МІЖНАРОДНЕ НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В АВІАЦІЙНІЙ ГАЛУЗІ

Костенко І. О., студентка 4 курсу
Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”
innakostenko1999@gmail.com

Міжнародна науково-технічна співпраця (далі МНТС) є однією з форм міжнародного економічного співробітництва, яке включає торгівлю ліцензіями, спільні наукові розробки, реалізацію великих технічних проектів, будівництво підприємств та інших об'єктів, геологорозвідувальні роботи, підготовку національних кадрів, обмін загальною науково-технічною інформацією тощо [1]. Наслідуючи тенденції глобалізації зарубіжними вченими М. Юнґером та В.Полтом було сформовано функціональну модель ”трикутника знань», що характеризує двосторонні канали співпраці між такими сферами, як освіта, наука та інновації. Ефективність МНТС можлива лише за умов синергізму ”трикутника знань», що надає результативні надбання у вигляді вдосконалення інноваційної інфраструктури, покращення якості освіти, посилення продуктивності сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, комерціалізації розробок і досліджень, максимізації прибутку від впроваджених об’єктів інтелектуальної власності для різних закладів (освітніх, науково-дослідних установ тощо), трансферу технологій та інше. Найбільш раціональними й ефективними формами (рис. 1) такого співробітництва є [2]:

- організація спільних науково-дослідних центрів, лабораторій для розробки та впровадження новітніх науково-технічних ідей, здійснення маркетингових досліджень і техніко-економічних розрахунків;
- спільні експерименти в області вдосконалення існуючої техніки і технологій для поліпшення техніко-економічних показників діяльності компанії;
- спільні дослідження зарубіжного досвіду у сфері організації виробництва, праці та його використання на вітчизняних підприємствах;
- допомога у координації та консультаціях з питань науково-технічної політики;
- розвиток професійних кваліфікаційних якостей дослідницького персоналу.

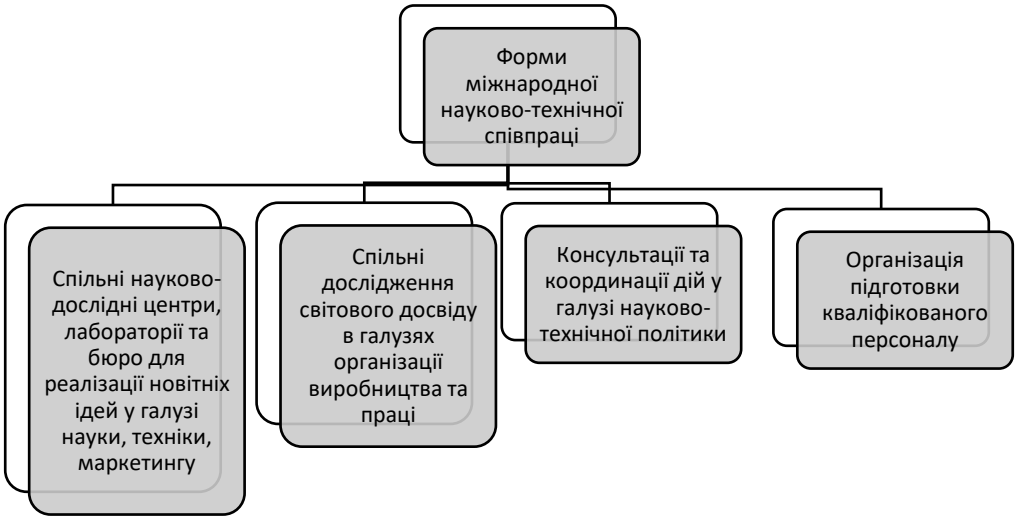

Рис.1. Найпоширеніші форми МНТС [3]

В умовах глобалізації у галузі авіатранспорту найбільш поширеними формами науково-технічної співпраці є створення міжнародних стратегічних альянсів, співпраця щодо розробки та впровадження ІТ-рішень щодо удосконалення маркетингового напряму діяльності компаній-авіаперевізників. На сьогодні лідируючу позицію на ринку авіаперевезень займає компанія ”Міжнародні авіалінії України» (далі ”МАУ»), яка постійно працює над вдосконаленням сервісу для пасажирів. У листопаді 2016 року підприємство запровадило інноваційне комплексне технологічне рішення ”Airline Ancillary Services» у свою діяльність. Завдяки впровадженню цієї технології стало можливим здешевлення послуг на авіаперевезення пасажирів за рахунок виділення додаткових сервісів в категорію опціональних, тобто авіакомпанія не буде за замовчуванням включати у вартість тарифу вибір місця в салоні, провезення повнорозмірного багажу і інші сервіси, а запропонує пасажирам докупити їх тільки в разі потреби, що таким чином дозволить заощадити кошти при придбанні квитка. Така модель дистрибуції дозволяє

