

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ**

В.Г. Афанасьев

**ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАГРАНРАБОТЫ
НА ВОЗДУШНОМ ТРАНСПОРТЕ
(теория и практика)**

Часть I: Изучение рынков мирового
воздушного транспорта

Москва – 2002

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РФ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ**

**Кафедра менеджмента
В.Г. Афанасьев**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАГРАНРАБОТЫ
НА ВОЗДУШНОМ ТРАНСПОРТЕ
(теория и практика)**

**Часть I: Изучение рынков мирового
воздушного транспорта**

Разрешено в качестве
учебного пособия
для студентов спец. 061100

Москва – 2002

Введение

Особенностью заграничной работы, как и всей работы на международных воздушных линиях, является необходимость систематически отслеживать постоянное изменение политических и экономических условий, в которых приходится работать авиакомпаниям. Мировой рынок воздушных перевозок составляет большое количество разномасштабных рынков и множество перевозчиков, предлагающих свои услуги на этих рынках. Сложность международных условий и задачи по повышению экономической эффективности коммерческой эксплуатации международных воздушных линий, которые ставятся перед всеми заграничными работниками, требуют совершенствования методов организации коммерческой работы, в том числе научного подхода и изучения рынков воздушных перевозок и его конъюнктуры. Изучение мирового рынка и прогнозирование его конъюнктуры, а также региональных рынков, куда выполняет полеты данная авиакомпания, в том числе и местного рынка страны пребывания заграничного работника, является неотъемлемой составной частью заграничной работы любой авиакомпании и обязательным условием эффективного функционирования авиакомпании на МВЛ. Без знания состояния (конъюнктуры) рынка авиационных перевозок в любой данный момент и без умения прогнозировать его перспективу невозможно не только прибыльно работать, но и выживать в условиях жесточайшей конкуренции на мировом рынке воздушных перевозок.

Отсюда следуют, что изучение рынков является одной из главных составляющих работы на МВЛ. Знание конъюнктурного окружения авиакомпании во всех регионах мира, куда она выполняет полеты, является необходимым условием ее успешной работы. Любому заграничному работнику необходимо прежде всего изучить мировой воздушный транспорт и его составляющие, современное состояние, тенденции и

перспективы развития мировых рынков авиаперевозок. Необходимо знать все крупнейшие авиакомпании, осуществляющие международные перевозки, и основные международные аэропорты, куда они выполняют полеты. Необходимо знать систему регулирования международных воздушных сообщений, формы и методы конкурентной борьбы, а также международное сотрудничество и альянсы авиакомпаний, без которых они не в состоянии в одиночку выживать в условиях глобализации мировой экономики.

Данное учебное пособие предназначено для студентов старших курсов, специализирующихся на организации заграничной работы на воздушном транспорте, а также для всех читателей, интересующихся международными воздушными сообщениями. Учебное пособие состоит из двух основных частей:

1. Изучение рынков мирового воздушного транспорта;
2. Коммерческая работа на международных воздушных линиях и отчетность заграничных представительств.

Данное пособие представляет собой первую часть работы. В дальнейшем слушателям будут представлены пособия по другим вопросам, касающимся заграничной работы, такие как Международно–правовое регулирование воздушных сообщений, Коммерческая работа заграничных представительств, Организация и технология международных воздушных перевозок, Работа представительства авиакомпании в заграничном аэропорту, Организация протокольной работы и делового общения и др.

I. Мировой воздушный транспорт.

1. Система мирового воздушного транспорта

Мировой воздушный транспорт (МВТ) представляет собой большую многофактурную динамическую систему, состоящую из постоянно взаимодействующих и взаимозависящих частей. Основными

составляющими этой системы являются следующие основные иерархические подсистемы:

- 1) подсистема авиакомпаний;
- 2) подсистема мировых аэропортов;
- 3) подсистема регулирования воздушного транспорта
- 4) подсистема организации воздушного движения и др.

Эти составляющие системы мирового воздушного транспорта взаимодействуют как между собой, так и с внешним окружением.

Последним по отношению к системе мирового воздушного транспорта является политическая система мира, экономическая система мирового хозяйства, включающая в себя мировую транспортную систему, с которыми система воздушного транспорта находится в диалектическом единстве и постоянной борьбе. Внешним окружением к системе мирового воздушного транспорта является также общая система международных экономических отношений, образующая сложную и неоднородную всемирную систему, которая, претерпевая глубокие изменения от сдвигов в соотношении сил на мировой арене, оказывает взаимонаправленное влияние и на развитие системы мирового воздушного транспорта.

Система воздушного транспорта мира включает в себя различные авиатранспортные системы, социально-экономические задачи и развитие которых существенно отличаются друг от друга. Это – воздушно-транспортные системы промышленно развитых и развивающихся стран. Указанные системы воздушного транспорта развиваются в рамках той или иной социально-экономической системы, которая является для них внешним окружением. Вместе с тем все эти системы взаимодействуют в рамках мировой транспортной системы, которая в свою очередь накладывает определенные ограничения на их развитие, являясь для них внешним окружением. Внутри мировой транспортной системы воздушный транспорт находится в непрерывном взаимодействии с другими видами

транспорта и в то же время вступает с ними в конкурентную борьбу. Таким образом, система мирового воздушного транспорта находится в диалектическом единстве различных транспортных систем в их непрерывной борьбе между собой и с внешним окружением.

Воздушный транспорт промышленно развитых стран функционирует в условиях жесткой конкурентной борьбы, как между авиационными компаниями, так и между авиакомпаниями и фирмами, представляющими другие виды транспорта. Основная цель деятельности крупнейших компаний промышленно развитых стран направлена на подавление конкурентов и получение монопольно высоких прибылей в постоянно меняющихся условиях мирового рынка авиационных перевозок. Государственное регулирование воздушного транспорта развитых стран осуществляется в интересах авиатранспортных монополий с подчинением мелких компаний крупным как внутри отдельных стран, так и в международном масштабе, где межгосударственное регулирование подчинено той же цели, причем часто эта цель достигается за счет нарушения суверенитета и национальной независимости отдельных государств. Это в большой мере наблюдается и в международных экономических отношениях в области воздушного транспорта развитых стран с другими государствами.

На долю воздушного транспорта развитых стран приходится свыше 50% объема регулярных пассажирских, грузовых и почтовых перевозок, выполняемых авиакомпаниями государств – членов ИКАО на внутренних и международных авиалиниях. На международных линиях около 27% общего объема перевозок выполняются авиакомпаниями двух стран – США и Великобритании (17 и 10% соответственно).

Помимо США и Великобритании в систему воздушного транспорта развитых стран входит воздушный транспорт таких государств, как Австралия, Австрия, Аргентина, Бельгия, Бразилия, Венесуэла, ФРГ,

Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Испания, Италия, Канада, Люксембург, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия, Россия, Финляндия, Франция, Швейцария, Швеция и Япония. Указанные государства по-прежнему играют лидирующую роль в мировом воздушном транспорте.

Ведущее положение развитых капиталистических государств в мировом воздушном транспорте подтверждается и официальным делением стран на группы в соответствии с принципом значимости. Это деление обусловлено ст. 50 Чикагской конвенции, которая регламентирует выборы в совет ИКАО.

