

Гриценко С.І.доктор економічних наук, професор
Національного авіаційного університету**Gritsenko Sergiy**

National Aviation University

**МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
ДИВЕРСИФІКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ АВІАЦІЙНИХ
ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ****MARKETING APPROACH TO INVESTMENT ATTRACTIVENESS
OF DIVERSIFIED ENTERPRISES OF AVIATION TRANSPORT
AND LOGISTIC CLUSTERS**

Конкуренція, що посилюється на світовій арені за капітал, спонукає використовувати можливості й інструменти маркетингу для ефективнішого переконання в перевагах своєї інвестиційної пропозиції порівняно з конкурентами. Метою статті є вдосконалення теоретико-методологічних основ створення регіональних транспортно-логістичних кластерів і розроблення науково-практичних рекомендацій щодо інвестиційної привабливості диверсифікованих підприємств авіаційного кластеру малобюджетних перевезень. У статті запропоновано реорганізацію периферійного аеропорту «Київ» (Жуляни) в статус зонального аеропорту транспортно-логістичного кластеру малобюджетних авіаперевезень з функціями координаційного центру міжнародних міжгалузевих пасажирських перевезень. Інвестиційна привабливість кластеру малобюджетних авіаперевезень заснована на очікуванні ринку капіталу щодо передбачуваної здатності кластеру генерувати вільні грошові потоки в майбутньому, доступні для розподілу між акціонерами, постачальниками капіталу.

Ключові слова: маркетинг, транспортно-логістичний кластер, зональний аеропорт, малобюджетні авіаперевезення, інвестиційна привабливість.

Конкуренция, которая усиливается на мировой арене за капитал, побуждает использовать возможности и инструменты маркетинга для более эффективного убеждения в преимуществах своего инвестиционного предложения по сравнению с конкурентами. Целью статьи является усовершенствование теоретико-методологических основ создания региональных транспортно-логистических кластеров и разработка научно-практических рекомендаций касательно инвестиционной привлекательности диверсифицированных предприятий авиационного кластера малобюджетных перевозок. В статье предложена реорганизация периферийного аэропорта «Киев» (Жуляны) в статус зонального аэропорта транспортно-логистического кластера малобюджетных авиаперевозок с функциями координационного центра международных межотраслевых пассажирских перевозок. Инвестиционная привлекательность кластера малобюджетных авиаперевозок основана на ожиданиях рынка капитала касательно предсказуемой способности кластера генерировать свободные денежные потоки в будущем, доступные для распределения между акционерами, поставщиками капитала.

Ключевые слова: маркетинг, транспортно-логистический кластер, зональный аэропорт, малобюджетные авиаперевозки, инвестиционная привлекательность.

Competition, which is intensifying on the world stage for capital, encourages the use of marketing opportunities and tools for more effective belief in the benefits of your investment offers in comparison with competitors. The aim of the article is to improve the theoretical methodological foundations for the creation of regional transport and logistics clusters, and the development of scientific and practical recommendations regarding investment attractiveness of diversified enterprises low cost aviation cluster. The article proposes the creation of a regional cluster transport and logistics system, which in turn is localized in transport and logistics cluster within geographically concentrated business cluster. For this business cluster you need to understand what category of investors optimally meets its needs, what they want to know and what investment opportunities looking at its environment. Considering the priority of the speed parameter delivery of international passengers and cargo, each regional busi-

ness cluster should be interested in its benefits in terms of risk-based profitability perspective. Also in creation and promising development of our own "air gates" – zoned airports and airline carriers as important constituent elements of regional transport and logistics cluster focused on the best investment target. The article proposes the reorganization of the peripheral airport "Kyiv" (Zhulyany) to the status of a zonal airport for transport and logistics low-cost air transportation cluster with coordination functions Center for International Intersectoral Passenger Transport, with the aim of increase the competitiveness of products (services) transport logistics cluster, creating value propositions for investors with the best ratio of maximizing income and risk. The conceptual framework of an aviation cluster with key status transport intermediary at the base of the zonal airport is given. As a center for coordination of transport and logistics activities in its cluster, the zonal airport additionally performs the function centralized management of the interaction of different modes of transport, regarding ground transportation to and from passengers, after-sales service for consumers and airline customers, and their air transport vehicles. The source of competitive advantage of the low-budget cluster air transportation is the synergistic effect of the interaction of all cluster entities (airlines, airport, handling companies, customers, and regional authorities). Investment attractiveness low-cost air transportation cluster based on market expectations capital relative to the predictable ability of the cluster to generate future free cash flows available for distribution between shareholders, suppliers of capital.

