

- О. І. Пушкарь,
к. е. н., старший викладач кафедри управління,
соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін,
Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5226-6829>
- В. Г. Гноєвий,
к. е. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,
Прийдніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-1669-9680>
- В. В. Татарінов,
к. е. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,
Прийдніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-7373-1267>
- І. М. Щербина,
к. т. н., доцент кафедри економічного проектування та маркетингу,
Прийдніпровський інститут ВНЗ "Міжрегіональна академія управління персоналом"
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-3699-9432>
- С. П. Дроздова,
старший викладач кафедри авіаційного транспорту,
Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5575-7276>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.12.143

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

- O. Pushkar,
PhD in Economics, Kremenchuk Flight College, Kharkiv National University of Internal Affairs
- V. Hnoievyi,
PhD in Economics, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution
"Interregional Academy of Personnel Management"
- V. Tatarinov,
PhD in Economics, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution
"Interregional Academy of Personnel Management"
- I. Shcherbyna,
PhD in Technical Sciences, Prydniprovskiy Institute of Higher Education Institution
"Interregional Academy of Personnel Management"
- S. Drozdova,
Senior Lecturer, Kremenchuk Flight College, Kharkiv National University of Internal Affairs

MARKETING RESEARCH OF THE AVIATION SERVICES MARKET AND ITS FEATURES

Метою статті є розгляд можливостей маркетингового дослідження ринку авіаційних послуг в Україні та в світі та його особливостей. Об'єктом дослідження є авіаційні послуги та їх стан в сучасному світовому просторі, способи та методи їх дослідження. Завдання полягає у визначенні сучасного стану авіаційних послуг в Україні та в світі, розгляд можливостей та перспектив вітчизняної авіації у відновленні процесу надання авіаційних послуг та подальшого розвитку.

У статті визначено методологічні засади та принципи маркетингових досліджень, необхідність проведення досліджень для галузей та підприємств, які намагаються вийти на нові ринки, або закріпитися на діючих ринках та досягти конкурентних переваг. Визначено основні засади та особливості сфери послуг, яким є нематеріальність надання, неможливість зберігання та надання послуг. Доведено, що системний підхід до організації надання авіаційних послуг та управління цією сферою, а також використання інформаційних технологій буде сприяти впровадженню інноваційних проектів та підвищенню ефективності діяльності авіаційної галузі. Наведені дані щодо стану ринкового середовища саме авіаційних послуг у світі дають характеристику можливостей, які відкриваються перед авіаційними підприємствами України в післявоєнний період. Крім того аналіз ринкової кон'юнктури показує також зовнішні загрози для ефективного функціонування авіаційної галузі України, які виникають з боку крупних учасників ринку авіаційних послуг та містить рекомендації щодо уникнення цих загроз. Стаття також містить інформацію про деякі переваги вітчизняної авіаційної галузі та недоліки, які потрібно враховувати при подальшому її розвитку та доводить необхідність проведення маркетингових досліджень ринку авіаційних послуг з використанням спеціалізованих структур по проведенню зазначених досліджень.

Отримані результати можуть бути використані для подальшого дослідження ринку авіаційних послуг, а також для розробки навчальних програм підготовки спеціалістів в галузі надання авіаційних послуг та маркетингових досліджень.

The purpose of the article is to consider the possibilities of marketing research on the market of aviation services in Ukraine and in the world and its peculiarities. The object of research is aviation services and their condition in the modern world space, methods and methods of their research. The task is to determine the current state of aviation services in Ukraine and in the world, to consider the possibilities and prospects of domestic aviation in restoring the process of providing aviation services and further development.

The article defines the methodological foundations and principles of marketing research, the need for research for industries and enterprises trying to enter new markets, or to gain a fixed markets and achieve competitive advantages. The basic principles and features of the service sector, which are intangible provision, are impossible, inability to store and provide services. It has been proven that a systematic approach to the organization of aviation services and management of this area, as well as the use of information technologies will help to implement innovative projects and increase the efficiency of the aviation industry. The above data on the market environment in the world is characterized by the opportunities that are opened before the aviation enterprises of Ukraine in the postwar period. In addition, the analysis of the market conjunction also shows external threats to the effective functioning of the aviation industry of Ukraine arising from large participants of the aviation services market and contains recommendations for avoiding these threats. The article also contains information about some advantages of the domestic aviation industry and the shortcomings that need to be taken into account in its further development and proves the need for marketing research into the market of aviation services using specialized structures for conducting these research.

