічної діяльності. В розширеному вигляді її зображено на Рис.2.

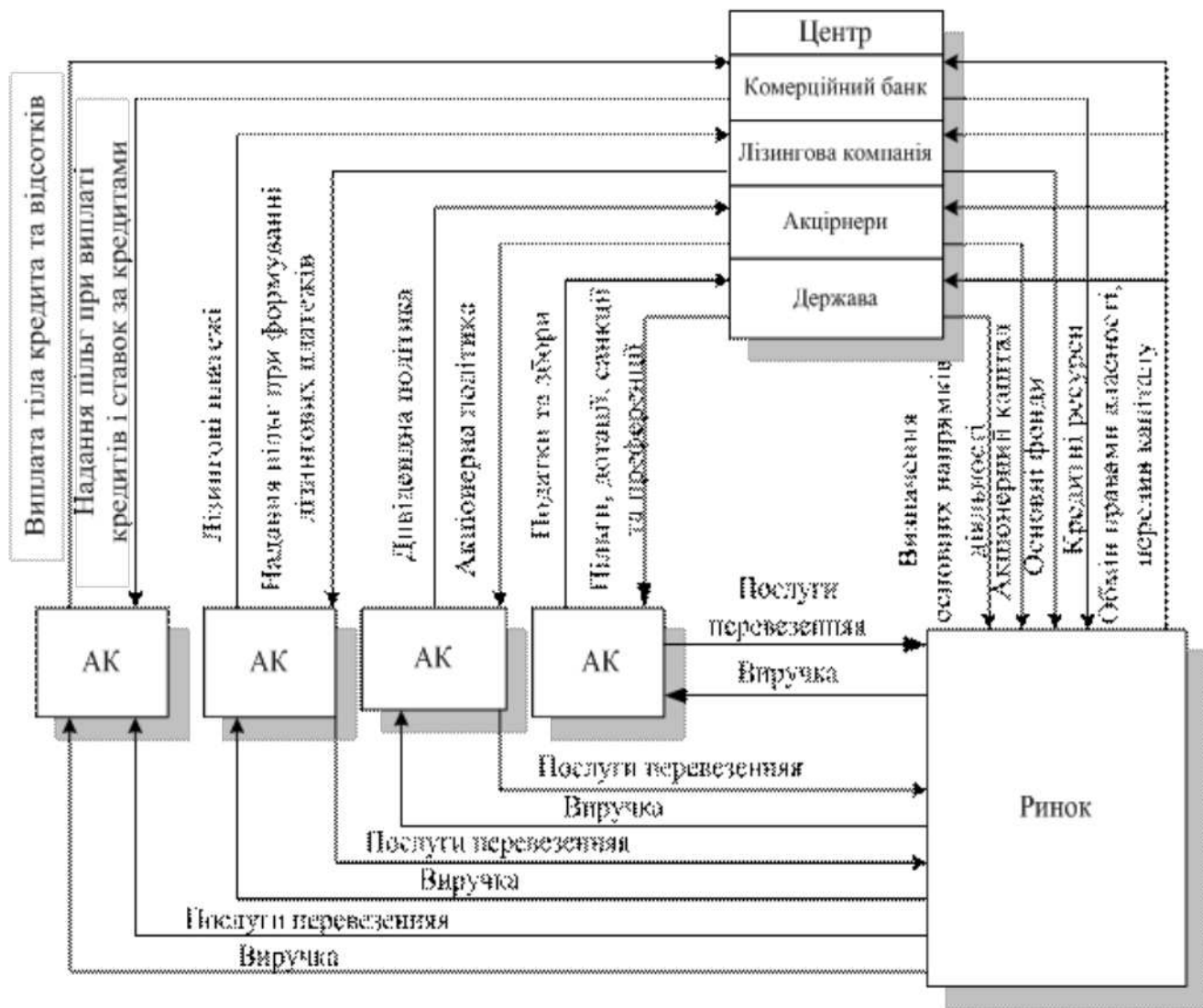


Рис. 2. Дворівнева модель інвестування технічного переоснащення авіакомпаній заснована на стимулюванні.

