

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ-ЛІДЕРІВ УКРАЇНИ

Для сталого розвитку туризму в Україні необхідно надавати якісні послуги пасажирських перевезень на авіатранспорті. Велике значення при цьому має підвищення конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній, яку доцільно оцінювати комплексно за наступними факторами конкурентної боротьби: ринковим, споживчим, економічним, виробничим та організаційним. Ключові слова: конкурентоспроможність, фактори конкурентної боротьби, ринок послуг пасажирських авіаперевезень..

Для стабільного розвитку туризму в Україні необхідно підвищати рівень якості послуг пасажирських перевезень на авіатранспорті. Большое значение при этом имеет повышение конкурентоспособности отечественных авиакомпаний, которую целесообразно оценивать комплексно с учетом следующих факторов конкурентной борьбы: рыночным, потребительским, экономическим, производственным и организационным. Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы конкурентной борьбы, рынок услуг пассажирских авиаперевозок.

Development of air transportation services significantly influences on steady development of tourism in Ukraine. The growth of competitiveness of domestic airlines plays a great role in this development. The competitiveness level of airlines can be fully analyzed according to such factors of competition as: market, consumer, economical, industrial and organizational factors. Key words: competitiveness, factors of competition, air transportation market.

Постановка проблеми. Від обсягів та якості транспортних послуг в значній мірі залежить привабливість туристичної індустрії країни. На ринку транспортних послуг України динаміка пасажирських авіаперевезень має найшвидші темпи зростання кількості перевезених пасажирів. Так, у 2010 році пасажиропотік на авіатранспорті збільшився на 34,6% у порівнянні з 2008 роком. Вдале географічне розташування України та наявність міжнародних аеропортів надають потенціальні можливості для постійного збільшення пасажирських потоків, що привертає увагу міжнародних авіакомпаній до діяльності на українському ринку авіаційних перевезень та підвищує конкурентну боротьбу. Для досягнення вітчизняним авіакомпаніям стійкого економічного положення та підвищення ефективності їх діяльності потрібно формувати певні конкурентні переваги. У зв'язку з цим тема є актуальною та потребує подальших теоретичних досліджень та практичних розробок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Помітний внесок у розвиток теоретичних та практичних основ дослідження конкурентоспроможності підприємств внесли Ансофф І., Зав'ялов П. С. Ламбен Ж. Ж., Портер М., Стрікланд Дж., Томпсон А. А., Хассі Д., а також

вітчизняні вчені Загорулько В.М., Коба В. Г., Кулаєв Ю. Ф., Кулик В. А., Мерхеж Р. Е., Мова В. В., Щелкунов В. І., Яценко Л. А. В своїх наукових працях вчені широко висвітлили сутність та види конкурентоспроможності, методи її аналізу, оцінки та моніторингу. Але в роботах українських вчених не приділено достатньої уваги комплексному аналізу конкурентоспроможності українських авіакомпаній.

Постановка завдання. Метою статті є комплексне дослідження рівня конкурентоспроможності лідируючих на ринку України авіакомпаній.

Викладення основного матеріалу. На конкурентоспроможність авіакомпаній впливають п'ять основних факторів конкурентної боротьби, а саме:

- 1) ринковий
- 2) споживчий
- 3) економічний
- 4) організаційний
- 5) виробничий

Ринковий фактор відображає поточні та заплановані позиції авіакомпаній на цільових і перспективних сегментах ринку пасажирських авіаперевезень. Найвищі показники ринкового фактору має авіакомпанія «МАУ», яка займає 40,6% ринку.

Сьогодні на ринку пасажирських авіаперевезень України свої послуги пропонують 11 вітчизняних авіакомпаній. Однак останнім часом спостерігається тенденція до перерозподілу ринку послуг пасажирських авіаперевезень на користь великих авіакомпаній.

Домінуюче положення на ринку України займають дві провідні пасажирські авіакомпанії: «Аеросвіт» та «Міжнародні авіалінії України» («МАУ»), які у сукупності виконують 69,2 % загальнодержавних перевезень. Авіакомпанії «Аеросвіт» та «МАУ» відрізняються ще й тим, що серед усіх авіаперевізників України саме вони є дійсними членами Міжнародної асоціації авіаперевізників (ІАТА) та Асоціації європейських авіаліній (АЕА). Це свідчить про відповідність міжнародним вимогам якості послуг авіаперевезень та принципів функціонування авіакомпаній, що надає їм певні конкурентні переваги.

Споживчий фактор характеризується сукупністю корисних якостей послуг пасажирських авіаперевезень, які забезпечують потреби клієнтів. Авіакомпанія «МАУ» у 2010 році мала на 48% більші річні обсяги перевезень та на 9,55% вищий показник середньої завантаженості літаків. Крім того згідно з високим показником кількості загубленого багажу на 1000 пасажирів, авіакомпанія «Аеросвіт» недостатньо контролює безпеку багажу пасажирів.

