

УДК: 519.711:656.7.071.13(477)(045)

Олешко Т.І.

МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ УКРАЇНИ

В статті визначені та проаналізовані основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність авіакомпаній.

Ключові слова: авіакомпанія, конкурентоспроможність, авіаперевезення, модель.

В статье определены и проанализированы основные факторы, влияющие на конкурентоспособность авиакомпаний.

Ключевые слова: авиакомпания, конкурентоспособность, авиаперевозки, модель.

The article identified and analyzed the main factors affecting the competitiveness of airlines.

Keywords: airline, competitiveness, air, model.

Постановка проблеми. Питання дослідження конкурентоспроможності авіакомпаній є важливим і актуальним як для економіки в цілому, так і для окремих компаній. У ринкових умовах висока конкурентоспроможність авіакомпаній є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку та життєдіяльності компанії. Розуміючи це, вітчизняні авіакомпанії ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб клієнтів, отримання максимального прибутку, залучення нових клієнтів, розширення частки ринку, забезпечення необхідного рівня якості послуг та цін на них, впровадження новітніх технологій, модернізація обладнання та парку повітряних суден.

Сучасні умови ведення ринкової економіки неминуче ставлять авіакомпанії перед необхідністю працювати за законами і вимогами ринку, пристосовуючи всі сторони своєї діяльності до мінливої ринкової ситуації і запитів споживачів, змагаючись при цьому з конкурентами. Як наслідок, особливої актуальності набуває розробка моделей і методів оцінки рівня конкурентоспроможності авіакомпанії. Для покращення фінансового стану компанії та її рівня конкурентоспроможності, в першу чергу необхідно зробити все, щоб її обирали споживачі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Здобутки вітчизняних та зарубіжних вчених з питань конкурентоспроможності авіакомпаній, її моделювання та використання лагових моделей представлені у працях Гелич А.О. , Сич Є.М. , Кулаєва Ю.Ф. , Зламанюка Т.В. , Подрези С.М., Гуріна Г.С. та ін. Аналіз результатів досліджень, опублікованих у вітчизняних та закордонних наукових джерелах дозволяє зробити висновок про недостатню дослідженість цього питання.

Метою статті є визначення основних показників конкурентоспроможності авіакомпаній України.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні рівень конкуренції на ринку повітряних перевезень високий, а число конкуруючих авіакомпаній часто перевищує аналогічний показник по товарному ринку. Тому з розвитком авіаційного ринку і авіаіндустрії необхідно сформувати методи управління авіакомпанією на ринку авіаперевезень, що дозволить значно підвищити рівень її конкурентоспроможності та зміцнить позиції на ринку. Конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта господарської діяльності базується на визначенні конкурентоспроможності об'єкта діяльності. Суб'єктом тут виступає авіакомпанія, а об'єктом – послуги, які вона надає.

Під конкурентоспроможністю послуг авіакомпанії розуміється її здатність до потенційного задоволення потреби в авіаперевезеннях порівняно з конкурентами на конкретному ринку за даний період. Чим вище конкурентоспроможність, тим успішнішою є діяльність авіакомпанії на ринку[1].

У свою чергу, рівень конкурентоспроможності послуг авіакомпанії залежить від багатьох факторів: мережі маршрутів, каналів продажів, безпеки польотів та інших, які змінюються в ринкових умовах.

Загалом можна виділити п'ять основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність авіакомпанії (рис.1).

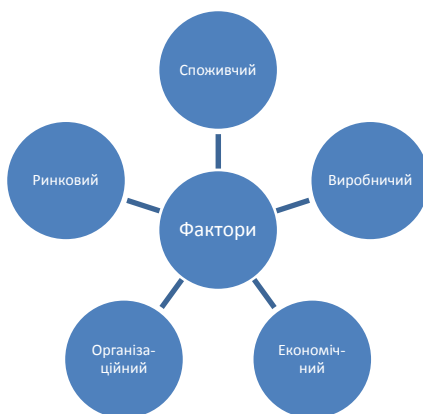


Рисунок 1. Фактори конкурентної боротьби авіакомпаній

Згідно з наведеною на рис. 1 сукупністю факторів доцільно провести на основі даних офіційних сайтів авіакомпаній та Державної авіаційної адміністрації порівняльний аналіз рівня конкурентоспроможності

авіакомпаній-лідерів ринку пасажирських перевезень на Україні: компанії «МАУ» та «Ютейр Україна».

Ринковий фактор відображає поточні та заплановані позиції авіакомпаній на цільових і перспективних сегментах ринку пасажирських авіаперевезень. Хоча після банкрутства авіакомпанії «АероСвіт» за її напрями розгорілася неабияка боротьба серед українських авіакомпаній – «МАУ», «Ютейр-Україна», «Візз Ейр Україна» та інших. Але МАУ все одно дістала економічно найпривабливіші маршрути. Тому найвищі показники ринкового фактору має авіакомпанія «МАУ», яка займає 53% ринку.

