

вступу і своїми закономірностями динаміки основних показників (витрат і результатів). Для того, щоб працювати ефективніше конкурентів і створювати конкурентні переваги підприємство повинно або надавати споживачам приблизно таку ж цінність, як і конкуренти, але виробляти товар з меншими витратами (стратегія низьких витрат), або надавати споживачам більшу цінність товару, чим конкуренти (стратегія диференціації). В рамках галузі конкретні види дій мають різне значення для досягнення ефективності функціонування і створення конкурентних переваг.

ХАМАД ХИЛЯЛ МАХИР НАИФ, Ірак, Басра, бізнесмен

ХАРАКТЕРИСТИКИ РИНКУ МАЛОЇ АВІАЦІЇ

Авіатранспортні послуги малої авіації є важливою складовою будь-якої галузі економіки. Потреби і привабливість послуг малої авіації, на думку Хлопіної-Квіч О.І. [6], зростають разом з поглибленням глобалізації й інтеграції економічних процесів. Перспективною тенденцією розвитку перевезень малої авіації стає придбання повітряних суден з екіпажем окремими великими корпораціями. Такі зміни на ринку послуг малої авіації, які досить динамічно відбуваються впродовж останніх років, вимагають пошуку нових методик спрямованих на аналіз його структури та оцінювання тенденцій. Аналіз стану механізму взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку малої авіації свідчить про необхідність подальшого вивчення цього ринку з урахуванням сучасних тенденцій і перспектив розвитку світового та національного ринків авіатранспортних послуг

Ринок малої авіації - це сукупна пропозиція і платоспроможний попит на перевезення людей і речей повітряним транспортом малої авіації. Обов'язковою умовою існування ринку авіаційних перевезень малою авіацією є наявність суспільної потреби на перевезення повітряним транспортом і перевізників, здатних задовольнити цю потребу. У залежності від масштабів попиту та пропозиції слід розрізняти внутрішній ринок, зовнішній ринок і світовий ринок перевезень малої авіації.

Серед переваг володіння власним повітряним флотом і орендою власного позивного, технічного обслуговування та утримання іншого персоналу підтримки, корпорації й окремі бізнесмени бачать наступне [2-6]: економія часу через меншу кількість незапланованих затримок та витрат робочого часу порівняно з користуванням рейсовими польотами; збільшення продуктивності праці клієнта через можливість активної конфіденційної роботи на борту ділового літака в комфортних ділових умовах; контроль усіх аспектів плану польоту (подорожі) за індивідуальною програмою; можливість розширення географії польотів з рейсовими авіалініями; повний контроль стану повітряних суден та їх обслуговування, контроль плану польоту; повний контроль безпеки польотів і бортового сервісу; розширення іміджу компанії, яка має власні літаки, завдяки престижності послуг малої авіації.

Вивченню ринку послуг малої авіації приділяється досить серйозна увага. При цьому переслідуються конкретні практичні цілі, основними з яких є [1]: визначення (виявлення) ринку; аналіз і прогнозування кон'юнктури ринку; вивчення потенційних можливостей авіакомпаній-конкурентів; планування власних перевезень відповідно до стану кон'юнктури ринку. Визначення (виявлення) ринку малої авіації є найбільш важливим моментом дослідження. Завданням вивчення ринку є визначення, де є

попит на такі перевезення, якимй його розмір і яка ступінь його задоволення існуючими регулярними і нерегулярними рейсами малої авіації. Виявлення потенційного попиту на перевезення малої авіації повинно починатися з вивчення місцевого ринку, потім якісному і кількісному аналізу повинен бути підданий зовнішній ринок. Оцінка місткості цих ринків має дати відповідь на два практичних питання, важливих для авіакомпанії: між якими пунктами доцільно встановити повітряне сполучення; якою повинна бути інтенсивність руху малих повітряних суден літаків на даній повітряній лінії.

Аналіз і прогнозування кон'юнктури ринку є другою найважливішою метою і завданням вивчення попиту. Визначення кон'юнктури як економічної категорії до цих пір не знайшло єдиного трактування. Ми пропонуємо таке визначення поняття кон'юнктури стосовно ринку малих авіаційних перевезень: сукупність факторів та умов, узятя в їх взаємному зв'язку і дає уявлення про стан ринку перевезень малої авіації в даний момент часу.

З кінця 2009р. спостерігаються позитивні зміни у організації польотів бізнес-авіації в Україні, оскільки з липня Кабінет Міністрів спростив систему виконання польотів повітряними суднами малої авіації [2, 6]. Зокрема, скоротилися витрати часу на оформлення польоту: «якщо раніше приватні пілоти повинні були повідомляти диспетчеру про свій намір «злітати» кудись за добу до здійснення польоту, подаючи відповідну заявку в районний Центр повітряного руху на отримання дозволу, то тепер потрібно повідомляти лише черговому диспетчеру наземної служби управління польотами за 10 хв. до вильоту з указуванням маршруту. Дозвіл на політ отримувати не потрібно. Рішення стосується літальних апаратів вагою до 5700 кг., і торкається польотів поза межами контрольованого повітряного простору» [2,6]. Отже такі зміни наблизили регулювання руху в повітряному просторі України до стандартів і рекомендацій Міжнародної організації цивільної авіації та Євроконтролю. Передбачена також обов'язкова реєстрація усіх нелегальних літаків, які є на території України. На сьогодні в нашій країні літають до 400 суден малої авіації. Приватних пілотів у державі приблизно 1500 а зареєстрованих приватних літаків - лише 250. В водночас у Чехії незрівнянно меншій від України за територією зареєстровано 5 тис. літаків і 9 тис. пілотів. Літак малої авіації – порівняно економічний вид транспорту: витрачає 8 л. пального на 100 км шляху, його паркування майже не відрізняється від паркування звичайного автомобіля. Як і автомобілі, такі судна проходять щорічне технічне обстеження. Вартість надлегкого літака практично не перевищує ціну хорошого «джипа» [2,6]. Проте на сьогодні майже вся техніка малої авіації імпортна, адже Україна поки що не має можливості створити відносно недорого, сучасну і надійну авіамашину такого класу.

Список використаних джерел: 1. Авиатранспортный маркетинг и анализ конъюнктуры рынка воздушных перевозок [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru/transport/3c0b65635a3ac78a4d53b88421206c37_0.html 2. Василенко, В.А. Формування стратегії конкурентоспроможності підприємств малої авіації України [Текст] : дис. канд.ekon.наук / В.А.Василенко. – К., 2011. – 181 с. 3. ГолосUA: інформаційна агенція [Електронний ресурс] / Авіація, польоти, правила: мала авіація набирає законодавчої висоти. – Режим доступу: URL: http://www.golosua.com/main/article/podivi/20090715_mala-aviaciya-nabiravezakonodavchoyi-visoti 4. Григорак М. Ю. Формування системи управління логістичної інфраструктурою аеропорту [Текст]: Монографія / М.Ю.Григорак, О.Є.Соколова. - К.: Автограф, 2010. - 262с. 5. Деловая авиация: скорость, комфорт, безопасность: Журнал off-line [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://businessaviation.ua/journal-aviation-article-04.html> 6. Хлоніна-Квіч О.І. Дослідження ринку послуг ділової авіації / О.І.Хлоніна-Квіч // Технологический аудит и резервы производства—№ 1/3(9), 2013.- с.53-55.