

2. Fombrun C. What's in a name? Reputation building and corporate strategy / C. Fombrun, M. Shanley // *Academy of Management Journal*. - 1990. - № 33 (II). - P. 233-258.

3. Harris T. L. Value - Added Public Relations: The Secret Weapon of Integrated Marketing / T. L. Harris. - Chicago, IL: McGraw Hill, 1988. - 304 p.

4. Davies G. Reputation management: theory versus practice / G. Davies, L. Miles // *Corporate Reputation Review*. - 1998. - № 2 (II). - P. 16-27.

5. Соломанидина Т. Деловая репутация как одно из важнейших стратегических преимуществ компании / Т. Соломанидина, С. Резонтов, В. Новик // *Управление персоналом*. - 2005. - № 3 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.top-personal.ru/issue.html7379>.

6. Гребешкова О. М. Ділова репутация як стратегічний актив компанії / О. М. Гребешкова, О. В. Шиманська // *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. - 2007. - № 1-2. - С. 493-502.

7. Щербакова К. Ділова репутация як складова конку-

рентоспроможності підприємства / К. Щербакова // *Економіка*. - 2010. - № 2 (102). - С. 58-63.

8. Туріяньська М. М. Структура репутации підприємства : [монографія] / М. М. Туріяньська, В. Г. Пеннер. - Луганськ : Янтар, 2009. - 140 с.

9. Зайцев І. Добрий гудвіл / І. Зайцев // *Контракти*. - 2006. - № 16 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://kontrakty.com.ua/show/ukr/article/37/1620067235.html>.

10. Горин С. В. Деловая репутация организации / С. В. Горин. - М. : Изд-во "Феникс", 2006. - 256 с.

11. Родіонов О. В. Вплив ділової репутации підприємства на його розвиток / О. В. Родіонов, Ю. С. Погорелов // *Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського [Електронний ресурс]*. - Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emr/17RodPog.html.

12. Балтатарова Е. Деловая репутация компании. Бизнес-Пост / Е. Балтатарова // *Livejournal*. - 2008 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://baltatarova.livejournal.com/2186.html>.

13. Лютенс Ф. Организационное поведение / Ф. Лютенс ; [пер. с англ. 7-го изд.]. - М. : ИНФРА-М, 1999. - 692 с.

S. Bereznyy

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DETERMINATION OF ESSENCE OF BUSINESS REPUTATION OF ENTERPRISE

In the article the conceptual approaches to the determination of essence of business reputation of enterprise is considered. The basic constituents of business reputation are certain, intercommunication of concepts "reputation", "image", "brand", "goodwill" is shown and their comparative description is developed.

Key words: business reputation of enterprise, intangible assets, image, brand, goodwill.

© С. Бережний

Надійшла до редакції 16.02.2012

УДК 330.14

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ВНУТРІШНІХ ПАСАЖИРСЬКИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ

ПЕТРО БОРИСЕНКО,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій

У статті проаналізовано результати формування та розвитку ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні, а також обґрунтовано науково-практичні рекомендації щодо інтенсифікації його зростання в умовах стійкого збільшення попиту на послуги авіаційного транспорту.

Ключові слова: авіакомпанія, аеропорт, конкуренція, пасажир, внутрішні пасажирські авіаперевезення, ринок, транспорт, ціна, якість.

Постановка проблеми. Формування в Україні ринкової економіки та її інтеграція до світового економічного простору багато в чому стали каталізаторами системоутворюючих процесів у тих галузях та сферах економіки, які тривалий час характеризувалися перманентними коливаннями. Одним із таких процесів стало формування сучасного транспортного

комплексу України як країни, що вигідно розташована на перетині транзитних пасажиро- та вантажопотоків. Відомо, що за радянських часів Україна посідала шосте місце у світі за обсягами перевезень усіма видами транспорту, але протягом кризових 1990-х років ця перевага була втрачена. Економічні реалії цих років призвели до того, що ринок

№ 2 (116) березень-квітень 2012 р.

внутрішніх перевезень суттєво скоротився, проте найбільшою мірою ці проблеми торкнулися пасажирського авіаційного транспорту. Так, якщо на початку 1990-х років обсяги пасажирських авіаперевезень в Україні становили понад 13 млн ос., то наприкінці 1990-х вони склали менше 1 млн ос.

