

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л. М. Побоченко
« ____ » _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Тема: «**Конкуреноспроможність України на світовому ринку авіаційних
послуг**»

Виконавець: Баранюк Олег Русланович , група МЕВ-401

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
Соколова Зоя Сергіївна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Прокоп'єва Аліна Анатоліївна

(підпис нормоконтролера)

Київ - 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Побоченко Л.М.

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Баранюка Олега Руслановича

1. Тема роботи «Конкурентоспроможність України на світовому ринку авіаційних послуг» затверджена наказом ректора «19» квітня 2022 р. №399/ст.
2. Термін виконання роботи: з 09 травня 2022 року по 19 червня 2022 року.
3. Вихідні дані до роботи: статистичні матеріали Державної служби статистики України, Державної авіаційної служби України, щорічні звіти міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні основи конкурентоспроможності на світовому ринку авіаційних послуг, зовнішнє середовище ринку авіаційних послуг, місце України на світовому ринку авіаційних послуг (перелік розділів кваліфікаційної роботи).
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 11 таблиць.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 20 слайдів.

7. Календарний план-графік

№ Пор	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	28.03.2022	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	04.04.2022	Виконано
3.	Розкрити теоретичні основи конкурентоспроможності на світовому ринку авіаційних послуг	05.04.2022 – 10.04.2022	Виконано
4.	Оцінити зовнішнє середовище ринку авіаційних послуг	11.04.2022 – 08.05.2022	Виконано
5.	Охарактеризувати місце України на світовому ринку авіаційних послуг	09.05.2022 – 22.05.2022	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	23.05.2022 – 29.05.2022	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	30.05.2022	Виконано
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	01.06.2022	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	03.06.2022	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	07.06.2022	Виконано

8. Дата видачі завдання: « 04 » квітня 2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Соколова З. С.
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Баранюк О.Р.
(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Конкурентоспроможність України на світовому ринку авіаційних послуг»: 83 сторінки, 11 таблиць, 58 літературних джерел.

Перелік ключових слів (словосполучень): КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АВІАКОМПАНІЙ, СВІТОВИЙ РИНОК АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ, ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ, КОНСОЛІДАЦІЯ, КОМПАНІЇ-ЛОУКОСТЕРИ, СУБ'ЄКТИ СВІТОВОГО РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.

Об'єктом дослідження: конкурентоспроможність України ринку авіаційних послуг.

Предметом дослідження: організаційно-економічні засади та теоретико-методичні аспекти конкурентоспроможності України на ринку авіаційних послуг.

Метою кваліфікаційної роботи: дослідження конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.

Методи дослідження: порівняльний аналіз, факторний аналіз, абстрактно-логічний та системно-структурний аналіз, економіко-математичне моделювання, економіко-статистичний аналіз, SWOT-аналіз.

Отримані результати та їх новизна: полягають в комплексному характері наукового дослідження конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.

Значущість виконаної роботи та висновки: подальша відбудова та створення належних умов для розвитку авіаційних послуг України на світовому ринку, та підвищення конкурентоспроможності, а саме впровадження регулятивної політики для збільшення конкуренції авіакомпаній та їх авіапослуг.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати для застосування при написанні звітів щодо конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.....	9
1.1 Особливості структури ринку авіаційних послуг.....	9
1.2 Підходи до регулювання господарської діяльності на ринку авіаційних послуг.....	14
1.3 Критерії оцінки конкурентоспроможності на ринку авіаційних послуг.....	20
Висновки до 1 розділу.....	27
РОЗДІЛ 2	
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.....	30
2.1 Сучасний стан та тенденції світового ринку авіаційних послуг.....	30
2.2 Суб'єкти світового ринку авіаційних послуг.....	37
2.3 Фактори впливу на світовий ринок авіаційних послуг, включаючи COVID-19.....	46
Висновки до 2 розділу.....	52
РОЗДІЛ 3	
МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.....	54
3.1 Загальна характеристика та тенденції розвитку авіаційних послуг в Україні.....	54
3.2. Вплив зовнішніх чинників на сферу авіаційних послуг в Україні.....	59
3.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.....	65
Висновки до 3 розділу.....	70
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Розвиток міжнародного ринку авіаційних послуг є невід’ємною складовою світової економіки. Початок найважливіших трансформацій авіаційних послуг розпочався з інноваційними високотехнологічними забезпеченням літаків та впровадження міжнародних угод, що і відкрили світовий авіаційний простір учасникам цивільної авіації. Як наслідок, на міжнародному ринку авіаційних послуг виникла конкуренція між авіакомпаніями та постало питання, щодо регулювання конкурентоспроможності.

На сучасному етапі цивільна авіація користується найбільшим попитом для міжнародного перетину кордонів серед всіх видів транспорту. Трансформаційні зміни в умовах глобалізації світового ринку авіаційних послуг призвів до конкуренції між авіакомпаніями, які намагаються і на сьогоднішній день оперувати більшою кількістю пасажирів ніж іншими.

Міжнародні організації та політика держави намагаються регулювати господарську діяльність авіакомпаній для стабілізації конкуренції та впровадження рівних умов на ринку, але при таких впровадженнях не кожна авіакомпанія може існувати та часто банкрутує. Тому важливою складовою політики кожного авіаперевізника є визначення правильних методів оцінки конкурентоспроможності авіакомпанії та впровадження необхідних стратегій для її підвищення.

За період останніх років, світ зіткнувся з низкою чинниками, які впливають на ринок авіаційних послуг. При цьому учасники цивільної авіації намагаються проводити певні заходи для зменшення впливу факторів на свою діяльність, підвищуючи свою конкурентну функціональність. Не минули дані негативні фактори і ринок авіаційних послуг в Україні, які спонукають галузь до модернізування та впровадження нової системи оцінювання та регулювання конкуренції в цивільній авіації.

Тому вивчення принципів конкурентоспроможності України на ринку авіаційних послуг є необхідним для стабільного розвитку даної сфери економіки в умовах сучасності на міжнародній арені.

Дослідженню проблематики і тенденцій розвитку конкурентоспроможності України та світу на ринку авіаційних послуг присвячено роботи вітчизняних вчених, зокрема, К. В. Сидоренко, Л. М. Побоченко, І. І. Набок, М. П. Висоцька, А. М. Стрикун, В. І. Вишневський.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.

Відповідно до поставленої мети виділяють **основні завдання**:

- охарактеризувати особливості структури світового ринку авіаційних послуг;
- розглянути підходи до регулювання господарської діяльності на ринку авіаційних послуг;
- визначити критерії оцінки конкурентоспроможності на ринку авіаційних послуг;
- дослідити сучасний стан та тенденції світового ринку авіаційних послуг;
- охарактеризувати суб'єкти світового ринку авіаційних послуг;
- обґрунтувати фактори впливу на світовий ринок авіаційних послуг, включаючи COVID-19;
- дати загальну характеристику тенденціям розвитку авіаційних послуг в Україні;
- визначити вплив зовнішніх чинників на сферу авіаційних послуг в Україні;
- внести, пропозиції, щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг.

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність України ринку авіаційних послуг.

Предметом дослідження є організаційно-економічні засади та теоретико-методичні аспекти конкурентоспроможності України на ринку авіаційних послуг.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використовувалися такі методи наукових досліджень: порівняльний аналіз, факторний аналіз, абстрактно-логічний та системно-структурний аналіз, економіко-математичне моделювання, економіко-статистичний аналіз, SWOT-аналіз.

Джерельною та статистичною базою роботи є матеріали й аналітичні звіти міжнародних організацій (Міжнародна організація цивільної авіації — ІКАО, Міжнародна асоціація повітряного транспорту — ІАТА, Світова організація торгівлі — СОТ, Організація економічного співробітництва та розвитку — ОЕСР; дані міжнародних рейтингів компаній Boeing, Airbus та МАУ (Міжнародні авіалінії України), щорічні звіти Конференцій ІАТА, ІКАО, СОТ, ОЕСР, та відповідні сайти в Internet, а також Державної служби статистики України.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів та загальних висновку та списку бібліографічних використаних джерел. У роботі розміщено 11 таблиць, список бібліографічних посилань використаних джерел включає 58 найменування на шести сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

1.1. Особливості структури ринку авіаційних послуг

Ринок авіаційних послуг – це сфера послуг, що надає транспортні послуги саме споживачам. Авіакомпанії та аеропорти є двома основними гравцями у галузі. Авіакомпанії пропонують своє транспортне обслуговування, а аеропорти забезпечують наземну інфраструктуру для керування переміщенням літаків та їхніх пасажирів. Обробна промисловість та авіаційні постачальники збирають літаки та надають запасні вироби. Як постачальник додаткових процесів галузь покладається на постачальників загальних послуг, таких як управління повітряним рухом. До структури ринку авіаційних послуг відносяться саме суб'єкти ринку цивільної авіації:

- авіакомпанії;
- аеропорти;
- компанії лоукостери;
- регіональні союзи;
- міжнародні організації;
- споживачі (пасажери).

Авіакомпанії доповнюються аеропортами, які є постачальниками наземної інфраструктури (наприклад, злітно-посадкові смуги та термінали). Аеропорти мають дуже високу специфіку інвестицій в інфраструктуру. Велика кількість національних та міжнародних аеропортів все ще перебуває у державній власності; Цікаві тенденції приватизації спостерігалися лише недавно) [2, с.235].

Аеропорти не є однорідною групою. Серед інших вони відрізняються за розміром, функціями та регіональними охопленнями. Такі аеропорти, як Чикаго О'Хара, Лондон Хітроу або Сінгапур Чангі є міжнародними хабами (мегахабами).

Вони зосереджені на внутрішньорегіональних та міжнародних перевезеннях та є відправною та кінцевою точкою для міжконтинентальних далеких перевезень. Вторинні аеропорти зосереджені на внутрішньорегіональних послугах (наприклад, внутрішньоєвропейські або внутрішньоамериканські авіаперевезення).

Регіональні аеропорти, які зазвичай обслуговуються лише меншими літаками, зосереджені на фідерних рейсах у міжнародних або національних центрах. У аеропортах спостерігається висока концентрація пасажирських потоків, при чому 100 найбільших аеропортів світу припадає понад 60% всіх пасажирів. У числовому вираженні малі аеродроми становлять найбільшу групу з усіх аеропортів. Невеликі аеродроми обслуговують авіацію загального призначення, наприклад, приватну бізнес-авіацію та польоти для відпочинку-спорту [58, с.145].

Аеропорти використовують різні бізнес-моделі, що залежать від їх розмірів, функцій та розташування. Їхні джерела доходу мають важливі особливості, що відрізняє їх від інших видів послуг, зокрема плата за посадку. Особливо у великих міжнародних аеропортах традиційні джерела доходу, наприклад, плата за посадку становить лише невелику частину всіх джерел доходу. Їх можна зарахувати до авіаційних джерел доходу.

Неавіаційні джерела доходу, такі як паркування та нерухомість, часто становлять понад половину загальних доходів. Зазвичай рівень обслуговування в цих аеропортах (наприклад, інфраструктурне сполучення з іншими видами транспорту, відпочинкові зали) відносно високий.

Аеропорти, які в основному обслуговують лоукост авіакомпанії, надають лише мінімум послуг. Через їхню віддаленість, зв'язки з наземною інфраструктурою зазвичай погані. На відміну від групи аеропортів, наведеної вище, ці аеропорти часто завдають збитків і, таким чином, працюють за рахунок платників податків.

Щодо авіаперевізників, то їх участь на ринку цивільної авіації значною мірою заснована на роботі мережі для споживачів, тобто пасажирів. Рейси ретельно синхронізуються, як наслідок, пасажири можуть оптимально пересідати на інші борти авіакомпаній та підключатися до різних рейсів, завдяки чому отримують

можливість досягти більшої кількості пунктів призначення. Великі міста є прямим сполученням багатьох рейсів авіакомпаній, що доповнюють авіамережу. В різних регіонах міжнародних перевезень налічуються свої національні перевізники, наприклад:

- у Північній Америці (Delta Airlines, American Airlines або United Airlines);
- в Європі (Air France-KLM, Lufthansa та British Airways);
- в Азії та Океанії (Emirates, Singapore Airlines та Qantas Airways) [12, с.139].

Більшість традиційних авіакомпаній впроваджують послуги за тарифом все включено, не дивлячись на те, що основною формою доходу авіаперевізників є транспортний тариф. Авіаперевізники з найрізноманітнішими видами послуг пропонують свою діяльність споживачам із високим рівнем обслуговуванням. З одного боку це дозволяє їм залучати бізнес-трафік та реалізовувати збільшення до ціни. З іншого боку, це призводить до дуже складних і дорогих авіаліній та експлуатаційних структур.

Додатково з появою нової бізнес-моделі, як «лоукост-перевізник» дозволило різним авіакомпаніям трансформувати свої тарифну політику та набути швидкозростаючої тенденції (наприклад, Southwest, Ryanair, easyJet, Air Asia) і чартерні авіакомпанії (наприклад, Condor).

На відміну від традиційних авіаперевізників, лоукост-перевізники (з англ. low-cost carriers) зосереджені на великому обсязі короткого та середнього трафіку від точки до точки на основі мінімального підходу до обслуговування (без надмірностей) та економних операцій (без резервування місць, відсутність програм для постійних пасажирів, вузьке сидіння). Перевізники або використовують менші (і дешевші) другорядні аеропорти (наприклад, Ryanair), або літають у великі аеропорти і таким чином безпосередньо конкурують з визнаними авіакомпаніями (наприклад, easyJet). Лоукост-перевізники значною мірою покладаються на допоміжні доходи, які отримують, наприклад, від пропонованого харчування, а також від зборів за багаж. Такі авіаперевізники зазвичай дотримуються роз'єднаних стратегій ціноутворення, що відрізняються від традиційних перевізників [40].

Чартерні авіакомпанії обслуговують туристичні ринки. Їхня стратегія – це поєднання якості обслуговування, недорогих структур та їх інтеграції у туроператорів. Проте чартерні авіакомпанії дедалі більше замінюються лоукостерами на маршрутах із високим рівнем відвідуваності (наприклад, із Великобританії до Південної Іспанії). Тому їм потрібно більше зосередитися на віддалених та спеціалізованих туристичних напрямках. Авіаперевізники — це спеціальна форма бізнес-моделі авіакомпаній. Перевізники мережі, наведені вище, зазвичай мають свої вантажні флоти (наприклад, Korean Cargo, Lufthansa Cargo), тоді як у сфері авіаперевезення є компанії (наприклад, FedEx, Polar Air, Cargolux). Ці компанії перевозять вантажі на своїх бортах, а також у вантажних відсіках пасажирського флоту.

Сьогодні канали онлайн продажу стають більш ефективними та дуже популярними. Під тиском дедалі більшої кількості лоукост-перевізників на коротко-магістральних маршрутах, а також міжнародних загроз, таких як війни, епідемії та тероризм, мережеві перевізники мали стати більш ефективними, щоб вижити на лібералізованому ринку, де домінують ціни. Посилено керування мережею. Альянси зростали незалежно, тоді як злиття компаній було менш успішним. Шлях через альянси до злиття компаній може бути успішним. Найкращими прикладами для цього є інтеграція Swiss International Airlines у Lufthansa та KLM у Air France.

Тенденція рухається до континентальних хабів. Дубай, що є основним вузлом на Близькому Сході, є прикладом континентального хаба, що сполучає міжконтинентальні рейси. У майбутньому мережеві перевізники можуть розвиватися двома способами.

Вони можуть стати так званими мегаперевізниками, такими як Emirates Airlines, Lufthansa, British Airways, Air France та KLM, або можуть стати нішевими гравцями з меншими мережами, зосередженими на певних маршрутах або певній групі мандрівників (наприклад, Private Air) [1, с.300].

Діяльність цивільних авіакомпаній регулюється цілою низкою міжнародних та місцевих органів. До локальних регуляторів відносяться різні транспортні

міністерства та профспілки. Головними світовими організаціями у цій галузі вважаються Міжнародна асоціація повітряного транспорту (з англ. — International air transportation Association, далі за текстом — IATA) та Міжнародна організація цивільної авіації (з англ. — International Civil Aviation Organization, далі — ІКАО). Ці структури самостійні діють у межах своїх завдань і статутів, але водночас активно співпрацюють [25].

Що стосується самих споживачів, то їх можна розрізнити між особами, що літають з діловими цілями (ті пасажири, які потребують частих рейсів у широкий діапазон напрямків, прагнуть якісного обслуговування та готові платити за ці переваги) та туристам (які шукають найнижчі ціни та менш стурбовані пропонованими послугами, частотою рейсів або кількістю напрямків, що обслуговуються).

Проте група пасажирів авіакомпаній стає дедалі неоднорідною. Конкуренція в авіації призводить до високого переконання клієнтів, оскільки споживачі мають вибір між різними варіантами постачальників подорожей та транспорту. Щодо продукту, існує дуже висока прозорість, оскільки клієнти можуть порівнювати ціни майже на всі доступні продукти. Незважаючи на те, що клієнт може вибирати з великої різноманітності каналів продажів (наприклад, туристичні агенції, інтернет, телефон), ринок авіаперевезень все більше характеризується онлайн-поширенням.

