

УДК 388.22.021.1

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АВІАКОМПАНІЙ**Валерія Яковенко***Національний авіаційний університет, Київ**Науковий керівник – Ірина Суворова, к.е.н., доц.*

Ключові слова: конкурентоспроможність, авіакомпанії, конкурентні переваги, критерії конкурентоспроможності.

Для успішного функціонування сучасних авіакомпаній у сфері авіаційних перевезень вкрай важливим фактором виступає їх здатність конкурувати у мінливому середовищі. Для визначення конкурентоздатності сучасних авіакомпаній необхідно оцінити їх конкурентні переваги. Зазначимо, що конкурентоспроможність авіакомпаній та оцінка їх конкурентних переваг забезпечується шляхом використання комплексного підходу та визначення вагомих критеріїв, які впливають на ефективність їх діяльності [1]. Комплекс критеріїв забезпечення конкурентоспроможності авіатранспортних підприємств для оцінки їх конкурентних переваг представлено на рис. 1.



Рис. 1. Критерії оцінки конкурентоспроможності авіакомпаній

Безумовно, значним критерієм конкурентоспроможності авіакомпаній є безпека польотів та дотримання міжнародних стандартів безпеки в авіаційній промисловості. Не менш важливим критерієм є фінансові показники. Вони містять в собі: прибуток, витрати та чистий прибуток. Завдяки використанню ефективних стратегій управління фінансами авіакомпанії здатні зменшити витрати та збільшити прибуток. Важливо також оцінювати забезпеченість компанії фінансовими ресурсами для подальшого розвитку та виконання стратегічних планів. Вагомим критерієм оцінки конкурентних переваг авіакомпаній є рівень сервісу, який надається клієнтам. Він включає: якість обслуговування, комфорт, безпеку та інші аспекти пов'язані з обслуговуванням клієнтів авіакомпаній. Успішна реалізація

міжнародних польотів може додатково підвищити конкурентоспроможність авіакомпаній та забезпечити їм ширший ринок збуту. При цьому, дуже важливо оцінювати рівень задоволеності пасажирів та уважно вивчати їх думки, відгуки та скарги [3]. Маркетингова стратегія є важливою задля привабливості авіакомпаній і орієнтована на потенційних клієнтів. Вона складається з: привабливості тарифів, маркетингових акцій, програм лояльності тощо. При оцінці конкурентних переваг авіакомпаній оцінюється рівень узгодженості між маркетинговою стратегією та загальною стратегією авіакомпанії. На конкурентоспроможність авіакомпаній впливає ефективне використання ресурсів, таких як ресурси палива та енергії. Їх ощадливе використання допомагає сучасним авіакомпаніям зменшити витрати та збільшити ефективність своєї діяльності. Критеріями оцінки конкурентних переваг авіакомпаній є рівень розвитку мережі маршрутів та партнерських відносин з іншими авіакомпаніями, а також рівень привабливості для інвесторів, включаючи рівень доходів та потенціал розвитку авіакомпанії [2]. При цьому, важливо оцінювати рівень забезпеченості авіакомпанії необхідною технічною базою та ресурсами для розширення мережі маршрутів.

Висновок

Отже, в умовах конкурентного середовища, яке стрімко та динамічно розвивається, з'являється загальна необхідність щодо оцінки та аналізу конкурентних переваг авіакомпаній. Це дає можливість сучасним авіакомпаніям оцінювати свої конкурентні переваги спираючись на узагальнення критеріїв оцінки конкурентоспроможності. На основі запропонованих критеріїв сучасні авіакомпанії зможуть отримувати необхідну інформацію щодо переваг та недоліків своєї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Суворова І. М. Критерії оцінки конкурентоспроможності авіатранспортних підприємств України. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2014. № 26. С. 327–333.

URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=470305>.

2. Скоробогатова Н. Є., Корчак А. О. Конкурентоспроможність авіаційної галузі України на світовому ринку. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11.

URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/103817>.

3. Вовк О., Камишина С., Очеретяна С. Конкурентоспроможність авіатранспортних підприємств в умовах розвитку міжнародного авіаційного простору. *Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами*. 2019. № 48-2. С. 31–35.

URL: <https://doi.org/10.32843/bses.48-35>.