В соответствии с этой статьей при избрании в совет должно обеспечиваться представительство следующих групп государств: занимающих ведущее место в мировом воздушном транспорте; вносящих значительный вклад в обеспечение международной авионавигации; прочих государств, избрание которых в совет обеспечит представительство всех основных географических районов мира.

Анализ членства в совете позволяет определить, что практически его членами действительно являются государства, занимающие ведущее место в мировом воздушном транспорте, а именно: Австралия, Бразилия, Великобритания, Италия, Канада, США, Франция, ФРГ, Япония. Таким образом, эту группу стран в совете ИКАО, представляют все те же развитые страны. Анализ представительства различных групп государств в различных руководящих органах ИКАО показывает, что представительство группы стран, занимающих ведущее место в мировом воздушном транспорте, в 2-3 раза выше, чем группы стран, вносящих значительный вклад в обеспечение международной авионавигации, и в 8-10 раз выше, чем всех остальных стран. Наиболее высокий процент представительства в руководящих органах ИКАО имеют страны Северной

Америки (США и Канада), а также западноевропейские страны, входящие в Европейскую конференцию гражданской авиации (ЕКАК).

Воздушный транспорт развивающихся стран стал обособливаться в самостоятельную систему только в последние десятилетия. Она включает в себя воздушный транспорт стран, завоевавших государственную самостоятельность, но еще не ликвидировавших экономическую зависимость от своих бывших метрополий. Общая технико-экономическая отсталость этих стран, в частности отсутствие авиастроительной базы, приводит к тому, что развитие воздушного транспорта происходит здесь в сложных условиях взаимодействия как с развитыми странами и их частными или корпоративными авиакомпаниями, так и с государственными авиатранспортными предприятиями других стран. При этом крупнейшие авиакомпании развитых стран рассматривают проникновение на рынок авиационных перевозок развивающихся стран как одно из средств экономической экспансии. Увеличивающийся разрыв в экономическом уровне промышленно развитых и развивающихся стран ярко проявляется в сфере воздушного транспорта. Развивающимся странам приходится отвлекать значительную часть национальных средств на модернизацию своего самолетного парка, аэродромов и аэронавигационных средств. Для многих развивающихся стран иметь свою национальную авиакомпанию – это вопрос престижа. Однако в современных условиях большинство национальных авиакомпаний развивающихся стран, сталкиваясь с суровой реальностью конкуренции, не выдерживают борьбы, если они не имеют финансовой поддержки своих государств, и теряют свою самостоятельность, становясь жертвами мощных авиакомпаний промышленно развитых государств, которые доминируют на международном рынке авиационных перевозок. Доступ на этот рынок для национальных авиакомпаний развивающихся стран весьма труден.

Другая трудность, с которой сталкиваются развивающиеся страны в области воздушного транспорта, связана с тем, что практически вся авиационная промышленность сосредоточена в руках горстки развитых стран (США, Англии, Франции, ФРГ, Голландии, Швеции). В результате новые воздушные суда и соответствующее наземное оборудование разрабатываются и выпускаются с учетом удовлетворения в первую очередь запросов развитых стран. Запросы авиакомпаний развивающихся стран практически не принимаются во внимание. Развивающиеся страны часто не только не имеют современного парка воздушных судов, но и соответствующих аэродромов и аэронавигационного и наземного оборудования. В результате многие из них сталкиваются со значительными трудностями при внедрении в жизнь тех или иных рекомендаций ИКАО, что оказывает негативное влияние на развитие мирового воздушного транспорта в целом.

В этих условиях развивающиеся страны стремятся координировать свою политику в области воздушного транспорта и сообща выступают в ИКАО по вопросам, имеющим для них первостепенное значение. К таким вопросам относятся вопросы международного регулирования, технической помощи, выполнения региональных аэронавигационных планов и ряд других. По большинству таких вопросов развивающиеся страны, составляющие $\frac{3}{4}$ всех членов ИКАО, выступают совместно. Однако по ряду вопросов, в основном политического характера, развивающиеся государства выступают коалиционно, причем коалиции носят социально-экономический или региональный характер.

Практически такие коалиции имеют место во всех международных организациях, и прежде всего в ИКАО.

Международная организация гражданской авиации как специализированное учреждение ООН играет важную роль в укреплении сотрудничества в области воздушного транспорта между государствами с

различными социально-экономическими системами и в оказании помощи развивающимся государствам в деле создания и укрепления их гражданской авиации. Поскольку в этой международной организации участвуют суверенные государства, принадлежащие к различным социально-экономическим системам, вполне естественно предположить, что в ней ведется противоборство систем. Однако отношения между государствами, принадлежащими к различным социально-экономическим системам, в реальных условиях современного мира характеризуются диалектическим единством, как элементов сотрудничества, так и элементов противоборства, что наиболее характерно проявляется в функционировании системы мирового воздушного транспорта.

За последние 25-30 лет под влиянием развития событий на мировой арене, произошло существенное изменение соотношения сил, которое привело к ликвидации прозападного большинства и монополии узкой группы промышленно развитых стран в международных организациях воздушного транспорта.

Вместе с тем реально оценивая соотношение сил в мировом воздушном транспорте, мы должны констатировать тот факт, что в настоящее время основная сила в мировом воздушном транспорте все еще остается на стороне развитых стран. Это же соотношение сил определяет и лицо ИКАО, в которой основное направление деятельности все еще определяется промышленно развитыми странами. Однако в мировом сообществе все настойчивее звучат голоса о необходимости изменить это положение, повысить роль малых и развивающихся стран в определении направления деятельности международной гражданской авиации.

Соотношение сил в мировом воздушном транспорте определяют также и воздушно-транспортные компании и мировые аэропорты.

Система мирового воздушного транспорта насчитывает около 700 авиатранспортных компаний и свыше 30 тыс. гражданских аэропортов.

Это самые различные авиакомпании и аэропорты. Среди них – крупнейшие авиатранспортные монополии, владеющие самолетным парком в несколько сотен самолетов, и малые, имеющие 2-3 самолета; авиакомпании, выполняющие регулярные перевозки по расписанию, и чартерные компании, выполняющие авиафрахтовые перевозки на разовой основе; внутренние компании, выполняющие перевозки только внутри своих стран, и международные, осуществляющие воздушные сообщения между различными странами. На международных воздушных линиях перевозки осуществляют около 200 авиакомпаний. Свыше 400 гражданских аэропортов принимают участие в обслуживании международных магистральных и региональных перевозок.

2. Классификация авиакомпаний.

Для того чтобы полнее оценить расстановку сил в мировом воздушном транспорте, предлагаем следующую классификацию авиакомпаний: по социально-экономическим, техническим и эксплуатационным признакам.

По принадлежности авиакомпании делятся на государственные, частные и корпоративные. Государственными являются большинство авиакомпаний развивающихся стран, и лишь незначительное количество авиакомпаний развитых капиталистических стран, которые были основаны государством или национализированы. Это такие авиакомпании, как «Эр Франс» (Франция), КЛМ (Голландия) и др. Ряд авиакомпаний являются межнациональными объединениями, которыми владеют совместно несколько государств. Например, скандинавская авиакомпания SAS принадлежит Швеции, Дании и Норвегии; африканская авиакомпания «Эр Африк» - Бенину, ЦАР, Чаду, Конго, Берегу Слоновой Кости, Мавритании, Нигеру, Сенегалу, Того и Верхней Вольте.