На сьогодні ринок пасажирських авіаційних перевезень в Україні зростає в середньому на 10-15 % щорічно, але ця тенденція є зростанням лише на тлі падіння 1990-х років. Більше того, внутрішні авіаподорожі все ще залишаються своєрідним атрибутом престижу серед багатьох українців, і навіть найуспішніші авіакомпанії України серед маршрутів на внутрішньому авіаринку виконують польоти переважно з Києва до найбільших, а отже, найбагатших, обласних центрів - Львова, Харкова, Дніпропетровська, Донецька та Одеси. Основна ж частина авіапасажирів, які нині користуються послугами авіакомпаній для перельоту між містами України, - це ті пасажирів, які подорожують за кордон через Київ, точніше - через міжнародний аеропорт "Бориспіль", та навпаки. Отже, трактувати стійку тенденцію зростання ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні як вирішення проблеми самодостатніх внутрішніх авіаперевезень було б некоректно. Крім того, слід враховувати, що аеропорти в Україні є в кожному обласному центрі й навіть у деяких інших містах, як-то в Бердянську, Маріуполі, але більшість із них сьогодні не функціонують. Це є додатковим свідченням того, що потенціал внутрішнього авіаринку має велику кількість незадіяних дотепер резервів, а отже - і для відновлення вітчизняного авіатранспортного комплексу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що основна увага більшості науковців спрямована на вивчення цінових аспектів формування та розвитку ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні [4; 6-8; 14]. Так, багато уваги приділяється вивченню діяльності low-cost авіакомпаній

[2; 4; 6; 8], а також вивченню цін на перельоти спеціальними рейсами [1; 4; 5; 15] або за сезонними чи іншими знижками [3; 5; 6; 14]. Водночас, як показує практика, в умовах економічної стабілізації ціновий фактор стає не лише не єдиним, а подекуди й не головним у виборі виду транспорту потенційним споживачем транспортних послуг, та й не тільки їх. Крім того, проблеми вітчизняного ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень слід розглядати в тісному взаємозв'язку з політикою вітчизняних авіакомпаній, які для поповнення своїх авіапарків віддають перевагу "мокрому лізингу" зарубіжних літаків, а також у взаємозв'язку з проблемами авіаційної інфраструктури, до якої належать аеропорти, що часто є "вузькими місцями" в її складі. Саме тому дослідження формування та розвитку ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні в контексті цих обставин набуває якісного нового змісту, що й обумовлює актуальність обраної теми.

Мета статті - виявити основні проблеми формування та розвитку ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні та запропонувати напрями їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні кожен потенційний пасажир, який має на меті здійснити подорож у межах України, обирає між трьома видами транспорту - залізничним, автомобільним та авіаційним. На початку 1990-х років у країні ще діяв річковий флот, але сьогодні його фактично немає, тому про нього в дослідженні не йтиметься. Так склалося в нашій країні, що більшість подібних подорожей здійснюється залізницею, і лише починаючи з 2000-х років, з освоєння ринку автомобільних перевезень автотранспортними компаніями "Автолюкс" та "Гюнсел", певну конкуренцію залізниці склав автомобільний транспорт. При цьому авіація у виборі потенційним пасажиром виду транспорту може бути взагалі відсутньою - як часто вважається, через ціну (табл. 1).

Таблиця 1. - Порівняльна характеристика цін на пасажирські перевезення різними видами транспорту України, грн*

Напрямок	Авіаційний транспорт	Залізничний транспорт	Автомобільний транспорт
Київ - Харків	1000 - 2400	150 - 200	135 - 175
Київ - Донецьк	1300 - 2600	170 - 250	160 - 200
Київ - Дніпропетровськ	1100 - 2400	150 - 200	120 - 160
Київ - Одеса	1200 - 2400	150 - 200	140 - 180
Київ - Львів	1000 - 2200	150 - 200	130 - 170
Київ - Запоріжжя	800 - 1500	160 - 220	135 - 175

*Примітка: результати авторських спостережень за 2011 р.

Як видно з табл. 1, авіаційний транспорт за ціновим критерієм вибору не є конкурентом залізничному чи автомобільному - конкурентами є між собою лише останні. Проте слід враховувати, що з 2008 р., з приходом на ринок внутрішніх пасажирських авіаперевезень першої в Україні low-cost авіакомпанії "Wizz Air", а потім й інших low-cost авіакомпаній, ціни на авіаперевезення стали доступнішими для середньостатистичного пасажирів, ніж раніше. Так, наприклад, дістатися з Києва до Сімферополя стало можливим за 350-750 гривень. Крім того, традиційні авіакомпанії почали пропонувати сезонні та інші знижки в напрямку Криму та решти південних маршрутів. Ці зміни істотно наблизили авіаційний транспорт до пасажирів та зробили його конкурентоспроможним щодо залізниці й автомобільного транспорту за ціновим критерієм вибору (табл. 1).

