

УДК 351:656.7

Д. О. Демченко,  
аспірант,

Національна академія державного управління при Президенті України

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ АВІАЦІЙНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

### STATE REGULATION OF QUALITY OF SERVICE OF AIR TRANSPORTATION

*Статтю присвячено визначенню особливостей формування якості авіатранспортних послуг. Розглянуто дієвість реалізації державного контролю та нагляду за безпекою та якістю авіатранспортних послуг.*

*This article is dedicated to identifying features of formation quality of air transport services. Consider the effectiveness of state control and supervision of safety and quality air transport services.*

**Ключові слова:** послуги авіаційних перевезень, державний контроль, ефективність, механізм, параметри, політика, споживачі, якість.

**Keywords:** air transportation services, state control, efficiency, gear, settings, policies, consumers, quality.

#### Вступ

Авіатранспортні послуги є важливою складовою будь-якої галузі економіки. Відстань між країнами, розвиток економічних відносин, наявність в туристичних країнах рекреаційних ресурсів, формування нових туристичних маршрутів, видів туризму сприяють інтенсивному розвитку авіатранспортних послуг. В умовах формування в країні відкритої економіки актуальним є дослідження механізму взаємодії авіакомпаній з суб'єктами туристичної галузі. Аналіз стану механізму взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку туристичних послуг свідчить про необхідність подальшого її вивчення з урахуванням сучасних тенденцій і перспектив розвитку світового та національного ринків авіатранспортних послуг.

У процесі дослідження використані праці провідних вчених, які займалися проблемами діяльності авіакомпаній, зокрема Глічова О.В., Деминга С., Джурана Дж., Ісікава К., Калити П.Я., Львова Д.С., Фейгенбаума А., Харрінгтона Дж., Джеймса Ф. Енджела, Мартіна Фішбеїна та інших.

В той же час рівень сучасних наукових досліджень у цьому напрямку не відповідає вимогам ринку авіатранспортних послуг також відчувається нестача досліджень в напрямку об'єднання авіації та туризму.

#### Постановка проблеми

Розглянути пріоритетні напрями державної політики у сфері авіаційної діяльності. Визначити та розкрити сутність авіатуристичної послуги, як соціально-економічного процесу.

#### Результати

З методичної точки зору, дослідження взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку туристичних послуг необхідно починати з визначення таких важливих аспектів, як: узагальнення базового понятійно-термінологічного апарату; аналіз існуючої теоретико-методологічної бази; виділення невивчених та малодосліджених сторін проблеми.

Базовими поняттями щодо досліджуваної проблеми є авіатранспортні послуги, але спочатку розглянемо сутність поняття послуга. Послуга – це споживчі вартості, які, однак, найчастіше не втілено у конкретних фізичних речах чи формах [4].

Послуга, з точки зору американського вченого Ф. Котлера, це захід або користь, що один може пропонувати іншому і які в основному невідчутні. Надання послуги може бути, а може і не бути пов'язане з товаром в матеріальному вигляді [3].

В якості послуги найчастіше виступають діяльність транспорту, установ зв'язку, торгівлі, а також матеріально-технічне постачання, ремонтні роботи, технічне обслуговування, різні побутові роботи. За функціональною ознакою послуги, що традиційно надаються в Україні, можна поділити на дві групи – матеріальні та нематеріальні. До матеріальних послуг, результати яких здебільшого мають предметну форму, належать побутові, транспортні, торгові, громадського харчування, комунальні. Із нематеріальними послугами пов'язують послуги з охорони здоров'я, культури, мистецтва, туризму, фізичної культури, спорту, освіти, санітарно-курортного обслуговування.

Авіатранспортні послуги є особливою категорією послуги із специфічним набором параметрів якості, форма прояву яких властива тільки авіаційному транспорту і пов'язана з процесами формування і сприйняття цього виду послуг. Послугами авіаційного транспорту є перевезення як пасажирів, так і вантажів. Таким чином, авіаційний транспорт обслуговує людей (пасажирів), які тимчасово від'їжджають зі свого місця перебування.