Частные авиакомпании, принадлежащие одному владельцу или семье, - это незначительное число мелких авиакомпаний, а также так называемые компьютерные авиакомпании и авиатакси. Из крупных и средних частных авиакомпаний известны только «Хьюз эйрвест» (США), ЮТА (Франция), БМИ (Великобритания), «Олимпик» (Греция) и несколько других. Остальные являются корпоративными, то есть их владельцами, формально выступают акционерные общества. Фактически ими владеют группы инвесторов, держащих контрольные пакеты акций этих компаний.

По характеру выполнения полетов авиакомпании делятся на внутренние, международные и смешанные. Внутренние авиакомпании выполняют полеты только внутри своих стран. Международные авиакомпании выполняют перевозки только в международном воздушном сообщении. Однако чисто международных авиакомпаний сейчас уже практически не существует. Такой, например, была авиакомпания «Пан Америкэн эруэйз», которая до слияния с авиакомпанией «Нэшнл» в 1980 году имела право выполнять только международные перевозки. После слияния она стала смешанной, но вскоре обанкротилась. Смешанные авиакомпании выполняют как международные, так и внутренние перевозки.

По дальности и направлению полетов авиакомпании делятся на магистральные, региональные, местные и компьютерные.

Магистральные авиакомпании выполняют как международные, так и внутренние перевозки на расстояние 3000 км и более. К магистральным относятся, например, авиакомпании, выполняющие трансатлантические, трансазиатские, транстихоокеанские, трансамериканские, трансполярные, панамериканские и другие межрегиональные авиаперевозки.

Региональные авиакомпании выполняют внутрирегиональные перевозки на расстояние не более 3000 км как внутри одной страны

(например, США, Канады), так и международные. К региональным перевозкам можно отнести перевозки между Скандинавскими странами, внутриевропейские, внутриафриканские перевозки и т.д.

Местные авиакомпании – это, как правило, внутренние авиакомпании, выполняющие перевозки на авиалиниях протяженностью не более 1000 км.

Компьютерные или межлинейные авиакомпании выполняют регулярные челночные перевозки между близлежащими населенными пунктами в пределах 100-500 км. На расстояние менее 100 км полеты выполняются, как правило, только на вертолетах в труднодоступные районы, а также на специальных авиатакси. Стандартным расстоянием полетов компьютерные авиакомпании является 175 км.

По типу основных перевозок авиакомпании делятся на пассажирские, грузовые и смешанные.

Пассажирские авиакомпании эксплуатируют самолеты, оборудованные для перевозки пассажиров. Как правило, помимо пассажиров они перевозят также грузы и почту в специальных грузовых отсеках. Кроме того, в настоящее время все больше начинают внедряться в эксплуатацию конвертируемые самолеты, которые (частично или полностью, в зависимости от потребности перевозки) могут быть быстро переоборудованы из пассажирских в грузовые и наоборот. Поэтому большинство пассажирских авиакомпаний можно отнести к смешанному типу авиакомпаний.

Грузовые авиакомпании выполняют только грузовые перевозки на специально оборудованных самолетах. Чисто грузовыми является незначительное количество авиакомпаний (около 60). Крупнейшие из них – «Федерал экспресс», ЮПС и др. Большинство авиакомпаний являются смешанными и выполняют все типы перевозок. Ряд крупнейших

авиакомпаний имеет свои грузовые филиалы и дочерние компании («Люфтганза», Эр Канада» и др.)

По виду операции авиакомпании делятся на регулярные и чартерные.

Регулярные авиакомпании выполняют полеты по установленному расписанию на строго определенных правительством страны или межправительственными соглашениями авиалиниях. Регулярные авиакомпании могут выполнять также дополнительные, чартерные и специальные рейсы на нерегулярной основе.

Чартерные авиакомпании выполняют нерегулярные авиафрахтовые перевозки на основе специальных контрактов между перевозчиками и заказчиками. Такие перевозки могут осуществляться как между пунктами, связанными между собой регулярным воздушным сообщением, так и между пунктами, не связанными регулярными авиалиниями.

По величине основных фондов и объему транспортной продукции, а также другим технико-экономическим показателям, определяющим их место и значимость в мировой системе, авиакомпании могут быть классифицированы на крупные, средние и мелкие.

Для более точной классификации крупные авиакомпании можно определять по действующему самолетомоторному парку (СМП) и персоналу, а также сравнивать их по таким эксплуатационным показателям, как среднегодовые перевозки пассажиров и среднегодовой грузооборот. Таким образом будет сопоставлена сравнительная величина авиакомпаний, их провозная мощность и значимость. В соответствии с этим подходом к крупным авиакомпаниям следует отнести авиакомпании, владеющие самолетомоторным парком в 50 и более тяжелых магистральных самолетов и имеющие персонал не менее 10 тыс., а также авиакомпании, перевозящие в год свыше 10 млн. пассажиров и выполняющие грузооборот свыше 10 млн. т/км в год. Расстановка 25 таких

авиакомпаний по величине СМП и персоналу произведена в табл.1, а по среднегодовым пассажирским и грузовым перевозкам – в табл. 2

Таблица 1

**Крупные авиакомпании мира
(ранжирование по СМП и персоналу)**

Ранг А/К	Наименование и гос. принадлежность	Количество самолетов (ед.)	Персонал (чел.)
1.	Америкэн (США)	717	101 199
2.	Юнайтид (США)	604	101 814
3.	Дельта (США)	605	80 390
4.	Норсуэст (США)	429	53 889
5.	ЮС Эрэйз (США)	418	45 833
6.	Континентал (США)	372	53 400
7.	Саусуэст (США)	344	53 889
8.	Бритиш Эйрэйз (Англия)	288	54 030
9.	Люфтганза (ФРГ)	243	69 523
10.	Эр Кэнэда (Канада)	242	45 000
11.	Эр Франс (Франция)	231	59 000
12.	ТВА (США)	186	20 136
13.	Джал (Япония)	171	17 793
14.	Америка Уэст (США)	164	Д/О
15.	Иберия (Испания)	159	26 814
16.	САС (Скандинавские страны)	155	20 000
17.	Алиталия (Италия)	146	20 770
18.	Ол Ниппои (Япония)	140	Д/О
19.	Сауди Арабиэн (ОАЕ)	126	24 000
20.	КЛМ (Нидерланды)	Д/О	30 159
21.	Квонтас (Австралия)	Д/О	30 000
22.	Тай Интернэшнл (Тайланд)	Д/О	24 148
23.	Малайзия Эрлайнз	Д/О	21 687
24.	Свиссэр (Швейцария)	Д/О	19 100
25.	Аэрофлот (Россия)	112	14 980

Источник: Air Transport World, July 2001, p.p. 54, 76

Примечание: Авиакомпания «Аэрофлот – Российские Авиалинии» по величине СМП и персоналу входит в число 25 крупных авиакомпаний, но по объему пассажирских перевозок – 5101000 чел. в 2000 году – она может быть отнесена только к средним авиакомпаниям.