Другою важливою обставиною є те, що ціновий критерій при всій своїй вагомості є не єдиним, що визначає вибір виду транспорту потенційним пасажиром. Із початком ринкових реформ в Україні та розвитком ділової активності суттєво зросла роль часового критерію, оскільки для представників бізнесу час є таким самим цінним ресурсом, як і гроші. При цьому слід враховувати, що швидкість перевезення пасажирів є перевагою авіаційного транспорту не лише сама по собі, але і як спосіб забезпечення комфорту, незіставного з комфортом на інших видах транспорту. Здавалося б, що ці та інші подібні обставини мали б викликати суттєве зростання пасажирських авіаперевезень, але на практиці динаміка пасажиропотоку в Україні показала досить неоднозначні тенденції (рис. 1).

№ 2 (116) березень-квітень 2012 р.

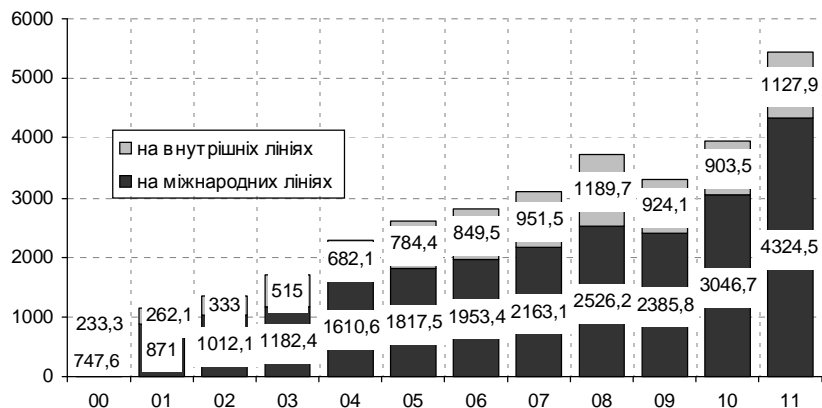


Рис. 1. Динаміка обсягів пасажирських перевезень авіаційним транспортом України, тис. осіб [9].

Дані рис. 1 наочно демонструють, що при збереженні тенденції до зростання обсягів пасажирських авіаперевезень частка внутрішніх авіаперевезень залишається стабільно низькою - близько 20-25 %. Більше того, як зазначалося раніше, навіть ті пасажирів, які користуються внутрішніми маршрутами, здійснюють у такий спосіб переважно міжнародні перельоти, виконуючи пересадку в міжнародному аеропорту "Бориспіль". Таким чином, авіа-

ційний транспорт усе ще не став для українських пасажирів тим звичним видом транспорту, який міг би скласти повноцінну конкуренцію іншим видам. Разом з тим, розмаїтість причин, що спонукають середньостатистичного пасажирів робити вибір на користь залізниці чи автобуса, стає помітною, якщо зробити розріз цього вибору по всіх ключових критеріях:

Таблиця 2. - Основні причини низького рівня використання авіаційного транспорту пасажирів в Україні*

Критерій вибору виду транспорту	Об'єктивні причини	Суб'єктивні причини
Територіальна доступність транспорту	Не у всіх містах України аеропорти працюють або приймають літаки low-cost авіакомпаній	Пасажирів не хочуть користуватися авіатранспортом, якщо в місті є залізниця
Ціна квитка	Високі ціни на авіаційні перевезення як такі, недостатнє використання low-cost авіакомпаніями святкових та інших знижок	Низька поінформованість про роботу low-cost авіакомпаній, бажання максимуму комфорту на швидкісній залізниці
Час перельоту	Віддаленість аеропортів та тривала реєстрація на рейс суттєво знижують економію часу пасажирів на коротких маршрутах	Пасажирів не мають на меті суттєву економію часу, оскільки пешочерговим є факт подолання відстані як такої
Безпека перельоту	Стабільне інформування населення через засоби масової інформації про кожну авіакатастрофу у світі	Хибне уявлення пасажирів про авіацію як про найбільш небезпечний вид транспорту
Якість і комфорт транспортної послуги	Підвищена вразливість авіації до погодних умов, форс-мажорні обставини та інші фактори зменшують кількість потенційних пасажирів авіатранспорту	З боку знайомих та друзів навіть окремі негативні відгуки можуть погіршувати імідж авіатранспорту як такого в очах потенційних пасажирів

*Примітка: результати авторських спостережень.

