

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ АВІАТЕХНІКИ

студент, Київський авіаційний університет, Линник Т.М.,  
асистент Мельник Ю.М.

Сьогодні продукція авіаційних підприємств відносяться до такої, яку сміливо можна назвати продукцією XXI століття. Незважаючи на глобальну економічну та політичну кризу, ринок продукції цивільної, а тим більше військової авіації залишається досить перспективним. Але навіть за умови значного потенціалу в галузі, останніми роками Україна має значні проблеми з розвитком авіаційної промисловості та просуванням її на світові ринки.

Безперечно, Україна – держава авіаційна. Розглядаючи проблему розвитку галузі треба насамперед представити наявний потенціал, продукцію, яка є перспективною та ситуацію на світовому ринку даної продукції. Україна входить до елітної дев'ятки країн, що мають замкнутий технологічний цикл створення і виробництва авіатехніки. Таблиця 1 – Динаміка зовнішньої торгівлі України авіатехнічною продукцією (млн. дол. США)

		2003	2004	2005	2006	2007	8 міс.2008
- аеронавігаційні або космічні апарати	експорт	174,7	130,8	143,4	238,6	252,5	108,5
	імпорт	21,6	43,6	35,9	49,3	86,7	29,9
	сальдо	153,1	87,2	107,5	189,3	165,8	78,6
	коєф. покр.	8,1	3,0	4,0	4,84	2,9	3,6

Ринок авіаційної техніки України має такі ознаки:

- високий промисловий потенціал галузі (Київський завод “Авіант”, АНТК імені Антонова, АТ “Мотор-Січ” та ін.);
- конкурентноздатна продукція;
- наявність потенційних та перспективних ринків збуту.

Україна має з чим вийти на ринок авіаційної техніки. Однак цьому заважають такі фактори як:

- проблема пошуку партнерів;
- вузьке коло перспективних проектів;
- відсутність реальної підтримки держави;
- відсутність коштів необхідних для диференціації виробництва та укріплення самостійних позицій на ринку.

Для вирішення проблем у галузі необхідні інвестиції та залучення закордонних партнерів для спільних проектів. А зробити це можна лише через конкретний привабливий проект, яким наразі є виробництво літака АН – 70, але тільки за умови серійного виробництва.

Розв'язувати зазначені проблему слід у таких напрямках:

Диференціація партнерів та ринків збуту. Тобто треба орієнтуватись, як на нових партнерів на заході, так і на російських колег, з якими існують налагоджені контакти та взаєморозуміння. Для того щоб вийти на західний ринок потрібно розвивати партнерство з країнами Східної та Центральної Європи, майбутніми членами НАТО та Євросоюзу, що посилить політичні позиції України при прийнятті рішень європейськими політичними та військовими колами.

Диференціація продукції. Її слід здійснювати в напрямку розвитку тих проектів які вже розроблені українськими підприємствами та готові до серійного виробництва. Ці проекти є перспективними та не потребують великих фінансових вливань.

Розвиток внутрішнього ринку, який на сьогодні фактично відсутній в Україні. Тим не менш запровадження певних нових рішень, таких як розвиток цікавих лізингових програм, здешевлення виробництва невеликих транспортних літаків може врешті пожвавити цей ринок.

Звичайно важливим елементом є участь України в авіасалонах світу та організація власних авіашоу. На таких заходах відбувається ефективний пошук нових партнерів, та підтримання стосунків з традиційними замовниками.

Авіаційна промисловість в Україні – не лише абстрактна гордість країни, про яку традиційно згадують послі іноземних держав та українські політики, це галузь, яка реально може приносити Україні прибутки вже зараз і в майбутньому. Україна спроможна розробити та презентувати проекти – конкурентноздатні не лише на регіональному, а й на світовому рівні.

Потенціал галузі складають не лише авіаційні заводи, а й наявність кадрів та високорозвиненої наукової бази для галузі. Задіяти їх та максимально ефективно використати – це мета, яка допоможе підняти не лише галузь, а й численні дослідницькі установи, фундаментальну науку тощо.