Key words: marketing, transport and logistics cluster, zonal airport, low-cost air travel, investment attractiveness.

Постановка проблеми. Використання сукупності маркетингових прийомів у пошуку джерел фінансування здатне істотно підвищити ефективність зусиль із залучення капіталу. Маркетинг – це одночасно філософія бізнесу та орієнтований на дію процес. Маркетингова теорія й практика в умовах глобалізації припускає строгий підхід до визначення кращих постачальників капіталу й створення для них стимулу у вигляді високого співвідношення прибутковості та ризику [1, с. 8]. Глобальний маркетинг є двоетапним процесом. На першому етапі потрібне глобальне мислення, тобто пошук транснаціональних сегментів споживачів на великому щодо географії ринку, причому ці сегменти можуть бути скільки завгодно малими. У регіональному або міжнародному масштабі вони можуть являти собою ринок, достатній для забезпечення ефекту масштабу. Процес індивідуалізації та адаптації (кастомізації) пропозицій під конкретного споживача є іншим етапом глобального маркетингу [2, с. 92; 3, с. 57].

Стратегія кастомізації заснована на використанні наявних відмінностей у поведінці споживачів авіаційних послуг з урахуванням їх доходу, умов споживання [3].

Сьогодні нова модель організації бізнесу на ринку авіаційних перевезень полягає виключно в мінімізації витрат авіакомпаній у собівартості авіаперевезення за рахунок відмови від додаткового сервісу в обслуговуванні споживачів. Це концепція діяльності малобюджетних перевізників або low-cost-авіакомпаній, яка не стосується інших учасників перевізного процесу, зокрема аеропортів, обслуговуючих підприємств.

Поява нової бізнес-моделі пов'язана з тим, що потреби клієнтів змінюються, а авіакомпаніям потрібно пристосовуватися до цих змін. Безпека польотів, надійність і конкурентоспроможність – це мінімальні характеристики

для ведення авіабізнесу. Всі інші характеристики можуть бути запропоновані клієнтам у різному ступені виконання. Головною задачею традиційних авіакомпаній було підвищення якості послуг і збільшення їх спектру. Малобюджетні авіакомпанії пішли шляхом аналізу локальних потреб в окремо взятій країні, кастомізації послуг до кожного локального середовища, реалізації вибраної стратегії за допомогою операційного маркетингу, зменшення послуг, які надаються. Це дає змогу трансформуватися на ринку авіаційних перевезень, пристосуватися до змін запитів споживачів і зовнішнього середовища, зменшити тарифи і, як наслідок, збільшити попит і доходи [4, с. 66].

Разом з кастомізацією та персоналізацією послуг одним зі шляхів стимулювання регіонального розвитку є створення кластерних утворень у локальних технологічно інтегрованих галузях, що дає змогу підвищувати рівень конкуренції на внутрішньому ринку й активізувати стратегію конгломератної диверсифікації з боку підприємств-учасників транспортно-логістичного кластеру.

Це обумовлює актуальність проблеми пошуку потенційних інвесторів, оптимальної комбінації джерел фінансування, розподілу грошових капіталів підприємств-учасників кластеру, що вкладаються в економіку, між різноманітними транспортно-логістичними об'єктами задля зниження ризику втрат і в надії отримати вищий дохід в умовах кластеризації транспортно-логістичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетинговим підходам до інвестиційної привабливості присвячені наукові роботи Ф. Котлера [4], Х. Картаджайя, Д. Янга [1], Ж.-Ж. Ламбена [2]. Проблеми й перспективи розвитку малобюджетних (низькотарифних) авіакомпаній в Україні розкриті в роботах Н. Антощиши-

ної [5], Т. Гаврилко, А. Гавриленка [6]. Кластерна модель економіки розробляється вітчизняними та закордонними вченими не одне десятиріччя. Кластери як категорія, їх роль та сутність визначені в наукових роботах провідних учених, зокрема в працях М. Портера [7], М. Войнарєнка [8], С. Соколенка [9]. Незважаючи на глибину наукових досліджень щодо умов регіонального та світового розвитку, участі країн у світовому розподілі праці, сучасний стан економіки України потребує дослідження питань формування у її складі інвестиційно привабливих авіаційних транспортно-логістичних кластерних утворень як асоціації підприємств однієї галузі, що зберігають юридичну незалежність, конкурентні відносини й орієнтовані на активізацію ділової активності всередині кластеру [10]. Вищезазначене обумовило актуальність вибраної теми дослідження у теоретичному й практичному аспектах.