Як бачимо з табл. 2, ціна квитка є лише однією з десятих можливих причин, які спонукають середньостатистичного пасажирів обирати не авіаційний транспорт.

По-перше, у багатьох містах України, де пасажирів теоретично могли б користуватися авіатранспортом, аеропортів немає (Ялта, Євпаторія), вони не діють (Бердянськ, Херсон) або не використовуються як цивільні аеропорти (Мелітополь, Житомир). Деякі з них можна розглядати як "курортні", наприклад, аеропорт міста Бердянськ, що на узбережжі Азовського моря, але це зовсім не знижує їхньої потенційної привабливості, оскільки саме за рахунок таких маршрутів багато вітчизняних авіакомпаній збільшують у сезон обсяги пасажирських авіаперевезень у декілька разів. З іншого боку, па-

сажирів часто за звичкою обирають залізницю, якщо вона проходить містом, а в Україні залізниця є в кожному місті, у якому налічується понад 50 тис. населення.

По-друге, інформаційну кампанію low-cost авіакомпаній про власні переваги та про свою діяльність не можна визнати достатньо ефективною, оскільки навіть зараз, після трьох років роботи таких авіакомпаній на ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень, значна частка пасажирів усе ще не знає про їх існування або не має достатнього уявлення, що це за компанії (за різними оцінками, близько 30-40 %). Рекламні заходи з використанням переважно інтернет-ресурсів у країні, що "інформатизована" приблизно на 40 % та в якій старше покоління все ще віддає перевагу традиційним

джерелам інформації, у принципі не могли бути достатньо ефективними.

По-третє, віддаленість аеропортів від міст та, як мінімум, годинна реєстрація на рейс суттєво зменшують перевагу авіатранспорту щодо економії часу на коротких відстанях, як-то "Київ - Харків", особливо, якщо виліт виконується з великого міжнародного аеропорту. У цьому сенсі можна стверджувати, що Київ як місто має лише один аеропорт - "Жуляни", оскільки міжнародний аеропорт "Бориспіль" розташований за 30 км від столиці, в іншому місті. Це приблизно те ж саме, що аеропорт Запоріжжя був би розташований у районному центрі Вільнянськ, звідки довелося би діставатися обласного центру приміськими автобусними маршрутами - як зараз із міжнародного аеропорту "Бориспіль". Разом із тим, слід ураховувати, що сегмент пасажирів, для яких часовий критерій є першочерговим, може й не бути переважним.

По-четверте, переважна частина споживачів транспортних послуг в Україні все ще вважає авіаційний вид транспорту найбільш небезпечним. Це уявлення, хибне у принципі, сформувалося тоді, коли на ринку пасажирських авіаперевезень діяла ще радянська авіакомпанія "Аерофлот" - на той час найбільш небезпечна у світі за статистичними даними ІКАО (Міжнародна організація цивільної авіації). Крім того, у силу специфіки авіаційного транспорту інформація про будь-яку авіакатастрофу пасажирського літака у світі завжди повідомляється в теленовінах, чого не спостерігається щодо автомобільного транспорту, за статистикою найбільш небезпечного. Через це в пасажирів формується уявлення про авіаційний вид транспорту як найбільш небезпечний. І навіть при тому, що на нього щороку припадає найменша кількість загиблих, що за всі роки незалежності України на її території не зазнав катастрофи жоден український літак, пасажирів часто віддають перевагу іншим видам транспорту.

По-п'яте, авіаційний вид транспорту в силу своєї специфіки є більш вразливим до погодних

умов. Саме тому скасування рейсу в умовах туману чи обледеніння є більш вірогідним в аеропорту, ніж на залізничному чи навіть автобусному вокзалі. З іншого боку, слід ураховувати, що в тих випадках, коли вибір авіаційного транспорту робиться пасажиром уперше, відгуки про нього з боку знайомих та друзів є більш значущими, ніж щодо інших видів транспорту.