**Крупные авиакомпании мира
(ранжирование по объему перевозок)**

Ранг А/К	Наименование и гос. принадлежность	Перевозки пассажиров (чел./год)	Объем грузовых перевозок (ткм/год)
1.	Америкэн (США)	86 280 000	3 328 800 000
2.	Юнайтид (США)	84 521 000	3 693 774 000
3.	Дельта (США)	105 723 000	2 673 260 000
4.	Норсуэст (США)	58 722 000	3 651 460 000
5.	ЮС Эрзуэйз (США)	60 636 000	Д/О
6.	Континентал (США)	46 896 000	Д/О
7.	Саусуэст (США)	63 678 000	Д/О
8.	Бритиш Эйруэйз (Англия)	38 261 000	4 563 970 000
9.	Люфтганза (ФРГ)	41 300 000	7 666 000 000
10.	Эйр Кэнэда (Канада)	17 655 000	Д/О
11.	Эр Франс (Франция)	39 204 000	4 979 930 000
12.	ТВА (США)	26 392 000	Д/О
13.	Джал (Япония)	33 857 000	4 607 013 000
14.	Америка Уэст (США)	19 954 000	Д/О
15.	Иберия (Испания)	24 543 000	Д/О
16.	Чайна Саузерн (КНР)	16 800 000	4 133 557 000
17.	Алиталия (Италия)	26 697 000	Д/О
18.	Ол Ниппон Эрлайнз (Япония)	49 888 000	2 162 895 000
19.	Малайзия Эрлайнз	16 561 000	2 559 164 000
20.	КЛИМ (Нидерланды)	16 324 000	3 964 270 000
21.	ДЖАС (Япония)	20 836 000	Д/О
22.	Тай Интернэшнл (Тайланд)	18 038 000	1 714 488 000
23.	Сингапур Эрлайнз	14 834 000	6 020 319 000
24.	Свиссэр (Швейцария)	14 238 000	1 935 610 000
25.	Аляска (США)	13 525 000	Д/О

Источник: Air Transport World, July 2001, p.p. 54

Примечание: Из чисто грузовых авиакомпаний (осуществляющих только грузовые перевозки на первом месте по объему грузовых перевозок стоит «Федерал Экспресс» - 11 388 657 000 ткм/год, на втором – ЮПС - 6 336 400 000 ткм/год, на третьем – «Карголюкс» (Люксембург) – 3 812 837 000 ткм/год, на четвертом – Полар Эйр (США) – 1 657 572 000 ткм/год.

Расстановка авиакомпаний по величине СМП и персоналу не является бесспорной, так как эти показатели неадекватны и ряд авиакомпаний попадают в более низкий ранг, хотя они и имеют более многочисленный персонал. При расстановке мы отдаем предпочтение

основным фондам (СМП), так как эта величина является более стабильной по сравнению с численностью персонала, которая при неустойчивом экономическом положении воздушного транспорта подвергается частому изменению в сторону сокращения.

Поэтому расстановка авиакомпаний по их провозной способности, то есть среднегодовому тонно-километражу и пассажирским перевозкам, даст более точное представление о величине и значимости авиакомпаний в мировых авиационных перевозках.

Хотя расстановка авиакомпаний по объему пассажирских и грузовых перевозок является условной, так как эти показатели могут меняться из года в год, как может меняться соотношение грузовых и пассажирских перевозок, но она дает возможность иметь представление о величине и провозной мощности исследуемых авиакомпаний.

Сравнивая табл. 1 и 2 видим, что крупные авиакомпании, хотя и меняются местами при их расстановке, тем не менее, стабильно сохраняют свое место в первой или во второй десятке крупнейших авиакомпаний мира.

К средним авиакомпаниям в нашей классификации будут отнесены авиакомпании, владеющие парком тяжелых магистральных самолетов до 30 единиц, с персоналом не менее 10 тыс., со среднегодовыми перевозками пассажиров, превышающими 5 млн., и объемом грузовых перевозок свыше 10 млн. т/км в год. В соответствии с указанными характеристиками в табл. 3 даны 30 средних авиакомпаний мира.

Как видно из табл. 3 средние авиакомпании также резко отличаются друг от друга по своим среднегодовым пассажирским и грузовым перевозкам в пределах от 1 млн. (например, авиакомпания «Кувейт эруэйз») до 5 млн. пассажиров в год (австралийская «Ансетт»).

В то же время расстановка средних авиакомпаний по пассажирским перевозкам является довольно условной. Так, голландская авиакомпания

КЛМ, отнесенная на 9-е место по пассажирским перевозкам, по объему грузовых перевозок занимает первое место среди средних авиакомпаний и по этому признаку может быть также отнесена к крупным авиакомпаниям мира.

Таблица 3

Средние авиакомпании мира

Ранг А/К	Наименование и гос. принадлежность	Пассажирские Перевозки, (чел./год)	Грузооборот, Т/км в год
1.	«Ансетт» (Австралия)	4 959 800	51 696 000
2.	«Аэромехико» (Мексика)	5 017 000	40 306 000
3.	«Хьюз эйрвест» (США)	4 504 497	10 208 000
4.	«Гаруда Индонезна эруэйз»	4 115 000	-
5.	«Фронтьер эрлайнз» (США)	6 308 400	11 642 000
6.	«Пасифик Саус Вест» (США)	8 097 000	-
7.	«Авианка» (Колумбия)	3 353 000	198 239 000
8.	«Саус Африкэн эруэйз» (ЮАР)	3 644 000	236 396 000
9.	«ЮОТ (Югославия)	3 583 000	36 484 000
10.	«Эйр Нью-Зиленд» (Новая Зеландия)	3 424 000	174 179 000
11.	ПАЛ (Филиппины)	3 474 000	106 185 000
12.	«Архентинас аэролинас» (Аргентина)	3 356 000	124 556 000
13.	ПИА (Пакистан)	2 793 000	214 651 000
14.	«Эр Алжери» (Алжир)	2 633 000	144 476 000
15.	«Сабена» (Бельгия)	2 043 000	391 571 000
16.	«Эр лингус» (Ирландия)	2 022 000	98 384 000
17.	«Финнэйр» (Финляндия)	2 294 000	41 743 000
18.	«Крузейро» (Бразилия)	2 291 000	17 906 000
19.	«Иран эйр» (Иран)	2 169 000	33 322 000
20.	ТАП (Португалия)	2 100 000	116 457 000
21.	ЛОТ (Польша)	1 850 000	14 132 000
22.	ЧСА (Чехия)	1 759 000	15 140 000
23.	«Иджиптэр» (Египет)	1 690 000	28 018 000
24.	«Трансбразил (Бразилия)	1 598 000	38 613 000
25.	«Найджириа эруэйз» (Нигерия)	1 585 000	-
26.	«Остриэн эрлайнз» (Австрия)	1 302 000	11 749 000
27.	«Эр Индия» (Индия)	1 153 000	253 959 000
28.	«Эл Ал» (Израиль)	1 154 000	286 342 000
29.	«Тунис эр» (Тунис)	1 089 000	11 029 000
30.	«Кувейт эруэйз» (Кувейт)	1 025 000	60 557 000

К мелким авиакомпаниям в соответствии с нашей классификацией отнесены авиакомпании, парк которых составляет до 10 самолетов, персонал не превышает 1 тыс., пассажирские перевозки не превышают 1 млн. пассажиров в год и объем грузовых перевозок не превышает нескольких десятков тонно-километров в год.