У цілому нині авіаперевезення оформлюється експедитором, який, своєю чергою, резервує вантажопідйомність авіакомпанії. Оскільки ключові експедитори зазвичай роблять найбільші бронювання, авіакомпанії зазвичай мають справу з дуже малою клієнтською базою, що означає високі умови для переговорів.

Область авіаційних перевезень охоплює низку зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони утворюють певне внутрішнє середовище авіаційної галузі та безпосередньо пов'язані з учасниками галузі. Учасниками цього середовища є співробітники авіакомпаній, аеропортів або акціонери, які фінансово задіяні в авіаційній галузі. Основні зв'язки існують з екологічним середовищем, установами та організаціями, його технологічним та економічним середовищем, а також із соціальною системою.

1.2 Підходи до регулювання господарської діяльності на ринку авіаційних послуг

Розвиток міжнародних транспортних перевезень, зростання обсягів авіаційних перевезень, обґрунтування інноваційних управлінських та технологічних інструментів підвищення конкурентного статусу та завоювання нових ринків створюють нові завдання перед суб'єктами ринку цивільної авіації щодо пошуку шляхів нарощування ефективності діяльності, формування та реалізації економічного потенціалу, підвищення конкурентоспроможності. У разі інтеграції авіакомпаній у міжнародний простір, необхідність взаємодії авіакомпаній на міжнародній арені — зростає у формуванні стратегій забезпечення конкурентоспроможності на ринку авіаційних послуг.

Щодо правил управління польотами на міжнародному ринку авіаційних послуг, то процес підвищення конкуренції серед авіакомпаній світу пов'язаний з дерегуляцією та лібералізацією, що відкрили для авіаперевізників можливість збагачення своїх мережевих авіаліній споживачами, але в цей момент також підвищується конкуренція на ринку та боротьба за першість в авіапросторі.

Дерегулювання ринку авіаперевезень – зняття діючих обмежень на діяльність національних авіаперевізників. Законом США «Про дерегуляцію авіаперевезень», котрий був впроваджений в 1978 році, розпочався й сам процес дерегулювання. Це призвело до значного зростання конкуренції, зниження тарифів, розвитку низькобюджетних авіакомпаній, появи хабової моделі перевезень та нових форм співпраці авіакомпаній [22].

Лібералізація ринку є наступним етапом трансформування та характеризується поступовим зняттям обмежень до міжнародних ринків (тобто до авіаційного простору), збільшення міжнародної конкуренції, консолідації авіаперевізників та створення дочірніх авіакомпаній.

Для лібералізації характерні окремі двосторонні угоди. У 2007 році була підписана домовленість, щодо відкритого повітряного простору між країнами ЄС та США. Даний процес відбувався не в усіх країнах. У країнах, де супроводжується

зменшення авіаконтролю, авіап перевезення все рівно залишається регульованою як на національному, так і на міжнародному рівнях [26].

Відповідні двосторонні угоди мають вплив на транскордонні права на авіап перевезення. Дана концепція ґрунтується на основі Чиказької конвенції про цивільну авіацію, котра була підписана в 1944 році, що регулює польоти літаків різних авіакомпаній на міжнародному та на національному рівні для підвищення ефективності та безпеки авіап перевезень.

Багато країн мають відповідне загальне законодавство, щодо регулювання конкуренції в сфері цивільної авіації на національному рівні (Албанія, Австрія, Бельгія, Грузія, Данія, Норвегія, Угорщина, Фінляндія) [8, с.201].

Конкуренція авіап перевезень характеризується з регулюванням трьох тенденцій:

- гібридизація бізнес-моделей після появи недорогих перевізників (лоукостерів);
- консолідація та створення альянсів авіап перевізників;
- фінансових ризиків та можливості втручання урядів країн в сферу авіаційних послуг.

Організація економічного співробітництва та розвитку (англ. Organisation for Economic Cooperation and Development, далі за текстом – ОЕСР), визначає, що конкурентоспроможність на ринку авіаційних послуг пов'язана з двома бар'єрами:

- доступ до слотів для аеропортів (структурні бар'єри);
 - стратегії авіакомпаній з лояльності та ціноутворення (стратегічні бар'єри)
- [21].

Структурний бар'єр може стати в майбутньому ключовою проблемою для конкуренції авіакомпаній. Експерти ОЕСР наголошують на необхідності впровадження конкурентних правил управління надмірною завантаженістю та готовності урядів запровадити ринкові механізми в системі розподілу слотів, щоб забезпечити більш ефективне використання цього дефіцитного ресурсу. Схеми лояльності авіакомпаній (frequent flyer programs) також є можливими перешкодами зміни авіап перевізника. Проте захист конкуренції від схем лояльності авіакомпаній

не є поширеним явищем (через складність вимірювання їхнього впливу на конкуренцію).

До стратегій зростання конкурентоспроможності відносять:

— асоціативні форми управління з підтримкою стратегічних спілок (альянсів) авіаперевізників, з якими поєднують здатність авіаперевізників надати цілісний рівень добротних служб і створити широку мережу сервісу по всьому світу;

— бюджетні авіакомпанії (лоукости) утримують свій відрізок ринку шляхом максимального скорочення витрат.

Організації, які впроваджують заходи, щодо конкурентної політики в сфері цивільної авіації є:

— Світова організація торгівлі (англ. — World Trade Organization);

— Організація економічного співробітництва та розвитку (англ. — Organisation for Economic Cooperation and Development);

— конференція ООН з торгівлі та розвитку (англ. — UN Conference on Trade and Development);

— Міжнародна мережа з питань конкуренції (англ. — International Competition Network);

— Європейська мережа з питань конкуренції (англ. — European Competition Network);

— Міжнародна організація цивільної авіації (англ. — International Civil Aviation Organization);

— Міжнародна асоціація повітряного транспорту (англ. — International Air Transportation Association) [26].

Прояв дерегуляції та лібералізації на територіальному рівні можна відстежувати у США та Європейському Союзі.

У США в 1978 році був підписаний Закон «Про дерегуляцію авіаперевезень», що і дало початок дерегулюванню ринку авіаперевезень. Особливостями цього закону стали:

— зростання конкурентної боротьби;

— збільшення нових авіаперевізників;

— цінове суперництво (зниження тарифів). Як наслідок, збільшилися обсяги пасажирських перевезень. З негативних факторів можна виділити не стійку систему регулювання, щодо великих компаній. З величезної шістки збанкрутіли (Eastern, TWA, Pan American), три - консолідувалися (Delta, United, American) [37].

На ринку ЄС процеси лібералізації повітряного транспорту проходили в три етапи:

— на першому етапі були обмежені права керівництва регулювати рівень тарифів на авіаперевезення (одна тисяча дев'ятсот вісімдесят сім р.);

— під час другого етапу було знято обмеження на кількість пасажирів (одна тисяча дев'ятсот дев'яносто);

— під час третього етапу європейські авіаперевізники почали вільно літати між державами-членами відповідно до програми «відкритого неба» (1993—1997 рр.) [22].

Процес лібералізації всередині ЄС характеризувався поступовим зменшенням урядового контролю та встановленням режиму, що базується на ринковій конкурентній боротьбі. Завдяки цьому в рамках ЄС вдалося уникнути істотних негативних наслідків і звести систему правового регулювання міжнародного авіаційного сполучення, що охороняє інтереси країн-членів ЄС, авіапідприємств та користувачів авіапослуг.

На сьогоднішній день, значну роль у стадії поліпшення міжнародного ринку авіаційних послуг відіграє діджиталізація або цифровізація, що здійснюють значний вплив на подальше зростання конкурентоспроможності авіакомпаній та аеропортів.

Новий підхід до цифровізації авіації включає реалізація персоналізованих подорожей для замовників. Аеропорти, як і літаки майбутнього, повинні бути досить великими і досить розумними, щоб задовольнити потреби пасажирів в авіакомпаніях [36].

Сучасні аеропорти використовують розробку, яка оглядає величезні обсяги інформації для моделей даних, що розпізнають обґрунтованості, прогнозують результати чи генерують рекомендовані функціонування.

Наприклад, завдяки застосуванню комп'ютерного зору в безпеці аеропортів можна запустити комп'ютерну томографію для поліпшення виявлення загроз, біометрію, щоб зменшити час обробки для відповідності модальностей, таких як особа або відбитки пальців, відстежувати ваші цифрові сліди або телефонні гучності в заборонених країнах, створювати 3D зображення пасажирів і ідентифікувати будь-які предмети на тілі людини, щоб виявити металеву і неметалеву зброю чи розумне рентгенівське сканування багажу для механічної ідентифікації вибухових речовин.

Аеропорти можуть надавати туристам оцінку часу очікування з підтримкою технічного розуму як реального часу на контрольно-пропускних пунктах. Це дає пасажиром уявлення, скільки часу вони орієнтовно проведуть у черзі безпеки. Пасажири можуть отримати доступ до даних на веб-сайтах аеропорту перед виходом з дому, що усуває хвилювання з приводу пропущених рейсів тощо.

До або під час онлайн-реєстрації авіаперевізники можуть запропонувати пасажиром можливість сканувати особисті паспорти, а не вводити дані вручну. Він більш згладжений, стрімкий та може попередити пасажиром про термін функціонування паспорта. У поєднанні аеропорти можуть легко обмінюватися інформацією про рейси з пасажиром. Замість того щоб шукати екран вильоту, пасажиром можуть просто сканувати посадкові талони і отримувати оновлення про призначення воріт, терміни посадки та інші необхідні деталі [38].

Системи з підтримкою технічного розуму можуть керувати всіма електричними дверима для пасажирів. Наприклад, після прибуття пасажиром висаджуються з літака і переміщуються через термінал до воріт так само, як самостійний транспортний засіб з їх заздалегідь завантаженим багажем прибуває до них, щоб передати їх до місця призначення. Пасажиром більше не доведеться витрачати час на трудомісткі черги та реєстрацію, тому що вони отримують абсолютно керовані літаки, транспортні засоби, аеропорти та зворотні поїздки.

Огляд пасажиропотоку та його поведінка з підтримкою систем комп'ютерного зору може надати допомогу зробити набагато кращу інфраструктуру та екосистеми для пасажирів. Широкі проходи, точні місця для відпочинку, туалети, ресторани, магазини — всі ці дані можна застосовувати багатьма різними способами.

Адитивне виробництво, або 3D-друк, в найближчому майбутньому вплине на сферу авіаційних послуг, і авіаційна промисловість не є винятком. Натомість щоб вирізати або виготовляти виріб з більшого блоку матеріалу, адитивне виробництво «виросує» продукцію, друкуючи по одному тонкому шару за раз. Ця спецтехнологія різко змінить те, як будуються компоненти літаків та аеропортових об'єктів [1, с.320].

При застосуванні адитивного виробництва з'явиться можливість виробництва легких літаків. Зниження ваги літака знизить витрати на паливе і продовжить термін служби, що в даний час є вагомим фактором. Технологія також допоможе інженерам перевірити результативність перед виробництвом завдяки більш стрімкому прототипу, меншому виробництву відходів та стабільності.

Те саме стосується генеративного дизайну — він починається зі збору даних про цілі проектування, критерії та параметри на все, від матеріалів і способів виробництва до обмежень витрат. Після цього ці дані подаються в програмне забезпечення для технічного розуму, що виготовляє десятки, а то й сотні потенційних дизайнерських рішень.

Сьогодні для виробництва кількох концептуальних конструкцій дизайнеру доводиться оцінювати вимоги проектного плану, проводити обстеження об'єктів, збирати існуючі креслення, проводити дизайнерські наради та розробляти критерії проектування — це дуже трудомістко [33].

Завдяки генеративному дизайну дизайнерські команди можуть виявити шляхи проектування, які вони ніколи не вважали допустимими через когнітивні упередження або сліпі цятки.

Посадка сучасного літака — досить непростий і вимогливий процес, що потребує особливого підходу та особливої уваги як екіпажу, і наземних служб. Для

полегшення та поліпшення цього процесу може бути використана технологія механічної посадки літака на базі Computer Vision.

Усі літаки рухаються грубою або еластичною траєкторією, що має два задані підходи. У разі планковий шлях встановлюється наземними пристроями з урахуванням радіобладнання, тоді як у другому – інформація про стан літака та точки посадки надходить з камер за допомогою комп'ютерного зору.

Перший має істотні недоліки, особливо складність радіобладнання. Також вони не відмінно працюють з тісними радіосигналами, відбитими від землі, коли літак спускається з низьких висот [35].

Другий більш правильний — відстеження літака механічно керує літаком при посадці за кадрами відео в режимі реального часу після того, як він проходить далекий маркер — 7 200 метрів від зони посадки. Натомість посадка контролюється математичною моделлю руху літака. І Computer Vision спостерігає за площиною, поки вона не пройде ближній маркер, механічно усуваючи всі існуючі відхилення [37].

Останнім часом Airbus успішно виконав таку комп'ютерну систему з допомогою бачення (vision-based system), але зі злетами. Цей механічний прояв був спричинений винайденням спецтехнології розпізнавання зображень, що був встановлений у літаку. Це перший у своєму роді. Сьогодні літаки покладаються на розробку наземного обладнання, систему посадки приладів (Instrument Landing System — ILS), що існує в аеропортах по всьому світу [36].

1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності на ринку авіаційних послуг

Існує безліч методів оцінки конкурентоспроможності товарів чи послуг. Вибір певного методу оцінки залежить від характеру товару (покупця про-канал, послуга чи товари індустріального використання), доступна інформація-строковість оцінки, цільова аудиторія, доступність джерел (включаючи фінансові джерела) тощо.

Кінцевою метою збільшення конкурентоспроможності авіакомпаній на ринку авіаційних послуг є, як завжди, більш висока виручка та загальне збільшення прибутковості, вихід на нові ринки та стабільність організації.

Удосконалення фінансового стану компаній в сфері цивільної авіації могло бути досягнуто за рахунок кращої якості послуг, що надаються, результативних способів, логістичного поліпшення та соціопрограм поліпшення. Будь-який крок до показів над будь-яким з цих напрямів підприємницької діяльності безпосередньо впливає на збільшення прибутку, сприяючи, таким чином, загальному зростанню конкурентоспроможності авіаліній.

Відтак вимір ступеня конкурентної боротьби на ринку авіапослуг має величезне значення як для тих, хто приймає рішення у приватній промисловості (рішення по входу/виходу, стратегії диференціації/асиміляції тощо), так і для регулюючих органів, які мають на меті встановити конкурентну політику і прийняти рішення щодо значних аспектів ринку (зняття бар'єрів для входу, накладення обмежень на поведінку чи стратегії фірми тощо).

Існує безліч способів оцінки конкурентоспроможності, але на ринку авіаційних служб раціонально застосовувати наступні [44], (див. Табл. 1.1):

— індекс Гіршмана-Герфіндаля (з англ. — Hirschmann-Herfindahl index, далі за текстом-ННІ), безперечно, найзнаменитіший через його просту інтерпретацію та вимог до легких даних. ННІ складається із застосуванням часток ринку конкуруючих фірм, виражених різними способами залежно від цілей вивчення (частка часто, частка пасажирів, частка місткості, частка доходу тощо);

— показники концентрації (з англ.-concentration ratios, далі за текстом-CR) широко використовуються у різних секторах, оскільки вони фіксують ринкові частки найбільших фірм, щоб оцінити рівень олігополістики цього ринку. Цей індекс, нарівні з аналогічними індексами, застосовувався для огляду та регуляторної політики до 1980-х років;

— маржа ціни і витрат (індекс Лернера) вимірює збільшення ціни над граничними витратами або відносну виручку, що інкапсулює видозміну конкурентної боротьби.

Найпоширеніші показники конкуренції

Назва	Абревіатура	Пояснення
Число конкурентів	n	Простий підрахунок конкурентів
Коефіцієнти концентрації	CR	Сума ринкових часток найбільших фірми, де індекс n заздалегідь визначений
Індекс Гіршмана Герфіндаля	ННІ	Сума квадратів ринкових часток усіх фірм на ринку
Маржа ціна-витрати	Індекс Лернера	Він вимірює надбавку в ціні над граничною вартістю або відносний прибуток, що інкапсулює зміну конкуренції.

Джерело: Складено автором за даними адміністрації США.

З іншого боку, вимір конкурентної боротьби з допомогою вищезгаданих індексів перестав бути безпроблемним. Індекс ННІ та інші часто використовувані показники вказують на очікування конкурентної боротьби, але не вказують на рівень конкурентної боротьби між фірмами або продуктами або рівень конкурентної боротьби на ринку. Іншими словами, дуополія з низькими цінами є результатом насиченої конкурентної боротьби, а дуополія з високими цінами через відсутність суперників на ринку авіаційних служб може мати рівні значення ННІ, правда вони мають твердо різний вплив на покупців. Щоб подолати цю проблему, були значні спроби уточнити індекс ННІ, розглядаючи гетерогенність продуктів за допомогою оцінок гнучкості перехресних цін, що дає нормальну міру близькості. Цей показник значною мірою залежить від великих даних про витрати конкуруючих на ринку підприємств, які дуже важко чи неможливо отримати [36].

Вимірювання, що включає ринкові частини авіакомпаній, а також ступінь перекриття та заміни між їх конкуруючими службами. Нарешті, індекс CR має фактичне лімітування через довільний характер його граничної точки, що приймає різну кількість суперників на ринку авіапослуг.