Економічний фактор відображає фінансово-економічну зацікавленість власників, інвесторів, робітників в роботі та можливості росту конкурентоздатності авіакомпаній. Це в значній мірі залежить від форми власності та структури акційного портфелю авіакомпаній «Аеросвіт» та «МАУ», оскільки, контрольний пакет акцій «МАУ» (майже 62%) належить Фонду держмайна України, у той час як у компанії «Аеросвіт» найбільший акціонер – нідерландська інвестиційна група «Gilward Investments», що має 38% акцій, а Фонду держмайна України належить лише 23% акцій компанії. Власність обох авіакомпаній поділена між чотирма власниками, але більш оптимальний пакет акцій має Компанія «Аеросвіт», оскільки доля державної частки майже в три рази менша ніж у авіакомпанії «МАУ». Це досить важливо для процесу залучення інвестицій враховуючи відсутність державного фінансування та необхідність реконструювання основних засобів авіакомпаній та поновлення парку літаків.

Виробничий фактор відображає стан авіаційної техніки й обладнання. Кількість середньомагістральних літаків у «МАУ»-18,а у «Аеросвіта»-13, це такі як Boeing 737-200 1 0, Boeing 737-300 2 5, Boeing 737-400 7 6, Boeing 737-500 3 6, Кількість далекомагістральних літаків: (Boeing 767-300ER) у «МАУ»-3,а у «Аеросвіта»-0 . Всього у двох компаніях відповідно по 16 ,19 літаків. Обидві авіакомпанії мають майже рівну кількість літаків, але суттєвою відмінністю є наявність у компанії «МАУ», трьох далекомагістральних літаків, у той час як «Аеросвіт» має тільки середньомагістральні літаки, хоча й у більшій кількості. Якісну характеристику авіапарків надати досить складно, оскільки інформація про стан літаків, строк їх використання не надається.

Організаційний фактор відображає ділові та морально-психологічні якості керівництва та персоналу, а також особливості організаційної структури компанії. Принципи та підходи у формуванні корпоративної культури компаній є комерційною таємницею та не розголошується. Про організаційний розвиток частково можемо судити з наступної інформації: авіакомпанія «МАУ» була заснована у 1992 році: на два роки раніше, ніж авіакомпанія «Аеросвіт». Крім того, вона має 40 представництв у світі, що на 10 представництв більше ніж у авіакомпанії-конкурента, тобто організаційна структура явно більш розвинута. Проведений аналіз дозволив виділити сильні та слабкі сторони кожної з авіакомпаній. Обидві авіакомпанії мають значну долю ринку авіаперевезень України, це обумовлено високою якістю та різноманітністю послуг, які формують їх позитивний імідж та конкурентоспроможність. Згідно з наведеним вище аналізом, найвищий рівень конкурентоспроможності має авіакомпанія «Аеросвіт», оскільки вона досягла переваг за більшістю факторів конкурентної боротьби. Так, авіакомпанія «МАУ» має достатньо широку мережу напрямків, високу

регулярність польотів та наявність далеко-магістральних літаків. Сьогодні на ринку пасажирських авіаперевезень конкурентну боротьбу значно посилюють low-cost компанії (Wizz Air, Germanwings, Air Arabia), які пропонують білети пасажирам за досить низькою ціною. Такі компанії можуть отримувати прибуток за рахунок зниження логістичних витрат на здійснення рейсів.

Висновок. Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній на міжнародному ринку послуг пасажирських перевезень необхідно збільшити завантаженість літаків, оновити авіапарк, підвищити надійність польотів та рівень сервісу, оптимізувати логістичні витрати, впровадити гнучку систему знижок та бонусних програм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної авіаційної адміністрації / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua>
2. Офіційний сайт авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.flyuia.com
3. Офіційний сайт авіакомпанії «Аеросвіт»/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.aerosvit.ua
4. Офіційний сайт Міжнародної асоціації повітряного транспорту / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iata.org/>
5. Цогла О.О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності [Текст] // Актуальні проблеми економіки. – 2006, № 4(58). – С. 104-105.
6. Гончарова Н.П. Концептуальні параметри конкурентоспроможності національної економіки [Текст] // Актуальні проблеми економіки. – 2006, № 8(62). – С. 43-44.
7. Шнипко О. Політика підвищення конкуренції досвід розвинутих країн та України [Текст] // Економіст. – 2006, № 8. – С. 44-45.
8. Шаров І. Захисту конкуренції – законодавчу підтримку [Текст] // Конкуренція. – 2003, № 5/8. – С. 2-3.
9. Сайт «Усе про українську авіацію» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wing.com.ua/>