The results can be used to further study the aviation services market, as well as to develop training programs for training specialists in the field of aviation services and marketing research.

Ключові слова: маркетингові дослідження, ринок авіаційних послуг, системний підхід, інформаційні технології, інноваційний потенціал, інвестиційні можливості.

Key words: marketing research, aviation services market, systems approach, information technologies, innovation potential, investment opportunities.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Важко переоцінити роль світового ринку авіаційних послуг, оскільки він відіграє важливу роль в глобалізації світового економічного простору, дозволяє зміцнювати міжнародні економічні зв'язки та забезпечує безперервний потік товарів, робіт та послуг, є одним з основних елементів світової економіки, дозволяє налагоджу-

вати як ділові та комерційні контакти, так і розвивати туристичний бізнес. Важливим для економіки України є питання впровадження політики "відкритого неба", яке стало можливим завдяки прийнятому державою курсу інтеграції України до Європейського союзу. Але в цьому напрямку також є певні питання, викликані військовим станом України, недостатнім рівнем стратегічного

потенціалу України та незавершеними міжнародними домовленостями. Тому важливим є проведення маркетингового дослідження світового ринку авіаційних послуг, стану та перспектив розвитку ринку авіаційних послуг України, вважаючи його стратегічно важливим як у внутрішній економіці так і в зовнішній економічній політиці.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання дослідження світового ринку авіаційних послуг та особливостей його функціонування розглядається багатьма як вітчизняними, так і зарубіжними вченими, такими як К. Астахов, Д. Бугайко, С. Бойко, А. Валько, М. Висоцька, А. Вінюков, П. Галака, С. Вишневський, С. Гвоздік, Г. Гурина, О. Кириленко, С. Корнев, І. Михальченко, І. Набок, О. Овсак, З. Пічкурова, Л. Побоченко, П. Поліщук, О. Полоус, А. Прокоп'єва, Е. Прушківська, З. Соколова, Н. Татаренко, Д. Шокарьов, Н. Шахгеданов, П. Яновський та інші. Питання розвитку теоретичних аспектів маркетингових досліджень ринку розглядають зарубіжні та вітчизняні автори, а саме: Ансофф І., Пітер Р. Діксон, Котлер Ф., Лівіт Т., Божкова В.В., Войчак А. В., Гаркавенко С. С., Герасимчук В. Г., Полторак В. А., Рогов Г. К., Старостіна А.О., Чумаченко М.Г. Але питання саме маркетингового дослідження ринку авіаційних послуг окремо не розглядалося. Дослідження цього ринку, в основному, носили кабінетний характер. Тому виникло питання розширення можливостей такого дослідження в сучасних умовах.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

На основі вивчення аналітичного матеріалу, представленого в доступних джерелах публікації, більш детально розглянути сферу надання авіаційних послуг, деталізуючи її сегменти та особливості функціонування. Розглянути можливості застосування різних методів та способів маркетингових досліджень, їх практичне застосування в сучасних умовах авіаційного ринку України та світу. Завдання полягає у визначенні сучасного стану авіаційних послуг в Україні, розгляд можливостей та перспектив вітчизняної авіації у відновленні процесу надання авіаційних послуг та подальшого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В сучасному світі давно відомо що ринок послуг суттєво відрізняється від ринку товарів. Основними відмінностями є те, що послуги не є матеріальними, їх не можливо накопичувати та зберігати, їх надання нероздільне з процесом їх створення, тобто відбувається практично одночасно. Окремою характеристикою є якість надання послуг, яка залежить не тільки від того хто надає ці послуги, але й від часу та ситуацій в яких вони надаються. Тому ці відмінності вимагають специфічного підходу до вивчення певного ринку послуг та його сегментів. Ринок надання авіаційних послуг у світі та в Україні є специфічним та особливим. Він являє собою складну систему технічних, економічних та інформаційних відносин між суб'єктами, які здійснюють процеси перевезення вантажів та пасажирів, процеси уп-

равління, організації та забезпечення цих перевезень. В сучасних умовах світового ринку авіаційних послуг виживання авіаційних компаній України та отримання конкурентоздатності в даній галузі є найважливішим завданням для відновлення діяльності та подальшого розвитку.