Як і в будь-якій іншій галузі, авіакомпанії можуть сконцентрувати свою конкуренцію на двох основних фронтах: цінової та нецінової конкурентної

боротьби. Тобто ціна є одним із основних способів вимірювання конкурентної боротьби на ринку авіаційних послуг.

Значною мірою конкурентна битва ведеться із застосуванням ціни як основна зброя. Суперництво в цінах (тобто тарифах) набуває вирішального значення після процесів дерегуляції, що спочатку встановилися в Сполучених Штатах, як уже згадувалося в минулому підпункті цього розділу, а незабаром після того, як поширилися на Європу та держави Азії [45].

Під егідою нового регуляторного середовища, на ринок вийшла низка абсолютно нових перевізників, що посилює конкуренцію і в результаті призвело до зниження цін на авіаквитки. Серед новачків на ринку лоукост-перевізників у 1990-х роках, спочатку на чолі з Southwest у США, спричинило різкий тиск на зниження тарифів.

У Європі на ринок авіаційних послуг виникло значне проникнення лоукостерів, які зробили тектонічне зміщення в авіаційному ландшафті – у 2005 року вони займали 16,5% з погляду місткості, і лише за десятиліття вона збільшилася більш ніж удвічі до 37% [48].

Завдяки своїй сконцентрованій, простій бізнес-моделі, яка значною мірою покладається на мережу, керовану з незначних, менш перевантажених аеропортів, лоукостерам вдалося запропонувати значно нижчі тарифи в порівнянні зі своїми суперниками з повним комплектом послуг на ринках, що перекриваються. Щоб результативно пристосуватися до нових ринкових умов і зменшити тиск конкурентної боротьби, авіакомпанії з повним спектром авіапослуг у Європі почали реструктуризувати свої бізнес-моделі, вводячи недорогі дочірні компанії, що дозволило їм брати участь на ринках, до яких не мають доступу їх основні конкуренти зі своїми високими витратами[40].

Вивчаючи цінову реакцію операторів повного спектру послуг, коли лоукостери виходять з ринку, виявляється, що суперництво з лоукост-перевізниками досить поступово знижує тарифи як бізнесу, так відпочинку перевізників з повним спектром послуг, з акцентом на тарифи середнього сегмента.

Втім, битва, заснована тільки на ціні, дуже часто є неадекватною стратегією, тому що її довга стійкість може призвести до ринку з декількома компаніями[40].

Крім конкурентної боротьби у цінах, авіакомпанії намагаються диференціювати себе через інший, не пов'язаний із ціною аспект запропонованих своїм замовникам послуг. Це особливо видно у ситуації, коли конкуренти мають порівнянні тарифи, а перевізник з найкращим дизайном товару відволікає пасажирів від інших перевізників.

Як і в багатьох інших галузях, частота польотів і розклад часто відіграють вирішальну роль в конкурентному середовищі, з якою стикаються авіакомпанії. Добре відомо, що різні секції ринку матимуть різні вимоги до графіка. Якщо авіакомпанія змагається за збереження сегменту бізнес-пасажирів на ринку коротко-магістральних рейсів, вона, як правило, намагатиметься запропонувати принаймні ранковий та ранній вечірній рейс у будь-якому напрямку у будні дні, у свою чергу рейс у вихідні дні буде комфортнішим для пасажирів.

Покупці високо цінують зручність розкладу рейсів з декількома годинами вильоту, тому що тоді вони можуть знайти рейс ближче до бажаного часу відправлення. Частота польотів особливо значуща для пасажирів із високою ціною, які готові платити, щоб знизити затримку за розкладом.

Збільшення кількості пасажирів призведе до більшої частоти польотів. Авіакомпанія повинна бути дуже обережна при прийнятті рішень, тому що угода між частотою і розміром літака може вплинути на фінансові підсумки і позицію авіакомпанії на ринку.

Від того, що ринки стають все більш конкурентними, велика кількість авіакомпаній застосовують доктрину «брендингу», щоб відрізнити свою продукцію від продукції інших авіакомпаній, що продають за такими ж схожими цінами. Авіакомпанія може розробити логотип, колірні рішення, інтер'єр салону, форму бортпроводника, зовнішній вигляд інтернет-сайту та багато іншого, намагаючись зробити це краще ніж у суперників. Таким чином, авіакомпанія створює бажаний корпоративний образ як серед своїх замовників, так і серед населення в цілому. Наприклад, рекламна кампанія Singapore Airlines у 1980-х зробила публічний образ

компанії з привітним та уважним персоналом салону, наголошуючи на аспекті «спеціальної опіки» про кожного її пасажера. З'ясувалося, що реклама відіграла ключову роль у підтримці надзвичайно високого показника завантаження протягом цього періоду. Таким чином, позитивний корпоративний образ може надавати цінність фірмі багатьма способами. З іншого боку, негативні види можуть розламати репутацію підприємства міста і відштовхнути її замовників [40].

Як уже згадувалося, авіакомпанії активно конкурують у тарифах та властивостях продукції. Ці два компоненти продукту чітко і конкретно виражені: можна легко порівняти тариф, запропонований однією авіакомпанією, з тарифом, запропонованим суперником(ами) для певного рейсу, або загальний час у дорозі прямого рейсу на відміну рейсу з однієї чи більше зупинок. Навпаки, оцінка зручності сидіння, якості сервісу авіакомпанії або її сайту є суб'єктивною. Сприйняття пасажирями властивостей продукту буде різним для будь-якого рейсу та між різними пасажирами одному рейсі.

Таким чином, брендинг і ціна відіграють значну роль у конкурентній боротьбі авіаперевізників і можна віднести як до одного з методів оцінки конкурентоспроможності на ринку авіаційних послуг.

Низькі ціни залучають покупців та збільшують частоту польотів у різні регіони, а брендинг, у свою чергу, заохочує пасажирів звернути увагу на послуги тієї чи іншої авіакомпанії. Всі ці аспекти можна віднести до певного окремого способу, який використовують компанії не тільки в цивільній авіації і називається SWOT-аналіз [40].

Даний спосіб застосовують для огляду конкурентного середовища авіакомпанії, визначення її частки на ринку повітряних перевезень, а також огляду факторів, що впливають на активність авіакомпанії.

До цього методу можна віднести певний перелік, що досліджує SWOT-аналіз авіапослуг:

- зручність сервісу;
- вартість послуги;
- якість сервісу;

- реклама послуг;
- безпека сервісу;
- регіон;
- загальне суперництво над ринком.

Цей метод виражає процес аналізу зовнішнього ринку та його порівняння із внутрішніми перспективами авіакомпанії. Як результат, можна визначати ключові чинники компанії, слабкі та міцні сторони конкурентів. Даний аналіз компаній для сфери авіаційних послуг доцільно проводити у п'ять етапів.

Під час першого етапу визначаються переваги авіакомпанії на ринку послуг — її тарифна політика, кваліфікація персоналу, виробничі фонди, географічне положення, розвиток технологій та інфраструктури, стиль менеджменту (маркетингу), конкурентоспроможність системи управління. До переваг авіакомпанії може бути віднесено географічне положення, гнучка та стабільна інфраструктура [40].

Під час другого етапу SWOT-аналіз вивчає загальні слабкі позиції в сфері конкуренції. Доцільно почати аналіз з конкурентоспроможності певних послуг авіакомпанії на всіх доступних ринках. Після даного аналізу проводиться збір інформації стосовно послуг авіакомпаній-конкурентів. При використанні даного аналізу визначаються слабкі сторони послуг компаній-конкурентів. Недоліками при порівнянні з конкурентами можуть бути певні фактори так, як:

- відсутність цілісної інформаційної системи;
- відсутність модернізації літальних апаратів;
- маслостійкість якісних показників надання послуг споживачам;
- неефективна експлуатація авіаліній.

Під час SWOT-аналізу постає необхідність дослідження макроекономічного середовища авіакомпанії, складові якого можуть бути економічні, ринкові, технологічні та політичні показники. Цей процес є необхідним для запобігання певних збитків та зовнішніх загроз.

До таких загроз можна віднести:

- загальне зниження інтересу на авіаперевезення у світі;

- низька купівельна спроможність населення певного регіону;
- посилення конкурентної боротьби з провідними авіакомпаніями світу.

Під час четвертого етапу подібного аналізу повинні вивчатись стратегія авіакомпанії входу на ринок при застосуванні тактичних можливостей (активи, капітал, тощо), які є необхідними для запобігання подібних загроз котрі були перелічені, та збільшення сильних сторін учасника ринку авіаційних послуг. Щодо перспектив, то можна зауважити, що в умовах глобалізації доречно використовувати ринки європейських країн та нашої держави, які характеризуються певними розширеннями авіаліній та великим притоком авіаперевізників.

На кінцевому п'ятому етапі SWOT-аналізу, конкурентні переваги авіакомпанії повинні узгоджуватися з її перспективами на ринку цивільної авіації для створення проектного плану окремих стратегії авіакомпанії.

Оцінка рівня конкурентоспроможності за допомогою SWOT-аналізу акумулює головні оцінки господарської діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко та ефективно отримати картину стану авіаперевізника на галузевому ринку. Аналіз сильних і слабких сторін компаній на авіаційному ринку послуг дає можливість для подальшого розвитку та поліпшення конкурентоспроможності, тобто з допомогою проведеного аналізу можна розробити заходи щодо вдосконалення стану конкурентних переваг певної авіакомпанії [40].

Висновки до 1 розділу

Характеризуючи структуру ринку цивільної авіації можна зазначити, що він поділяється на певну класифікацію:

- авіакомпанії;
- аеропорти;
- компанії лоукостери;
- регіональні союзи;

- міжнародні організації;
- споживачі (пасажирів).

Всі ці важливі складові утворюють зовнішнє середовище авіаперевезень та є взаємодоповнюваними.

Що стосується, підходів які регулюють господарську діяльність авіаційних перевезень — можна стверджувати, що дерегуляція та лібералізація є основним початком регуляторної політики країн світу. Деретуляція як процес започаткований в 1978 році в США, котрий призвів до значного зростання конкуренції, зниження тарифів, розвитку низькобюджетних авіакомпаній.

Лібералізація ринку характеризується поступовим зняттям обмежень до міжнародних ринків (тобто до авіаційного простору), збільшення міжнародної конкуренції, консолідації авіаперевізників. Таким прикладом є двостороння угода США та країн ЄС, яка збільшила авіапотік та конкуренцію між двома континентами.

Також, існує низка міжнародних організацій, які впроваджують певні регуляторні процеси та впливають на конкуренцію авіакомпаній в регіонах: ІКАО та ІАТА.

Серед методів, які оцінюють конкурентоспроможність авіаційних послуг можна виділити:

- індекс Гіршмана-Герфіндаля. Цей індекс складається із застосуванням часток ринку конкуруючих фірм, виражених різними способами залежно від цілей вивчення (частка часто, частка пасажирів, частка місткості, частка доходу тощо);
- показники концентрації широко використовуються у різних секторах, оскільки вони фіксують ринкові частки найбільших фірм, щоб оцінити рівень олігополістики цього ринку. Цей індекс, нарівні з аналогічними індексами, застосовувався для огляду та регуляторної політики до 1980-х років;
- маржа ціни і витрат (індекс Лернера) вимірює збільшення ціни над граничними витратами або відносну виручку, що інкапсулює видозміну конкурентної боротьби.

— SWOT-аналіз. Цей метод виражає процес аналізу зовнішнього ринку та його порівняння із внутрішніми перспективами авіакомпанії. Як результат, можна визначати ключові чинники компанії, слабкі та міцні сторони конкурентів. За допомогою SWOT-аналізу можна розробити заходи щодо вдосконалення стану конкурентних переваг певної авіакомпанії.

РОЗДІЛ 2

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

2.1 Сучасний стан та тенденції світового ринку авіаційних послуг

Авіапослуги в сьогоденні відіграють визначальну роль в світовій економіці. Її науково-технічні досягнення стають результативним елементом поліпшення сучасного соціуму. Якщо вимірювати в фінансовому еквіваленті, то результатом діяльності світового повітряного флоту є 700 млрд. долл. США. Дивлячись на тенденцію розвитку, можна сказати, що щорічне збільшення пасажирообігу становить 6-7%.

З приводу реалізації продукції — велика кількість підприємців також залежить від авіаційної сфери. Провівши аналіз, можна відзначити, що більше 25% компаній у світі є залежними від даного виду транспорту. Зокрема, для 70% з них застосування літаків є ключовим при побудові бізнесу.

Потреба у авіаційному перевезенні постійно росте. Це спричинило розробку модернізованої комплексної повітряної системи. Вона володіє достатньою гнучкістю та економічною продуктивністю. При чому, одним з ключових чинників, при побудові даної системи отримання максимально можливої мобільності у повітряному просторі. Конструкція нових літаків включатиме у себе систему, що надаватиме їм можливість виконувати складні маневри задля польотів за важкими траєкторіями в умовах насиченого руху.

Світова тенденція поліпшення цивільної авіації свідчить про те, що з усім роком у світовій авіаційній практиці здійснюється величезна консолідація та інтеграція суб'єктів ринку як на функціональній, так і на технологічній основі — створюються сильні консорціуми та альянси авіаперевізників та структур, що їх постачають. Реалізація певних спілок, або як їх ще називають альянсів, стали необхідною умовою існування на ринку в умовах економіки. Існує три етапи виробництва спілок:

— 1-й етап сконцентрований переважно на придбанні додаткового доходу за рахунок залучення більшої кількості пасажирів за рахунок розширення маршрутної мережі та універсального маркетингу;

— 2-й етап зосереджується на економії витрат, а також на продовженні та зміцненні співробітництва на 1-му етапі і передбачає окремі угоди в одній або кількох певних областях, де спільна активність може зменшити витрати. Реалізація перших двох етапів не обов'язково поєднує довгостроковий союз. Допустимо його розпад чи вихід із нього; Щоправда довше існує союз, тим він вужчий, якщо співробітництво переважно здійснюється у сфері зниження витрат;

— 3-й етап – об'єднання альянсу, коли партнери починають змішувати свої активи колективно та застосовувати їх спільно, включаючи спільну розробку продуктів та спільні підприємства для регулювання різних аспектів своєї діяльності. Завершальним етапом є повне злиття компаній-членів Альянсу.

Модернізації також підлягатимуть і наземні об'єкти авіаційної інфраструктури аеропортів та авіакомпаній. Щоб запобігти часових та грошових витрат авіакомпаніям 21 століття необхідно вирішувати ще низку питань:

— проектування нового графіку з розподілу вільного часу у розкладах для авіаперевезень, комплексне управління графіком руху;

— запровадження автоматизованості процесу щодо обробки пасажирських та вантажопотоків;

— розробити максимально результативний механізм керування руху по повітряному полю та координацію часу зльотів-посадок [37].

Великий об'єм послуг — фактор, що значно виділяє компанії серед конкурентів та надає їм великої переваги на сучасному ринку повітряних перевезень. Вдалим варіантом для вирішення цього питання є запровадження поїздок gate-to-gate. Дана схема надає компаніям можливість з'єднати всі моменти пасажирських перельотів, а також перевезення вантажів. Окрім цього, не слід забувати про існування основних критеріїв якості для пасажирських перевезень, таких як:

— зручний графік польотів;

- ввічливий персонал та якісний сервіс на борту;
- виплати та компенсації за допустимі зміни у графіку зльотів/посадок.

До головних чинників, що впливають на динамічне устаткування ринку авіаційних послуг належать [37]:

- швидкість зростання міжнародної економіки;
- потреба у виникненні більшої кількості робочих місць;
- задоволення попиту на авіаперевезення у майбутньому;
- надання якісного сервісу згідно з вимогами пасажирів та зручності авіакомпаній;
- створення знання про авіацію, як вид безпечного та екологічного транспорту.

Згідно з очікуваннями більшості експертів, головне економічне зростання в наступні десятиліття пов'язується з Китаєм і Азіатсько-Тихоокеанським регіоном в цілому, які надаватимуть темпи зростання, що набагато випереджають середньосвітовий рівень. Тільки регіони Близького Сходу, Африки та Латинської Америки вийдуть на рівень вище за середньосвітові темпи зростання ВВП. Північна США та Європа за темпами зростання ВВП значно поступатимуться лідерам і відставатимуть від середньосвітового рівня [22], (див. Табл. 2.1).

Згідно з прогнозними даними IATA в документі «Economic performance of the airline industry» у 2017 році понад 4 млрд. осіб скористалися послугами повітряного транспорту для реалізації ділових та туристичних поїздок. У порівнянні з попередніми роками кількість перевезених пасажирів збільшилася на 7,5% згідно з прогнозами. Тобто у 2017 року авіарейсами скористалися рекордні 4,1 млрд. людей по всьому світу, а авіакомпаніями було виконано близько 37 млн. рейсів.

За даними ІКАО, поштові зростання авіаперевезень додали збільшення обсягу інвестицій в економіку прогресуючих країн, а також вплинув на зростання кількості лоукостерів, що пропонують квитки за мінімальними цінами з мінімальним рівнем сервісу. Лоукостери за останні 5 років, не включаючи пандемію, перевезли 1,2 млрд. пасажирів, що становить близько 30 % від

універсального числа. Вантажні перевезення збільшилися на 9,6 %, що дозволило заявити про значні обсяги зростання.