Як видно з Рис.2, комерційні банки при отриманні винагороди у вигляді відсотків за кредит надають фінансові ресурси авіакомпанії, лізингові компанії при виплаті лізингових платежів забезпечують її основними фондами. Акціонери вирішуючи питання додаткового фінансування отримують винагороду у вигляді дивідендів, або збільшення ринкової вартості акцій авіакомпанії. Держава, у особі влади, та суспільство при цьому контролюють ресурси та екологічний стан території, отримують від бізнесу (в особі авіакомпаній та виробників авіаційної техніки) податки та збори і використовують їх в інтересах держави та суспільства.

В запропонованій моделі вплив зовнішнього середовища може призвести до не відповідності намірів і дій агента з результатами його діяльності. Результатом діяльності може бути задоволення потреби агента (часткове чи

повне) або її не задоволення. Також варто зазначити про існування фактора невизначеності, що впливатиме на процес прийняття рішень та на їх результативність. Невизначеність в рамках даної моделі, полягає в зміні поінформованості учасників системи про істотні внутрішні та зовнішні параметри функціонування. Існування даного фактору зумовлене тим, що в активних системах учасники верхніх рівнів ієрархії, в складі управлінських функцій здійснюють також інформаційну функцію, регулюючи інформаційні потоки між агентами, і замикаючи кругообіг отримують інформацію від агентів. Ефективно налагоджений обмін інформацією має бути взаємовигідним та підвищувати результативність управління. Обмін інформацією між окремими суб'єктами, якими керують, а також між керованими суб'єктами та оточуючим середовищем, з одного боку збільшує їх поінформованість, а з іншого зменшує обсяги переробленої ними інформації.

При цьому, банк, лізингова компанія акціонери чи держава матимуть широке коло можливостей з управління агентом. Стимули використовуються при впливі на потреби, формуванні мотивів АК, при зовнішній мотивації, виборі мети і задачі, а також при технології здійснення переоснащення. В запропонованій АС стимулювання в основному зводиться до процесу вибору задач при фіксованих потребах, мотивах, цілях та впливі оточуючого середовища. Можливість зміни переваг агента протягом всього процесу здійснення його стратегій, зумовлює його керованість центром за рахунок використання різноманітних стимулів, центр може спонукати (в певних межах), агент обирати ті чи інші дії.

Запропонована модель надає можливість оцінити та спрогнозувати ефективність технічного переоснащення авіакомпанії в залежності від виду стимулювання що використовуватиме комерційний банк, лізингова компанія, акціонери чи держава.

Висновки. Для моделювання та вивчення відносин комерційних банків, або лізингових компаній, або акціонерів, або держави, у особі влади з авіаційними компаніями варто скористатись активною системою з ступенем невизначеності. Вданій системі центр має право першої дії, тому має можливість моделювати поведінку другого гравця (АК), то б то його стратегія (стратегія центра) будується вже відносно стратегії авіакомпанії.

Активний елемент обирає власну стратегію при відомій стратегії першого

гравця, яким може бути банк, лізингова компанія чи збори акціонерів. Звідси перший гравець має можливість, знаючи про намагання АК максимізувати власну цільову функцію, передбачити, яку стратегію обере АК. Тому завдання центра полягає в знаходженні такої власної послідовності дій, яка б спонукала АК до вибору найбільш бажаного для центра варіанта рішення.

Список літератури

1. Европейские авиакомпании шокированы убытками [Електронний ресурс] / Рубрика Новости, Авиакомпании, АТО, №104, ноябрь 2009. – Режим доступа до журн.: <http://www.ato.ru/content>
2. Вірник Д.Ф. Нариси з історії економічної думки на Україні [Текст] / Д.Ф.Вірник/ - К.: Вид-во АН України-1956-387с.
3. Бланк А.И. Управление формированием капитала [Текст] / А.И, Бланк/ - К: «Ника – Центр», «Эльга», 2002. – 512 с.
4. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. [Текст] /А.А. Пересада / – К.: Лібра, 2002 – 472 с.
5. Панченко В.Н. Механізм відтворення та підвищення віддачі основного капіталу авіапідприємств. [Текст] /В.Н. Панченко / – К: Фенікс, 2002 – 364 с.
6. Сич Є.М. Інноваційно – інвестиційний розвиток залізничного транспорту [Текст] / Є.М. Сич, В.П. Ільчук / - К.: Логос, 2002. – 256 с.