Структура ринку постачальників послуг пасажирських авіаперевезень в Україні у 2013 році представлено на рис. 2.

З цієї структури видно, що домінує положення на ринку авіаперевезень займає авіакомпанія «МАУ». За показником фактичного користування авіакомпанія «МАУ» стала беззаперечним лідером українського ринку авіаперевезень. Серед основних переваг перевізника можна відзначити гнучку цінову політику авіакомпанії, можливість віддаленої реєстрації на рейс і вибору місця у салоні літака, привітність і охайність бортпроводників, а також привабливу програму лояльності МАУ «Панорама Клуб».

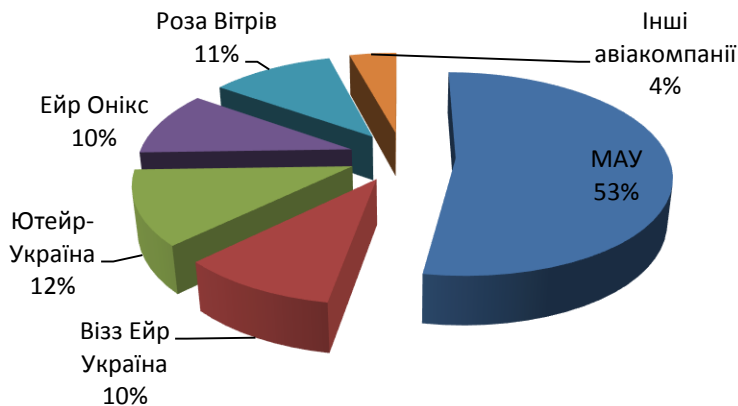


Рисунок 2. Структура ринку постачальників послуг пасажирських авіаперевезень в Україні у 2013 році

Споживчий фактор характеризується сукупністю корисних якостей послуг пасажирських авіаперевезень, які забезпечують потреби клієнтів. Показники, що відображають споживчі фактори конкурентної боротьби авіакомпаній у 2013 році представлені в табл. 1.

З цієї таблиці видно, що авіакомпанія «МАУ» у 2013 році мала на 0,35 млн. чол. більші річні обсяги перевезень та на 5% вищий показник середньої завантаженості літаків. Крім того згідно з низьким показником кількості регулярних рейсів на тиждень, авіакомпанія «Ютейр Україна» мала малу кількість напрямів та рейсів.

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 «МАУ» та «Ютейр Україна».

Таблиця 1.- Споживчі показники конкурентної боротьби авіакомпаній за 2013 рік

№	Показник	Авіакомпанія		Порівняння показників авіакомпаній
		«МАУ»	«Ютейр Україна»	
1	Перевезено пасажирів, млн. осіб	1,68	1,3	+0,35
2	Показник середньої завантаженості літаків, %	89	84	+5
3	Кількість авіанапрямків	24	17	+7
4	Кількість регулярних рейсів на тиждень	700	205	+495
5	Кількість аварій	0	0	0

Контрольний пакет акцій «МАУ» (більше 74%) належить компанії «Кепітал інвестмент проджект», збільшивши цей показник з 51,64% у минулому році. Кіпрська «Онтобет промоушінз лімітед» сконцентрувала 25,83% акцій «МАУ». Але компанія «Кепітал інвестмент проджект» належить ТОВ "Інвестмент Проджектс менеджмент", власником якого в червні 2012 року стала «Онтобет промоушінз лімітед». Тобто фактично влітку минулого року акції «МАУ» були сконцентровані в руках одного власника.

«Ютейр-Україна» — українська авіакомпанія. Виконує регулярні та чартерні перевезення. Авіакомпанія є дочірньою російської Ютейр. Контролюючим акціонером компанії «Ютейр Україна» (75,64 %) є пенсійний фонд компанії «Сургутнафтогаз». Близько 5 % (free float - частка акцій яка є у

вільному обігу) акцій компанії торгуються на фондовій біржі ММВБ (біржевий тикер UTAR) і РТС (ТМАТ) [1].

Виробничий фактор відображає стан авіаційної техніки й обладнання. Кількісна характеристика парку літаків авіакомпаній «МАУ» та «Ютейр Україна» представлена в табл. 2.

Різниця в кількості літаків дуже велика, причиною цього є те, що авіакомпанія «МАУ» має більше рейсів, тобто їй необхідна така велика кількість повітряних суден. Оскільки авіакомпанія «Ютейр Україна» виконує в основному середньомагістральні рейси, то в її флоту переважають літаки типу ATR 72-500 (місткість до 74 пасажирів). Фінансовий стан авіакомпанії «МАУ» за останні роки стабілізувався і навіть покращився, що дає їй можливість оновлювати флот.