Таблиця 2.1.

Територіальне зростання ВВП у регіонах %, у 2001-2020 рр. і прогнози на майбутнє до 2036 р.,%.

Регіон	2001-2020 роки	2016-2036 роки
Китай	9,2%	5%
Європа	1,4%	1,7%
Латинська Америка	2,6%	3%
Близький Схід	4%	3,4%
Північна Америка	1,8%	2,1%
Африка	4,4%	3,6%
Світ	2,7%	2,8%

Джерело: Складено автором за даними Державної служби статистики України

Слід зазначити, що низька ціна нафти дозволила авіакомпаніям стримати зростання цін, отже, стимулювати перевезення. Ціна на авіапослуги у 2018 році збільшилася на 25% у порівнянні з 2017 роком і стала найнижчою ознакою за останні 10 років [25].

Якщо розглядати санкційну політику проти Російської Федерації, можна стверджувати, що подальше становлення авіаперевезень може зазнати істотної рецесії, адже держава є одним з найбільших експортерів нафти і газу.

Розгляд ретроспективи світового пасажирообороту в період з тисяч дев'ятсот сімдесяти по дві тисячі шістнадцять роки показує, що перед цим відзначалися періоди уповільнення універсального зростання, пов'язані з важкими процесами загальносвітового значення в економічній (паливна криза 1970-х років ХХ ст. або банківська криза ХХІ століття) та геополітичній сферах (криза в Перській затоці початку 90-х років, терористична атака 11 вересня 2001 р., війна в Іраку у 2003 році). Прогноз динаміки пасажирообороту до 2036 року передбачається зростанням з 7 до 17 трлн. пас. / км. у тому випадку, якщо нові драматичні події не вплинуть на нинішні прогнозні очікування [48].

Якщо порівняти динаміку міжнародних та внутрішніх перевезень пасажирів у світі в 2006 році та 2019 до пандемії, то можна зазначити, що кількість пасажирів за період, була зросла майже вдвічі, загальна кількість пасажирів, що перевозяться на регулярних рейсах, зросла до 3,1 млрд. пасажирів, що на 7,4% більше, ніж за останні десять років, а кількість відправлень повітряних суден у 2016 році досягла 35,4 млн., що на три, 7% більше, ніж у 2015 році [40].

Обсяг регулярних пасажирських авіаперевезень, виражений у виконаних платних пасажирокилометрах (КПК), показав прихід на 7,4%, склавши 7,1 млрд. долл. США. Згідно з прогнозними даними ІКАО, у 2022 році він складе 9 трлн. пас. / км., на 2026 року – 11,5 трлн. пас. / км., у 2031 році – рівно вдвічі більше, ніж у 2016 році, а саме 14,2 трлн.пас. / км.. Найвищий обсяг пасажирських авіаперевезень буде 2036 році, а саме 17,1 трлн.пас. / км. [22], (див. Табл. 2.2).

Пасажирські авіаперевезення одними з перших реагують на видозміну макроекономічного мікроклімату. Динаміка поліпшення промисловості авіаперевезень вже давно визнана одним з головних індикаторів економічного благополуччя певних регіонів і світу в цілому. Внаслідок цього світовий повітряний транспорт характеризується високою концентрацією територіальних перевезень.

За географічним поділом Європа залишається найбільшим авіаринком світу, займаючи тридцять сім відсотків універсального обсягу перевезень і показуючи стійке зростання 8,1% у 2020 році [26].

2-е місце займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон з часткою в 29% і приходом 9,6%. Близький Схід становить 14% та 11,2% темпів зростання у дві тисячі сімнадцятого року.

Північна США займає 13% глобального ринку, показуючи найбільш неквапливе зростання в 4,9% серед інших регіонів. На Латинську Америку і Карибську зону колективно доводяться 4% світових авіаперевезень, при цьому регіон зростає швидше за інших, маючи збільшення в 10%. Африка займає 3% світового ринку, показуючи зростання в 7,6%, що краще за попередні показники [26], (див. Табл. 2.3).

Динаміка світового пасажирообороту та темпи зростання/спадання за останні роки десятиліття , та прогноз на 2036 рік, трлн. пас./км, %.

Роки	Пасажирообіг, трлн. пас./км	Темпи зростання / спадання, %
2006	4	6,7
2011	5,1	10,5
2016	7,1	7,4
2026	11,5	11,5
2031	14,2	14,2
2036	17,1	17,1

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Федеральної Авіаційної Адміністрації США (ФАА).

Зазвичай найбільший обсяг світового парку повітряних суден сконцентровано у мережевих авіакомпаніях. Водночас, низькобюджетні авіаперевізники останніми роками також прогресують досить динамічно. Однією з останніх тенденцій стало взаємопроникнення елементів різних бізнес-моделей авіакомпаній, що призвело до ускладнення їхньої систематизації за групами. Варто відзначити, що 2017 рік став найнебезпечнішим за всю історію авіації.

З 1 січня до полудня 31 грудня 2017 року у світі трапилося 9 авіакатастроф, в результаті яких втратили життя 67 осіб. Це найнижчі показники за всю історію авіації, про що повідомляє Aviation Safety Network (ASN) [45].

Цілком ймовірно, що темпи по застосуванню повітряного транспорту в найближчі 20 років продовжать зростати: лідерами зростання стануть КНР, країни Латинської Америки і Близького Сходу, причому загальносвітові темпи зростання автотранспорту дещо уповільняться в порівнянні з попереднім десятиліттям, що пов'язано з процесами насичення ринку.

За даними IATA у територіальному прогнозі сфери в 2022 року, Китай обжене США за обсягом перевезень вантажів та пасажирів, та стане лідером світового авіапоказника. Останнім часом китайські авіакомпанії значно розширили свої міжнародні напрями. Становлення авіаринку змушує держслужбовців

розвивати інфраструктуру, а виробників створювати нові повітряні судна. Уряд КНР ставив за мету за 2016-2010 роки звести 44 нових аеропорти.

Таблиця 2.3.

Розподіл повітряних перевезень пасажирів у світі (%)

Регіон	Частка галузі у %
Близький Схід	14%
Північна Америка	13%
Латинська Америка та Кариби	4%
Азійсько Тихоокеанський регіон	29%
Африка	3%
Європа	37%

Джерело: Складено за автором Федеральної Авіаційної Адміністрації США (ФАА).

Зараз за даними IATA, у найближчі 20 років вплив Європи на світовий ринок авіаперевезень падатиме, а Азії – посилюватиметься. До десятки держав-лідерів увійдуть «азіатські новачки», а саме Індія, Індонезія, Таїланд і Туреччина, а Франція та Італія позбавляться головних позицій в авіарейтингу. Після пандемії як чинника на авіаперевезення у світі маємо крутий спад у порівнянні з попередніми роками [37], (див. Табл. 2.4).

Таблиця 2.4.

Кількість авіарейсів 2017-2021 роки

Рік	Кількість рейсів (млн)
2017	36,4
2018	28,1
2019	38,9
2020	16,4
2021	22,2

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA).

Можна зазначити, що з допомогою міжнародних авіаційних організацій забезпечується своєрідне функціонування міжнародної цивільної авіації, розробка та становлення норм міжнародного повітряного права. Чільне місце серед них займають Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО) і Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), що вже багато років вносять свій внесок у стабільне та безпечне становлення міжнародних авіаційних перевезень у світі. Так під безпосереднім контролем ІКАО та ІАТА відбувається близько дев'яноста п'яти% пасажирських авіаперевезень у всьому світі.

2.2 Суб'єкти світового ринку авіаційних послуг

З'явившись у ХХ столітті, авіаційне повідомлення розширило міжнародні транспортні зв'язки. В даний час неможливо уявити життя без можливості переміщення людей і вантажів по авіатранспорту. В даний час існують певні суб'єкти, що регулюють як ринок авіаційних служб, так і сам процес авіаперевезення. До таких механізмів можна віднести міжнародні організації, організації авіаперевізники та національні регулятивні органи.

До міжнародних суб'єктів з безпеки авіаперевезень можна віднести організацію цивільної авіації (з англ. — International Civil Aviation Organization, далі за текстом — ІКАО) і асоціацію повітряного транспорту (з англ. — International Air Transport Association, далі за текстом — ІАТА).

Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), що є спеціалізованою установою Організації Об'єднаних Націй, була зроблена в результаті підписання в Чикаго 7 грудня 1944 р. Конвенції про міжнародну цивільну авіацію. ІКАО стежить за безпечним і планомірним зростанням міжнародних повітряних сполучень.

Мета ІКАО полягає в задоволенні потреб населення в безпечному, регулярному, результативному та економіко-міжнародному повітряному транспорті та забезпеченні безпечного та планомірного зростання міжнародної цивільної авіації у всьому світі. Вона заохочує проектування та експлуатацію

літаків у миролюбних цілях, реалізація та становлення авіаліній, аеропортів та навігаційного обладнання [26].

Для досягнення поставлених цілей ІКАО:

— приймає стандарти і рекомендації, що застосовуються до конструкцій і властивостей літаків і більшості їх обладнання, що регламентують роботу пілотів, льотних екіпажів, авіадиспетчерів і працівників наземних служб і служб технічного сервісу, а також вимог безпеки та порядку роботи міжнародних аеропортів;

— розробляє правила візуального пілотування та пілотування по приладах, а також аеронавігаційні карти, що використовуються в міжнародній навігації. До сфери її відповідальності входять також системи авіаційних телекомунікацій, радіочастоти та заходи безпеки;

— вживає заходів щодо мінімізації впливу авіації на навколишнє середовище за рахунок скорочення викидів та обмеження рівня шуму літаків;

— полегшує рух літаків, пасажирів, екіпажів, багажу, вантажів та поштових відправлень через кордони за рахунок стандартизації митних, імміграційних, санітарних правил та інших формальностей [22].

Від того, що випадки нелегального вторгнення в повітряний простір продовжують створювати солідну загрозу безпеці та безпеці міжнародної цивільної авіації, ІКАО здійснює ряд заходів і програм, спрямованих на запобігання таким вторгненням. ІКАО у зв'язку з терористичними атаками 11 вересня дві тисячі один р. на США розробила план дій із забезпечення безпеки повітряних перевезень та програму підготовки в галузі безпеки польотів, яка в реальний час включає сім навчальних курсів [26].

В даний час ІКАО містить десять центрів підготовки в галузі безпеки польотів, сприяючи територіальній співпраці у цій найважливішій сфері.

Крім того, ІКАО виконує запити прогресуючих країн на допомогу в поліпшенні авіатранспортних систем і підготовці авіаперсоналу. Вона допомогла у розробці територіальних центрів навчання у низці прогресуючих країн та забезпечила можливість для тисяч учнів займатися у школах, зареєстрованих ІКАО.

В даний час ІКАО розробляє супутникову систему для задоволення майбутніх потреб цивільної авіації в організації зв'язку, навігації, радіолокаційного спостереження та управління повітряним рухом. Для вирішення зростаючих експлуатаційних потреб у цій системі застосовуються найновіші досягнення в галузі супутникових та комп'ютерних спецтехнологій, каналів передачі даних та бортової авіаційної електроніки. Ця комплексна глобальна система дозволить підвищити безпеку та рівень організації та експлуатації повітряного транспорту. Система, схвалена державами-членами ІКАО, зараз перебуває в стадії реалізації [22].

Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА) представляє, управляє та обслуговує сферу авіаперевезень. Її діяльність ІАТА направлена на забезпечення безпечності перевезень, технічної перевірки, створення цін, встановлення міжнародних стандартів, постанови юридичних, медичних, фінансових питань, контроль за реалізацією взаєморозрахунків між суб'єктами авіатранспорту. Усіма цими питаннями займається спеціально створена Клірингова Палата ІАТА, крім того, асоціація є певним банком інформації для авіакомпаній. Головною метою ІАТА є допомога авіакомпаніям у спірних питаннях, які вони не могли б вирішити самостійно [25].

В даний час двісті сорок авіакомпаній зі ста вісімнадцяти держав є членами ІАТА. Організації, які ще не вступили, але бажають це зробити, мають пройти акредитацію від асоціації. Вона є важливим елементом і знаком якості сервісу.

ІАТА вирішують усі питання, пов'язані з авіаперевезеннями:

- квитки;
- тарифи;
- бронювання;
- реєстрація;
- багаж;
- лімітування та відмова у перевезенні;
- розклад польотів;
- компенсація вартості квитка;

- поведження на борту літака;
- відповідальність;
- чартерні перевезення;
- видові зміни та ліквідації [25].

Адам Сміт визнавав, що суперництво є результативним при більшій кількості суперників, ніж при меншому числі, кількість суперників не завжди призводить до більш насиченої конкурентної боротьби. Ринок виробництва величезних платних літаків включає дві провідні організації виробників Boeing і Airbus, які в свій процес виробництва залучають міжнародні організації в сфері авіаційних послуг. Boeing і Airbus також зацікавлені у стадії розвитку авіаційних послуг тим самим збільшують попит на свої продукцію. Крім постачання літаків, вони також забезпечують технічне обслуговування літаків [25].

Конкурентний тиск, зроблений двома виробниками, зробив багато інновацій в області дизайну та управління літаками, що дозволило їм удосконалити поставки, а в деяких випадках і знизити закупівельні ціни і витрати на оренду для перевізників. На додаток до фірм-суперників на ринку, що частково відображає ступінь конкурентної боротьби, існують незліченні способи, які були використані для вимірювання ступеня конкурентної боротьби та концентрації на ринках.

Airbus — одна з найбільших авіабудівних компаній, що виготовляє однойменні пасажирські, вантажні та військово-транспортні літаки. Штаб-квартира організації знаходиться в місті Тулуза, Франція. Зареєстрована штаб-квартира Airbus знаходиться в Лейден, Нідерланди, але головний офіс знаходиться в Тулузі, Франція. У 2001 році згідно із законодавством Франції була об'єднана в акціонерне товариство.

Штат працівників Airbus складає близько п'ятдесяти тисяч людей, сконцентрований фактично на чотирьох європейських країнах: Франція, Німеччина, Великобританія, Іспанія. Остаточне складання продукції здійснюється на заводах організації у містах Тулуза (Франція), Гамбурзі (Німеччина), Севілья (Іспанія), Тяньцзіні (Китай), Моблібо (США) та Монреалі (Канада)[38].

Boeing — найбільша в світі аерокосмічна компанія та провідний виробник комерційних реактивних лайнерів, а також систем оборони, космічного простору та безпеки. Будучи найбільшим експортером виробництва в Америці, компанія підтримує авіакомпанії, а також державних клієнтів США та союзних держав у більш ніж 150 країнах. Продукція та спеціальні послуги Boeing включають комерційні та військові літаки, супутники, зброю, електронні та оборонні системи, системи запуску, передові інформаційні та комунікаційні системи, а також логістику та навчання на основі продуктивності.

Boeing має давні традиції лідерства в аерокосмічній галузі та інновацій. Компанія продовжує розширювати свою лінійку продуктів і послуг, щоб задовольнити нові потреби клієнтів. Його широкий спектр можливостей включає створення нових, більш ефективних членів сімейства комерційних літаків; проектування, будівництво та інтеграція військових платформ та систем оборони; створення передових технологічних рішень; та організація інноваційних варіантів фінансування клієнтів.

Маючи корпоративні офіси в Чикаго, Boeing налічує близько 160 000 людей у Сполучених Штатах і більш ніж у 65 країнах. Це одна з найрізноманітніших, талановитих та інноваційних працівників. Наше підприємство також використовує таланти сотень тисяч більш кваліфікованих людей, які працюють на постачальників Boeing по всьому світу [32].

Boeing організовано у два бізнес-підрозділи: комерційні літаки та оборона, космос і безпека. Ці підрозділи підтримують Boeing Capital Corporation, глобальний постачальник фінансових рішень; Shared Services Group, яка надає широкий спектр послуг компанії Boeing по всьому світу; і Boeing Engineering, Operations & Technology, яка допомагає розвивати, придбавати, застосовувати та захищати інноваційні технології та процеси.

Також в розвиток та забезпечення цивільної авіації внесли свій вклад такі компанії:

— ARPOL Narzędzia Profesjonalne - польське підприємство, що займається виробленням ручних інструментів, електроінструментів, обладнання для

майстерень, переносних майстерень, спеціальних бойових приладів для літаків, системи освітлення.

— Данська компанія Beatronic Supply виготовляє електронне, замірне та випробувальне обладнання, електронні компоненти. Сфера застосування: авіація, ОПК, електроніка.

— Rohde & Schwarz Österreich GesmbH бізнес з Австрії, що орієнтується на виготовлення електричного обладнання для контролю та вимірювань, систем управління цивільним повітряним рухом, радіомоніторингу та радіолокації.

— IVService країна виробник — Чехія, займається доставкою вимірювального, науково-технічного та випробувального обладнання.

— національне авіабудівне підприємство Антонов налагоджує виробництво літаків.