За даними Української асоціації маркетингу (УАМ), 70% українських підприємств використовують власні сили для маркетингових досліджень, 18% — скористались послугами інших підприємств, 12% підприємств взагалі не проводили маркетингових досліджень [1].

Аналіз ринку починається з дослідження товару, в даному випадку товаром є авіаційні послуги які представляють собою перевезення пасажирів та вантажів як всередині кожної країни, так і здійснення міжнародних рейсів. Також авіаційні компанії крім перевезень можуть надавати інші послуги, такі як надання авіаційного обладнання в оренду, виконання геологорозвідувальних та сільськогосподарських робіт, тощо.

Система надання повітряних послуг авіаційним транспортом є досить складною та включає не тільки діяльність авіакомпаній, але й роботу аеропортів, технічне обслуговування повітряного транспорту, системи безпеки польотів та управління повітряним рухом. Регламентує діяльність повітряного транспорту законодавча база та нормативні документи як державного так і міжнародного рівня. Суттєву роль у сприянні розвитку авіаційних компаній відіграє міжнародне співробітництво на світовому ринку авіаперевезень, але сьогодні характеризується проблемами, які є загальними для усієї світової спільноти. Це глобальні та регіональні конфлікти, економічні спади та кризи, підвищення цін на енергоносії, ринкова конкуренція, спалахи інфекційних захворювань, як от пандемія COVID 19, зміни в економічній політиці країн світу.

На світовому ринку авіаційних перевезень відбувається розвиток авіаційних інновацій як у сфері появи нових літаків, так і щодо модернізації аеропортів та інфраструктури та нового будівництва, з'являються нові бізнес-моделі авіаційних компаній, проводиться значна робота щодо зниження негативного впливу авіації на зовнішнє середовище.

Тому для успішності роботи авіакомпаній на світовому ринку необхідно проводити дослідження ринку авіаційних послуг як на локальному, так і на глобальному рівні. Наприклад, компанія Pro-Consulting спільно з партнерами пропонує послуги в галузі маркетингових досліджень, такі як аналітичне дослідження ринку, що включає аналіз структури ринку, визначення частки ринку, вподобання споживачів, канали збуту, аналіз зовнішньої торгівлі, тощо [11]. За результатами маркетингових досліджень учасники ринку можуть обрати найбільш перспективні та оптимальні для кожного з них напрями подальшого розвитку.

Згідно з даними досліджень, за останні роки обсяг ринку авіаперевезень значно зріс. У 2023 році обсяг роботи світового авіаринку оцінювався в 841,44 млрд. дол. США. В період COVID-19 авіаційний сектор виявився одним з найбільш постраждалих. Однак вжиті заходи (дистанціювання пасажирів, цифрові паспорти імунітету та відстеження контактів) забезпечили фінансову стійкість авіації. Станом на 2023 рік обсяг роботи світо-

вого авіатранспортного сектору був лише на 3 відсотки нижчим за значення 2019 року, показника до COVID-пандемії. Чистий прибуток комерційних авіакомпаній у всьому світі коливався протягом аналізованого періоду. У 2023 році комерційні авіакомпанії зареєстрували чистий прибуток у розмірі 4,7 млрд дол. США. Зростання показників в цей період пояснюють появою нових ринків, розширенням глобальної торгівлі та електронної комерції, тенденціями урбанізації, підвищенням ефективності та екологічності літаків, а також постійним розширенням можливостей підключення та мереж [7].

На жаль, в Україні внаслідок російської агресії нині повітряний простір для пасажирських та вантажних перевезень є закритим, що відбивається на роботі не тільки вітчизняних авіаційних компаній, але й закордонних, які співпрацювали з Україною. Попит на авіаперевезення постраждав також внаслідок зниження економічної та ділової активності.

За даними маркетингових досліджень YC.Market пасажирськими авіаперевезеннями в Україні, займаються 362 юридичні особи. Це 307 компаній та 55 ФОП. Третина українських авіакомпаній за період 2004—2023 рр. або припинила свою діяльність, або збанкрутувала, чи знаходиться в стані припинення. Серед майже пів сотні фірм, що подали фінансову звітність за 2022 рік, найменше заробило ТОВ "МАЛАГА ЕЙР" — 1,5 тис. грн. Найбільшу виручку вказала "Авіакомпанія Скайап" — майже 3 млрд грн [2].