Авіатранспортні послуги надаються авіакомпаніями. Згідно чинного законодавства України, авіаційне підприємство визначається як «авіатранспортне підприємство, яке пропонує або експлуатує повітряне сполучення» [5]. Іншими словами, авіакомпанія - це будь-яке підприємство, що надає авіапослуги або експлуатує повітряні судна. Звідси, пасажирське повітряне судно - повітряне судно, що перевозить будь-яку особу, крім членів екіпажу, співробітників, які працюють у перевізника і які перебувають при виконанні службових обов'язків [6]. Пасажир повітряного судна - будь-яка особа (за винятком членів екіпажу), яку перевозять на повітряному судні згідно з угодою про міжнародне та внутрішнє повітряне перевезення [5].

Авіатранспортні послуги, як і будь-яка послуга, мають свої особливості:

- авіаційний транспорт не виробляє нового товару чи продукту, але саме завдяки їх діяльності, тобто переміщенню з одного місця в інше туриста, забезпечується кінцеве споживання вироблених товарів чи послуг в певному регіоні. Переміщення пасажирів від місця формування поїздки до місця споживання туристичної послуги і є тією споживчою вартістю, яку створює авіатранспорт, його авіатранспортні послуги.

- реалізація авіатранспортних послуг виражається в тому корисному ефекті, який не може виникати, зберігатися і реалізовуватися у відриві від авіації. Разом з тим виробництво авіатранспортних послуг не відривне від їх споживання. Авіатранспортні послуги задовольняють потреби в момент свого прояву, тобто створення таких послуг збігається з їх споживанням.

- на авіатранспортні послуги впливають всі фактори, що характеризують розвиток ринкової економіки. Насамперед це природно-географічні; демографічні, техніко-технологічні, економічні та соціальні.

Специфічними особливостями авіатранспортних послуг є:

- за найважливішим параметром - призначення послуги - авіаперевезення орієнтовані не просто на переміщення в просторі пасажирів і вантажів, а на задоволення потреби в особливій якості переміщення - швидкості. Це визначає і особливу категорію споживачів - осіб, для яких чинник часу, особливо при далеких

перельотах або перевезеннях термінових вантажів, має першорядне значення;

- незважаючи на відсутність матеріалізованої форми авіатранспортної послуги, переміщення об'єкта змінює його просторове положення відносно цілі польоту, а отже змінює часові і просторові параметри існування об'єкта;
- авіапасажир зазнаючи значного перепаду тиску, швидкої зміни часових і кліматичних посясів, нестабільного температурного режиму, підвищеного космічного опромінення та через непередбачені екстремальні ситуації може погіршити свій фізичний стан. Звідси - підвищена увага і вимогливість до такого параметру якості авіатранспортної послуги, як безпека польотів і збереження об'єкта переміщення;
- практично неможливим виявляється створення резерву (запасу) авіатранспортних послуг;
- об'єктивно існує сезонна і територіальна нерівномірність попиту і надання послуг з авіаперевезень. Якість і ефективність авіатранспортних послуг забезпечується в тому випадку, коли параметри нерівномірності попиту співпадають з можливостями його задоволення;
- у зв'язку з узагальнюючим комплексним характером авіатранспортної послуги, в створенні якої бере участь значна кількість різних організацій і виконавців, створюється специфічна система формування кошторису витрат, з участю контрагентів і своєрідна структура експлуатаційних витрат і собівартості авіаперевезень, калькуляційні статті якої значно відрізняються від типової, як по складу, так і по величині окремих видів витрат.

Виділяємо два підходи до розуміння категорії авіатранспортна послуга. Згідно першого підходу, авіатранспортна послуга розглядається як комерційна діяльність, пов'язана із купівлею-продажем авіатранспортних послуг. Згідно другого підходу, авіатранспортна послуга розглядається як соціально-економічне явище, пов'язане з поїздками за межі країни постійного проживання. Фактично ці два підходи – комерційний і духовно-світоглядний – відбивають дві сторони поняття авіатранспортної послуги: з точки зору авіакомпанії та з точки зору споживача авіатранспортних послуг.

Узагальнюючи погляди на авіатранспортну послугу можна запропонувати таке уточнене його визначення. *Авіатранспортна послуга* – це окрема робота, яка виконується авіакомпанією за кошти споживача послуги та спрямована на задоволення потреб всіх учасників авіатранспортної діяльності.

Класифікація авіатранспортних послуг дає можливість споживачеві обирати найліпший варіант. Тобто, кожен пасажир на основі своїх можливостей та вподобань може обрати той вид авіатранспортної послуги, який найкраще задовольнить його потребу в авіаперевезенні. Споживачами авіатранспортних послуг можуть бути організації чи окремі особи.