Метою дослідження є вдосконалення теоретико-методологічних основ створення регіональних транспортно-логістичних кластерів і розроблення науково-практичних рекомендацій щодо інвестиційної привабливості диверсифікованих підприємств авіаційного кластеру малобюджетних перевезень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні умови розвитку економіки характеризуються прискоренням глобалізації та загостренням конкурентної боротьби не тільки між компаніями та країнами, але й між регіонами. Конкурентоспроможність України складається з конкурентоспроможності регіонів, що формується за рахунок ефективної діяльності суб'єктів господарювання відповідних областей.

На перше місце виходить кластерний підхід, тобто підтримка та розвиток кластерів шляхом консолідації зусиль держави, бізнесу, науки та освіти у пріоритетних сферах регіональної економіки як груп географічно сусідніх і взаємозалежних підприємств та пов'язаних з ними організацій, які характеризуються спільною діяльністю, взаємодоповнюють та підсилюють конкурентні переваги один одного через ефект синергії.

Узагальнюючи світовий досвід організації бізнес-кластерів за різними схемами, зокрема регіональними, виробничими, функціональними, галузевими, мікро-, мега-, макрорівнями, можемо припустити, що саме кластерні моделі дають новий вихід для поліпшення ситуації у сучасній економіці України, яка стоїть зараз на перепутті: старі методи вже не працюють, а нові ще не впроваджуються.

Для України кластеризація є одним зі шляхів розбудови економіки та підтримки її на належному рівні в системі світових господар-

ських відносин у сучасних важких геополітичних умовах. COVID-19 посилив низку процесів, підґрунтя яких було закладено раніше. Конкуренція між регіонами посилюється до ефекту «великої ізоляції», що рушить глобальні ланцюжки, веде до рещорингу та нової хвилі політик національного протекціонізму. Про ці тренди на першому національному онлайн-форумі щодо стану та перспектив української Індустрії 4.0 "Next Normality & Industry 4.0" розповідав Й. Фурастьє ("CEO CodEUrope Consulting"). Для України це, безперечно, є шансом та можливістю знову заявити про свою готовність та гео економічні переваги [9]. Інноваційні екосистеми – це основа інноваційних продуктів та технологій Індустрії 4.0, тоді як кластери – це один з найефективніших інструментів галузевого, секторального та економічного розвитку. В основі кластерів промислових хайтек лежать ті ж інноваційні екосистеми. Парадокс та відсталість України полягає в тому, що чисельні та ще сильні елементи екосистем існують, але самих розвинутих екосистем та кластерів промислових хайтек майже немає. Це може розглядатись як можливість для становлення та розвитку авіаційних транспортно-логістичних кластерів.

Водночас динаміка обсягів перевезень пасажирів авіаційним транспортом після кризових 2014–2015 років до 2019 року поступово зростала. За статистичними даними кількість пасажирів, що скористались послугами українських авіакомпаній, збільшилась на 9,4%, склавши 13 705,8 тис. осіб. Пасажирські перевезення протягом року здійснювали 18 вітчизняних авіаперевізників, серед яких найбільші обсяги виконані авіакомпаніями «Міжнародні авіалінії України», «Азур Ейр Україна», «Скайап», «Роза вітрів» та «Буковина». За звітний рік п'ятьма провідними авіакомпаніями загалом перевезено 13 306,7 тис. осіб, що на 22,4% більше, ніж за 2018 рік, та складає 97% від загальних обсягів пасажирських перевезень українських авіакомпаній [12]. Після COVID-19 така позитивна динаміка, ймовірно, збережеться.

