

УШЕНКО

Наталя Валентинівна  
Ushenko\_nv@ukr.net

УДК 338.516.22

ЦІНОУТВОРЕННЯ ПОСЛУГ  
АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ЛОУ-КОСТ  
КОМПАНІЯМИ

КРИВОХИЖА

Анастасія Валеріївна  
Nasa95@bigmir.netPRICING SERVICES OF LOW-COST  
AIRLINES COMPANIESд.е.н., професор,  
Національний авіаційний  
університетмагістрант, Національний  
авіаційний університет

*У статті розкрито сучасний стан розвитку діяльності міжнародних лоу-кост авіакомпаній як складової міжнародного ринку авіаперевезень. Проведено порівняльний аналіз ціноутворення послуг авіаперевезень в залежності від типу авіакомпаній (традиційних та лоу-кост) на основі факторів впливу. Встановлено складові ціноутворення послуг авіаперевезень в контексті підтримки та підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній. Акцентовано увагу на специфіці інноваційної діяльності лоу-кост авіакомпаній, яка полягає у пріоритетній спрямованості на скорочення витрат у всіх чи певному функціональному напрямку діяльності. Рекомендовано базові напрями удосконалення ціноутворення лоу-кост авіакомпаніями.*

*В статье рассмотрено современное состояние развития деятельности международных лоу-кост авиакомпаний как составляющей международного рынка авиаперевозок. Проведен сравнительный анализ ценообразования услуг авиаперевозок в зависимости от типа авиакомпаний (традиционных и лоу-кост) на основе факторов влияния. Установлено составляющие ценообразования услуг авиаперевозок в контексте поддержки и повышения конкурентоспособности авиакомпаний. Акцентировано внимание на специфике инновационной деятельности лоу-кост авиакомпаний, которая заключается в приоритетной направленности на сокращение расходов во всех или определенном функциональном направлении деятельности. Рекомендовано базовые направления совершенствования ценообразования лоу-кост авиакомпаниями.*

*The article deals with the current state of development of international low-cost airline operations as an integral part of the international air transport market. The comparative analysis of pricing of air transportation services depending on the type of airlines (traditional and low-cost) on the basis of factors of influence was conducted. The components of pricing of air transportation services in the context of support and increase of competitiveness of airlines are established. The emphasis is on the specificity of the innovation activities of low-cost airlines, which is a priority focus on reducing costs in all or a certain functional area of activity. The basic directions of improvement of low-cost pricing improvement are recommended.*

**Ключові слова:** лоу-кост авіакомпанія, авіаперевезення, послуга, цінова політика, ціноутворення, конкурентоспроможність.

**Ключевые слова:** лоу-кост авиакомпания, авиаперевозка, услуга, ценовая политика, ценообразование, конкурентоспособность

**Keywords:** low-cost airline, air transportation, service, pricing policy, pricing, competitiveness

## ВСТУП

Сучасні умови характеризуються активними темпами розвитку лоу-кост авіакомпаній в глобалізованому світі, цінність яких для споживачів визначається доступнішими тарифами у порівнянні з традиційними авіакомпаніями. Щорічні стабільні темпи появи на світовому та вітчизняному ринках нових лоу-кост авіакомпаній підтверджують їх затребуваність та нарощування конкуренції на ринку авіаційних перевезень.

**МЕТА РОБОТИ** полягає у проведенні порівняльного аналізу ціноутворення послуг авіаперевезень в залежності від типу авіакомпаній на основі факторного аналізу.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методичні та прикладні засади формування цінової політики підприємств становлять інтерес як для вітчизняних науковців – Н.Ф. Акімова, Н.І. Антошишина, Г.С. Гуріна, Х.М. Дорофєєва, В.Г. Дубинина, О.А. Кирик, І.Г. Михальченко, К.В. Марінцева, С.Ф. Смерічевського, С.В. Петровської, так і зарубіжних науковців – Е. Бем-Баверк, Ф. Визер, Р. Доганіс, Менгер К. та інших. Умови розвитку лоу-кост авіакомпаній актуалізують проведення наукових досліджень, здатних вирішити дуальне завдання – розробку методичних підходів щодо оновлення цінової політики авіакомпаній з урахуванням економічних можливостей споживачів глобалізованого світу та забез-

печення на цій основі конкурентоспроможності авіакомпаній.

Інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, нормативи Міжнародної асоціації повітряного транспорту, оперативні дані авіакомпаній. При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення.

### РЕЗУЛЬТАТИ

У сучасних умовах глобалізації, що першочергово охоплюють основні процеси суспільної та економічної життєдіяльності людства, можливість швидкого пересування людей та вантажів на далекі відстані в різні (включаючи найбільш важкодоступні) місця світу робить ринок авіаційних перевезень одним з найперспективніших та найдинамічніших транспортних ринків. Сьогодні на ринку авіаперевезень існують дві основні бізнес-моделі організації пасажирських перевезень, такі як «лоу-кост» та «традиційні» авіакомпанії, головною відмінністю між якими є вектор цінової політики компанії.

Узагальнено можемо визначити, що цінова політика – це комплекс заходів, що реалізуються через цінову стратегію за допомогою організаційно – економічних інструментів системи управління діяльності компанії, до яких входить ціноутворення, процеси коригування цін та усі фактичні дії, які орієнтовані на економічну результативність в контексті стратегічних цілей компанії та з урахуванням конкуренції.

Політика авіакомпанії є основною складовою її загальної цінової і маркетингової стратегії, а тарифи компанії узгоджуються з тарифами, що встановлюються Міжнародною асоціацією повітряного транс-

порту (IATA) [5] і відрізняються залежно від типу авіакомпанії: лоу-кост чи традиційні авіаперевізники. На нашу думку, принципова різниця основ їх діяльності полягає якраз у використанні різних підходів у площині «сервіс-ціна». Тобто «лоу-кост авіакомпанія» – це тип авіакомпанії, яка прагне до зменшення експлуатаційних витрат та мінімального пакету обслуговування, що в результаті дозволяє встановлювати меншу вартість квитка за рахунок зниження якості послуг та надання додаткових позицій лише за окрему плату. Тоді як традиційні авіакомпанії – це тип авіакомпанії з можливістю якісної відмінності подорожі, що можуть проявлятися у покращених якостях сервісу на борту літака, наявності різних меню харчування, обслуговуванні та розширеним асортиментом послуг на борту літака. Отже, основними відмінностями між даними типами авіаперевізників є рівень сервісу та вартість перевезення. Більш розширено фактори впливу на ціноутворення послуг авіаперевезень для обох типів авіакомпаній розкрито у табл. 1.

Позитивна динаміка зростання попиту на лоу-кост сприяє збільшенню пасажиропотоку даних перевізників приблизно до 30 % за рік. Зокрема, приріст пасажиропотоку за 2016 рік компанії Ryanair (одного з найбільших лоу-кост у Європі) склав 28%, у той самий час такі традиційні перевізники як British Airways, Air France, Lufthansa мали щорічне збільшення пасажиропотоку на декілька відсотків [4, с.70].

Розглянемо ціноутворення послуг з перевезення різними авіакомпаніями на прикладі квитка Київ-Мілан (табл. 2).

Таблиця 1

#### Фактори впливу на ціноутворення послуг авіаперевезень в залежності від типу авіакомпанії

[розроблено авторами]

Види відмінностей	Лоу-кост авіакомпанії	Традиційні авіакомпанії
Ціна	Більш дешевий варіант	Вище середнього
Стійка реєстрації	Загальна зі стандартною чергою	Окрема стійка з першочерговим підйомом на борт
Багаж	Без багажу, з ручним багажем (до 8 кг) чи з класичним (до 22кг)	Багаж більший ніж класичний та можливість додаткового багажу
Сидіння, салон	Стандартні невеликі сидіння у класичному вузькому салоні	Комфортніше сидіння і розміри інфраструктури на борту
Харчування	Відсутнє чи холодні закуски	Різноманітне харчування з вибором перших страв, других, вегетаріанських та ін.
Висадка	Стандартна висадка по черзі (залежно від розташування сидіння у салоні)	Пріоритетна висадка, не очікуючи поки вийдуть усі
Бонуси	Немає, лише можливі за власними картами покупця	Коефіцієнт нарахувань миль, бонусів для знижок на наступні польоти цією компанією
Зал очікування	Основний зал у аеропорту	Бізнес, лаунж зали відпочинку, ресторани, салони та ін.