За використання спільних українсько-американських компонентів був виготовлений планер (тіло літака без силової конструкції та обладнання) основного серійного транспортного літака Ан-178. Близько 2/3 обладнання у згаданому типі літака американського виробництва, ще третина – українського. Саме цей Ан-178 виготовляється на замовлення Перу, адже Україні вдалося виграти конкурс на доставку літаків для Міністерства внутрішніх справ у цій країні. Також запчастини літаків Антонов виготовляються у Франції та Німеччині.

Також, значний вплив ринку авіаційних служб надає лоукост організації. Після появи підприємств із низькими тарифами над ринком авіаційних перевезень прості авіакомпанії, використовують звичайні авіаційні бізнес-методи, зазнали істотну конкуренцію.

Першою успішною компанією, знайомою як лоукост, була Pacific Southwest Airlines. епохальний політ основного рейсу з цінами на квитки в кілька разів дешевший, ніж у суперників, відбувся 6 травня 1947 року. На європейському ринку першими економними авіакомпаніями стали ірландська Ryanair та британська EasyJet, заснована у 90-ті роки. Їхній стрімкий прогрес пов'язаний з розробкою ЄС та майбутньою дерегуляцією повітряного простору Європи – авіакомпанії мали

перевагу літати між державами Європейського союзу без потреби отримувати спеціальні дозволи [40].

Генеральними компонентами лоукост-компанії бізнес-моделі в умовах сьогодні є один клас обслуговування, нескладна структура тарифу з вузькою диференціацією галузей та немає досвіду повернення грошей за невикористаний квиток та сервіси перебронювання. Також низькотарифні авіаперевізники використовують ворожий маркетинг, продуктивну програму використання палива, які пасажирами є мандрівники з вільним часом і бізнес-пасажери [41].

Лоукостери представили новий більш простий приклад розрахунку тарифів, що базується на тарифах в один бік. Вони також використовували систему управління доходами, тому що найдешевші тарифи доступні заздалегідь, а ціна транспортування зростає з наближенням дати вильоту. Цей підхід відрізняється від підходу традиційних авіакомпаній, що продають місця за різними тарифами одноразово, і ціна залежить від умов, що впливають на певний вид придбаного квитка [39], (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Переваги лоукост-перевізників за витратами у %.

Категорія витрат	Переваги лоукост-перевізників над традиційним (%)
Сукупні операційні витрати	до 28%
Екіпаж	до 30%
Паливо	до 3%
Технічне обслуговування та ремонт	до 45%
Збори	до 3%
Обслуговування пасажирів	до 100%
Маркетинг та продаж	до 69%
Оренда площі для стоянки	до 94%

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО).

Загалом можна констатувати, що активність лоукост-компаній зумовила нові обставини на авіаційному ринку, що суттєво збільшило конкуренцію серед перевізників не лише у цивільній авіації, а й на інших видах транспорту. Відповідно традиційні авіакомпанії почали користуватися відомим методом витіснення конкурентів, включаючи створення великих авіаційних спілок.

Слід зазначити існування лінії проблематичних завдань, із якими зустрічаються економні авіаперевізники. Одне з особливо необхідних - значні розгойдування цін на авіаційне паливо. Ці витрати є головними для більшості лоукостерів на відміну традиційних авіакомпаній [39].

Найбільшими регіонами лоукост-перевезень є Північна Америка (з провідною роллю США), Європа та Азіатсько-Тихоокеанський регіон (АТР) (Австралія та Нова Зеландія, Індія, держави Південно-Східної Азії, Китай, Корея, Японія). Станом на кінець 2019 року лоукост-перевізники забезпечували приблизно 31 % світових авіаперевезень. За період із 2015 - 2019 рр. їхня частка у глобальному пасажиропотоку збільшилася до 31%. У цьому звичайний обсяг перевезень авіатранспортом у світі також мав стійку тенденцію збільшення[39], (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Частка лоукост-перевізників у глобальному авіапасажиропотоку, % 2015 – 2019 рр.

Рік	Частка а пасажиропотоку
2015	26,3 %
2016	27,7 %
2017	28,5 %
2018	29,1 %
2019	31 %

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО).

Серед лоукостерів у 2019 році перше місце у світі, згідно з підсумками британської консалтингової компанії Skytrax, зайняла AirAsia (у Європі найкращим лоукостером є EasyJet) [39], (табл. 2.7).

У 2019 році понад 36 млн. пасажирів скористалися послугами економної авіакомпанії Norwegian Air Shuttle або Norwegian, це на 10,8 млн. людей більше, ніж у 2019 році. Число літаків зростало, так само як і кількість клієнтів – з 40 літаків у 2008, до 165 літаків за декаду. За точно такою ж схемою, збільшилося число напрямків за цей час, що сягнуло більше ніж сто п'ятдесят різних пунктів по всьому світу через п'ятсот маршрутів у 2019 році.

Таким чином, інноваційний стан і тенденція розповсюдження економного повітряного транспорту у світі швидко зростає. Це зумовлено тим, що згадані компанії менше схильні до економічних спадів ніж дорогі авіакомпанії. Досягти такого успіху у використанні та отриманні великих грошових показників вдалося завдяки оптимізації структури витрат, стратегією отримання додаткового доходу, уніфікований та модернізований флот, що не містить у собі застарілих літальних апаратів.

Таблиця 2.7

Рейтинг лоукост компаній перевізників

Місце	Світ	Місце	Європа
1	AirAsia	1	EasyJet
2	EasyJet	2	Norwegian
3	Norwegian	3	Ryanair
4	Southwest Airlines	4	Eurowings
5	AirAsia X	5	Vueling Airlines
6	Jetstar Airways	6	LEVEL
7	WestJet	7	Jet2.com
8	IndiGo	8	Wizz Air
9	Ryanair	9	airBaltic
10	Eurowings	10	Pobeda

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО).

2.3 Фактори впливу на світовий ринок авіаційних послуг, включаючи пандемію COVID-19

Визначення й освоєння чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на економіку підприємства є одним з головних завдань авіакомпанії. Необхідно продумати чітку мету та орієнтири функціонування, адже фактори зовнішнього та внутрішнього середовища сильно впливають на діяльність авіакомпаній. Для цього був створений механізм управління. Саме він забезпечує взаємодію середовища з підприємством і підтримує його функціонування на необхідному рівні. Ця діяльність, також забезпечує можливість довгострокового прогресування [55].

Будь яка діяльність підприємств цивільної авіації можлива лише за умови, при якій зовнішнє середовище бажає її здійснення, оскільки ці підприємства безпосередньо знаходяться і працюють у зовнішньому середовищі. Воно є джерелом харчування підприємств, а також необхідною умовою підтримки внутрішнього потенціалу підприємства на високому рівні. Ресурси довкілля і так є обмеженими, крім того, на них постійно посягають й інші підприємства та організації народного господарства. Іноді трапляється так, що авіаційне підприємство не може отримати необхідних йому ресурсів із навколишнього середовища. Результатом такої ситуації може стати послаблення потенціалу підприємництва та багато інших негативних для компанії обставин.

Звертаючись до сьогодення, можна сказати що авіапідприємства мають низку основних завдань:

— Слідувати поставленим тактичним цілям діяльності не втрачаючи потенціалу. Це можливо завдяку пристосуванню та швидкому реагуванню на зміни у зовнішньому середовищі.

— Продовжувати діяльність у довгостроковій перспективі.

— Досягати необхідних критеріїв конкурентоспроможності на своєму ринку.

Усі чинники, що впливають активність авіакомпаній та гілки загалом, можна поділити на 4 типи: економічні, цінові, сервісні та маркетингові. Кожен фактор має у собі елементи, що можуть знижувати або стимулювати розвиток:

— економічний фактор, що стимулює зростання: національне та світове економічне зростання, нові верстви населення, що прагнуть до подорожей, водночас і фактори, що запобігають зростанню – проблеми економіки, зміна поведінки покупців, інфляція, не стійкість валового національного продукту;

— ціновий фактор представлений переважно стримуючим чинником зростання – зростання цін із покриття і зростання нинішніх витрат, витрати зниження рівня шуму і засмічення;

— сервісний фактор – розвиток мережі маршрутів, підхід до замовника, нові можливості та частини літаків;

— маркетинговий фактор – відсутність валютних норм, та обмежень щодо перевезення, фінансові витрати на подорожі, незадовільна ємність повітряних суден. Розглядаючи фактори стимулюючого та утримуючого зростання повітряних перевезень, будь-яка авіакомпанія намагається розробити таку тактику діяльності підприємства, в якій був би врахований фактор та досліджений для розробки маркетингової політики компанії. На розробку маркетингової політики авіакомпанії розглядають чинники конкурентної боротьби над ринком авіаперевезень [47].

До особливо важливих зовнішніх факторів, які не достатньо просто досліджувати, а й необхідно створити прогноз щодо впливу кожного з них на активність компанії, відносять:

— політико-правові фактори: крихка політична позиція у країні, похибки законодавчої бази, що регулює активність сфери авіації з торгових прав: зміна регуляторної політики та вплив на конкурентне середовище; наявність у авіакомпанії новітніх джерел інформації в усіх державних органів держави, з метою набуття змін у регулятивній базі, що стосується діяльності авіакомпанії, незадовільна підтримка підприємства державою, візові режими, а також військово політична обстановка в державі.

— система оподаткування, що прямо впливає на функціонування та діяльність авіакомпанії: високі митні бар'єри, тарифи між державами, перерахування коштів у звичайний фонд держбюджету державним підприємствам частини свого чистого прибутку, високі відсотки податків.

— технологічні фактори, пов'язані з використанням повітряних суден, повинні відповідати чітково встановленим вимогам ІКАО, SARPs (Еталонів та Рекомендованої практики), вступу нових систем збору, обробки та поділу польотних даних, впровадженню автоматизованої системи мовлення метеоінформації VOLMET, покращенню способів метеозабезпечення в дію супутникової системи інтересу метеорологічної інформації SADIS.

— соціально-культурні чинники: зростанням числа кваліфікованих фахівців у результаті збільшення зацікавленості молодого покоління до навчання, можливості найму більшої кількості персоналу висококваліфікованої та невибагливої робочої силою, досягнення та застосування зарубіжного навички та використання результативних способів управління людськими джерелами, зростанні фінансових прибутків.

— економічні чинники: сучасні економічні обставини на авіаційному ринку, знецінення грошових ресурсів, зменшення купівельної спроможності населення країни, низька для постійного зростання інвестиційна активність створюють загрозу устаткуванню підприємства та збільшенню його діяльності [43].

В цілому, можна сказати, що діяльність факторів зовнішнього середовища непрямого впливу має сприятливий характер. Якщо говорити про найбільшу загрозу, то такими є економічні чинники. Саме тому, на нашу думку, авіакомпанії повинні загострювати свою увагу на них та випереджувати створення негативних ситуацій, або ж їх подолання.

Технологічні, політичні та громадські чинники дають підприємству середні можливості поліпшення, які компанія здатна реалізувати, при умові правильного використання своїх сильних сторін, а також нівелюванні слабких сторін.

Більше за все, на становище справ підприємства впливає зовнішнє середовище прямого впливу. Опанування довкілля прямого впливу спрямовано на

огляд стану його складових, із якими компанія є у тісній взаємодії. Окрім цього, фірма може істотно впливати на характер і зміст цієї взаємодії. Завдяки цьому, підприємництво має змогу брати активну участь в освоєнні нових перспектив та запобіганні прояву загроз його подальшому існуванню [39].

Головним завданням авіакомпаній, що спеціалізуються на складання прогнозів, є скомпонувати в цілісну налагодженість довго- і короткострокові чинники, а також у тому, щоб виробити сценарій дії впливу чинників довкілля, що стане фундаментом концепції моніторингу авіаперевезень. Зазвичай, подібні моніторинги містять обумовлений відсоток дозволених відхилень у таких параметрах, як курс акцій та валют, ціни на нафту тощо.

Сукупність факторів бізнес-процесів, послуг, покупців, що взаємодіють у реалізації фінішного продукту, впливають цінність чи якість послуги - усе це є внутрішньою рекламною обстановкою авіакомпанії. Внутрішнє середовище авіакомпанії містить у собі чинники двох типів. До першого типу відносяться фактори, що знаходяться за межами впливу підприємства: прогрес ринку, суперництво, вартість та витрати. Особливістю створення внутрішнього середовища авіакомпанії другого типу є дослідження структури ринку клієнтів за такими критеріями:

— конструкція пасажиропотоку. Ємність та зайнятість маршрутів, розміри транспортувань пасажирів, кількість пасажирів, які користуються повітряним транспортом за певний проміжок часу від точки до точки, транзитні, бізнес-пасажирів;

— мотивування пасажирів. Вивчаються головні ознаки, за якими пасажирів обирають авіаперевезників, критерії, що характеризують авіаційний транспорт;

— потреба в пасажирських перевезеннях. Прокладається прогноз ймовірного пасажиропотоку, розраховують на фінансову аргументованість реалізації безпосередніх та транзитних рейсів;

— різновиди літаків на маршрутах для реалізації рейсів. Знаходяться фактори, що впливають на розробку стратегії та визначаються характер їхнього впливу, проводяться дослідження кожного з них і встановлюються сильні та слабкі

сторони авіапідприємства, здібності та небезпеки, що зберігаються або виникають у зовнішньому середовищі, а також передбачають тенденцію до покращення та зміни діяльності підприємства [40].

Четвертий рубіж огляду включає в себе дослідження стратегічних і тактичних повноважень авіакомпанії, аналіз та запобігання можливих загроз, зниження слабких і збільшення сильних сторін авіакомпанії. До категорії перспектив, які можуть бути використані авіакомпанією, відносяться поглиблення потреб в авіаперевезеннях в Україні та на світовому ринку, а також можливість розширення внутрішнього ринку авіаперевезень по Україні до регіонів, де тепер панують місцеві авіаперевізники.

Згадуючи останній, п'ятий етап SWOT-аналізу досягнення узгоджуються з планами для створення проектного плану окремих розділів стратегії авіакомпанії.

Що стосується пандемії, то можна відслідковувати велику кризу в галузі авіаційних послуг з 2020-2022 рр. Збиткова дія COVID-19 була великою для авіаційної промисловості. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА) повідомила, що у квітні 2020 р. інтерес на пасажирів різко впав на 94,3% порівнюючи з квітнем 2019 року. Спочатку ІАТА повідомила, що дохід авіакомпаній від пасажирів може знизитися на 300 млрд. долл. США в 2020 році через COVID-19, 55% порівнюючи з 2019 роком, хоча на практиці дохід зменшується до 400 млрд. долл. США [25].

У територіальному розрізі Азіатсько-Тихоокеанський регіон справив найбільший вплив на чисту виручку. Втім в Африці відстежується максимальне зниження інтересу на пасажирів, і очікується, що цей регіон зазнає погіршення наслідків у найближчі місяці. Таблиця нижче підсумовує прогнози ІАТА щодо територіального інтересу, потужності та впливу на чисту виручку на 2020 рік [25], (див. Табл. 2.8).

Велика проблема для гілки буде включати кваліфікованих працівників, необхідних підтримки угод. Пандемія призвела до глобального припинення поїздок, унаслідок чого багато хто був змушений піти у відпустку, інші ж залишилися без роботи. На вихідних етапах пандемічної кризи в таких статтях, як

Financial Times «Давайте перерозподілимо працівників авіакомпаній, щоб допомогти національним службам охорони здоров'я», розглядалися навички деяких працівників авіації і як їх можна було б використати у протилежному випадку. Тепер сфера повинна скрупульозно підтримувати процес повернення до роботи, розглядаючи, як і як виглядатимуть посадки в авіації у перспективі.

Аеропорти адаптували нові заходи безпеки та управління ризиками спільно з операторами. Було опубліковано спільну публікацію документа (або звіту,) з Міжнародною радою аеропортів (ACI) та IATA «Небезпечний перезапуск авіації – звичайний підхід ACI та IATA». Це впливає із попередньої публікації IATA «Перезапуск авіації після COVID-19».

Таблиця 2.8

Дані IATA на територіальний попит пасажирів у %

Регіон	Попит пасажирів	Місткість пасажирів	Чистий прибуток
Глобальний	-54,7%	-40,4%	-84,3 млрд. долл. США
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	-53,8%	-39,2%	-29,0 млрд. долл. США
Європа	-56,4%	-42,9%	-21,5 млрд. долл. США
Середній Схід	-56,1%	-46,1%	- 4,8 млрд. долл. США
Північна Америка	-52,6%	-35,2%	-23,1 млрд. долл. США
Латинська Америка	-57,4%	-43,3%	- 4,0 млрд. долл. США
Африка	-58,5%	-50,4%	-2,0 млрд. долл. США

Джерело: Складено за автором офіційного сайту Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA).

Це розглядало медичні докази та багаторівневі підходи для підтримки поновлення угод [25].

Було запропоновано:

- відстеження температури та симптомів;
- застосування масок та ЗІЗ (засоби особистого захисту);
- фізична дистанція;
- інфраструктура чищення та дезінфекції;
- тестування на COVID-19 та тестування на антитіла;
- паспорти імунітету;
- заходи, що допомагають відстежувати контакти;
- а ще заходи, що стосуються пілота та членів екіпажу та їх навички пересадки [25].