Из мелких авиакомпаний мы будем рассматривать только компании, выполняющие международные перевозки, а также перевозки на магистральных или региональных авиалиниях, то есть только те, которые участвуют в конкурентной борьбе с крупными и средними авиакомпаниями, и исключим компании, выполняющие местные и компьютерные перевозки.

Расстановка мелких авиакомпаний, в соответствии с годовыми пассажирскими перевозками и грузооборотом, приведена в табл. 4, из которой видно, что компании, отнесенные к мелким, также резко отличаются друг от друга по своим технико-экономическим данным и провозным способностям. Если иорданская «Алиа», ливанская МЕА, французская ЮТА и другие перевозят около 1 млн. пассажиров в год, то «ЭР Малави», «Намиб эр» и др. едва перевозят 100 тыс. пассажиров в год. То же относится и к грузовым перевозкам, где ряд авиакомпаний – ЮТА, «Эр Африк» и «Виаза», чей грузооборот превышает 100 млн. т/км в год, может быть отнесен к средним авиакомпаниям. Однако в нашем ранжировании мы отдаем предпочтение среднегодовым пассажирским перевозкам, что является более характерным для пассажирских авиакомпаний. Мелкие авиакомпании, перевозки которых не превышают 50 тыс. пассажиров в год, не представляют серьезной силы в конкурентной борьбе за мировые перевозки и не играют решающей роли в международных экономических отношениях в области воздушного транспорта.

Таким образом, из приведенной выше расстановки видно, что авиакомпании различны по своей величине, а также провозным и конкурентным возможностям. Такие гиганты, как «Юнайтэд эрлайнз» и «Америкэн эрлайнз», владеют парком более 500 тяжелых магистральных самолетов, включающим современные турбореактивные лайнеры, в том числе широкофюзеляжные аэробусы, способные поднять на борт свыше 350 пассажиров.

Таблица 4

Мелкие авиакомпании, выполняющие регулярные
международные перевозки.

Ранг а/к	Название	Пассажирские перевозки тыс. чел./год	Грузооборот, млн. т/км в год
1.	«Алиа» (Иордания)	914	66,790
2.	«Либиэн Араб эрлайнз (Ливия)	914	8,368
3.	МЕА (Ливан)	904	34,193
4.	ЮТА (Франция)	858	420,497
5.	«Истерн провинсиаль» (Канада)	840	5,511
6.	«Виаза» (Венесуэла)	808	104,182
7.	«Ираки Эрэйз» (Ирак)	688	46,640
8.	БВИА (Тринидад и Тобаго)	677	21,521
9.	«Эр Африк» (африканские страны)*	574	168,545
10.	«Эр Нью-Гини» (Новая Гвинея)	572	7,936
11.	«Эр Заир» (Заир)	552	40,274
12.	«Сириэн Араб эрлайнз» (Сирия)	433	12,700
13.	«Флюгфелаг Айсленд» (Исландия)	400	5,816
14.	«Сайпресс эруэйз» (Кипр)	387	23,726
15.	«Эр Мальта» (Мальта)	382	5,037
16.	«Кения эруэйз» (Кения)	360	32,517
17.	«Гана эруэйз» (Гана)	330	2,782
18.	Замбия эруэйз» (Замбия)	296	78,870
19.	«Эр Танзания» (Танзания)	292	1,274
20.	ТААГ (Ангола)	273	9,620
21.	«Экваториана» (Эквадор)	228	26,415
22.	«Эфиопиэн эрлайнз» (Эфиопия)	200	22,332
23.	ЛАКСА (Коста-Рика)	183	4,980
24.	«Эр Малави» (Малави)	112	9,671
25.	«Намиб эр» (Намибия)	52	-

* Входят Бенин, ЦАР, Чад, Конго, Берег Слоновой Кости, Мавритания, Нигер, Сенегал, Того и Верхняя Вольта.

Они перевозят до 80 млн. пассажиров в год и миллионы тонн грузов каждая. В то же время имеется большое количество средних авиакомпаний, а также мелких, владеющих парком до 5 самолетов.

Вполне естественно, что им трудно устоять в конкурентной борьбе с гигантскими авиатранспортными компаниями и они, как будет показано ниже, нередко вынуждены «выйти из игры» и прекратить свое независимое существование.

Оценивая данные по различным авиакомпаниям мира, мы приходим к выводу, что основную часть общемировых авиаперевозок осуществляет воздушный транспорт развитых капиталистических стран. Ведущее место по объему внутренних и международных перевозок продолжают занимать авиакомпании США. В 2001 году на внутренних и международных маршрутах они выполнили около 40% общемирового тонно-километража. Ведущими из авиакомпаний США являются «Юнайтэд эрлайнз», «Америкэн» и «Дельта», причем первая из них осуществляет преимущественно внутренние перевозки (свыше 99%). Незначительная часть международных перевозок этой компании приходится на линии, связывающие США с Канадой. «Дельта» «Транс уорлд эрлайнз» и «Америкэн» большую часть своих перевозок осуществляют на международных линиях.

На втором месте после США по объему авиаперевозок находятся авиакомпании Великобритании (4,8% мировых авиаперевозок). Ведущая ее авиакомпания «Бритиш эруэйз» выполняет 78,5% объема перевозок страны. Основную часть перевозок «Бритиш эруэйз» осуществляет на международных авиалиниях (более 95%).

На третьем месте по выполнению общетранспортной работы находятся авиакомпании Японии (4,5% мировых авиаперевозок). Ведущей авиакомпанией Японии является ДЖАЛ (свыше 69% воздушных перевозок).

На четвертом месте – авиакомпании Франции (3,9% мировых авиаперевозок). Крупнейшая авиакомпания страны «Эр Франс» выполняет 76% всех перевозок воздушного транспорта. Доля ее международных перевозок составляет 86% от общего объема авиаперевозок страны.

Последующие места в мировом воздушном транспорте занимают авиакомпании Канады (2,9% мирового объема перевозок), ФРГ (2,7%) и Италии (1,5%).

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в международных перевозках лидирующее положение занимают крупнейшие авиакомпании развитых стран. Что касается Российских авиакомпаний, то они пока не занимают лидирующее положения в международных авиаперевозках. Так, крупнейшая среди авиакомпаний России Аэрофлот занимает тридцатое место в мире (в 2001г. Аэрофлот перевез 5,8 млн. пассажиров).

3. Классификация аэропортов.

Мы уже отмечали, что в систему аэропортов мира входит свыше 30 тыс. гражданских аэропортов, причем только около 400 из них обслуживают международные магистральные и региональные перевозки, остальные же являются аэропортами местного значения.