До найбільших авіакомпаній за виручкою 2022-2023 років потрапила "Авіакомпанія Скайап" внаслідок зміни бізнес-моделі, про що свідчить перехід з українського ринку авіаційних послуг на закордонні ринки. Лідером за показником фінансової звітності є також ПрАТ "Авіакомпанія "Українські вертольоти", які існує на ринку 21 рік, вона має достатній рівень фінансової стійкості, однак на жаль вона є фігурантом журналістського розслідування. До трійки лідерів пасажирських авіаперевізників попала, за даними проведеного дослідження, авіакомпанія "Міжнародні авіалінії України" (МАУ). Компанія 7 років назад була лідером за пасажиропотоком та була першою за рівнем доходів, але в періоді що досліджувався, її доходи впали на 99%. Індекс FinScore показує незадовільний рівень фінансової стійкості компанії та високу ймовірність несприятливих фінансових наслідків. З кінця 2023 року порушено справу про банкрутство МАУ [2].

До списку найбільших авіакомпаній за рівнем виручки попали також авіакомпанії: "Роза вітрів" (що має відношення до групи Приват), авіакомпанія "Константа" (приватне акціонерне товариство), авіакомпанія "Скайлайн-експрес", як працює на ринку пасажирських авіаперевезень 15 років. А от компанії "Хорс" та "Камус Ейр" потрапили під санкції РНБО в жовтні 2021—го року за надання літаків та авіаційних послуг іранським та іракським авіакомпаніям. Крім того вони додані до санаційного списку США.

Тому вони почали диверсифікацію своєї діяльності, наприклад авіакомпанія "Хорс" надає в оренду свої транспортні засоби, здійснює ремонт та технічне обслуговування транспортних засобів [2].

Для успішної роботи авіакомпаній та авіаційної галузі в цілому необхідно проведення маркетингового до-

слідження, в якому досліджуються основні потреби клієнтів. Причому потрібно досліджувати певні сегменти ринку авіаційних послуг (вантажні перевезення, перевезення пасажирів, здійснення різного роду послуг, тощо). Для цього необхідно отримати об'єктивні та релевантні дані щодо поведінки споживачів в кожному сегменті ринку та щодо кон'юнктури ринку в цілому.

Ще у березні 1992 року державами-учасниками ОБСЄ був укладений договір "Відкрите небо", який відкривав повітряну територію держав — учасників договору для польотів цих держав — учасниць. Ці держави відкрили також свої внутрішні маршрути авіаційних перевезень. Між Україною та країнами ЄС авіаперевезення гарантовані двосторонніми угодами між Україною та кожною з країн, що входять до ЄС. Причому частина цих угод обмежена кількістю рейсів та кількістю перевізників на певному маршруті, що не сприяє розвитку цих міжнародних авіаційних сполучень [10].

Сам механізм "відкритого неба", який застосовується в США і країнах Європи, залишає на ринку тільки сильні авіакомпанії, які можуть працювати на ринку без державної підтримки та субсидій у умовах вільної конкуренції і забезпечать високу якість надання послуг та необхідний рівень безпеки.

На українському ринку авіаційних послуг, який продовжує працювати за традиційною моделлю функціонування, цей механізм поки що не може бути застосований. Тому вкрай необхідний договір про спільну економічну зону з країнами ЄС, який би дозволив усунути адміністративні та інші обмеження. Необхідно також застосування єдиних стандартів та принципів роботи для усіх країн, які беруть участь у суспільному просторі.

Основним етапом процесу дерегуляції авіаційних перевезень є підписання в 2005 році "горизонтальної угоди" з ЄС про співпрацю з Україною в галузі цивільної авіації [4]. В угоді було сформовано систему договорних відносин для регулювання авіасполучення між Україною і країнами-членами Євросоюзу, а також перехід від принципу переважного володіння та фактичного контролю над авіаперевізником з боку ЄС на принцип нормативного контролю за ним [7].