Від того, що в усьому світі продовжують вживати заходів щодо пом'якшення поширення COVID-19, бізнес-моделі відзначаються в таких масштабах, які багатьом здавалися неймовірними. Загроза епідемії міститься в практично всіх заявах про ризики для авіаційних компаній, але аеропорти та авіакомпанії вже пройшли через сценарій пандемії.

Висновки до 2 розділу

На сьогоднішній день сучасні послуги на ринку цивільної авіації займають важливе місце у світовій економіці. Діяльність авіапослуг у фінансовій еквіваленті досягає 700 млрд. долл. США. Потреба в авіаринку перевезень структурних форм, має стабільне щорічне збільшення на 6-7%. Тому дана тенденція збільшує розробку та модернізує авіаційний сектор. За географічною складовою авіаперевезення по розділенню на певні регіони:

- Європа (близько 37% загальної частини авіаперевезень у світі);
- Азійсько-Тихоокеанський регіон (29%);
- Близький Схід (14%);
- Північна Америка (13%);
- Латинська Америка та Карибах (4%);
- Африка (3%).

Щодо суб'єктів сектору цивільної авіації можна визначити наступні:

– Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), головна мета - задоволення пасажирів у безпечному, регульованому повітряному транспорті та в забезпеченні з розповсюдження міжнародної цивільної авіації у світі;

– Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), мета в забезпеченні безпечного повітряного простору, встановлення певних стандартів, регулювання цінової політики авіаперевізників;

– Національно-регіональні перевізники;

– лоукост-компанії, які на сьогоднішній день є ключовими учасниками цивільної авіації;

– авіакомпанії, що забезпечують перевізників літальними апаратами та іншими матеріалами обслуговування (Boeing, Airbus та інші);

Також можна розповісти певні фактори, які впливають на світовий ринок авіаційних послуг:

– політичні чинники (політика протекціонізму та воєнні події);

– технологічні чинники (повітряний транспорт має бути безпечним та користуватися попитом у пасажирів);

– освітні чинники (кваліфікація фахівців);

– ціна впливу на пасажирів, якщо вона буде високою, як внаслідок, попит буде менш задовільним);

– пандемія COVID-19 вплинула на всю міжнародну авіаційну галузь, завдала великомасштабних збитків та для її підключення авіакомпанії впроваджують трансформаційні заходи для відновлення пасажиропотоку у всіх регіонах світу.

РОЗДІЛ 3

МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

3.1 Загальна характеристика та тенденції розвитку авіаційних послуг в Україні

Роль авіації в економіці України з кожним роком зростає. Зростають обсяги перевезень пасажирів, вантажів та пошти, що прискорює економічне становлення та інтеграцію держави у світове співтовариство.

Повітряний транспорт України та супутня наземна інфраструктура, станом на 2021 рік до початку війни на території нашої держави: 18 внутрішніх авіакомпаній, 19 аеропортів та аеродромів цивільної авіації, які мають значний вплив на становлення ринку пасажирських перевезень, торгівлі та економіки.

Україна має особливе географічне положення, що наводить її високий транзитний потенціал і дає цілком реальну можливість грати роль геополітичного мосту в повідомленнях Європи та Азії, застосовуючи всі види транспорту.

Об'єднана транспортна система України включає: залізничний, морський, річковий, автомобільний, повітряний транспорт, водний транспорт, трубопровідний транспорт. Узагальнюючи можна виділити загальну кількість пасажиропотоків за різними видами транспорту за останні сорок років. Щоправда, на мою думку, Україна ще має суттєвого потенціалу для покращення внутрішнього ринку перевезень і так буде в перспективі, міжнародні перевезення є основним джерелом доходу.

Якщо проаналізувати загальні схильності перевезення пасажирів за видами соціального транспорту в Україні, то в 1988 р. спостерігалась тенденція рекордної кількості потоку авіаперевезень через Україну. Кількість перевезених пасажирів становила 8515,686 млн. осіб, що в 2,74 рази більше, ніж у 2000 р., у 4,33 рази більше, ніж у 2019 році. Зазначимо, що пасажиропотік повітряним транспортом перевищив показники 1980 року лише у 2018 році, коли він досяг 12,533 млн

пасажирів, а в 2019 році ще зріс на 9,4% і становить 13,706 млн. осіб [29], (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Обсяг пасажирських перевезень українськими авіакомпаніями у 2015–2019 рр.

Рік	Внутрішні рейси (тис.чол.)	Міжнародні рейси (тис.чол.)	Всього (тис.чол.)
2015	624,7	5679,6	6304,3
2016	802,5	7475,3	8277,8
2017	941,4	9614,9	10556,3
2018	1082,9	11450,3	12533,4
2019	1158,6	12547,2	13705,8

Джерело: Складено за автором Державної авіаційної служби України.

Пасажирські перевезення протягом 2019 року здійснювали вісімнадцять вітчизняних перевізників, серед яких найбільші обсяги виконали авіа організації «Міжнародні авіалінії України», «Azur Air Ukraine», «Sky Up», «Wind Rose» та «Vukovina». За 2019 рік п'ять провідних авіакомпаній перевезли 13,36 мільйонів осіб, що на 22,4% більше, ніж у рекордні числа 2018 року, і становить 97% від універсального обсягу пасажирських перевезень українських авіакомпаній[39].

У 2019 році десять внутрішніх авіакомпаній в сорока шести країнах світу здійснювали міжнародні регулярні пасажирські сполучення за затвердженим розкладом. Число пасажирів, які скористалися службами українських компаній, зросло на 4,6% і склало 710,2 тис. осіб, при цьому середній відсоток завантаження пасажирів міжнародних регулярних рейсів зріс на 2,1% і склав 80,9%. Продовжується становлення мережі маршрутів внутрішніх перевізників, що почали на регулярній основі сімнадцять міжнародних авіакомпаній [40].

У той же час, сталося становлення активності на українському ринку інших державних авіакомпаній, які скористалися службами 9,2 млн. пасажирів, що на 37,4% більше ніж у 2018 році і становить 57% універсального обсягу регулярних пасажирських перевезень між Україною та державами світу. Загалом сорок інших

державних авіакомпаній виконували регулярні рейси в Україну (зокрема чотири нових – «Austrian Airlines Laudamotion», французький «Air Glazur», «Israeli Airlines» та «Norwegian Scandinavian Airlines»-17).

Протягом 2018 року було відкрито двадцять дев'ять нових маршрутів зарубіжними перевізниками, двадцять один із яких були новими маршрутами – «Ryanair» та «Wizz Air Hungary». Усе це свідчить, що авіаперевезення демонструють стійку тенденцію зростання і мають значні запаси.

Внутрішній ринок на даний момент можна визначити як ринок ділових перельотів, тому, що туризм в Україні слабо розвинений і населення вибирає більш недорогий залізничний транспорт.

Відповідно ділові туристи та пасажирів з високим рівнем доходу залишаються основним типом пасажирів на внутрішніх маршрутах. Подальше зростання інтересу залежатиме від зростання економіки держави, тарифної політики авіакомпаній, частоти польотів та комфорту. Втім, слід зазначити поступове зростання внутрішньої транспортної сфери. Регулярні внутрішні пасажирські сполучення між одинадцятьма містами України здійснювали чотири внутрішні авіакомпанії («Міжнародні авіалінії України», «Мотор Січ», «Wind Rose» та «Sky Up»). Протягом 2019 регулярними рейсами в межах України перевезено 1145,2 тис. пасажирів, що на 6,9 % більше, ніж у попередньому році [43].

Також слід зазначити, що транспортна інфраструктура України дозволяє дістатися до будь-якої точки держави наземним транспортом, який набагато дешевший за авіаційний. Отже не дивно, що багато внутрішніх авіакомпаній спрямовані на міжнародні перевезення. Істотний потенціал для поліпшення міжнародного авіасполучення лежить прямо в географічному стані держави, що здатний надати високий транзитний пасажиропотік. Видозміна обсягу пасажиропотоків позначилося також зміні середнього показника завантаженості літаків.

В останнє десятиліття найвищий показник завантаження місць на літаках українських авіакомпаній на внутрішніх авіа організаціях відслідковувався у 2018-2019 роках, що співпало з суттєвим збільшенням пасажиропотоку.

Український ринок пасажирських авіаперевезень за шість місяців 2019 продемонстрував найвище зростання - 20% у порівнянні з відповідним періодом минулого року. Це рекорд не лише України, а й Центральної Європи. Аналізуючи роботу центральноєвропейських аеропортів, слід зазначити, що Україна була лідером зростання пасажиропотоку. Аеропорти України за 6 місяців обслуговували 10,7 млн пасажирів, що на 20% більше, ніж за аналогічний період минулого року. За кількістю перевезених пасажирів Україна посіла 2 місце після Польщі – 22,3 млн пасажирів. На третьому місці Румунія із 10,5 млн пасажирів [29].

Тріумф аеропорту Бориспіль значною мірою пов'язаний із збільшенням рейсів ірландського лоукосту Ryanair, який відкрив свою базу у столиці України та 11 нових маршрутів. Також з аеропорту Бориспіль почали літати «FlyDubai», «SkyUp», «Lauda» та «Brussels Airlines». Ще 7 перевізників, а саме: «Windrose Aviation», «Swiss», «Qatar», «Air Baltic» і «Austrian», значно розширили кількість рейсів.

Лоукост-перевізники з'явилися на українському ринку з 2008. Першим бюджетним перевізником України стала «Wizz Air Ukraine» – дочірня Організація угорської «Wizz Air». За останні десять років на український ринок вийшли такі світові лоукостери, як «Air Arabia», «FlyDubai», «Estonian Air», «Aegean Air», «Pegasus Airlines», «GermanWings», «AirBaltic», «Vueling Airlines», «Ryanair». У 2018 році польоти розпочав національний лоукостер «SkyUp». Міжнародні лоукост-перевізники здійснюють рейси переважно у регіони свого базування, на міжнародних і внутрішніх бюджетних перевезеннях спеціалізується компанія «SkyUp» [40].

Діяльність лоукост-компаній внесла нові обставини на ринок авіаційних послуг, що посилює конкуренцію між перевізниками у цивільній авіації, а також інших видів транспорту. Державні авіаційні організації почали використовувати відомі методи витіснення противників, зокрема шляхом створення великих альянсів. Вони (зокрема, «МАУ») зобов'язані переорієнтувати свою діяльність на зростання продуктивності, розробляючи альтернативні моделі, покликані спростити повернення пасажирів.

Першою бюджетною авіакомпанією, як відправною точкою для ринку країни, є угорський лоукостер «Wizz Air», який увійшов до ТОП-10 авіакомпаній за кількістю рейсів, що враховуються в Україні, з 2016 року, а у 2018 році – на четвертому місці. Станом на 2020 рік «Wizz Air» пропонує рейси з Києва (аеропорт Жуляни), Львова, Харкова, Одеси. Ірландський лоукостер «Ryanair» вийшов на український ринок у 2018 році. Станом на 2020 рік «Ryanair» пропонує рейси з Борисполя, Львова, Харкова, Одеси та Херсона [53].

Українські лоукостери «SkyUp» існують на ринку з 2018 року. Флот авіакомпанії складається з п'яти літаків (один з них – Боїнг 737-800 NG, страховка на 189 місяців, п'ятий – Боїнг 737-700 NG на 149 місяців). Компанія планувала зростати, забезпечивши флотом 18 літаків до 2022 року, але останні події пов'язані з війною про Російської Федерації ускладнює цей процес. «SkyUp» пропонував рейси з Борисполя, Львова, Харкова, Одеси та Запоріжжя [54].

За даними Міністерства інфраструктури України, службами авіакомпаній активно користувалося лише 5% українців до початку війни на території держави. У перспективі показник застосування служб авіакомпаній може бути збільшено до 50% населення України. Збільшення числа лоукостера в Україні може зробити більше 800 тисяч нових робочих місць уже до 2030 року, а українська економіка збільшить виручку на додаткові 65 млрд. грн у 2030 році.

Щодо перспектив авіаційного ринку України, то слід зазначити, що він досить чітко поділяється на функціональну (авіакомпанії, аеропорти тощо) та технологічні складові (авіакомпанії універсального транспорту та особливого призначення).

Для подолання організаційної кризи потрібно створити нові організаційні форми, що абсолютно відповідають вимогам ринку, при цьому генеральною лінією має стати метод інтеграції та консолідації. У напрямку консолідації результатом має стати об'єднання авіакомпаній під загальну координацію та постачання – реалізація «альянсів» або «консолідованих авіаперевізників» (на державному рівні – національний перевізник, на територіальному – районний). Перевізник, лише на рівні підприємства – спеціалізована група, наприклад консорціум авіакомпаній.

Консолідація дозволить вирішити відразу низку питань, таких як поділ конкурентного ринку, оптимальне застосування невикористаних потужностей, інвестиції на ринок цивільної авіації України. У напрямі інтеграції підсумком має бути злиття авіакомпаній зі структурами, активність яких, прямо чи неявно, спрямована на забезпечення процесу платних операцій авіації.

Інтеграція забезпечує правильне вирішення питань маркетингу та конкурентної боротьби, питань зниження вартості авіакомпаній та тарифної політики, завдань результативного постачання, питання забезпечення припливу фінансових джерел на виграшних обставинах. Економічними механізмами рішення є тези отримання (продажу) акцій, запровадження статутний фонд, відносини оренди, довгострокове пільгове інвестування, розробка дочірніх підприємств, приватизація.

Отже, консолідація може протікати за кількома напрямками: освіта національного перевізника-флагмана, злиття із закордонними компаніями або консолідація з вітчизняними артистами ринку. Будь-яка реакція на чинники впливу призведе до організаційно-економічних змін у самих авіакомпаніях.

3.2. Вплив зовнішніх чинників на сферу авіаційних послуг в Україні

Нові економічні умови становлення ринкового механізму призвели до того, що понад 1/2 усіх авіапідприємств України в результаті універсальної економічної кризи виявилися економічно неспроможними і постали перед необхідністю примусової санації. Підставою для виникнення такої ситуації найчастіше стають прорахунки в стратегічних планах і в комплекті тактичних заходів, які дозволяють авіапідприємству виявити вдалий вихід з кризової ситуації.

Основним фактором, який забезпечує становлення цивільної авіації будь-якої держави в умовах глобалізації, є інновації. Відповідно, досягти високого рівня інноваційності можна тільки за рахунок поглибленого та всебічного покращення інформаційної економіки, а саме розуміння та огляду діяльності провідних

західних компаній на ринку авіаперевезень, розробки та впровадження нових технологічних нововведень, оптимізації організаційної структури компанії.

Втім, вплив вищеназваних факторів абсолютно залежить не тільки від внутрішнього, а й від зовнішнього оточення України в авіаційному просторі. Для оцінки впливу зовнішнього середовища на становлення авіаційних послуг в Україні можна поділити на наступні фактори [46]:

- лібералізація ринку;
- вплив авіакомпаній на становлення цивільної авіації в Україні;
- вплив COVID-19;
- війна на території України, яка, у свою чергу, закриває весь авіаційний простір у державі, як наслідок економічний спад сфери авіаперевезень.

Лібералізація пасажирських авіаперевезень – це впертий тренд у цивільній авіації світу. Під лібералізацією авіаперевезень прийнято розуміти поступове становлення встановлених норм регулювання авіасполучення згідно з Чиказькою конвенцією, підписаною в 1944 році, і реалізація спеціальних авіаційних режимів, що отримали найменування «відкрите небо» [47].

В даний час Україна укладає 70 міжурядових угод про регулярне повітряне сполучення, з яких двадцять шість між Україною та державами-членами Євросоюзу. Такі угоди дозволяють виконувати рейси між будь-якою державою-членом ЄС та Україною, проте містять обмеження щодо кількості маршрутів, рейсів та кількості призначених авіаперевізників.

Угода про загальний авіаційний простір передбачає інкорпорування в українське законодавство шістдесят чотири регламенти та директиви ЄС в галузі авіації. Після цього українські авіаперевізники користуватимуться торговими правами при здійсненні перевезень з України до ЄС та між будь-якими державами-членами ЄС (крім внутрішніх авіаперевезень у межах кожної держави ЄС). У свою чергу, авіаперевізники ЄС матимуть схожі торгові права щодо польотів в Україну та в її межах. В даний час основою договірних взаємовідносин між Україною та ЄС щодо авіасполучення залишаються двосторонні Угоди про повітряне сполучення з

усіма державами-членами ЄС та горизонтальна Угода з Єврокомісією про певні аспекти повітряного сполучення.

Як свідчать підсумки досліджень експертів Світової організації торгівлі, існують вірні докази позитивної та вагової залежності між обсягами перевезень та ступенем лібералізації авіаційного ринку. Збільшення ступеня лібералізації на 25-75% збільшує обсяг авіаційного трафіку руху між державами, пов'язаними прямим авіаційним сполученням приблизно на 30%. Зокрема, зняття обмежень щодо визначення цін та пропускної спроможності, прав на каботаж та можливість для авіакомпаній, що не є перевізником зарубіжної держави, щодо здійснення авіаперевезень, вважаються особливо регулюючими станами угод про авіаперевезення [50].

На сьогоднішній день, в імпорті та експорті транспортних служб України авіаційна сфера займає найвищий показник, що свідчить про позитивний вплив лібералізації ринку (див. Табл. 3.2).