Зараз в Україні діє близько сотні авіакомпаній, які виконують пасажирські перевезення, проте далеко не всі з них забезпечують виконання регулярних рейсів на внутрішніх авіалініях, зокрема, між невеликими містами. Більшість із них виконують чартерні авіарейси до інших країн, тобто спеціально організовані рейси, як правило для туристів, а до таких рейсів, як відомо, вимог із боку контролюючих служб завжди менше, ніж до регулярних. Саме тому чартерні рейси справедливо вважаються менш надійними та безпечними, ніж регулярні. Що стосується виконуваних в межах України регулярних авіарейсів, то їхнє "покриття" міст України поки що замикається на столиці, а сезонні рейси в південні міста хоча й забезпечують високу рентабельність, не використовують усього внутрішнього потенціалу авіатранспортного комплексу України.

Звертає на себе увагу й проблема формування парку авіакомпаній. Ті з них, які орієнтовані на зарубіжних продуцентів авіатехніки, як правило, купують уживані старі літаки за високими цінами або беруть нові чи вже вживані на умовах "мокрого лізингу", які не завжди є достатньо вигідними. З іншого боку, вітчизняні виробники авіатехніки (заводи "Мотор-Січ", "Авіант", "Харківський авіаційний завод") через брак обігових коштів та інші причини не можуть запропонувати вітчизняним авіакомпаніям такі умови або ж узагалі не виробляють ту продукцію, яка їм потрібна, зокрема, середньо- та дальномігстральні пасажирські літаки. Щоправда, остання проблема стосується лише тих авіакомпаній, які орієнтовані на міжнародні перевезення.

Сьогодні провідними українськими авіакомпаніями є такі:

Таблиця 3. - Порівняльна характеристика провідних авіакомпаній України*

Авіакомпанія (порт приписки)	Рік створення	Авіапарк: склад та моделі	Основна спеціалізація	Примітки
МАУ (Бориспіль)	1992	20 літаків, переважно – Boeing	переважно міжнародні рейси	перша в Україні державна авіакомпанія з часткою приватного капіталу
Аеросвіт (Бориспіль)	1994	26 літаків, переважно – Boeing, Airbus	переважно міжнародні рейси	головний акціонер авіакомпанії – Приватбанк
Донбасаеро (Донецьк)	1991	10 літаків Airbus	внутрішні та міжнародні рейси	на внутрішніх рейсах обслуговує переважно міста-мільйонники
Дніпроавіа (Дніпропетровськ)	1996	28 літаків, переважно – Embraer	внутрішні та міжнародні рейси	значна увага компанією приділяється сезонним та курортним рейсам
ЮТейр-Україна (Луганськ, Бориспіль)	2008	5 літаків, переважно ATR	внутрішні та міжнародні рейси	авіакомпанія є дочірньою компанією російської авіакомпанії «ЮТейр»
Мотор-Січ (Запоріжжя)	1995	9 літаків, переважно – Антонов	переважно внутрішні рейси	авіакомпанія є структурним підрозділом заводу ВАТ «Мотор-Січ»
Луганські авіалінії (Луганськ)	2003	5 літаків Антонов	внутрішні рейси	одна з найменших авіакомпаній України

*Примітка: складено автором на основі даних офіційних сайтів авіакомпаній.

Як видно з табл. 3, більшість провідних авіакомпаній України (а всі вони працюють вже не один рік) у своїй діяльності орієнтовані переважно на міжнародні рейси; при цьому для формування свого парку вони звертаються, як правило, до зарубіжних продуцентів авіатехніки - компаній Boeing, Airbus, Embraer, ATR та інших. Але, наприклад, дальномаршрутний літак Boeing-767 або навіть середньомаршрутний літак Airbus-320 економічно недоцільно використовувати на внутрішніх рейсах в Україні, у якій протяжність між найвіддаленішими містами Львовом та Луганськом не перевищує 1,5 тис. км. У цьому сенсі спеціалізацію та авіапарк провідних авіакомпаній України можна розглядати не лише як результат низького розвитку самодостатніх внутрішніх пасажирських авіаперевезень, але й певною мірою як причину.