Отже, важливим аспектом у діяльності авіаційного транспортно-логістичного кластеру стане розвиток взаємозв'язків аеропорту з авіакомпаніями. Стабільність у використанні послуг аеропорту, ефективно та якісно управління його тарифною політикою, домовленість про чітку схему взаєморозрахунків, безперервне поліпшення стосунків між аеропортом та авіакомпаніями дадуть змогу отримати авіакомпанії знижки за аеропортові послуги.

Малобюджетні авіакомпанії знайдуть змогу економити значну частину витрат, які використовуються для обслуговування пасажирів

на борту повітряного судна. З'являється можливість становлення та розвитку периферійних аеропортів, робота яких пов'язана з наземною транспортною системою середніх та великих міст, міських агломерацій, інтегрованих з територіально близькими населеними пунктами, а також транспортно-логістичними системами підприємств, що перебувають у відносинах міцних бізнес-зв'язків між собою. В такому кластері інтегруються також організації, підприємства та установи менших інфраструктурних галузей, а саме АЗС, наукові, новітні та впроваджувальні організації транспорту й логістики.

Для цього в кластері формується регіональна транспортно-логістична система, яка локалізується у функціональний транспортно-логістичний кластер у межах географічно сконцентрованого бізнес-кластеру. Таким чином, регіональна транспортно-логістична система, яка досягла рівня кооперації в стадії розвитку взаємовідношень її ланок, є каркасом формування добровільних об'єднань, а саме транспортно-логістичних кластерів. На нашу думку, транспортно-логістичні кластери – це природно взаємопоеднані і взаємозалежні ланки логістичної системи з ключовим статусом транспортного посередника, що здійснює міжорганізаційну координацію, забезпечуючи синергійний ефект [8, с. 918].

Такими диверсифікованими транспортними посередниками в авіаційному транспортно-логістичному кластері є периферійні аеропорти з малобюджетними авіакомпаніями.

Концептуальна ідея надання послуг у кластері малобюджетних авіаперевезень полягає в мінімізації сумарних витрат авіакомпанії, аеропорту, обслуговуючих фірм, доставки в аеропорт та з аеропорту пасажирів і вантажу наземним видом транспорту тощо.

Важливим показником для інвесторів успішності ключового транспортного посередника є імідж, який є штучним образом, що формується в суспільній чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації або психологічним впливом задля формування певного ставлення до об'єкта. Оцінювання іміджу є спеціальним видом аналізу, оскільки відображає якісні характеристики компаній, відношення споживачів.

Одними з найважливіших фінансових показників ключового транспортного посередника, які необхідно показувати під час вибору інвестора, є ключові показники оцінювання фінансового стану підприємства, а саме показники рентабельності (економічної ефективності діяльності), фінансової незалежності та ліквідності. Інвестори шукають найвищу прибутковість з урахуванням найменшого ризику [1, с. 13].

У зв'язку з прогресом у сфері інформаційних технологій, що усунув низку технічних бар'єрів на шляху потоків капіталу, тепер доводиться переконувати інвесторів і кредиторів, що мають практично необмежений вибір інвестиційних можливостей і широкий доступ до іноземних ринків, вкладати гроші саме в їх компанії. Використання можливостей та інструментів маркетингу дає змогу зробити процес переконання ефективнішим у конкуренції за капітал. Це вимагає уміння виявляти найбільш перспективних постачальників капіталу й спрямовувати маркетингові зусилля саме на них.

Слід зазначити, що стійкий фінансовий стан ключового транспортного посередника, а також усіх його учасників є передумовою стабільного функціонування всього кластерного утворення. Це пояснюється тим, що стабільний фінансовий стан ключового транспортного посередника дасть змогу пришвидшити процес кластерного утворення, а також сприятиме спрощенню процедур співпраці з фінансовими інститутами, змагаючись з усіма компаніями з порівняним рівнем ризику за лояльність інвесторів.

Міжнародна практика свідчить про те, що жодний вдалий приклад регіональних програм, якими є кластери, неможливий без відповідної державної підтримки на місцевому, регіональному та загальнонаціональному рівнях, тому відповідність результатів діяльності транспортно-логістичного кластеру державній політиці є вагомим показником під час вибору ключового транспортного посередника.

Створення авіаційного транспортно-логістичного кластеру є результатом об'єднання зусиль підприємств, продукція яких потребує швидкісної доставки для реалізації в різних сегментах світового ринку.