Всі вищеперелічені властивості лібералізації, у фіналі, сприятимуть посиленню тактичного позиціонування як вітчизняних аеропортів, так і вітчизняних авіакомпаній, забезпечить економічне зростання України.

Вплив авіакомпаній на ринок авіаційних послуг є вагомий. Саме вони виконують авіаперевезення по регіонах або інших країнах, та створюють відповідні ціну на послуги, яка і конкурує з іншими компаніями.

По ярусу прибутків, які отримують останні роки, п'ятірку лідерів очолює «МАУ», далі слідує «Windrose» і «Azur Air Ukraine». 4-е місце ділять компанії «Atlasjet Ukraine» та «Ryan Air». Показово, що обрив за рівнем прибутків авіакомпаній дуже суттєвий. Це вказує на високу концентрацію вітчизняного авіаринку, знизити яку у найближчій перспективі може лише прихід величезних іноземних лоукостерів[40].

Компанії-лоукостери винайшли бізнес-модель, яка має збільшувати потоки авіаперевезень, йдеться про зниження тарифів. Здешевити квитки для пасажирів виходить за рахунок зниження коштів сервісу польоту через застосування більш недорогих в обслуговуванні аеропортів, а також відмови від надання певних

послуг, які за традицією входять до ціни квитка типу харчування, перевезення великого багажу тощо.

Таблиця 3.2

Вплив лібералізації на авіаційні послуги в Україні

Явище	Вплив на авіапростір
Лібералізація авіаційного простору України	Збільшення пасажиропотоків в аеропортах України.
	Зростання конкуренції на ринку авіатранспортних послуг (зниження тарифів, підвищення якості послуг).
	Зниження (зняття) бар'єрів входу іноземних авіакомпаній на внутрішній авіатранспортний ринок та вітчизняних авіакомпаній на ринок авіатранспортних послуг іноземних країн .
	Зростання обсягів діяльності, кількості робочих місць, доходів, прибутків авіакомпаній.
	Забезпечення економічного зростання України та залучення іноземного інвестування в сферу авіаційних послуг в цілому.

Джерело: Складено за автором Державної авіаційної служби України.

Класичними лоукостерами в Україні можна вважати «Wizz Air» та «Vueling Airlines». Їх ще називають ультралоукостами. Інші представлені нижче компанії як лоукости себе не позиціонують, проте пропонують пропозицію українцям досить низькі ціни. З України можна полетіти такими компаніями: «Wizz Air», «Sky UP», «Vueling Airlines», «Aegean Air», «AirBaltic», «Air Arabia», «FlyDubai» та «AtlasGlobal». Низькотарифні авіакомпанії безперервно підтверджують той факт, що ціна авіаквитка для пасажира – основне в конкурентоспроможності авіакомпанії. Отже вони удосконалюють управління компаніями, щоб зберегти зростання собівартості і, відповідно, зростання тарифів. Отже авіакомпанії природно виступають чинником, що впливає становлення ринку авіаційних послуг [41].

В умовах поширення світової пандемії COVID-19 та залучення країн світу до процесу самоізоляції та режиму карантину, а також закриття кордонів на початку

2020 року у світі відстежується різке уповільнення надання транспортних служб на ринку цивільної авіації, що й призвело до тимчасового припинення авіаційних послуг. Негативні чинники на самому початку 2020 року відслідковувалися і в авіаційній галузі України. Так, через переривання авіасполучення України 2020 року зіткнулася з негативними наслідками, такими як зниження обсягів авіаперевезень.

Через війну та впливу пандемії COVID-19 мало місце значне зниження основних показників діяльності авіаційного транспорту України: числа перевезених пасажирів – втричі, пасажирообігу – майже 3 рази, числа польотів – в 2,5 рази. Обсяг пасажиропотоку через аеропорти України скоротився з 20,5 млн. пас. – у 2019 р. до 8,7 млн.пас. [40].

До пандемії коронавірусу пасажирські перевезення здійснювали вісімнадцять українських авіакомпаній, при цьому 5 найбільших з них («Ukraine International Airlines», «Windrose Airlines», «Atlasjet of Ukraine», «Azur Air Ukraine», «Bravo») забезпечували перевезення близько 90% універсального розміру авіаперевезень. У 2020 з 18 українських авіакомпаній на ринку пасажирських перевезень залишилося лише 7. Це авіакомпанії, що виконують як регулярні, так і чартерні рейси, – «МАУ», «Windrose Airlines», «Sky Up», «Ryan Airlines», «Motor Sich Airlines», «Wizz Air». Тобто, в умовах раптового скорочення обсягів діяльності вичавили лише особливо конкурентоспроможні компанії, які виручено працювали в 2019 році і мають певну фінансову подушку безпеки. Щоправда перераховані компанії залишилися працювати у гілці, втім у 2020 активність цих авіакомпаній виявилася накладною і задля забезпечення своєї життєздатності більшості їх довелося впроваджувати і реалізовувати тактику «виживання», оптимізації діяльності, скорочення витрат, що зумовило скорочення чисельності льотного та адміністративного складу підприємств [40].

Скорочення інтересу на авіаційні пасажирські перевезення через обмеження, заборони, запроваджені практично всіма країнами світу, включаючи Україну, різко знизило транспортну мобільність населення. Це призвело до різкого скорочення

обсягів авіап перевезень пасажирів та зумовило збитковість роботи авіакомпаній, аеропортів, усіх секторів сервісу транспортних процесів.

Дуже істотно вплив пандемії COVID-19 позначився на системі аеронавігаційного обслуговування польотів. Ця система обслуговує як цивільну, так і військову авіацію, тому вона повинна працювати цілу добу і витрати на неї неможливо зменшувати. Усі роки підприємства навігаційного сервісу повітряного простору працювали прибутково за рахунок оплати за польоти вітчизняних та зарубіжних літаків через зону відповідальності повітряного простору України. Однак у 2020 р. різке зниження кількості польотів призвело до значної збитковості цієї дуже значної системи.

Безсумнівно, авіакомпанії використовували всі інструменти підвищення ефективності і результативності своєї роботи з урахуванням певних особливостей своєї діяльності. Так, «Ryan Air Ukraine» з метою підвищення якості обслуговування пасажирів запровадила спрощену безкоштовну реєстрацію на свої рейси, що скоротило час цих процедур на 20%. Бюджетний оператор «Wizz Air» наприкінці 2020 року ухвалив рішення про випуск облігацій на суму 500 млн. євро, реалізація яких дозволяє зміцнити фінансове становище компанії на період COVID-19.

Воєнна агресія в Україні переросла в один із найважчих часів для гілки торгової авіації. Глобальний авіапасажиropотік, який є критичним маркером глобального попиту на послуги повітряного транспорту та загального стану галузі в Україні.

Після 24 лютого 2022 року було запроваджено повну безпольотну зону над територією України. З початку повномасштабного вторгнення біля України всі міжнародні авіакомпанії, зокрема і вітчизняні, припинили свою активність над ринком авіаційних служб нашої країни. Це означає повне переривання авіап перевезень, діяльності аеропортів та впадання у стагнацію всього сектора туризму та економіки загалом. До вищесказаного можна додати також авіаатаки та бомбардування на провідні аеропорти та аеродроми України, внаслідок чого можна бачити знищення авіамережі як на вітчизняному ринку, так і в міжнародному, у

контексті авіамережі. Україна розташована на перетині 2-х світів (Європа та Азія) і є певною точкою сполучення у всіх видах перевезень, у тому числі перевезення авіатранспортом. Тобто можна стверджувати, що армійський розбрат відіграє роль зовнішнього фактора, що впливає на розвиток ринку авіаційних послуг в Україні [26].

3.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку авіаційних послуг

Світова фінансова криза, що почалася наприкінці 2008 року, активізувала пошук підприємствами авіатранспортної гілки, зокрема авіакомпаніями, шляхів збільшення продуктивності своєї виробничо-господарської діяльності.

Слід зазначити, що в умовах малостійкості відомими заходами, які дозволили протягом року утримуватися провідним вітчизняним авіакомпаніям, а деяким навіть помітно зміцнити свої позиції на ринку авіаперевезень, стало запровадження нових форм служб та системи тарифів, запровадження акційних знижок, співпраця українських авіакомпаній у рамках укладання угод код-шерингу, а також оптимізація витрат.

Результативна торговельна політика авіапідприємства знаходить своє відображення у виробленні конкурентоспроможної стратегії та відповідної тактики поведінки на ринку авіаційних перевезень, спрямованих на досягнення поставлених цілей та завдань, а саме:

- скорочення часу для організації повного циклу перевезення;
- збільшення прибутку;
- поліпшення економічних якостей роботи за допомогою поліпшення диверсифікації;
- використання способів залучення та закріплення замовників за перевізником чи аеропортом;
- можливість отримати доступ до ринку, який є перспективним для організації роботи транспортних суб'єктів;

— отримати можливість вступити до об'єднання суб'єктів, що дозволить знизити рівень конкурентної боротьби на деяких авіаційних ринках (альянси перевізники, об'єднання аеропортів, хендлінгових фірм тощо);

— збільшити обсяг перевезень;

— отримати ранг генерального суб'єкта від міжнародної чи територіальної організації для перевезення-сервісу великих обсягів[40].

Конкурентне переважання, яким володіють на певних ринках різноманітні конкуренти, є істотним чинником мікроклімату чи конкурентної ситуації над ринком товару. Конкурентна перевага переважно визначається комплектом якостей і якостей певного товару, торгової марки чи підприємства у цілому, що створює при цьому певну перевагу над іншими конкурентами. Конкурентне переважання, як і будь-яке переважання, розуміється лише на зіставленні, тобто воно оцінюється відносним, порівняльним станом підприємства стосовно супернику, що займає кращу позицію над ринком товару чи ринковому сегменті.

Конкурентна перевага може бути зовнішньою або внутрішньою:

— внутрішня конкурентна перевага полягає в перевазі підприємства щодо витрат виробництва, які створюють пріоритет для виробника і дозволяє досягти меншого, ніж в конкурента, рівня собівартості. Ця перевага може створюватися в результаті застосування заходів, спрямованих на домінування підприємства над конкурентами (за рахунок мінімізації витрат) та побудованих на впровадженні організаційних та виробничих нововведень [53].

— подання конкурентне переважання та конкурентоспроможність мають різні інтерпретації залежно від об'єкта, до якого вони використовуються. При системному осягненні даних уявлень виділяють ієрархічну схему, що ступінчасто включає оцінку товару, підприємства, гілки, економіки з погляду їхнього переважання подібних конкуруючих об'єктів [53].

Конкурентне переважання є зовнішнім, якщо воно засноване на хороших якостях маркетингових пропозицій підприємства, які створюють цінність для клієнта через скорочення його витрат або збільшення результативності. Зовнішньо конкурентна перевага збільшує силу ринкових позицій підприємства, тобто

здатність підприємства змусити ринок прийняти ціну товару вищу, ніж у пріоритетних (особливо небезпечних) суперників, які забезпечують відповідно чудову якість.

Конкурентоспроможність авіатранспортної галузі України може бути оцінена лише у зіставленні діяльності її окремих складових з тими самими складовими авіатранспортних напрямків інших країн. І тут будуть визначатися конкурентні переваги авіапідприємств та систем взаємодії.

Слід зазначити, що на українському ринку авіаперевезень активно виникають та працюють закордонні перевізники, які створюють свою інфраструктуру сервісу авіатехніки та обслуговування замовників. За допомогою державного регулювання здійснюється допомога вітчизняному перевізнику, але умови нинішньої конкурентної боротьби диктують свої правила ведення бізнесу, тому відпрацювання методичного забезпечення конкурентоспроможності авіапідприємств стає головним фактором, тому що конкурентоспроможні авіапідприємства є основою конкурентоспроможності як авіатранспортної гілки України, так і всієї транспортної гілки загалом.

У авіаційному транспорті як продукт виступає транспортна служба, саме процес перевезення пасажирів чи вантажу. Отже на її конкурентоспроможність впливають переваги в сервісі, рекламі, іміджі авіакомпанії, а також обстановка на ринку авіаперевезень, коливання інтересу на транспортні послуги з боку замовників, що виступають як розробники проблем для авіапідприємства, що надає ці послуги. Отже, при успішній реалізації власного потенціалу через впровадження правильної стратегії збільшення конкурентоспроможності авіаперевізник буде результативно здійснювати торговельну активність, отримувати вагомий прибуток і впевнено почуватися в конкурентній боротьбі і мати підстави для поліпшення[54].

Для визначення конкурентоспроможності ринку авіаційних служб України доцільно застосовувати індекси, наведені у вищезгаданих розділах:

- число суперників
- показники концентрації
- маржа ціни (індекс Лернера)

Щодо кількості суперників на ринку авіаційних послуг України, то до 2020 року їх було 18, але також вплив пандемії знизило число до 7. Авіакомпанії виконували як чартерні рейси, так і регулярні - «МАУ», «Windrose Airlines», «Azure Air Ukraine», «Sky Up», «Ryann Airlines», «Motor Sich Airlines», «Wizz Air». Тобто залишилися ті компанії, які під час своєї діяльності в момент пандемії зуміли змагатися на ринку авіаперевезень.

Коефіцієнт концентрації, у свою чергу, визначає рівень олігополії на ринку авіаційних служб, тобто конкурентоспроможність між авіакомпаніями в Україні. Для визначення концентрації необхідно розглядати також кількість конкурентів. Отже можна стверджувати, що рівень конкурентоспроможності достатній, адже за наявності семи компаній ринок авіаційних служб має рівень непомірної олігополії. Це має як і позитивний, і негативний вплив, адже за непомірної олігополії в Україні можна відслідковувати конкуренцію між величезними авіакомпаніями, але це, також, має свій недолік - нові вітчизняні або міжнародні авіакомпанії мають певні фінансові ризики при вході на ринок. Як наслідок – повна бездіяльність такого типу підприємств та вихід з ринку України. Отже в Україні мають бути проведені певні регуляторні заходи, які скорочували б авторитетну політику передових авіакомпаній і дозволили мати новим учасникам ринку певну перевагу у вигляді рівності[39].

Також можна удосконалити контроль і аудит роботи авіагалузі за допомогою індексу Лернера або як його називають індексом ціни. Він сконцентрований на вивченні тарифної політики на ринку авіаційних служб як одного з видів конкурентної боротьби учасниками ринку авіаційних послуг.

За вищезгаданими даними можемо спостерігати, що внутрішні авіаперевезення в Україні мають попит всього на 5% від загальної кількості людей, міжнародних до 80%. Ціною, що дає певний поштовх на перетворення тарифної політики вітчизняних авіакомпаній. Що ж до міжнародних авіаперевезень, то тут ситуація зовсім інша, резиденти, а також гості держави активно користуються службами для міжнародного туризму, бізнесу та інших видів діяльності. Для збільшення авіапотуку та конкурентної боротьби авіакомпаній доцільно

застосовувати політику лібералізації для залучення міжнародних учасників ринку цивільної авіації та інвестицій у сектор економіки України. Чудовим прикладом такої політики можуть служити держави Європейського Союзу, тому введення в членство даного союзу може покращити тарифну політику та збільшити конкурентоспроможність при застосуванні лоукост-компаній. Досягти цього можна через створення умов для стимулювання поліпшення входу лоукостерів на ринок авіаційних послуг, зокрема зниження податків для них, тобто пом'якшення політики протекціонізму.

Завдяки своїй цілеспрямованій і простій бізнес-моделі, яка значною мірою спирається на мережу, керовану другорядними, менш завантаженими аеропортами, компанії-лоукостери можуть запропонувати значно нижчі тарифи, як наслідок збільшення авіаперевезень на міжнародному рівні за доступною ціною.

При вході ринку лоукостерів виявляється, що суперництво з лоукост-перевізниками знижує тарифи як ділових, так туристичних перевізників з повним комплектом служб, з опором на середні тарифи. Отже, для збільшення конкурентоспроможності України в галузі авіапослуг доцільно запровадити лоукост перевізників на ринок цивільної авіації[40].

Основними інструментами для подолання кризи цивільної авіації в Україні є:

- фінансова підтримка авіаперевезень під час пандемії COVID-19;
- покращити оперативне управління авіатранспортним процесом за рахунок реформування розкладу польотів у бік збільшення обсягу чартерних рейсів;
- вирішити проблему економії коштів, але не за рахунок зниження якості та безпеки перевезень;
- підвищення рівня конкурентоспроможності авіаперевезень України;
- об'єднання внутрішніх та міжнародних рейсів [22].

Для процесу відновлення та покращення сектору цивільної авіації нашої держави потрібно:

- повне переривання військових дій на території України;
- залучення іноземних інвестицій щодо активації даного сектора економіки;
- відновлення аеропортів та відновлення вітчизняних авіасполучень;

— продовження політики лібералізації для покращення авіапотоків над територією нашої держави.

З поданням заявки України в кандидати члена Європейського Союзу відкривається можливість зміни тарифної політики в галузі цивільної авіації, тобто її пом'якшення, що слугуватиме значним критерієм для подальшого покращення авіаслужб у державі.