Попит та пропозиція на авіатранспортну послугу як елементи економічної структури формують ринок авіатранспортних послуг.

Туризм – це різновид подорожі, тому попит на авіатранспортну послугу формується в основному під впливом туристичного попиту [3].

Туризм можна класифікувати за різними ознаками.

1) За метою поїздки. Ця ознака має вирішальне значення, тому що саме мета поїздки більше всього впливає на формування туру і організацію туристичного обслуговування. Подорожуючи, турист може ставити перед собою декілька цілей, але тільки одна з них буде домінуючою. Залежно від мети розрізняють:

1.1. Пізнавальний або культурно-розважальний, що передбачає поїздки людей в цілях ознайомлення з природними, історико-культурними визначними пам'ятками, музеями, театрами, суспільним устроєм, життям і традиціями народів у країні відвідування. Пізнавальні цілі можуть поєднуватися з метою відпочинку.

1.2. Діловий туризм – в основі цього виду туризму лежить необхідність виконання службових або професійних завдань.

Вони навпаки, декілька скорочуються в розпал туристичного сезону. До ділового туризму відносяться поїздки делегацій або окремих осіб для участі в міжнародних переговорах, нарадах, святах, коронаціях, церемоніях вступу до посади голів держави і урядів. Але в число туристів не включаються дипломатичні працівники посольств і консульств, співробітники торгових представництв і інших організацій, які працюють за кордоном [7].

1.3. Етнічний туризм має своєю метою – відвідини родичів, місця народження свого або батьків.

1.4. Релігійний туризм (паломництво) є одним з найстаріших видів туризму і, за своєю сутністю, є переміщенням людей до «святих місць» з метою відвідин храмів і монастирів в дні релігійних свят або для замолювання гріхів. Зародження паломництва пов'язано з формуванням в світі основних релігійних течій. Паломництво, як і туризм взагалі, буває внутрішнім (в межах окремої країни) і міжнародним.

1.5. Спортивний туризм - це поїздки для участі в різних спортивних змаганнях. Спортивний туризм підрозділяється на два різновиди:

- активний - поїздка і перебування у відвідуваному місці для безпосередньої участі в спортивних змаганнях і

- пасивний - коли поїздка і перебування здійснюються для участі в спортивних змаганнях як глядач.

1.6. Рекреаційний туризм або туризм у відпустку - це пересування людей у вільний час в цілях відпочинку, необхідного для відновлення фізичних і душевних сил людини. Для багатьох країн світу цей вид туризму є найбільш поширеним і масовим.

1.7. Під учбовим туризмом розуміють поїздки з метою отримання або поліпшення своїх знань. Найбільш поширені - вивчення іноземної мови, так зване «занурення» і безпосереднє спілкування з носіями мови.

1.8. Екзотичний туризм пов'язаний з бажанням побачити, пізнати і відчутти щось незвичайне, не властиве повсякденному життю. Це кліматичні умови, незвичайна флора і фауна, кухня різних народів, архітектура, національні звичаї тощо.

1.9. Екологічний туризм набув найбільш широкого поширення і визнання у наш час, оскільки екологія з кожним днем набуває все більшого значення. Дбайливе ставлення до природи і навколишнього середовища є одним з привабливих елементів туризму. Все частіше проводяться рекламні заходи і тури, що носять екологічний характер (наприклад, як можна відпочити і провести час на природі, не забруднюючи її і не завдаючи їй збитку).

Екологія і туризм дуже взаємопов'язані і залежні один від одного. Туризм можливий тільки в екологічно чистих районах. У міжнародній практиці існує таке поняття як «синій прапор». Його присвоюють екологічно чистим районам. Природно, що туристи вважають за краще відпочивати саме в цих місцях, оскільки ніщо не загрожує їх здоров'ю. «Захист навколишнього середовища повинен встояти перед тиском з боку організацій або осіб, стурбованих тільки комерційним успіхом або особистим збагаченням», - сказано в декларації Монреаля з туризму (1996 р.) [2].

2) За способом пересування можна виділити пішохідний туризм, велосипедний, віхний, альпінізм, лижний, мототуризм.

3) За терміном перебування поїздки діляться на тривалі, короткострокові і тури вихідного дня.

4) За сезонністю туризм поділяється на несезон, міжсезон, активний туристичний сезон.

4.1. Активний туристичний сезон - характеризується великим потоком туристів. На Україні він ділиться на два основні періоди, тобто він двосезонний: літній та зимовий.