Для формування та функціонування авіаційного транспортно-логістичного кластеру необхідна відповідна інфраструктура в таких аспектах:

- зональний аеропорт міжнародного класу;
- великий залізничний вузол;
- морський (річковий) порт з терміналом контейнерних перевезень;
- транспортно-логістичні центри й термінали;
- автотранспорт і автодороги.

Питання підвищення рівня конкурентоспроможності є важливими для забезпечення виживання й розвитку всього кластеру та його підприємств. Для цього аеропорт як підприємство з ключовим статусом транспортного посередника, що здійснює міжорганізаційну координацію кластеру, має не тільки добре представляти потреби ринку та свої можливості, але й визначити, яким чином він зможе забезпечити

досягнення цілей всієї сукупності споріднених підприємств кластеру та їх бізнесу.

Дорожньою картою щодо інвестиційної привабливості диверсифікованих підприємств авіаційних транспортно-логістичних кластерів є бачення та місія міста Києва, стратегічні цілі до 2025 року [13, с. 3, 9, 20–21]. Потенційним конкурентним кластером Києва визначено Центр авіаційної логістики України, СНД, ЦСЄ. Його інноваційний розвиток забезпечить унікальність і конкурентоспроможність міста у глобальному масштабі, а також значний внесок в економіку міста й зайнятість. Для його ефективного функціонування необхідна доступна, надійна, зручна, мультимодальна транспортна система. Стратегічною метою є створення максимально сприятливих умов для національних і міжнародних інвесторів, максимальне використання позабюджетних джерел фінансування.

Можна зробити беззаперечний висновок, що Міжнародний аеропорт «Київ» – це одне з небагатьох підприємств, яке поки що не є лідером на ринку України як за кількісними, так і за якісними показниками. У кількісному розумінні аеропорт прагне посісти першість за обсягами наданих послуг та грошовою часткою ринку, а в якісному – здобути визнання як відповідального підприємства з обслуговування авіаційної техніки та літаків.

На підставі проведеного SWOT-аналізу пропонується стратегія зростання конкурентоспроможності аеропортового комплексу. Стратегія зростання конкурентоспроможності МА «Київ» є пріоритетом реструктуризації галузі на основі стратегічного управління й створення майбутньої вартості для акціонерів, інвесторів.

Перспектива МА «Київ» (Жуляни) полягає в тому, щоби стати великим транзитним зональним аеропортом Східної Європи, який забезпечив би якісне обслуговування зростаючого потоку пасажирів між Західною і Східною Європою, Азією, Японією, Америкою. Аеропорт стабільно працює в системі ринкових відносин, постійно покращує результати своєї роботи.

Необхідно, щоби бюджетні авіакомпанії зі свого боку пішли шляхом зниження витрат за рахунок продажу квитків за дешевими тарифами без посередників, а весь комплекс процесів обслуговування в аеропорту та наземна доставка в аеропорт повинні надаватися за мінімальними тарифами з боку аеропорту. Тільки інтеграція зусиль всіх учасників кластеру та оптимізація перелічених вище процесів приведуть до мінімізації повної вартості авіаперевезення в усьому логістичному ланцюзі обслуговування пасажирів в умовах кластерної організації авіатransпортного перевезення «від

дверей до дверей» та підвищать ефективність польотів загалом.

Ідеальна схема транспортного забезпечення – це створення на базі аеропорту мультимодального транспортного вузла, тобто слід аеровокзал, автовокзал та залізничний вокзал об'єднати у єдиний порт. Це дасть змогу пасажирам вибирати найзручніший для них вид транспорту та здійснювати зручні пересадки.

Водночас зі зростанням обсягів перевезень, а також стрімким розвитком технологій аеропорту необхідно підтримувати наявну інфраструктуру. Вдосконалення, розширення та оновлення наземної інфраструктури аеропорту (аеропортове, аеронавігаційне обладнання та споруди) потребують значних інвестицій. У цьому разі частка інвестиційного вкладу авіакомпанії у розвиток аеропорту дасть їй змогу не лише підготувати технічні засоби подальшої роботи, але й досягти певних фінансових поступок (зменшення аеропортових зборів) з боку аеропорту за укладання відповідних угод. Безумовно, фінансувати цю групу інструментів розвитку аеропорту для авіакомпанії, особливо невеликої, дуже важко, але лише безпосередня участь у цих заходах на проєктному, організаційному, фінансовому та інших рівнях дадуть змогу авіакомпанії отримати підґрунтя подальшого стійкого розвитку.