До загальних шляхів збільшення авіаційних послуг на міжнародному ринку можна назвати такі застосування:

- зміна тарифної політики авіакомпаній;
- інвестиційна активність міжнародних авіакомпаній в інфраструктуру України;
- збільшення кількості лоукостів на ринку авіаційних послуг;
- усунення олігополії та збільшення лібералізації як політики відкритих дверей для міжнародних авіаперевізників.

Висновки до розділу 3

Визначаючи роль України на ринку авіаційних послуг, можна стверджувати, що цивільна авіація активно впроваджувала політику лібералізації до початку пандемії COVID-19, спираючись на навички країн Європи. Україна має спеціальний географічний стан, що й показує високий транзитний потенціал та дає можливість грати роль геополітичного мосту у сполученнях Європи та Азії. Відтак сучасні авіакомпанії за низькими тарифами або, як їх називають, компанії-лоукости вважають український ринок авіапослуг симпатичним і до військових подій намагалися створювати певну конкуренцію для компаній лідерів.

Щодо зовнішніх факторів, що впливають на розвиток авіаційних послуг, можна стверджувати, що авіакомпанії лоукостери, лібералізація ринку авіаційних послуг, COVID-19 та війна проти Російської Федерації мають як негативний, так і позитивний ефект, що й надає авіаційному простору України певну модернізацію або навіть трансформацію інфраструктури даного сектора економіки для переходу

на новий етап покращення авіапослуг застосовуючи свою інвестиційну привабливість. Пандемія сприяла впровадженню регулятивних заходів щодо вдосконалення безпеки пасажирів та цифровізації аеропортів для прискорення посадки на літаки.

Для підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку цивільної авіації потрібно:

- зменшити тарифи авіаквитків на конкурентну боротьбу на ринку України;
- впровадження регулятивних заходів щодо збільшення учасників на ринку нашої держави, тобто збільшення політики лібералізації;
- збільшення числа лоукостів на ринку авіаційних послуг;
- інвестиційна активність міжнародних авіакомпаній в інфраструктуру України.

ВИСНОВКИ

Характеризуючи структуру ринку цивільної авіації та визначаючи її головні особливості можна зазначити, що він поділяється за певною класифікацією: авіакомпанії, аеропорти, компанії лоукостери, регіональні союзи, міжнародні організації, споживачі (пасажери). Кожна ця складова відіграє важливу роль в утворенні ринку цивільної авіації та активно доповнює один одного.

Якщо говорити про підходи, що регулюють господарську діяльність авіаційних послуг, то можна зазначити основні з них:

— процес дерегуляції, початок якого був покладений в 1978 році в США.

— лібералізація, котра відкрила міжнародний авіаційний простір для всіх авіакомпаній. Лібералізація характеризується зняттям обмежень на політику учасників ринку авіаційних послуг та збільшенням конкуренції на ринку. Прикладом такої політики може слугувати двостороння угода між країнами ЄС та США. Процес лібералізації всередині ЄС характеризувався поступовим зменшенням урядового контролю та встановленням режиму, що базується на ринковій конкурентній боротьбі. Завдяки цьому в рамках ЄС вдалося уникнути істотних негативних наслідків і звести систему правового регулювання міжнародного авіаційного сполучення, що охороняє інтереси країн-членів ЄС, авіапідприємств та користувачів авіапослуг.

Також, в умовах глобалізації постало питання, щодо регулювання діяльності авіакомпаній та забезпечення рівності, тому міжнародні організації виступають головними суб'єктами регулювання господарської діяльності учасників авіаційного ринку послуг: Міжнародна організація цивільної авіації (англ. - International Civil Aviation Organization), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (англ. - International Air Transportation Association), та інші.

Серед методів, які оцінюють конкурентоспроможність авіаційних послуг можна виділити:

— індекс Гіршмана-Герфіндаля. Цей індекс складається із застосуванням часток ринку конкуруючих фірм, виражених різними способами залежно від цілей вивчення (частка часто, частка пасажирів, частка місткості, частка доходу тощо);

— показники концентрації широко використовуються у різних секторах, оскільки вони фіксують ринкові частки найбільших фірм, щоб оцінити рівень олігополістики цього ринку. Цей індекс, нарівні з аналогічними індексами, застосовувався для огляду та регуляторної політики до 1980-х років;

— маржа ціни і витрат (індекс Лернера) вимірює збільшення ціни над граничними витратами або відносну виручку;

— SWOT-аналіз. Цей метод виражає процес аналізу зовнішнього ринку та його порівняння із внутрішніми перспективами авіакомпанії. Як результат, можна визначати ключові чинники компанії, слабкі та міцні сторони конкурентів.

Нині сучасні послуги на ринку цивільної авіації займають важливе місце у світовій економіці. Діяльність авіаційних служб у фінансовому вираженні сягає 700 млрд. долл. США. Тому ця тенденція посилює розвиток та модернізацію авіаційної галузі.

За географічним поділом Європа залишається найбільшим ринком авіаційних послуг у світі, займаючи 37 % від загальних обсягу перевезень і показує стійке зростання 8,1% у 2020 році. Друге місце займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон з часткою в 29% і приходом в 9,6%. Близький Схід становить 14% та 11,2% темпів зростання до пандемії. Північна Америка займає 13% глобального ринку, показуючи найбільш неквапливе зростання в 4,9 % серед інших регіонів. На Латинську Америку і Карибську зону колективно доводяться 4% світових авіаперевезень, при цьому регіон зростає швидше за інших, маючи збільшення в 10%. Африка займає 3% світового ринку, показуючи зростання в 7,6%, що краще за попередні показники.

Щодо суб'єктів сектору цивільної авіації можна виділити Міжнародну організацію цивільної авіації (ІКАО), впроваджує для пасажирів та авіакомпаній безпеку польоту, регульований повітряний транспорт. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА), забезпечує повітряний просторі головною умовою,

а саме безпекою авіаперевезення, встановлення певних стандартів, регулювання цінової політики авіаперевізників, національно-регіональні перевізники, лоукост-компанії, які на сьогоднішній день є ключовими учасниками цивільної авіації через дешеві авіаквитки, авіакомпанії, що забезпечують перевізників літальними апаратами та іншими матеріалами обслуговування (Boeing, Airbus та інші);

Також можна виділити певні фактори, які впливають на світовий ринок авіаційних послуг:

- політичні чинники (політика протекціонізму та воєнні події);
- технологічні чинники (повітряний транспорт має бути безпечним та користуватися попитом у пасажирів);
- освітні чинники (кваліфікація фахівців);
- ціна впливу на пасажирів, якщо вона буде високою, як внаслідок, попит буде менш задовільним);
- пандемія COVID-19 вплинула на всю міжнародну авіаційну галузь, завдала великомасштабних збитків та для її підключення авіакомпанії впроваджують трансформаційні заходи для відновлення пасажиропотоку у всіх регіонах світу.

Визначаючи роль України на ринку авіаційних послуг, можна стверджувати, що цивільна авіація активно впроваджувала політику лібералізації до початку пандемії COVID-19, спираючись на досвід країн Європи. Україна має спеціальний географічний стан, що й показує високий транзитний потенціал та дає можливість грати роль геополітичного мосту у сполученнях Європи та Азії.

Відтак сучасні авіакомпанії за низькими тарифами або, як їх називають, компанії-лоукости вважають український ринок авіапослуг економічно привабливим і до військових подій намагалися створювати певну конкуренцію для компаній лідерів. Діяльність лоукост-компаній внесла нові обставини на ринок авіаційних послуг, що посилює конкуренцію між перевізниками у цивільній авіації, а також інших видів транспорту. Регіональні компанії почали використовувати відомі методи витіснення противників, зокрема шляхом створення великих альянсів. Вони (зокрема, МАУ) зобов'язані переорієнтувати

свою діяльність зростання продуктивності, розробляючи альтернативні моделі, покликані спростити повернення пасажирів.

Щодо зовнішніх факторів, що впливають на розвиток авіаційних послуг, можна стверджувати, що авіакомпанії лоукостери, лібералізація ринку авіаційних послуг, COVID-19 та війна проти Російської Федерації мають як негативний, так і позитивний ефект, що й надає авіаційному простору України певну модернізацію або навіть трансформацію інфраструктури даного сектора економіки для переходу на новий етап покращення авіапослуг застосовуючи свою інвестиційну привабливість. Пандемія сприяла впровадженню регулятивних заходів щодо вдосконалення безпеки пасажирів та цифровізації аеропортів для прискорення посадки на літаки.

Для підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку цивільної авіації потрібно, зменшити тарифи авіаквитків для конкурентної боротьби на ринку України, впровадження регулятивних заходів щодо збільшення учасників на ринку нашої держави, тобто збільшення політики лібералізації, збільшення числа лоукостів на ринку авіаційних послуг, збільшити інвестиційну активність міжнародних авіакомпаній в інфраструктуру України.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Висоцька Т. Державне управління: удосконалення та розвиток. Напрями вдосконалення державної політики забезпечення безпеки польотів повітряних суден цивільної авіації/ Т. Висоцька. Київ, 2015. – 325 с.
2. Духовна Л. Аналіз міжнародного та національного ринку бюджетних авіаперевезень: сучасний стан, проблеми та перспективи / Л. Духовна В. Леонова., 2012. – 267 с.
3. Мягих І. Основні напрямки вдосконалення механізму управління інтегрованими бізнес-структурами (ІБС) авіапідприємств / І. М'яких // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2014. – Випуск 6. Частина 3. – 221 с.
4. Подреза С. Дослідження направленості впливу факторів зовнішнього середовища на економічну стійкість авіакомпаній України / С. Подреза, Г. Гуріна. НАУ. 2011. Том 1. № 4. 118 с.
5. Стрикун А. Українські лоукостери та їх роль в туристичних перевезеннях / А. Стрикун В. Вишневський І. Київ, 2019. – 115 с.
6. Тихонова О. Стратегічні альтернативи розвитку українських авіакомпаній. Проблеми економіки транспорту. 2018. – 244 с.
7. Тошина Н. Дослідження ринку авіаперевезень та формування маркетингової логістичної стратегії авіапідприємств / Н. Тошина. Київ, 2011.
8. Висоцька М.П. Аналіз і перспективи розвитку цивільної авіації України / М.П.Висоцька // Стратегія розвитку України: наук. журн. – К.: НАУ, 2019. № 1. – С. 94-99.
9. Висоцька М.П. Вплив загальних економічних тенденцій на розвиток світової цивільної авіації / М.П.Висоцька // Сучасні проблеми менеджменту: XV міжнар. наук.-практ. конф., 25 жовтня 2019 р.: тези доп. – К., 2019. – С. 62-64.

10. Набок І.І. Глобальні стратегічні альянси в авіаційній галузі: сучасний стан і тенденції розвитку / І.І.Набок // Стратегія розвитку України: наук. журн. – К.: НАУ, 2017. – №2. – С. 130-135.
11. Набок І.І. Проблеми відновлення світової авіаційної галузі розвитку коронавірусної кризи І.І.Набок // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії та практики: колективна монографія / Факультет міжнародних відносин Національного авіаційного університету; під загальною редакцією W. Welskopa, Y.O.Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. – С. 186-192.
12. Сидоренко К.В. Особливості формування виробничої інфраструктури Міжнародних аеропортів// Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2013. – №3. – С. 142-145.
13. Гуріна ФК, Луцький М.Г., Мостенська Т.Л., Новак В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. К.: Сузір'я. 2007. 242 с.
14. Arefieva O. Micro and macroeconomic analysis of aviation business of competing groups./ O. Arefieva. Kyiv: Maslakov Private Publishing House, 2018, – 312 с.
15. Geets I. Strategic directions of airspace liberalization between Ukraine and the EU / I. Geets. International Scientific Journal “Mechanism of Economic Regulation”. 2018. – 279 с.
16. Gurina G. Prospect for forming the export potential of the aviation complex of Ukraine on the basis of public-private partnership. Eurasian Journal of Analytical Chemistry / S. Podrieza, N. Liskovych. 2010. – 673 с.
17. Kyrylenko O. Strategic areas of development the railway industry in the conditions of eurointegration processes. Financial and credit activities: problems of theory and practice / O. Kyrylenko, K. Razumova, V. Ihnatiuk, V. Novak. 2018. – 340 с.
18. Lytvynenko L. Paradigm of airline sustainable development in global competitive environment. Air transport./ L. Lytvynenko, V. Novak. 2014. – 316 с.
19. Zhavoronkova G. Development of the market of aviation transportation in Ukraine: problems and prospects. / G. Zhavoronkova, 2018. – 120 с.

20. Zhavoronkova G. Problems of Ukrainian Airlines in the Market of air transport // Aviation in the XXI-st Century: Proceedings of the fourth Congress / G. Zhavoronkova: NAU, 2010. – 189 с.
21. Величезний гайд по лоукостерам. URL: <https://tripmydream.ua/media/layfhak/-velicheznej-gajd-po-loykosteram-vse-scho-potribno-znati>
22. Державна авіаційна служба України. URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/>
23. Ковід 2019 правила подорожей. 2019. URL: <http://www.flyuia.com/ua/main.html>.
24. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>
25. Обзор рынка . 2017. URL: <http://uacrussia.ru/upload/iblock/9f3/9f381b3b71c64fc49e94e91076549c2d.pdf>.
26. Офіційний сайт Європейської конференції цивільної авіації. URL: <http://www.ecac-ceac.org>.
27. Офіційний сайт Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО). URL: <http://www.icao>.
28. Офіційний сайт Федеральної Авіаційної Адміністрації США (ФАА). URL: <http://www.faa.gov>.
29. Офіційний сайт Державіаслужби України. URL: www.avia.gov.ua.
30. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
31. Офіційний сайт Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА). URL: <http://www.iata.org>
32. Статистичні дані в галузі авіатранспорту (за даними Міністерства інфраструктури України). URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuziaviatransportu.html>
33. Український ринок авіап перевезень встановив рекорд у Європі авіатранспорту (за даними Міністерства інфраструктури України). URL:

<https://novyny.online.ua/811212/ukrayinskiy-rinokaviaperevezen-vstanoviv-rekord-u-evropi-statistika>

34. Agreement between Ukraine and the European Community on certain aspects of air services. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_743

35. Air transport, passengers carried. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR?end=2018&start=1970&view=chart>

36. Aviation Industry Digitalization. 2020. URL: <https://softarex.com/blog/computer-vision-and-ai-in-aviation-industry/>

37. Bila S. Strategic priorities of Ukrainian aviation development within global economy. Kyiv. URL:

<http://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2020/paper/viewFile/7604/6408>

38. EU acquis in the field of civil aviation and prospects for adaptation of Ukrainian legislation in the light of the signing and entry into force of the Agreement on the Common Aviation Area between Ukraine and the EU. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/yeuropejskaintegraciya/perekladi-aktiv-acquis-yes>

39. Flight «Svit.aero». 2020. URL: <http://www.svit.aero/ukr/oldstruct.html>.

40. Flightradar24: Live Flight Tracker – Real-Time Flight Tracker Map. URL: <https://flightradar.online/ru/>

41. G20 leaders (and IATA) call for action on trade facilitation. 2018. URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-of-theweek-12-jan-2018.pdf>.

42. IATA-Economic-Performance-of-the-Industry-end-year-2017-report.pdf. 2017. URL: <http://www.iata.org>.

43. ICAO Air Transport Results 2013. 2013. URL: <http://www.icao.int/annualreports>

44. LCCs increasingly attracted to primary airports. 2019. URL: <https://centreforaviation.com/analysis/reports/lccs-increasingly-attracted-to-primary-airports459531>

45. LowcostUA. 2019. URL: <https://lowcost.ua/skytrax-2019/>

46. Management URL: <http://www.money.rediff.com/companies/>.

47. Official web-site of the Ministry of Infrastructure of Ukraine. On approval of the Aviation Transport Strategy of Ukraine for the period up to 2030. 2019. URL: <https://www.mtu.gov.ua/projects/166/>
48. Passenger load factor rises above 82% for the first time. 2018. URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-of-the-week19-Jan-2018.pdf>.
49. Regional Briefing - Asia-Pacific - December 2017. URL: <http://www.iata.org/Reports/regional-reports/Asia-Pac-Dec17.pdf>.
50. Results obtained by the aviation industry of Ukraine in 2019. 2019. URL: <http://www.avia.gov.ua/uploads/documents/9462.pdf>
51. Stankiewich-Mroz A. Foreign Economic Activity of Enterprises / A. Stankiewich-Mroz, et.al. Lodz, 2018. URL: http://repozytorium.p.lodz.pl/bitstream/handle/11652/1944/Foreign_econ_activ_Stankiewicz_Mroz_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
52. Statista. 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/1030569/airasia-number-of-passengers/>
53. Statistics in the field of air transport. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-vgaluzi-aviatransportu.html>
54. The joint web-portal of executive authorities. Ukraine initiated a Common Aviation Area Agreement with the EU. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246883289
55. Treaty on European Union. Official site of the Parliament of Ukraine. 2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>
56. What's the outlook for regional financial performance in 2018. 2018. URL: <http://www.iata.org/Reports/chart-of-the-week/chart-ofthe-week-12-jan-2018.pdf>.
57. Державна авіаційна служба України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/norm_rozd/tz.htm
58. Economic performance of the airline industry. 2017. URL : <http://www.iata.org/IATA-EconomicPerformance-of-the-Industry-mid-year-2017-report.pdf>