Таблиця 2.- Кількісна характеристика парку літаків авіакомпаній у 2013 році

Кількість літаків певної моделі	Авіакомпанія	
	«МАУ»	«Ютейр Україна»
ATR 72-500	0	5
Boeing 737-300	5	0
Boeing 737-400	4	0
Boeing 737-500	10	1
Boeing 737-800	8	3
Boeing 737-900	4	0
Boeing 767-300	2	0
CRJ-200	0	3
Embraer-190	5	0
Всього	38	12

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, що набагато раніше, ніж авіакомпанія «Ютейр Україна». Крім того, вона має 40 представництв у світі, тобто організаційна структура явно більш розвинута. «Ютейр Україна»

розпочала свою діяльність на території України лише в 2011 році, що не дало їй можливість остаточно закріпитися на ринку авіаперевезень.

Висновки. Проведений аналіз дозволив виділити сильні та слабкі сторони кожної з авіакомпаній. Обидві авіакомпанії займають лідируючі позиції на 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 «МАУ», оскільки вона досягла переваг за всіма факторами конкурентної боротьби. Так, авіакомпанія «МАУ» має достатньо широку мережу напрямків, високу регулярність польотів та наявність далеко-магістральних літаків. Проте їй бажано покращити свою антикризову політику, оскільки внаслідок несприятливих економічних умов у 2009 році кількість пасажирських перевезень авіакомпанії скоротилося на 7,6%. Оскільки авіакомпанія «Ютейр Україна» має меншу частку на ринку та орієнтується на внутрішній ринок перевезень, її стійкість до кризового впливу буде більшою, що свідчить про більш гнучку систему управління. Сьогодні на ринку пасажирських авіаперевезень конкурентну боротьбу значно посилюють low-cost компанії (WizzAir, Germanwings, AirArabia), які пропонують білети пасажиром за досить низькою ціною. Такі компанії можуть отримувати прибуток за рахунок зниження логістичних витрат на здійснення рейсів.

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. Гелич А.О. Підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України на міжнародному ринку / А.О. Гелич // Повітряне і космічне право. – №1(6). – 2008. – С. 26 – 29.
2. Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины. [текст] Монография. – К.: Издательство «Феникс», 2010. – 736 с.
3. Сич Є.М. Конкуренція та конкурентоспроможність на транспортному ринку: методологія аналізу [Текст] / Є.М. Сич, О.В. Бойко, Ю.В. Бігун // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць. – К: Наукове видання, 2012. – Вип. 34. – С. 3-17.
4. Шуваев М.А. Экономико-математическое моделирование оценки конкурентоспособности предприятий / М.А. Шуваев // Экономические науки. – 2012. – №2. – С. 321 – 324.

Oleshko T.I.

DESIGN OF COMPETITIVENESS AIRLINES UKRAINE

The global financial and economic crisis of recent years, which has led to a significant decline in production in the real sector of the national economy significantly influenced the increased competition in the transport market as between different modes of transport (road, rail, air, etc.) and transport enterprises of public and private ownership and entrepreneurs in the same field. In addition, the inclusion of domestic transport in the global economic system revealed the presence of complex problems in their activities given tough competition from foreign transport companies. In these circumstances, the entities operating in this sector of the market, with great urgency facing the task of finding effective methodological and practical approaches to ensure a high level of competitiveness, an important part of the solution which supports a reliable methodology for the analysis of competition in the transport market. After all, the competitiveness of any subject of market relations can be defined only in the actual competition; so the question of strengthening competitiveness should be considered in the light of the problems of competition and efficiency competition.

The global financial and economic crisis of recent years, which has led to a significant decline in production in the real sector of the national economy significantly influenced the increased competition in the transport market as between different modes of transport (road, rail, air, etc.) and transport enterprises of public and private ownership and entrepreneurs in the same field. In addition, the inclusion of domestic transport in the global economic system revealed the presence of complex problems in their activities given tough competition from foreign transport companies. In these circumstances, the entities operating in this sector of the market, with great urgency facing the task of finding effective methodological and practical approaches to ensure a high level of competitiveness, an important part of the solution which supports a reliable methodology for the analysis of competition in the transport market. After all, the competitiveness of any subject of market relations can be defined only in the actual competition; so the question of strengthening competitiveness should be considered in the light of the problems of competition and efficiency competition.

With the growth of competition in the aviation services and influence of foreign carriers when forming proposals for passenger transport is increasing need to develop and improve the system of measures, which together decide whether sustainable development airlines Ukraine. The effectiveness of airlines in today's market conditions largely depends on the external and internal factors that must be considered when modeling competitiveness.

Modern conditions of market economy inevitably put the airline to need to work on the laws and requirements of the market, adapting all aspects of its operations to changing market conditions and demands of consumers, competing with competitors. As a result, a special urgency is to develop models and methods of evaluation of the airline. To improve the financial condition of the company and its competitiveness, it is first necessary to make all its election consumers.

As mentioned factors affecting the competitiveness of the airline to change over time, it should be used for modeling lag model. Lagow models make it possible to more accurately assess the impact of certain factors on competitiveness.