Аэропорты мира являются важнейшей составляющей системы мирового воздушного транспорта и играют существенную роль в развитии экономических отношений в области гражданской авиации. Как и авиакомпании, мировые аэропорты также резко отличаются друг от друга как по своей величине так и по своему экономическому положению, которое в свою очередь зависит от их пропускной способности, а также от того, являются ли аэропорты государственными или муниципальными, и, соответственно, получающими субсидии от государств или не получающими таковых. По своей пропускной способности мировые аэропорты также ранжируются от аэропортов с пропускной способностью

в несколько десятков миллионов пассажиров в год до нескольких сотен пассажиров, от нескольких сотен тысяч самолето-вылетов до нескольких десятков взлето-посадок в год ; от аэропортов принимающих крупнейшие широкофюзеляжные самолеты типа «Боинг – 747», ДС – 10, автобусы А – 340 и др., до аэропортов, принимающих только мелкие легкомоторные самолеты. Здесь рассматриваются только аэропорты, участвующие в международных, а также в магистральных и региональных перевозках. По данным Международного совета аэропортов (АСИ), из 380 аэропортов, регулярно направляющих сведения в эту организацию, в 2000 году было отправлено 1935,8 млн. пассажиров при росте отправок на 8,3% по сравнению с 1999 годом.

По принадлежности аэропорты делятся на государственные и муниципальные. К государственным относятся аэропорты, являющиеся собственностью государства и управляемые государственными органами. Большинство аэропортов развитых и развивающихся стран, являются государственными.

Исключение составляют США, где только 2 аэропорта – Даллес и Нэшнл в г. Вашингтоне являются государственными, остальные – муниципальными. Муниципальные аэропорты принадлежат муниципальным органам городов, провинций штатов или группы штатов и управляются администрацией аэропортов, подотчетной этим муниципалитетам. По типу операций аэропорты делятся на международные, внутренние и смешанные.

Международными называются аэропорты, в которые или из которых выполняются международные полеты. Обязательным для любого международного аэропорта является наличие иммиграционного, таможенного и санитарно-карантинного контроля и других специальных служб. Международные аэропорты могут выполнять как международные, так и внутренние операции.

Таблица 5

Крупнейшие аэропорты мира

Ранг А/П	Наименование, местонахождение	Перевозки пассажиров (вылет, прилет и транзит) (чел./год)	Количество взлето-посадок в год
1.	Атланта (США)	80 171 036	915 657
2.	О, Хара (Чикаго)	72 135 887	908 989
3.	Лос – Анджелес (Калифорния)	68 477 689	560 878
4.	Хитроу (Лондон)	64 607 185	466 815
5.	Даллас / ФортУорс (Техас)	60 687 122	837 779
6.	Ханеда (Токио)	56 402 206	Д/О
7.	Франкфурт (Германия)	49 360 620	458 731
8.	Шарль-деГолль (Париж)	48 240 137	517 657
9.	Сан – Франциско (Калифорния)	41 173 983	429 222
10.	Скипхол (Амстердам)	39 604 589	432 479
11.	Денвер (Колорадо)	38 748 781	509 092
12.	Лас – Вегас (Невада)	36 856 186	515 293
13.	Сеул (Южн. Корея)	36 727 124	Д/О
14.	Миннеаполис/СентПол (Миннесота)	36 688 159	523 014
15.	Феникс (Аризона)	35 889 933	636 848
16.	Детройт (Мичиган)	35 535 080	555 735
17.	Хьюстон (Техас)	35 246 176	483 570
18.	Ньюарк (Нью Джерси)	34 194 788	449 498
19.	Майами (Флорида)	33 569 625	517 440
20.	Кеннеди (Нью-Йорк)	32 779 428	344 623
21.	Мадрид (Испания)	32 775 820	358 478
22.	Гонконг (Китай)	32 746 737	Д/О
23.	Гатвик (Лондон)	32 056 942	Д/О
24.	Орландо (Флорида)	30 822 580	368 172
25.	Сент-Луис (Миссури)	30 546 698	481 025

Источник: Airport Council International, data on March 2001

Таблица 6

Крупные аэропорты мира

Ранг А/П	Наименование, местонахождение	Перевозки пассажиров (отправл.+ прилет + транзит) (чел.)	Количество взлето-посадок в год
1.	Бангкок (Тайланд)	29 621 898	Д/О
2.	Торонто (Канада)	28 820 326	426 178
3.	Чанги (Сингапур)	28 618 200	Д/О
4.	Сиэтл/Такома (штат Вашингтон)	28 404 312	455 025
5.	Бостон (Массачусетс)	27 412 926	478 323
6.	Нарита (Токио)	27 389 915	Д/О
7.	Фимючино (Рим)	25 921 886	Д/О
8.	Орли (Париж)	25 399 111	Д/О
9.	Ла-Гардиа (Нью-Йорк)	25 233 889	382 284
10.	Филадельфия (Пенсильвания)	24 900 621	484 308
11.	Сидней (Австралия)	23 553 878	307 058
12.	Мюнхен (Германия)	23 125 872	319 009
13.	Шарлотта (Сев. Каролина)	23 073 894	452 009
14.	Гонолулу (Гавайи)	22 660 349	345 771
15.	Цюрих (Швейцария)	22 649 539	325 622
16.	Цинциннати (Огайо)	22 537 525	486 671
17.	Пекин (Китай)	21 659 077	Д/О
18.	Брюссель (Бельгия)	21 604 478	325 974
19.	Мехико (Мексика)	21 042 610	Д/О
20.	Милан (Италия)	20 716 815	Д/О
21.	Осака (Япония)	20 472 060	Д/О
22.	Даллес (Вашингтон Д.С.)	19 971 449	457 482
23.	СолтлейкСити (ЮТА)	19 900 810	366 933
24.	Питтсбург (Пенсильвания)	19 813 174	448 785
25.	Барселона (Испания)	19 797 135	

Источник: Airport Council International, data on March 2001

Внутренними называются аэропорты, в которые, из которых или через которые осуществляются авиаперевозки только внутри данной страны.

Смешанными называются аэропорты, выполняющие как внутренние, так и международные операции. Например, смешанным будет считаться внутренний аэропорт, имеющий специальный сектор для обслуживания международных перевозок, или международный аэропорт, из которого

выполняются внутренние полеты. Большинство магистральных аэропортов являются смешанными.

По пропускной способности аэропорты могут быть разделены на крупнейшие, крупные, средние и мелкие. Под пропускной способностью понимается среднегодовое количество пассажиров, отправляемых и принимаемых аэропортом, количество тонн грузов и почты, обрабатываемых аэропортом, и количество парных операций (взлето-посадок), выполняемых в данном аэропорту.

Крупнейшие аэропорты – аэропорты с пропускной способностью более 30 млн. пассажиров в год, выполняющие более 400 тыс. взлето-посадок и обрабатывающие более 100 тыс. т. грузов и почты в год. В соответствии с этой классификацией к крупнейшим относятся 25 аэропортов мира (см. табл. 5). Из крупнейших аэропортов мира первое место по пропускной способности и количеству парных операций в год занимает аэропорт Атланта, а на втором – О, Хара (Чикаго), а по почтово-грузовым отправкам – аэропорт Мемфис (США).

Крупные аэропорты – аэропорты с пропускной способностью до 20 млн. пассажиров в год; на них совершается до 200 тыс. взлето-посадок и отправляется не менее 50 тыс. т. грузов и почты в год (табл. 6).

