

Тетяна Примак, Любов Івченко, Наталія Погуда, Валентина Левченко, Віктор Тринчук

Аналіз особливостей здійснення чартерних авіаперевезень: європейський досвід в Україні

У статті висвітлено проблеми, пов'язані з низькою якістю послуг та недостатньо ефективною маркетинговою взаємодією між усіма учасниками чартерних авіаперевезень у туристичний літній сезон 2018 року в Україні. Метою статті є розробка алгоритму дій усіх учасників ринку туристичних послуг для ефективної маркетингової взаємодії на основі аналізу причин дестабілізації ринку туристичних послуг в області чартерних авіаперевезень. Було обрано статистику затримок рейсів за червень-липень 2018 р. через найбільшу гостроту цієї проблеми у цей період. Таким чином, для аналізу причин проблеми було використано не дані часових рядів, а перехресні дані. Водночас, для отримання достовірних результатів про збільшення пасажиропотоку було обрано 5-річні періоди, а саме було зроблено порівняння періоду з 2014 до 2018 рр. з періодом з 2009 до 2013 рр. Під час дослідження було використано статистичні методи однофакторного лінійного кореляційно-регресійного аналізу, а також зроблено порівняльний аналіз показників діяльності учасників чартерних авіаперевезень в Україні. Результати аналізу ринку чартерних авіаперевезень свідчать про те, що збільшення віку літака на рік призводить до зменшення частки вчасних рейсів на 2,5%. Маркетинговий аналіз доводить, що причиною швидкого збільшення кількості пасажирів є різке збільшення кількості нерегулярних рейсів. Результати дослідження також свідчать про те, що добре організована взаємодія між туроператором та авіалініями має значний вплив на своєчасність рейсів. На основі визначених проблем ринку чартерних авіаперевезень було надано ряд рекомендацій для покращення маркетингової взаємодії усіх учасників ринку: туристів, туроператорів, авіаліній та державних установ.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова взаємодія, туризм, чартерні авіаперевезення, затримка рейсу, якість послуг, українські авіалінії

Класифікація JEL: M31, L93, L83



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Татьяна Примак, Любовь Ивченко, Наталья Погуда, Валентина Левченко, Виктор Тринчук

Анализ особенностей осуществления чартерных авиаперевозок: европейский опыт в Украине

В статье освещены проблемы, связанные с низким качеством услуг и недостаточно эффективным маркетинговым взаимодействием между всеми участниками чартерных авиаперевозок в туристический летний сезон 2018 г. в Украине. Целью статьи является разработка алгоритма действий всех участников рынка туристических услуг для эффективного маркетингового взаимодействия на основе анализа причин дестабилизации рынка туристических услуг в области чартерных авиаперевозок. Была выбрана статистика задержек рейсов за июнь-июль 2018 г. из-за наибольшей остроты данной проблемы в этот период. Таким образом, для анализа причин проблемы были использованы не данные временных рядов, а перекрестные данные. В то же время, для получения достоверных результатов об увеличении пассажиропотока были выбраны 2-летние периоды, а именно было сделано сравнение периода с 2014 до 2018 гг. с периодом с 2009 до 2013 гг. Во время исследования были использованы статистические методы однофакторного линейного корреляционно-регрессионного анализа, а также сделано сравнительный анализ показателей деятельности участников чартерных авиаперевозок в Украине. Результаты анализа рынка чартерных авиаперевозок свидетельствуют о том, что увеличение возраста самолета на год приводит к уменьшению доли своевременных рейсов на 2,5%. Маркетинговый анализ доказывает, что причиной быстрого увеличения количества пассажиров является резкое увеличение количества нерегулярных рейсов. Результаты исследования также свидетельствуют о том, что хорошо организованное взаимодействие между туроператором и авиалиниями имеет значительное влияние на своевременность рейсов. На основе определенных проблем рынка чартерных авиаперевозок был представлен ряд рекомендаций для улучшения маркетингового взаимодействия всех участников рынка: туристов, туроператоров, авиалиний и государственных учреждений.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговое взаимодействие, туризм, чартерные авиаперевозки, задержка рейса, качество услуг, украинские авиалинии

Классификация JEL: M31, L93, L83



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.