4.2. Міжсезон (напівсезон) - осінь і весна, кількість туристів значно зменшується порівняно з активним сезоном.

4.3. Несезон характерний для тих районів, які відвідуються туристами в певну пору року (вони є односезонними).

5) За рівнем організації подорожі можуть бути індивідуальні або групові.

Організовані туристи забезпечуються необхідним туристичним сервісом, який обмовляється в наперед придбаних турах. Самодіяльний або так званий альтернативний туризм, де як організатор подорожі виступає не туроператора, а сам турист, мандрівник, використовуючи рекламні матеріали, за допомогою інформаційних мереж. Іншими словами, турист сам визначає тривалість поїздки, маршрут, відвідувані об'єкти, сам бронює готель тощо, він незв'язаний ніякими зобов'язаннями з туристичною фірмою [4].

6) За демографічним і соціальним складом учасників поїздки.

Залежно від місця мешкання туриста (міський житель або сільський), від соціального положення в суспільстві (дитячий, шкільний, молодіжний, сімейний, за професійним напрямком і ін.) Грає роль і вік туриста, останнім часом, значно збільшилася кількість мандрівників похилого віку.

7) За спрямованістю туристичних потоків розрізняють: в'їзний - подорожі осіб по країні, що постійно проживають в інших країнах; виїзний - подорож осіб, що постійно проживають в країні, наприклад з України в іншу країну; внутрішній - подорож осіб в межах країни, де вони постійно проживають.

8) За принципом оплати розрізняють:

- комерційний туризм - це стандартний варіант, коли туристична фірма реалізує свій турпродукт покупцеві і відповідно отримує прибуток. Щоб досягти успіху в туристичному бізнесі, потрібна професійна, заснована на потребах споживача туристичних послуг, організація виробництва і реалізації турпродукту, добре знання міжнародних правових норм і правил, практики туристичного менеджменту і маркетингу, кон'юнктури туристичного ринку.

- під соціальним туризмом розуміються подорожі, субсидійовані із коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, при цьому, окремим категоріям туристів держава, в порядку встановленим законодавством, надає пільги соціального характеру.

Транспортні послуги в туризмі є невід'ємною складовою здійснення подорожі, умовою розвитку туризму і належать до основних послуг туристичної галузі. Якість, обсяг та характер транспортних послуг в туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу і стану транспортної інфраструктури, як невід'ємних складових господарського комплексу країни. Стан транспортної інфраструктури характеризується щільністю транспортної мережі, її технічним станом і відповідністю середньосвітовим стандартам, формуванням транспортних полімагістралей з розвиненою інфраструктурно-логістичною системою, здатною опрацювати зростаючий транспортний потік з мінімальними витратами часу. Наявність сучасних транспортних засобів, їх технічні характеристики впливають не тільки на попит, а й визначають

споживацькі уподобання, гарантуючи якість обслуговування. Таким чином, розвинений транспортний комплекс дає можливість урізноманітнити транспортні послуги, зробити їх взаємозамінними і тим самим впливає на зростання загальної рухомості населення і розвиток туризму. Туризм, в свою чергу, забезпечує пасажирському транспорту обсяги діяльності, своєю ритмічністю визначаючи ритмічність його роботи, а структура туристичного попиту впливає на географію перевезень, організаційні форми діяльності.

Транспортні послуги в туризмі саме за характером діяльності досить умовно можна поділити на: послуги з переміщення туристів від місця проживання до місця проведення дозвілля (наземний, водний, повітряний транспорт); послуги в місці проведення дозвілля (екскурсійні та внутрішні перевезення); послуги, пов'язані з організацією власне транспортних подорожей (подорожей, здійснення яких базується на переважному використанні певного виду транспорту - круїзи, автотуризм тощо).

При виборі транспортного засобу споживач керується об'єктивними і суб'єктивними чинниками. Головне, що визначає переваги в такому випадку, є час, відстань і зручність її додання, що є основними особливостями повітряного транспорту. Зазначені параметри визначають вартість транспортної послуги, її частку в загальній вартості тура [7]. Прослідковується залежність: чим менша за тривалістю подорож, тим більша частка в загальних витратах припадає на транспортні послуги. З іншого боку, чим коротша подорож, тим більшого значення набуває зменшення витрат часу на транспортування, тобто зростає «вартість» часу і збільшується потреба в його економії за рахунок швидкості переміщень. Економія часу залежить не тільки від швидкості пересування, а й від регулярності, інтенсивності і надійності руху, обумовлених рівнем розвитку матеріально-технічної бази, інфраструктурного та організаційно-управлінського забезпечення [2].