Україна пройшла складний переговорний процес зі спільного авіаційного простору, але надзвичайно важливо аналізувати позитивні та негативні сторони застосування механізмів вільної конкуренції для українських авіакомпаній, що виконують міжнародні рейси, оскільки вони можуть не отримати конкурентних переваг перед європейськими авіаперевізниками внаслідок застарілого парку повітряних суден, високої вартості перевезень, невисокого рівня сервісних послуг. Хоча Україна є однією з небагатьох країн з повним циклом авіаційного будівництва, однак протекціоністська політика Європи щодо власних підприємств авіабудівництва обмежує можливості України. Однак в деяких сегментах української авіаційної промисловості є конкурентні переваги, такі як літаки АН-124-100, АН-124-111, АН-125 та вантажні літаки типів надвантажної провізної здатності. Ринок надання авіаційних послуг є висококонкурентним, оскільки налічує значну кількість учасників. Тому на вітчизняні ринки можливий вихід іноземних авіаційних компаній таких як Lufthansa, Austrian Airlines, British Airways. Важливою складовою стратегії нашої

держави є приведення стану інфраструктури авіаційної галузі до міжнародних стандартів, що дозволить підвищити конкурентоспроможність України в галузі авіаційних перевезень. Особливо це стосується авіакомпаній та аеропортів.

Авіакомпанії значною мірою залежать від послуг аеропортів. Саме аеропорти забезпечують їх безперебійну роботу та підвищують рівень задоволеності клієнтів авіаційними послугами. Від діяльності аеропортів залежить логістична та вантажна промисловість. Крім того, вони є одним з важливих елементів розвитку міжнародного туризму. Але, на жаль ринок наземного обслуговування в Україні є нерегульованим. Хоча у Європейському співтоваристві діє певна директива наземного обслуговування, встановлені чіткі правила та регламенти. Такий стан наземного обслуговування можна віднести до слабких сторін надання авіаційних послуг, над вирішенням яких потрібно буде ретельно працювати після встановлення стійкого миру на території держави. Очікується що з інтегруванням цифрових технологій в аеропортах будуть застосовуватися сучасні системи безпеки, здійснюватися автоматичні та біометричні перевірки, що суттєво підвищить якість надання послуг аеропортами.

Аеропорти надають послуги з технічного обслуговування повітряних суден, безпекові заходи, оброблення вантажів та багажу, послуги відпочинку екіпажів та пасажирів, надають різні послуги клієнтам. Кількість авіаперельотів продовжує зростати, це викликає підвищення попиту на якісні та ефективні послуги аеропортів. Факторами, які викликають збільшення зовнішніх можливостей для авіаційних перевезень є:

- зростання тенденції ділових поїздок та поїздок на відпочинок;
- зростання повітряного пасажирського трафіку;
- модернізація та автоматизація інфраструктури аеропортів;
- підвищення ефективності заходів авіаційної безпеки.

В світовій авіаційній галузі збільшення кількості недорогих перевізників та глобального туризму призвело до підвищення попиту на послуги наземних служб. IT-компанії, що обслуговують цю галузь, основну увагу приділяють підвищенню ефективності роботи та впровадження нових технологій, таких як автоматизація та робототехніка для виконання наземних операцій.

В авіаційному секторі є великі можливості для впровадження інновацій та інвестицій у напрямках цифровізації та автоматизації, використання штучного інтелекту та хмарних технологій для прогнозування, обслуговування клієнтів, керування потоком пасажирів, надання персональних пропозицій клієнтам. Також оператори аеропорта мають можливість застосувати нові бізнес-моделі взаємодії з партнерами (постачальниками послуг та пасажирями).

Однак є певні обмеження для ефективного розвитку аеропортів. Це, зокрема, зростання витрат на інфраструктуру, що пов'язано з модернізацією об'єктів аеропортів, і може знизити конкурентність послуг, що надають аеропорти, та знизити їх прибутковість. Проблемами є також зростання конкуренції серед аеропортів за залучення авіакомпаній. Особливо в зв'язку з зростан-

ням туристичного бізнесу та недорогих перевізників, аеропорти повинні поліпшувати рівень своїх послуг та знаження тарифів для підвищення рівня конкурентоспроможності. Тому аеропортам необхідно утримувати баланс між прийняттям ефективних економічних рішень та заходами щодо залучення клієнтів.