Зрештою, на сьогодні невирішеною залишається і проблема реконструювання або взагалі відновлення законсервованих аеропортів України [13]. 3

відкритих інформаційних джерел відомо, що в Україні недіючі або малодіючі аеропорти часто стають об'єктами уваги з боку суб'єктів підприємницької діяльності, що не займаються авіацією. Зрозуміло, що в тих випадках, коли йдеться про їх можливий викуп, хоча й вигідний, подальший розвиток аеропорту як об'єкта саме авіаційної інфраструктури може й не відбутися. Так, неодноразово можна було чути про перетворення київського аеропорту "Жуляни", який розташований у межах міста, на бізнес-центр або інший об'єкт. Територіальна близькість цього аеропорту до ділового центру столиці обумовлює не тільки його потенціал щодо внутрішніх пасажирських авіаперевезень, більшість яких поки що здійснюється через міжнародний аеропорт "Бориспіль", але й можливість його використання за іншим призначенням, хоча й перспективним.

Іншою проблемою вітчизняних аеропортів є те, що вони розвиваються лише навколо великих та курортних міст, та й то не всіх:

Таблиця 4. - Динаміка пасажиропотоку в найбільших аеропортах України, тис. осіб*

Аеропорт	Місто	2009	2010	2011	Темп зростання, %
МА «Бориспіль»	Київ	5 795,2	6 700	8 029,4	120
МА «Сімферополь»	Сімферополь	751	845	963,8	114,6
МА «Донецьк»	Донецьк	488,1	612,2	829,3	135,5
МА «Одеса»	Одеса	650,9	707	824,3	117
Аеропорт «Жуляни»	Київ	100	104,8	469,8	469,8
МА «Дніпропетровськ»	Дніпропетровськ	330,5	341,4	426,3	124,9
МА «Харків»	Харків	196,2	243,2	308,5	126,9
МА «Львів»	Львів	452,3	481,9	269,9	148,4
МА «Ів.-Франківськ»	Ів.-Франківськ	96,3	100	116	120,4
МА «Запоріжжя»	Запоріжжя	33,96	34,911	56,9	167,5

*Примітка: складено автором на основі [9-12], МА - міжнародний аеропорт.

Як видно з табл. 4, усі найбільші аеропорти України - це аеропорти найбільших (Київ, Харків) або курортних (Сімферополь, Івано-Франківськ) міст. Усі вони за останні роки демонструють помітні темпи зростання, але для розвитку самодостатніх внутрішніх пасажирських авіаперевезень лише їх участі недостатньо. Так, цілком рентабельним аеропортом міг би стати аеропорт курортного міста Бердянськ, який зараз не функціонує; те ж призначення може виконувати й існуючий аеропорт міста Севастополя як суто цивільний, оскільки саме місто вже давно не є закритим і з року в рік приймає десятки тисяч відпочивальників. Проте спільне його використання Міністерством оборони та цивільними авіаперевізниками ускладнює це завдання.

Висновки

1. Щорічне зростання на 10-15 % внутрішніх авіаційних пасажирських перевезень в Україні можна вважати суттєвим лише в порівнянні з падінням обсягів авіаперевезень у 1990-х роках. Сьогодні ринок самодостатніх внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні лише формується, оскільки більшість "внутрішніх" пасажирів - це "міжнародні" українські пасажирів, що подорожують через аеропорт "Бориспіль".

2. В умовах економічної стабілізації, принаймні в Україні на тлі 1990-х років, цінний критерій вибору послуг доповнюється критеріями територіальної доступності, надійності і безпеки, а також якості по-

слуг. Проведений аналіз засвідчив, що українські авіакомпанії, тобто суб'єкти надання авіатранспортних послуг, не повною мірою враховують цей факт. Крім того, для популяризації авіаційного транспорту авіакомпаніям слід у своїх рекламних кампаніях орієнтуватися на ті джерела інформації, які є доступними для багатьох українців, не обмежуючись електронними ресурсами.

3. Формування та розвиток ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні суттєво стримують такі фактори, як проблема поповнення та оновлення парку вітчизняних авіакомпаній, а також низький рівень розвитку авіаційної інфраструктури. Як показав аналіз, у багатьох українських містах, де пасажирів могли б користуватися послугами авіації, такої можливості фізично не існує.

4. Ключовими напрямками завершення формування ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні мають стати реконструювання комунальних аеропортів та будівництво нових у містах сезонного відпочинку. Учасниками цих проектів можуть бути не лише місцеві органи влади, але й самі авіакомпанії, що мають економічні інтереси в цих містах, а також авіаційні підприємства, зокрема авіаремонтні заводи, технічні послуги яких у подальшому зроблять таку співпрацю продуктивною.