Надійність туристичних зв'язків, з огляду як на об'єктивні, так і на суб'єктивні мотиви споживчих уподобань, обумовлена взаємозамінністю видів транспорту та різноманітністю пропозицій транспортних послуг. Оптимізація частоти рейсів відповідно до обсягів і коливань попиту, їх стиковка, організація чартерів впливають на вибір туристом того чи іншого виду транспорту, визначають кон'юнктуру на ринку транспортних послуг в туризмі [1].

Узагальнюючи погляди на авіатранспортну та туристичну послуги можна запропонувати таке поняття як авіа туристична послуга, що визначає їх спільну діяльність. Авіа туристична послуга – це соціально-економічний процес, пов'язаний із авіаперевезенням та наданням інших супутніх послуг суб'єктам ринку туристичних послуг і спрямований на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб.

Її визначальними особливостями є: авіа туристичні послуги виробляються і споживаються практично одночасно, не підлягають зберіганню, накопиченню, ґрунтуються на прямих контактах між туристичними підприємствами та авіакомпаніями; авіа туристичні послуги характеризуються значною глибиною проникнення, оскільки туризм потенційно є всюди, де живе людина, і лише авіація може за невеликий, порівняно з іншими видами транспорту, час перемістити споживача-туриста; авіа туристичні послуги мають сезонний характер із двома піками ділової активності, пов'язані передусім з періодами відпусток, зменшенням ділової активності в інших секторах світової економіки; споживання авіа туристичної послуги відбувається у країні-виробнику, тому з метою пошуку споживачів потрібна присутність за кордоном (пряма або через посередників).

#### Висновки

Проведений аналітичний огляд фахової літератури з проблем взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку туристичних послуг свідчить про її важливе місце для науки «Державне управління». Усі праці можна розділити на такі групи: присвячені розкриттю питань організації та управління авіатранспортною діяльністю; присвячені економічній оцінці та питань функціонування туризму; присвячені розкриттю важливих аспектів здійснення пасажирських перевезень різними видами транспорту.

Дослідженими є суть категорій «авіатранспортні послуги» та «туристичні послуги»; вплив авіатранспортних послуг на розвиток туризму; класифікація видів та форм авіатранспортної послуги; перелік факторів, що впливають на формування потреби у авіатранспортній послугі; суть, фактори, механізми взаємодії авіакомпаній та туристичних підприємств.

Узагальнюючи погляди на авіатранспортну та туристичну послуги запропоновано поняття, що визначає їх спільну діяльність. Авіа туристична послуга є соціально-економічним процесом, пов'язаним із авіаперевезенням та наданням інших супутніх послуг суб'єктам ринку туристичних послуг і спрямований на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб.

#### Література

1. Григорак М.Ю. Сучасні моделі авіаційного бізнесу та логістичні стратегії / М.Ю. Григорак., Г.С. Гуріна. – К.: НАУ, К.: НАУ. – 2003. – С. 601-606. (Наука і молодь: Збірник наукових праць міжнародної наукової конференції (Політ –2003).
2. Гуріна Г.С. Основні мотиви створення стратегічних авіаційних альянсів / Г.С. Гуріна, Л.В.Бровенко. – К. : НАУ, 2007. – С. 16-20. – (Економіка, підприємництво та менеджмент. - Журнал наукових праць. – № 10).
3. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприємство. Туризм. / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
4. Кравчук Г.В. Проблеми сучасного розвитку світового ринку повітряних перевезень в інтегрованій авіатранспортній системі / Г.В. Кравчук // Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць, 2008. – №1(80). – С. 159-163.
5. Міністерство транспорту України, Наказ «Про затвердження Інструкції про порядок розшуку багажу, що не надійшов до аеропорту призначення (Інструкція, п.1.3)» 1999. – № 526
6. Міністерство транспорту України, Наказ «Про затвердження Програми підготовки авіаційного персоналу в галузі авіаційної безпеки» (Програма, п.3.1) 2003. – № 109
7. Новікова М.В. Сучасні тенденції діяльності авіаційної галузі України / М.В. Новікова // Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць, 2008. – №1(80). – С. 163-166.

Стаття надійшла до редакції 15.12.2011 р.



ТОВ "ДКС Центр"