На діяльність авіакомпаній та аеропортів також впливають глобальні проблеми. Такі як глобальні економічні коливання, геополітична невизначеність, стихійні лиха, політична нестабільність. Вони приводять до зменшення попиту на послуги авіаційних компаній та аеропортів. Важливою проблемою також є викиди вуглецю в атмосферу, що впливає на навколишнє середовище та спонукає авіаційні компанії до впровадження "зелених технологій" та потребує значних додаткових інвестицій.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Результати маркетингових досліджень ринку авіаційних послуг дозволяють визначити особливості даного ринку, уподобання споживачів послуг, конкурентне середовище, перспективи розвитку ринку та потенційну нішу для вітчизняних авіакомпаній. Завдяки проведеному аналізу з'являється можливість вибору напрямів відновлення діяльності українських авіакомпаній та аеродромів, якими є модернізація та автоматизація існуючого парку повітряних суден та обладнання, застосування інновацій та залучення інвестицій для реорганізації процесу надання авіаційних послуг, впровадження заходів з підвищення ефективності діяльності авіакомпаній та аеропортів.

Для відновлення діяльності авіаційної галузі в Україні потрібно визначити стратегічні напрямки повоєнного розвитку транспортної системи та визначити потенційні можливості щодо ресурсного забезпечення. Важливим є також відновлення діяльності авіаційних компаній, які в теперішній час значно скоротили обсяги надання авіаційних послуг, або взагалі припинили свою діяльність. Світовий ринок авіаперевезень має тенденцію до зростання, тому українським авіаперевізникам необхідно знайти свою нішу на ринку авіаційних послуг, використовуючи свої переваги та зовнішні можливості. Враховуючи слабкі сторони, здійснювати кооперування відносин, об'єднуватися в міжнародні альянси з метою протистояння мінливому зовнішньому середовищу та отримання конкурентоспроможності. Існують різні форми міжнародного співробітництва, такі як альянси авіакомпаній, спільні підприємства, стратегічне партнерство, інтерлайн-угоди. Таке співробітництво сприятиме виходу українських авіакомпаній на нові ринки та отримання конкурентних переваг.

Однією з загроз на ринку авіаційних послуг є проблеми на ринку праці. Тобто дефіцит професійно підготовленого персоналу, частина якого була втрачена за останні три роки. Також авіаційна промисловість потребуватиме значних за обсягом інвестицій, тому необхідним буде залучення іноземних інвестицій в відновлення та розбудову авіаційної промисловості та підготовку кадрів.

Основними ідеями сталого розвитку на національному рівні є гармонізація таких напрямків як соціальний, економічний та екологічний напрямки, але без

відновлення авіації такий сталий розвиток в Україні практично неможливий. Тому потрібно розробити та реалізувати державні програми відновлення та розвитку вітчизняної авіації, тому що авіація має стратегічне значення для країни. Незважаючи на значні труднощі, вітчизняні авіакомпанії поступово відновлюються, намагаючись співпрацювати з міжнародними партнерами в питаннях модернізацій та інновацій та відновлення авіасполучень, відповідності міжнародним стандартам та вимогам повітряної безпеки.

Література:

1. Амонс С., Красняк П. Маркетингове дослідження ринку і його структурних елементів. Теоретичний аспект. Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". 2020. №5. [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/108.pdf
2. Бурейко А. Українські залізні пташки: що сталося з пасажирськими авіаперевізниками під час війни. Маркетинг в Україні. 2024. № 1 (131). С. 26—31.
3. Горбаль Н. І., Радченко Я. П. Стан та перспективи розвитку авіатранспортної галузі України в умовах євроінтеграції, постпандемії та війни. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. Національний університет "Львівська політехніка". 2023. № 1 (9), С. 249—260. [Електронний ресурс]. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/sep/31282/menedzhment-253-264.pdf>
4. Литвиненко С. Л., Яновський П. О. Економіко-організаційні аспекти оптимізації роботи підприємств транспорту: монографія. К.:Видавничий дім "Кондор", 2024. 232 с.
5. Литвиненко С. Л. Теоретико-методологічні основи реінжинірингу бізнес-процесів у вітчизняних вантажних авіакомпаніях. Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. Луцьк: ВНУ, 2010. Вип.4. С. 18—21.
6. Марченко С. М. Основні аспекти розвитку ринку авіаційних послуг України. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. Вип. 1 (60). 2021. С. 29—34. [Електронний ресурс]. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/94/81>
7. Сидоренко К. В., Терентьєва В. Ю. Розвиток світового ринку авіаційних перевезень в умовах турбулентності. Економічний простір. № 192. 2024. С.12—21. [Електронний ресурс]. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2024/08/192-12-21-sydorenko.pdf>
8. Тарабан М. В., Сібрук В. Л. Розвиток авіаційного ринку України. Економіка та управління національним господарством. Вип. № 6(74). 2019. [Електронний ресурс]. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/6_74_1_2019_ukr/23.pdf
9. Монополия и неопределенность: Что ждет рынок наземного обслуживания в украинских аэропортах. Центр транспортних стратегий. [Електронний ресурс]. URL: https://cfts.org.ua/articles/monopoliya_i_neopredelennost_cho_zhdet_rynok_nazemnogo_obslyuzhivaniya_v_ukrainskikh_aeroportakh_1170
10. Галака С. П. Договір про Відкрите небо. Українська дипломатична енциклопедія / за ред. Л. В. Губернського. К: Знання України. 2009. 760 с.
11. Pro-Consulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. [Електронний ресурс]. URL: <https://pro-consulting.ua/ua>

References:

1. Amons, S. Krasnyak, P. (2020), "Marketing research of the market and its structural elements. Theoretical aspect", *Efektivna ekonomika*, vol.5, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/108.pdf (Accessed 14 May 2025).
2. Bureyko, A. (2024), "Ukrainian Iron Birds: What happened to passenger carriers during the war", *Marketing v Ukraini*, vol.1 (131), pp. 26—31.
3. Gorbal, N. I. Radchenko, Ya. P. (2023), "The state and prospects of development of the air transport industry of Ukraine in the conditions of European integration, postpandemia and war", *Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya ta problemy rozvytku*, Lviv Polytechnic, vol.1 (9), pp. 249—260.
4. Litvinenko, S. L. Yanovsky, P. A. (2024), *Ekonomiko-orhanizatsijni aspekty optymizatsii roboty pidpryyemstv transportu* [Economic and organizational aspects of optimization of work of transport enterprises], *Vydavnychyy dim "Kondor"*, Kyiv, Ukraine.
5. Litvinenko, S. L. (2010), "Theoretical and methodological foundations of business process reengineering in domestic cargo airlines", *Naukovyy visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu im. L. Ukrayinky.*, Lutsk, VNU, vol. 4, pp. 18—21.
6. Marchenko, S. M. (2021), "The main aspects of the development of the market of aviation services of Ukraine", *Naukovi pratsi Mizhrehional'noyi akademiyi upravlinnya personalom. Ekonomichni nauky*, vol. 1 (60), pp. 29—34, available at: <https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/94/81> (Accessed 22 May 2025).
7. Sidorenko, K. V. Terentyeva, V. Yu. (2024), "Development of the global aviation market in turbulence", *Ekonomichnyy prostir*, vol.192, pp.12—21, available at: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2024/08/192-12-21-sydorenko.pdf> (Accessed 27 May 2025)
8. Taraban, M. V. Sibruk, V. L. (2019), "Development of the aviation market of Ukraine", *Ekonomika ta upravlinnya natsional'nym hospodarstvom*, vol. 6 (74), available at: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/6_74_1_2019_ukr/23.pdf (Accessed 12 May 2025).
9. Monopoly and unobtrusiveness: that the notion of land service in Ukrainian airports. Tsentra transportnykh stratehiy, available at: https://cfts.org.ua/articles/monopoliya_i_neopredennost_cho_zhdet_rynok_nazemnogo_obslyuzhivaniya_v_ukrainskikh_1170 (Accessed 15 May 2025)
10. Galak, S. P. (2009), "Open Sky Treaty", *Ukrains'ka dyplomatychna entsyklopediia* [Ukrainian Diplomatic Encyclopedia], *Znannya Ukrayiny*, Kyiv, Ukraine.
11. Pro-Consulting (2025), "Market analytics. Financial consulting", available at: <https://pro-consulting.ua/en> (Accessed 20 May 2025)

Стаття надійшла до редакції 09.06.2025 р.