Таблиця 2

#### Ціна на квитки різних авіакомпаній світу Київ-Мілан (станом на січень 2018 р.)

[складено авторами]

Назва компанії	Вид рейсу	Місце пересадки	Час польоту	Ціна квитка	Сума збору
1	2	3	4	5	6
UIA	без пересадки	-	2 год 20 хв	2933 грн	440 грн
JAA	без пересадки	-	1 год 40 хв	2295 грн	633 грн

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6
WizzAir	з пересадкою	Будапешт	11 год 35 хв	3631 грн	900 грн
Alitalia	з пересадкою	Рим	5 год 10 хв	3638 грн	1015 грн
AirBaltic	з пересадкою	Рига	13 год	3305 грн	805 грн
LOT	з пересадкою	Варшава	5 год 15 хв	4114 грн	1005 грн
Turkish Airlines	з пересадкою	Стамбул	17 год 15 хв	3935 грн	1330 грн
AEGEAN	з пересадкою	Афіни	7 год 45 хв	2263 грн	770 грн

За даними табл. 2 видно, що дістатися з Києва до Мілану можна такими авіакомпаніями як МАУ, JAA, WizzAir, Alitalia, AirBaltic, LOT, Turkish Airlines, AEGEAN, і т.д. Будуючи прямий маршрут, пасажир значно економить час польоту, тому переліт складе 1-2 години такими авіакомпаніями, як МАУ та JAA. Крім економії часу польоту, явною перевагою прямих маршрутів є також економія на сумі збору (такси) аеропорту, у якому може відбуватися пересадка. Обираючи рейс з пересадкою, пасажир може самостійно визначатися з маршрутом польоту, а саме: обирати країну, територією якої буде відбуватися транзит, наприклад Будапешт, Рим, Рига, Варшава, Стамбул, Афіни чи інша країна. Час польоту при цьому значно відрізняється і складає від 5 до 20 годин польоту. Ці-

на польоту залежить від двох основних факторів: ціни тарифу (що встановлюється авіакомпанією) та збору (такси) певного аеропорту.

Здебільшого ціна на рейси з пересадкою відрізняється у більшу сторону, ніж на прямі рейси, наприклад, рейси таких авіакомпаній, як LOT, Turkish Airlines, Alitalia, WizzAir хоча і значно довші по часу польоту, проте є значно більшими у ціні. Рейси з пересадкою таких авіакомпаній, як AEGEAN, AirBaltic є трохи меншими у ціні, ніж прямі рейси, бо мають більший час польоту. Така відмінність напряму залежить від ціни тарифу самої авіакомпанії (за виключення такси аеропорту, що приблизно однакове у різних авіакомпаніях), дане співвідношення такси і тарифу можна зобразити у вигляді рис. 1.



Рис. 1. Складові формування ціни авіаквитка [розроблено авторами]

Тобто загальна структура формування ціни авіаквитка складається з ціни тарифу, суми збору (такси) та загальних витрат на клієнта. Аналіз дозволяє зробити висновок, що у жодному з випадків ціна тарифу не складає більше ніж 50% від загальної ціни авіаквитка. Це зумовлено тим, що дана ставка такси повинна бути схвалена уповноваженим органом з питань цивільної авіації та погоджена з конференцією IATA з координації тарифної політики.

Тариф авіакомпанії необхідно розглядати як суму основних його витрат де найбільшу частину вартості авіатарифу складає паливо, а саме 28%, тому ціна на нього є занадто важливою як для перевізників, так і для пасажирів [2, с.232].

Ціна на авіаквиток будь-якої авіакомпанії складається з трьох основних показників: фактичних витрат на переліт, утримання літака та внутрішньої діяльності (інноваційна, маркетингова та ін.). На тариф авіакомпанії значною мірою впливає ряд економічних показників, як ціна на паливо, індекс інфляції, курс валюти та інші, на які авіакомпанія вплинути не може. Для економічно вигідної діяльності авіакомпанії політика ціноутворення повинна бути адаптованою до змін ринкового середовища. У зв'язку з тим, що ціна на авіаквиток значною мірою залежить від ціни на паливо, то економічно доцільно для авіакомпанії співпрацювати з контрагентами, які пропонують найдешевшу ціну. Не менш важливо для авіакомпанії

сформувати таку тарифну політику, яка б була конкурентоспроможною.

