

## ФОРМУВАННЯ ТАРИФНОЇ СТРАТЕГІЇ АВІАКОМПАНІЇ

Інтенсифікація конкуренції на ринку повітряних перевезень стимулює авіакомпанії до постійного пошуку нових методів конкурентної боротьби, що призводить до створення нових цінових переваг та, як наслідок, до формування тарифної стратегії.

Адже, тарифна стратегія в умовах реформування економіки потребує визначення основних напрямів діяльності, які враховуватимуть кон'юнктуру ринку повітряних перевезень, баланс власних інтересів та задоволення вимог пасажирів, тактичні та стратегічні завдання розвитку авіакомпанії. Тому дослідження, пов'язані із розвитком авіакомпанії на авіаційному ринку та її ефективної тарифної стратегії, є актуальним.

Активна конкуренція авіакомпаній спричинила появу підвищених вимог пасажирів до рівня наданих послуг, що в результаті стає поштовхом для розвитку авіакомпанії та пошуку низки конкурентних переваг, домінуючою з яких є гнучка та ефективна тарифна політика.

З огляду на зазначене, тарифна стратегія авіакомпанії в умовах реформування економіки потребує дослідження з урахуванням найбільш суттєвих факторів, що впливають на процес тарифоутворення в сучасних умовах (табл.).

Таблиця

Компоненти тарифної стратегії авіакомпанії

Компоненти тарифної стратегії авіакомпанії	Характеристика компонентів
Економічні	Тарифи найсуттєвіше впливають на доходи авіакомпанії та її загальну економічну результативність, що зумовлює необхідність не лише регулювання тарифів, а й формування ефективної тарифної стратегії авіакомпанії.
Політичні	Економічна та податкова політика держави, що постійно змінюється, наявність дефіциту бюджету та ряд інших макроекономічних чинників безпосередньо впливають на ефективність діяльності авіакомпанії. Тому доцільно сформуванню такої тарифної стратегії, яка б і в умовах ринкової та політико-правової нестабільності була б здатною забезпечити сталий безкризовий розвиток авіакомпанії з урахуванням інтересів пасажирів.
Регуляторні	Тарифна стратегія авіакомпанії повинна бути спрямована не лише на урахування власних інтересів, а також на зростаючі вимоги споживачів авіаційних послуг.
Природні	Кліматичні умови значною мірою впливають на діяльність авіакомпанії. Тому при формуванні тарифної стратегії слід враховувати і природні фактори.
Маркетингові	Застосування маркетингових заходів щодо лібералізації тарифів є свідченням гнучкості тарифної стратегії авіакомпанії.

Визначені в табл.1 компоненти можна використовувати як першочергову основу для формування тарифної стратегії авіакомпанії, яка б враховувала сучасні реалії та потреби авіаційного ринку та сприяла би максимізації обсягів надання послуг, і, як наслідок, доходів авіакомпанії.