Средние аэропорты – аэропорты с пропускной способностью до 5 млн. пассажиров в год; в которых выполняется свыше 50 тыс. парных операций и из которых отправляется свыше 50 тыс. т. грузов и почты в год.

Мелкие аэропорты – международные, а также магистральные и региональные аэропорты с пропускной способностью до 1 млн. пассажиров в год, выполняющие менее 30 тыс. взлето-посадок в год и отправляющие менее 30 тыс. т. грузов и почты в год. Аэропорты с пропускной способностью менее 1 млн. пассажиров в год, и с почтово-грузовыми отправками менее 5 тыс. т. в год, а также аэропорты местного

значения в данной работе рассматриваться не будут. Как следует из приведенных данных аэропорты существенно различаются по своей пропускной способности, от которой, в свою очередь, зависит их экономическое положение. Источниками доходов большинства аэропортов являются сборы за взлет-посадку, а также за аэронавигационное и коммерческое обслуживание воздушных судов, которые они взимают с авиакомпаний – владельцев самолетов. В результате аэропорты и авиакомпании вступают между собой в экономические отношения, которые носят сложный и противоречивый характер.

Сложность и противоречивость экономических отношений между аэропортами и авиакомпаниями заключается в стремлении аэропортовых властей не только покрывать расходы по эксплуатации аэропортов, но и получить как можно больше прибылей за счет сборов с авиакомпаний, пользующихся их услугами. Эти сборы в различных аэропортах мира достигают иногда такой величины, что они не под силу мелким и средним авиакомпаниям, особенно компаниям развивающихся стран, составляя до 40% их эксплуатационных расходов. Проблема аэропортовых сборов за посадку, аэронавигационное и коммерческое обслуживание воздушных судов из проблемы отношений между аэропортами и авиакомпаниями в настоящее время превратилась в одну из острейших экономических проблем мирового воздушного транспорта, урегулировать которую на межгосударственном уровне пока безуспешно пытается ИКАО.

Проведенное выше исследование позволяет сделать вывод о том, что в современных условиях лидирующее положение в мировом воздушном транспорте все еще занимают промышленно развитые государства, которым принадлежат крупнейшие авиакомпании мира. Крупнейшими аэропортами мира являются аэропорты этих же стран. Вместе с тем в мировом воздушном транспорте усиливается роль и значение воздушного транспорта развивающихся стран, которые в борьбе за экономическое

равноправие в мировом воздушном транспорте находят всестороннюю поддержку. В результате промышленно развитым странам становится все труднее проводить политику экономического диктата по отношению к малым и развивающимся странам. Постепенное ослабление безраздельного господства развитых стран подтверждается всем ходом развития мирового воздушного транспорта. Об этом свидетельствует тенденция к глобализации воздушного транспорта, когда крупнейшие авиакомпании приглашают в свои альянсы и средние региональные авиакомпании, чтобы овладеть большей долей рынка мировых авиаперевозок.

4. Состояние и тенденции экономического развития мирового воздушного транспорта.

Неравномерность в развитии воздушного транспорта.

Воздушный транспорт – самый молодой и динамичный вид транспорта. Первая авиатранспортная компания была создана в 1910 году в Германии, однако фактически воздушный транспорт начал развиваться только после окончания первой мировой войны. Но даже перед началом второй мировой войны перевозки воздушным транспортом были довольно незначительны. Так, в 1938 году было перевезено всего 3 млн. пассажиров, пассажирооборот составил 1,7 млрд. пасс./км, грузооборот – 20 млн. т /км, общая протяженность авиалиний составляла 550 тыс. км, а численность самолетного парка 2000 ед. различных типов самолетов (без СССР). К 1950 году объем перевозок воздушным транспортом значительно вырос и составил уже 31 млн. пассажиров в год. Пассажирооборот за этот период увеличился в 16,5 раза и составил 28 млрд. пасс./км, а грузооборот увеличился в 38,5 раза и достиг к 1950 году 770 млн. т /км.

В послевоенный период темпы развития воздушного транспорта были значительно выше, чем других видов транспорта. За 1950 – 1983 годы количество пассажиров, перевезенных авиакомпаниями развитых

стран на регулярных авиалиниях, увеличилось в 21 раз, с 31 млн. до 671 млн., при этом пассажирооборот возрос в 20 раз, а грузооборот – в 22 раза. За этот же период перевозки пассажиров крупнейшей в то время авиакомпанией мира – Аэрофлотом выросли более чем в 68 раз – с 1,6 млн. в 1950 году до 109 млн. пассажиров в 1983 году. Однако с распадом СССР, прекратил свое существование и Аэрофлот, как единая авиакомпания страны. После этого суммарные перевозки многочисленных российских авиакомпаний резко снизились и к 2000 году упали до 30 млн. пасс.

Несмотря на высокие среднегодовые темпы роста за послевоенные годы, воздушный транспорт развивался неравномерно. О неравномерности развития мирового воздушного транспорта наглядно свидетельствуют периодические спады и экономические кризисы. Наиболее чувствительными для воздушного транспорта были экономические кризисы 1974 – 1975 гг., 1981 – 1983 гг. и 1992 – 1994 гг.

Это указывает на то, что мировой воздушный транспорт, как и вся система мирового хозяйства, развивается циклически. Период цикла, как правило, составляет 5-7 лет. Начало нового тысячелетия совпало с седьмым по счету годом безубыточного функционирования авиакомпаний, хотя в 2001 году уже наметился очередной циклический спад, который выражается в «мягком» пока снижении темпов роста.

До начала экономического спада в начале 1990-х годов воздушные перевозки пассажиров уже превысили 1 млрд. пассажиров в год. В дальнейшем начался бурный рост мировых воздушных перевозок и к 2001 году он достиг более 1,8 млрд. пасс.

Динамика развития мировых воздушных перевозок на регулярных авиалиниях за последнее десятилетие (1991 – 2001гг.) представлена на табл. 3.

В среднем за указанный период пассажирские перевозки увеличились на 683 000 млн. чел., среднегодовой темп роста составил

4,8%. Платные пассажиро-километры увеличились на 1 466 860 млн. п/км при среднегодовом темпе роста 6%, а грузовые тоннокилометры увеличились на 78 176 млн. т-км. при среднегодовом темпе роста 8,8%.

По данным за 2001 год количество авиакомпаний, выполняющих регулярные международные и магистральные перевозки, составляет 675 а/к, штат сотрудников авиакомпаний насчитывает 2млн. 382тыс.848 чел., парк самолетов составляет 17 912 единиц.

Экономические показатели развития мирового воздушного транспорта можно проследить по динамике за 1991 – 2001 годы, представленного в табл. 7 и 8.

Как видно из таблицы, авиакомпании несли потери до 1994 года. В дальнейшем, вплоть до 2001 года авиакомпании работали с прибылью. В целом за десятилетие рост эксплуатационных доходов составил 158 771 млн. долл. или в среднем 5,9% в год. Рост эксплуатационных расходов за это время составил 141 759 млн. долл. или в среднем 5,4% в год.

Таблица 7

Мировые воздушные перевозки
на регулярных авиалиниях
за 1991 – 2001г.