Прикладом може слугувати авіакомпанія British Airlines, вартість квитків якої у 1,5 рази нижче, ніж у Turkish Airlines і у 3,3 рази нижче, ніж у Austrian, беручи до уваги однаковий час у польоті [3, с.157]. Важливим вектором у перспективному відношенні є здійснення авіакомпанією інноваційної діяльності, оскільки вона дозволяє на основі виведення наукових досліджень та технологічних досягнень на новий, покращений рівень в результаті отримати вдосконалений процес, що в подальшому використовується для розвитку у практичній діяльності авіакомпанії. Особливістю інноваційної діяльності лоу-кост авіакомпаній виступає її пріоритетна спрямованість на скорочення витрат у всіх чи певному функціональному напрямку діяльності.

Український ринок розвивається так само швидко і на сьогоднішній день на вітчизняному ринку ми маємо таких лоу-кост авіаперевізників: венгеський – Wizz Air, компанія з ОАЕ – Air Arabia, іспанський – Vueling Airline, ізраїльський – UP, латвійський – Air Baltic, турецький – Atlas Globl та Pegasus, грецький – Aegean Air, азербайджанський – Azal Jet та українські – Yanair та MAU.

У 2017 р. авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України» перевезла майже 7 млн. пасажирів, що на 16,4 % перевищує показник 2016 р.. Обсяги перевезень MAU в Міжнародному аеропорту «Бориспіль» збільшилися на 18 %, тобто до 6,25 млн. пасажирів. Для детального розуміння цінової політики авіакомпанії візьмемо за приклад авіакомпанію MAU та сфери впливу на її ціноутворення. Приблизно половина від ціни квитка не залежить від можливостей авіаперевізника. Отже, можемо розподілити затрати MAU так: аеронавігація – 9 %, усі збори та обслуговування в аеропортах – 15 % та паливо – 30 % [6], як ми вже зазначали вище, цей показник авіакомпанія суттєво змінити не може. Проте є показники, на які авіакомпанія MAU може та має впливати, щоб зменшити витрати та відповідно ціну на авіаквиток: утримання літаків складає 29 % витрат авіакомпанії, зарплата – приблизно 7 % прибутку авіакомпанії та дистрибуція – 9 %, куди входить маркетингова діяльність компанії, логістика, розповсюдження та інші функ-

ціональні напрямки діяльності компанії, витрати на які можна зменшити.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, даним дослідженням встановлено, на яких факторах може заощадити компанія та на яких вже заощаджують лоу-кост авіакомпанії в порівнянні з традиційними авіаперевізниками, що в свою чергу визначає цінову політику авіакомпаній та в подальшому – залучення нових клієнтів та витрати цих зекономлених коштів на розширення ринку діяльності авіакомпанії чи новий авіапарк. Тому основним напрямом удосконалення ціноутворення лоу-кост авіакомпаніями є науково-прикладний пошук щодо оптимізації та зниження витрат на аеронавігацію на основі організаційних та технологічних нововведень, пошук можливостей зменшення зборів та обслуговування в аеропортах (при підтримці держави чи укладання прямих договорів з аеропортами) та підвищення ефективності роботи дистриб'юторського напрямку. При цьому виключається зниження витрат, які впливають на зниження безпеки польоту на авіаційному транспорті.

## Список використаних джерел

1. Васильєв О.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: конспект лекцій / О.В. Васильєв, Н.М. Богдан. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 100 с.
2. Кирик О.А. Економічний механізм інноваційної діяльності авіакомпанії: дис. ... канд.екон.наук: 08.00.04 / Олена Анатоліївна Кирик – К., 2017. – 232 с.
3. Малиновська О.Ю. Бюджетні авіакомпанії (low cost): специфіка діяльності та географія перевезень. / О.Ю. Малиновська. // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 21. – С. 155–161.
4. Панасюк І.П. Вплив економічних факторів на тарифну політику авіакомпанії / І.П. Панасюк, А.М. Іванова // Економіка та держава. – 2016. – № 4. – С 69-73.
5. Airline Cost Performance [Електронний ресурс] / Міжнародна асоціація повітряного транспорту – Режим доступу: [https://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/airline\\_cost\\_performance.pdf](https://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/airline_cost_performance.pdf)
6. MAU увеличила пассажиропоток на 16,4 % в 2017 году\_[Электронный ресурс] / Международные авиалинии Украины – Режим доступа: <https://www.flyuia.com/ua/ru/news/2018/uia-performace>