Стратегічна переорієнтація на розвиток зональних аеропортів транспортно-логістичних кластерів відкриває можливість збільшення ефективності як прямих комерційних рейсів, так і малобюджетних перевезень з цих аеропортів.

Залучення інвестицій у кластерні утворення забезпечує мультиплікативний ефект розвитку економіки регіону, а саме інвестування в підприємства суміжних галузей, що взаємно впливають один на одного, забезпечує велику віддачу від вкладених коштів. Концентруючи у своїх рамках процеси виробництва й збуту продукції, кластери сприяють впровадженню нової техніки і технологій, розвитку наукоємних виробництв, чим забезпечують стійкість регіональної економіки в динамічному ринковому середовищі. Крім того, кластери є єднальним елементом для реалізації великомасштабних інвестиційних проєктів, органічно пов'язуючи процеси регіонального розвитку з розвитком усієї національної економіки. Кластерний підхід до управління економікою регіону надає органам влади ефективні інструменти взаємодії з бізнесом через участь представників адміністрації в роботі кластеру.

Кількісне оцінювання результативності інвестування необхідно проводити на основі теорії економічної ефективності та з урахуванням ступеня фінансової реалізованості інвес-

тиційного проекту розвитку аеропортів, яка визначається на базі оцінювання грошового потоку, розміри й конкретні складові частини якого залежать від виду аеропортових послуг.

Як відомо, традиційними джерелами фінансування програми розвитку аеропортів, окрім приватного інвестування й надання комерційних кредитів, є кошти місцевої бюджетної підтримки і комунальні позики, особливістю яких є цільова спрямованість державного фінансування інвестиційних проектів. Для залучення приватних, зокрема іноземних, інвестицій у розвиток аеропортів дуже важливі ліберальна адміністративна й податкова політика як місцевої, так і державної влади, що заохочує приватну інвестиційну ініціативу; ефективна антимонопольна політика місцевої влади, спрямована на підтримку здорового конкурентного середовища.

Висновки з проведеного дослідження.

Сьогодні ринки капіталу вирости, стали глобальними, загострилась конкуренція за капітал. Процес залучення капіталу для авіаційних транспортно-логістичних кластерів нині має не

лише фінансову, але й маркетингову складові частини. Для їх залучення необхідно використовувати принципи маркетингу щодо запропонованих концептуальних положень логістичного підходу до організації авіатранспортного кластеру малобюджетного авіап перевезення. Концептуальна ідея надання послуг у кластері малобюджетного перевезення полягає в мінімізації сумарних витрат на всіх ланках логістичного ланцюга перевезення (авіакомпанії, аеропорту, обслуговуючих фірм, доставки в аеропорт та з аеропорту пасажирів і вантажу наземним транспортом тощо). Слід сформулювати у інвесторів уявлення про кластер малобюджетних перевезень як про надійного, компетентного й платоспроможного позичальника. Необхідно правильно позиціонувати кластер і його пропозицію для інвесторів. Цільовий ринковий сегмент, яким є зональний авіаційний кластер, досить великий, тому він може зайняти домінуюче положення в ринковому сегменті надання комплексних транспортних послуг і враховувати наявну конкурентну ситуацію в регіоні на основі стратегії кастомізації.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. Привлечение инвесторов: маркетинговый подход к поиску источников финансирования. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2009. 194 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 800 с.
3. Маркетингові інструменти управління лояльністю клієнтів авіакомпаній України : монографія / С. Смерічевський, А. Шевченко, Г. Малахівська, М. Колесник, І. Решетнікова, К. Астахов. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 272 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 800 с.
5. Антошишина Н. Проблеми і перспективи розвитку малобюджетних авіакомпаній в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 6. С. 66–72.
6. Гаврилко Т., Гавриленко А. Аналіз діяльності міжнародних низькотарифних авіакомпаній на ринку авіаційних перевезень України. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2018. Вип. 27. С. 15–19.
7. Портер М. Конкуренція. Москва, 2005. 608 с.
8. Гриценко С. Технологія формування та функціонування транспортно-логістичних кластерів : монографія. *Кластери в економіці України* / за ред. М. Войнаренка. Хмельницький : ХНУ ; ФОП Мельник А.А., 2014. С. 914–931.
9. Соколенко С. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Украинский контекст. Киев, 2002. 645 с.
10. Smerichevskyi S., Savchenko L. Clusterization of urban territory for building an effective delivery system : collective monograph / under the editorship of S. Smerichevska, Cluster model of innovative development of the national economy: infrastructure and investment aspects. Wydawnictwo Naukowe, WSPiA, Poznan, Poland. 382 p.
11. Next Normality & Industry 4.0 : звіт форуму. Київ, 2020. URL: <https://appau.org.ua/publications/next-normality-industry-4-0-zvit-forumu> (дата звернення: 19.06.2020).
12. Звіт Голови Державної авіаційної служби України за 2019 рік. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit_2019/zvit-2019-avia.pdf (дата звернення: 19.06.2020).
13. Стратегія розвитку Києва до 2025 року. Київ, 2011. URL: https://dnipr.kyivcity.gov.ua/files/Strategy_Kyiv2025.pdf (дата звернення: 19.06.2020).