5. Динамічний розвиток ринку внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні можливий лише за умови розвитку регіональної авіації. Україна в цьому сенсі відома як один із виробників регіональ-

них та близькомагістральних літаків, зокрема - Ан-38, Ан-140, Ан-148, але для їх широкої експлуатації в Україні потрібне серійне виробництво, належне технічне забезпечення в діючих аеропортах, а також можливість застосування лізингових та кредитних схем до літаків українського виробництва з боку українських банків, інвестиційних компаній та інших учасників ринку. Очевидно, що для цього потрібна законодавча підтримка.

Слід усвідомлювати, що ринок внутрішніх пасажирських авіаперевезень в Україні не є чимось окремим у структурі національної економіки країни. Авіаринок живе тим же життям, що й уся національна економіка України, а тому лише в процесі комплексного вирішення її проблем вдасться розвинути українську авіацію на рівні сучасних світових стандартів та зробити її доступною кожному з нас.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці нових та поглибленні існуючих напрямів розвитку авіаційної інфраструктури, зокрема щодо обґрунтування залучення недержавного капіталу при реконструюванні комунальних аеропортів, а також у розвитку найбільш вигідних в умовах чинного законодавства варіантів лізингу та кредитування вітчизняної авіатехніки. Крім того, значний резерв для маркетингових досліджень являє собою розробка економічно ефективних рекламних інструментів, які здатні забезпечувати зацікавленість споживачів в умовах низької поінформованості щодо альтернативних способів задоволення потреб у транспортних послугах, а саме: мотивувати потенційних пасажирів на вибір авіаційного виду транспорту.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гребенніков В. М. Початок авіаєри в Україні / В. М. Гребенніков // АВІА-2001 : матеріали конференції. - К. : НАУ, 2001. - С. 14-17.
2. Карпунь О. В. Анализ деятельности низкотарифных авиакомпаний на европейском рынке и перспективы экспансии рынка Украины / О. В. Карпунь // Ринок послуг комплексних транспортних систем та прикладні проблеми логі-

стики : сьома Міжнародна науково-практична конференція. - К., 2005. - С. 53-54.

3. Ковтун В. Авиационная промышленность Украины: Краткий обзор / В. Ковтун // Авиация и время. - 2002. - № 59. - С. 2.

4. Кокшаров А. Малобюджетная авиация / А. Кокшаров // Эксперт. - 2007. - № 6. - С. 41.

5. Кулаев Ю. Ф. Экономика гражданской авиации Украины : [монография] / Ю. Ф. Кулаев. - К. : Феникс, 2004. - 667 с.

6. Лєсєв І. Авіаперевезення в Україні: чому ми не Європа / І. Лєсєв // Край. - 2011. - № 5 (23). - С. 2.

7. Ложачевська О. М. Факторы, влияющие на развитие воздушного транспорта Украины / О. М. Ложачевська, Н. С. Шаповал // Економіст. - 2002. - № 7. - С. 96-97.

8. Марінцева К. В. Перспективи розвитку низькотарифних авіаперевезень в Україні / К. В. Марінцева, Г. Г. Калмикова [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Kalmikova_110.htm.

9. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.avia.gov.ua>.

10. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2009 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukravia.gov.ua>

11. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2010 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukravia.gov.ua>

12. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2011 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukravia.gov.ua>

13. Полянская Н. Е. Умови підвищення економічного потенціалу аеропорту / Н. Е. Полянская, Н. С. Шаповал // АВІА - 2003 : матеріали V Міжнародної науково-технічної конференції. - К. : НАУ, 2003. - Т. V-VI. - С. 686-689. - (Секція "Економіка та підприємство").

14. Проблеми та перспективи розвитку ринку пасажирських авіаційних перевезень в Україні : інформаційно-аналітичний огляд. - К. : Міжнародний центр перспективних досліджень, 2005. - 21 с.

15. Садловська І. Методичні рекомендації з формування стратегії розвитку авіатранспортних підприємств / І. Садловська // Відомості міністерства транспорту та зв'язку України. - 2005. - № 6. - С. 12-14.

P. Borysenko

THE FORMING AND DEVELOPING OF THE MARKET OF INTERNAL PASSENGER AIR TRANSPORTATIONS IN UKRAINE

The article deals with the results of the forming and developing of the internal passenger air market in Ukraine. Recommendations and ways about intensification of this market are based in this article.

Key words: aircraft company, airport, competition, passenger, internal passenger air transportations, market, transport, price, quality.

© П. Борисенко

Надійшла до редакції 03.02.2012

№ 2 (116) березень-квітень 2012 р.