

УДК 336.7(477)

*Геєць І.О., аспірант, асистент кафедри міжнародної економіки
Національний авіаційний університет*

**ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА
"КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ЗАВОД АВІАНТ" В МЕЖАХ
ДЕРЖАВНОГО АВІАБУДІВНОГО КОНЦЕРНУ
"АВІАЦІЯ УКРАЇНИ"**

Рассмотрено деятельность и перспективы развития Государственного предприятия "Киевский авиационный завод Авиант" на международном рынке авиастроительных и авиаремонтных услуг, описаны преграды и возможности развития в процессе трансформация экономики Украины

Державне підприємство "Київський авіаційний завод Авіант", одне з найстаріших в Україні авіаційних підприємств, незважаючи на економічну кризу в країні, продовжує працювати, забезпечуючи робочими місцями 5835 киян. Завод має сучасне високопродуктивне обладнання для виробництва літаків. Вагомою перевагою підприємства є наявність майже всіх видів виробництв, необхідних для виготовлення літаків різних класів та призначення – від малих і середніх до найбільшого у світі літака Ан-225 "Мрія". Спектр можливостей заводу увібрав практично всі існуючі виробничі процеси з високим рівнем автоматизації та механізації. Програмні верстати, унікальне устаткування та гнучкі автоматизовані системи вимірювання позбавляють технологічних проблем при обробці великогабаритних деталей різних конфігурацій і виготовленні складних конструкцій. Все це, а також високий рівень кваліфікації інженерно-технічних спеціалістів, дозволило заводу "Авіант" створити мобільну систему підготовки серійного виробництва літаків різних типів та призначення. На сьогодні завод виготовляє багатоцільовий транспортний літак Ан-32, транспортний літак Ан-124 "Руслан", а також освоює виробництво пасажирського літака Ту-334 та транспортного літака Ан-70. Крім випуску готової продукції, завод виготовляє запасні частини до літаків та надає ремонтні послуги. Маючи власний парк літаків Ан-24, Ан-26, Ан-32Б, Ан-124-100, а також свій аеродром, "Авіант" виконує чималий обсяг транспортних перевезень.

Основні зусилля заводу зосереджуються на таких проектах: завершення виробництва дев'ятнадцятого транспортного літака Ан-124-100 "Руслан"; налагодження виробничої лінії для пасажирського літака Ту-334 (другий дослідний зразок зараз знаходиться у фінальній стадії виробництва); підготовка до серійного виробництва Ан-70 – транспортного літака нового покоління; виробництво багатоцільового транспортного літака Ан-32Б та його модифікації Ан-32-100 (було завершено створення першого такого літака, призначеного спеціально для країн зі спекотним та вологим кліматом) та Ан-32-200 (для експлуатації двома пілотами).

Формування конкурентного іміджу заводу, активна реклама продукції є дуже важливими чинниками завоювання належного місця на світовому ринку. Колектив заводу, що має у своєму складі унікальних висококваліфікованих інженерних спеціалістів, не завжди може вирішувати маркетингові проблеми, поставлені ринком. Продаж авіаційної техніки – процес складний, довгостроковий і

відповідальний. По-перше, в авіаційній техніці закладено колосальні інтелектуальні зусилля багатьох підприємств, інститутів різних країн. Про це свідчить хоча б те, що один кілограм ваги літака коштує від 300 до 1000 дол., автомобіля – від 5 до 15 дол., телевізора – від 10 до 20 дол. По-друге, літак упродовж всього свого життєвого циклу потребує постійної уваги: проведення профілактичних, регламентних робіт, ремонту, доробок. Тому замовник, купуючи літак, хоче бути впевненим, що завод-виробник забезпечить своєчасне постачання запчастин, сервісне обслуговування тощо. Великою проблемою заводу є відсутність (на відміну від того ж "Boeing") своїх баз по всьому світу, які могли б займатися сервісним обслуговуванням та ремонтом літаків.

Успішному просуванню української продукції на зарубіжні ринки багато в чому заважають політичні чинники, а саме – багатовекторна зовнішня політика країни. Прагнення до "європейської інтеграції" і водночас тісне співробітництво з Росією призводять до того, що Україну не вважають союзником ні в Москві, ні в Вашингтоні чи Брюсселі і, відповідно, не бажають ставити свою обороноздатність у залежність від співпраці з таким непевним партнером. Саме ці політичні міркування дуже часто зводять нанівець маркетингові зусилля українських авіаційних підприємств.

Невдала участь в тендері на єдиний європейський військово-транспортний літак потребує зміни стратегії просування Ан-70. Адже ринок для його продажу в Україні досить обмежений (потреба Міністерства оборони України в літаках Ан-70 становить 60-65 одиниць), а Росія зацікавлена у придбанні 164 літаків. Можливо, перспективним буде пошук майбутніх замовників у регіонах та зміщення акцентів на виробництво літака в цивільному варіанті. Що ж до ринків збуту для літака Ту-334, перспективи також існують. За кілька років вітчизняний парк літаків не зможе забезпечити перевезення прогнозованого в даному класі пасажиропотоку. Парк літаків українських авіакомпаній зношений на 70%. В Росії також 70% авіаційного парку (близько 3000 літаків) перебуває на межі своїх експлуатаційних можливостей. Непогані перспективи мають і літаки Ан-124-100 "Руслан", зокрема, тільки на російському ринку потреба в них у найближчі 15 років становитиме 12-16 літаків. Одна з найбільш серйозних перешкод просуванню авіаційної продукції – низька платоспроможність авіакомпаній України та країн СНД. Період окупності літака Ту-334 становить 8-10 років при ресурсі – 30 років. Далеко не кожна авіакомпанія може дозволити собі купити новий пасажирський літак (новий Boeing-737-300 коштує 37 – 40 млн. дол., Boeing-737-400 – від 40 до 44 млн. дол), тому вони вимушені брати в лізинг зарубіжні машини, вироблені 15-20 років тому. В Росії авіаційні заводи вже почали налагоджувати лізингову систему продажу цивільних літаків, що є набагато вигіднішою для авіакомпаній, ніж кредит, оскільки всі витрати в цьому випадку можна відносити на собівартість на відміну від сплати суми боргу за кредит. Обговорення та вирішення багатьох питань, пов'язаних з купівлею літаків, проходять під час проведення авіасалонів, де збираються представники практично всіх авіакомпаній світу – потенційних замовників. "Авіант" теж намагається регулярно брати в них участь, щоб показати літак в дії, обговорити можливі умови поставки, вивчити конкурентів. Отже, треба шукати відповідні шляхи для того, щоб завод "Авіант" зайняв гідне місце на світовому ринку, а його продукція стала сферою міжнародної спеціалізації України.