References:

1. Kotler F., Kartadzhajja Kh., Jangh D. Pryvlechenye ynvestorov: Marketynghovj podkhod k poysku ystochnykov fynansyrovanyja. M. : Aljppyna Byznes Buks, 2009. 194 s.
2. Lamben Zh.-Zh. Menedzhment, orientirovannyiy na ryinok. – SPb. : Piter, 2007. 800 s.
3. Smerichevs'kyy S., Shevchenko A., Malakhivs'ka H., Kolesnyk M., Reshetnikova I., Astakhov K. Marketynhovi instrumenty upravlinnya loyal'nisty klyentiv aviakompaniy Ukrainy : monohrafiya. K. : Vydavnychyy dim "Kondor", 2020. – 272 s.
4. Kotler F. Marketyngh menedzhment. – SPb.: Pyter, 2005. 800 s.
5. Antoshhyshyna N.I. Problemy i perspektyvy rozvytku malobjudzhetykh aviakompanij v Ukraini. Aktualjni problemy ekonomiky. 2009. № 6. S. 66–72.
6. Ghavrylko T., Ghavrylenko A. Analiz dijajnosti mizhnarodnykh nyzkotaryfnykh aviakompanij na rynku aviacijnykh perevezenj Ukrainy. Svitove ghospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. 2018. Vyp. 27. S. 15–19.
7. Porter M. Konkurencyja. Moskva, 2005. 608 s.
8. Ghrycenko S. Tekhnologhija formuvannja ta funkcionuvannja transportno-loghistrychnykh klasteriv : monohrafiya / Klasteri v ekonomici Ukrainy / za nauk. red. M. Vojnarenka. – Khmeljnycykj : KhNU ; FOP Meljnyk A.A., 2014. S. 914–931.
9. Sokolenko S. Proizvodstvennyie sistemyi globalizatsii: Seti. Alyansyi. Partnerstva. Klasteriyi: Ukr. kontekst. Kiev. 2002. 645 s.
10. Smerichevskyi S., Savchenko L. Clusterization of urban territory for building an effective delivery sistem. Collective monograph under the editorship of S. Smerichevska, Cluster model of innovative development of the national economy: infrastructure and investment aspectsp. Wydawnictwo Naukowe, WSPIA, Poznan, Poland. 382p.
11. Next Normality & Industry 4.0 : zvit forumu. Kyjiv. 2020. URL: <https://appau.org.ua/publications/next-normality-industry-4-0-zvit-forumu> (data zvernennja: 19.06.2020).
12. Zvit Gholovy Derzhavnoj aviacijnoj sluzhby Ukrainy za 2019 rik. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit_2019/zvit-2019-avia.pdf (data zvernennja: 19.06.2020).
13. Strateghija rozvytku Kyjeva do 2025 roku. Kyjiv, 2011. URL: https://dnipr.kyivcity.gov.ua/files/Strategy_Kyiv2025.pdf (data zvernennja: 19.06.2020).