підприємствам авіаційної галузі більш детально аналізувати потреби споживачів, розширити кількість цільових сегментів за рахунок варіативності тарифів, на основі такого аналізу підлаштовувати свою діяльність під вимоги клієнтів та перевести всі процеси обслуговування пасажирів на єдину платформу і, таким чином, підвищити ефективність роботи.

МАУ тали 136-м перевізником, які вибрали Airline Ancillary Services у рамках міжнародного технічного співробітництва. У всьому світі 75 авіакомпаній вже повністю впровадили це рішення і успішно продають додаткові послуги своїх клієнтів. До них відносяться такі добре відомі українському споживачеві компанії, як Turkish Airlines, Air France, Lufthansa German Airlines, Israel Airlines, Austrian Airlines і багато інших. У 2016 році продажі додаткових послуг по всьому світу зросли на рекордні 88%. За очікуваннями власників ”Міжнародних авіаліній України» перехід на платформу дозволить реалізувати амбітний бізнес план розвитку мережевих перевезень та протягом 9 років, до 2025-го, розширити парк до 91 літака, а також збільшити щорічний пасажиропотік до 20 мільйонів мандрівників. Використання платформи дозволить удосконалювати операційну модель низькотарифного перевізника й зміцнювати позицію лідера українського авіаринку, оскільки компанія отримає значні переваги у питаннях інтерлайн та код-шерінгу, а також додаткові можливості зростання в області мерчандайзингу та цифрових технологій [4].

Проаналізуємо динаміку основних показників діяльності компанії ”МАУ» щоб проаналізувати ефективність впроваджених технологій (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка основних показників діяльності ”МАУ»*

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Розмір флоту, од.	38	35	39	42	41
Пасажиропотік, млн ос.	4,2	4,9	6	7	8
Темп зростання пасажиропотоку, %	12	17	22	17	14
Доходи від реалізації, млрд грн	6,8	13,1	17,8	22,1	27,1
Прибуток, млрд грн	-0,24	1,4	1,8	1,6	0,08
Витрати на збут, млн грн	0,7	1,3	1,9	2,4	2,6

**) Сформовано та розраховано автором на основі [4]*

За даними табл.1 можна зробити висновок, що у 2016 р. порівняно з 2015 р. спостерігається збільшення кількості літаків з 35 одиниць до 39 одиниць та кількість пасажирів за відповідні роки зросла на 22%, що вказує на позитивний ефект від впровадження нової технології. Після 2016 р. також спостерігається зростання показників пасажиропотоку та розміру флоту. Дохід від реалізації в 2016 році порівняно з попередніми роками збільшився на 35%, в 2017-2018рр. спостерігається зростання значення показника доходу від реалізації в середньому на рівні 22%, що також свідчить про позитивну тенденцію зміни показників компанії. При цьому витрати на збут у 2016 р. порівняно з попереднім роком зросли на 46%, що пов’язано з розвитком збутової мережі, придбанням нових технологій та збільшенням витрат на просування послуг, у 2018 р. порівняно з 2015 р. витрати на збут збільшились вдвічі. Таким чином, впровадження нової системи для продажу квитків у 2016 р. дозволяє компанії значно збільшувати свої доходи, у подальшому забезпечувати зростання показників діяльності та допоможе досягти стратегічних цілей підприємства.

Одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній у розрізі розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва є вступ та співпраця у межах стратегічних альянсів. Найбільш відомими на світовому авіатранспортному ринку є такі стратегічні альянси, як ”Oneworld», ”SkyTeam Alliance» та ”Star Alliance». Загалом до складу цих альянсів відносять 45 авіаперевізників. Компанії-члени таких альянсів і їх підрозділи відрізняються високим ступенем співпраці в плануванні, продажу квитків, програмах лояльності, спільному використанні терміналів аеропорту, що допомагає скорочувати витрати і дозволяє обмінюватись досвідом. Для того, щоб стати членами, всі авіалінії повинні відповідати найкращим стандартам якості обслуговування клієнтів, безпеки і технічної інфраструктури, що відповідно підвищує їх рівень конкурентоспроможності на міжнародному транспортному ринку. Повноправне членство у вищезгаданих альянсах сприяє: зростанню рівня безпеки польотів за рахунок впровадження міжнародних правил та процедур; зростанню кваліфікаційного рівня та розвитку професійних якостей робітників за рахунок обміну досвідом та навчання персоналу; збільшенню обсягів авіаперевезень за рахунок створення додаткових гарантій споживачам щодо високого рівня якості послуг та загалом зміцненню авторитету України як авіаційної держави.

До переваг, які можуть отримувати учасники стратегічних альянсів відносять:

1.Підвищення рівня конкурентоспроможності компаній. Перебуваючи в стані жорстокої конкурентної боротьби окремим авіакомпаніям важко функціонувати самостійно, оскільки на ринку вже сформувалися альянси, з метою закріплення своїх лідерських позицій. Індивідуальний перевізник має певні обмеження щодо відповідності попиту пасажирів, відповідно, стратегічні альянси підвищують якість послуг, які надаються і стимулюють розвиток конкурентоспроможності компаній у всьому світі.

2.Зростання кількості рейсів за рахунок збільшення пунктів призначення. Одним із головних факторів, що впливають на успіх авіаперевізника є доступ у всі країни світу. Авіалінії, які стають членами альянсів, розширюють зону світової маршрутної мережі. Це є однією із переваг, яка сприяє залученню пасажирів, і відповідно, покращенню фінансового стану підприємства за рахунок зростання доходів від реалізації послуг.

3.Збільшення ефективності використання ресурсів компанії. В умовах конкурентної боротьби за лідерські позиції на ринку авіатранспорту, при зростанні цін на паливні ресурси, все більше авіакомпаній починають приділяти увагу контролю над використанням ресурсів і зменшенню витрат, і відповідно, собівартості послуг. Компанії, що входять до складу альянсів мають більше конкурентних переваг та можливостей зменшити вартість за користування послугами, ніж підприємства, які функціонують самостійно. Авіаперевізники, що належать до одного альянсу мають можливість розподіляти ресурси, деякі з них — це створення спільних офісів продажу та бронювання, спільних залів очікувань в аеропортах, а також переважання ринкової влади при закупівлі запасних частин та комплектуючих і надання послуг іншими компаніями, співпраця у розвитку апаратних засобів та систем програмного забезпечення з метою покращення якості послуг .

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що на сьогоднішньому ринку авіаційних послуг для підвищення рівня конкурентоспроможності компаній дуже важливе місце займають авіаційні альянси, які надають велику кількість переваг та можливостей для своїх учасників. Крім цього, вагоме значення у зростанні рівня конкурентоспроможності авіакомпаній займають спільні розробки та їх впровадження в операційну діяльність у сфері маркетингу, дистрибуції та IT. Досліджувана компанія ”Міжнародні авіалінії України» уже почала запроваджувати в роботу інноваційні технології, що дозволили їй покращувати основні показники діяльності з 2016 року. Для досягнення глобальних стратегічних цілей компанії, було б доцільно розглянути можливість вступу до одного із світових стратегічних авіаційних альянсів, таких як ”Oneworld», ”SkyTeam Alliance» та ”Star Alliance», що дозволить підприємству отримати доступ до вищевказаних можливостей, які можна отримати лише в межах альянсу і як наслідок зміцнити свої конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Дахно І. І. Значення та правове регулювання міжнародного науково-технічного співробітництва [Текст] / Міжнародне економічне право: навч. посіб [3-тє вид., перероб. і доп.]. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 304 с.
2. Семенов К. А. Международные экономические отношения: курс лекций. М. : Гардарики, 2009. 336 с.
3. Базилевич В. Д. Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. — [6-е вид., перероб. і доп.]. — Київ: Знання-Прес, 2007. 719 с.
4. Офіційний сайт авіакомпанії ”Міжнародні авіалінії України». URL: https://www.flyuia.com/ua/ru/home