Год	Пассажиры (тыс. чел.)	Платные пассажирокилометры (млн. п-км.)	Платные грузовые тоннокилометры (млн. т-км.)
1991	1 135 000	1 845 420	58 560
1992	1 146 000	1 928 920	62 640
1993	1 142 000	1 949 420	68 450
1994	1 233 000	2 099 940	77 220
1995	1 304 000	2 248 210	83 130
1996	1 391 000	2 431 690	89 200
1997	1 457 000	2 253 010	102 880
1998	1 471 000	2 626 910	101 770
1999	1 558 000	2 787 880	108 040
2000	1 819 969	3 247 837	137 324
2001	1 818 000	3 312 280	136 736

Источник: Air Transport World, 1, 2001, p. 34

Примечание: данные за 2001 год – предварительные.

По оценкам специалистов ИКАО в начале 2001 года начался «мягкий» спад в финансовых результатах мировых авиакомпаний из-за продолжающегося роста и без того высоких цен на авиационное топливо, а также из-за спада деловых перевозок, произошедшего из-за понижения конъюнктуры мирового рынка. Причем, спад происходил неравномерно, больше всего он задел перевозчиков США, тогда как авиакомпании Европы и Азии продолжали финансовый рост и в первой половине 2001 года.

Таблица 8

Экономические показатели регулярных авиакомпаний
за 1991 – 2001 гг.

Год	Эксплуатационные доходы (млн. долл.)	Эксплуатационные расходы (млн. долл.)	Эксплуатационная прибыль (- убытки)	Чистая прибыль (убытки) (млн. долл.)
1991	205 500	206 000	- 500	-3 500
1992	217 800	219 600	- 1 800	- 7 900
1993	226 000	223 700	2 300	- 4 400
1994	244 700	237 000	7 700	- 200
1995	267 000	253 500	13 500	4 500
1996	282 500	270 200	12 300	5 300
1997	291 000	274 700	16 300	8 550
1998	295 500	279 600	15 900	8 200
1999	306 600	294 050	12 550	7 500
2000	334 194	323 195	11 000	3 500
2001	354 271	347 759	6 513	3 000

Источник: Air Transport World, 1, 2001, p. 33

Примечание: данные за 2001 год – предварительные.

В целом эксплуатационная прибыль регулярных авиакомпаний государств-членов ИКАО в 2000 г. составило 11 млрд. долл., снизившись с 12,5 млрд. долл. в предшествующем году. Чистая прибыль также снизилась по сравнению с прибылью в 7,5 млрд. долл. в предыдущем году.

Что касается международных авиаперевозчиков, авиакомпании – члены ИАТА снизили прибыль от международных перевозок на 20% с 2,4

млрд. долл. в 2000 г. до 1,9 млрд. в 2001 году, хотя международные перевозки возросли на 8,2%, провозные емкости увеличились на 5,8%, но удельный доход снизился на 3,1%. В частности, 10 крупнейших американских авиакомпаний понесли суммарные потери только за 4-й квартал 2000 года 79,1 млн. долл., потери резко возросли в 2001 году и к концу года составили 2,43 млрд. долл.

Понесли финансовые потери и другие авиакомпании мира, такие как «Эр Кэнэда», «Ол Ниппон Эйруэйс», «Сингапур Эрлайнз», в том числе и грузовые авиакомпании как «Эрборн», «Атлас Эйр» и «Полар Эр карго». Однако многие европейские авиакомпании продолжали работать прибыльно и в 2001 году. В частности авиакомпания «Люфтганза» увеличила прибыль на 10%, «Эр Франс» - на 19%, «Иберия» - на 18,5%, а «Бритиш Эйруэйз» стала работать безубыточно. Главной причиной убыточности американских авиакомпаний явились трудовые конфликты с пилотами, в результате чего они вынуждены были значительно увеличить расходы на их заработную плату, а также террористический акт 11 сентября 2001г.

По прогнозам экономистов в ближайшие годы спад деловой активности во всей мировой экономике и соответственно в сфере воздушного транспорта будет продолжаться. Особенно это становится заметным в связи с объявленной США войной против терроризма. По данным Международного валютного фонда (МВФ) глобальный экономический рост, который составлял 4,7% в 2000г. снизился до 4,2% в 2001 году и ожидается его дальнейший спад. В США спад прошел с 5,2% до 3,2%, в Европе – до 3,5%, хотя в азиатских странах ожидается незначительное увеличение с 1,4% до 1,8%. Примерно в таких же пределах ожидается и развитие воздушного транспорта.

Несмотря на наметившийся спад, авиакомпании в 2001 г. получили 677 новых самолетов вместимостью более 100 кресел. Суммарная

провозная способность всех авиакомпаний будет соответствовать спросу, хотя ожидается незначительное превышение предложения над спросом.

Суммарная чистая прибыль мировых авиакомпаний начала снижаться уже с 1999 года и к 2001 году уже составила 3 млрд. долл. по сравнению с 8,2 млрд. долл. в 1998 г. Главной причиной явились резкое повышения цен на авиатопливо и увеличение расходов на заработную плату летного состава. Если в 1999 г. стоимость авиатоплива составляла 35 центов за галлон, то в 2001 г. она уже составляла 1,15 долл. за галлон.

Для покрытия возрастающих расходов на топливо и заработную плату авиакомпании начали постепенное повышение тарифов. Так за 2000 год тарифы экономического класса возросли в среднем на 5,4%, а тарифы первого класса подскочили на 10,6%. Таким повышением, авиакомпании стремятся сохранить прежние доходные ставки при снижении объема перевозок.

В ухудшающихся экономических условиях авиакомпаниям невозможно будет выживать в одиночестве, поэтому тенденция и глобализации воздушного транспорта путем создания стратегических и маркетинговых альянсов будет сохраняться. Самым прочным из всех альянсов остается альянс «Уингс» («Крылья») между авиакомпаниями КЛМ, «Норсуэст» и «Континентл Эрлайнз». Суммарные доходы альянса составляют 27 млрд. 430 млн. долл. Чистая прибыль альянса по данным за 2000 год составила 665,7 млн. долл. Перевозки пассажиров – 121,8 млн. чел. в год, парк самолетов – 899 единиц. К этому альянсу намерена присоединиться и авиакомпания «Малейшн Эйрлайнз». Другой альянс – «Скай Тим» («Небесная команда»), главными партнерами в котором являются авиакомпании «Дельта» и «Эр Франс» также остается прочным и продолжает укрепляться. Кроме указанных авиакомпаний в него входят авиакомпании «Аэромехико» и «Кореан Эйр». В 2000 году к нему присоединилась и чешская авиакомпания ЧСА. Российская авиакомпания

«Аэрофлот» приняла решение о вступления в этот альянс, но для этого она должна выполнить ряд условий по повышению уровня обслуживания до мировых стандартов и должна построить свой собственный аэровокзал, который будет готов под названием «Шереметьево – 3» в 2004 г.

Суммарный доход альянса «Скай Тим» по состоянию на 2000 г. составил 31 млрд. долл., чистая прибыль 845 млн. долл., перевозки пассажиров составил 179,2 млн. чел., парк самолетов – 1 047 единиц. Альянс «Вануорлд» («Единый мир»), главными партнерами, в котором являются авиакомпании «Америкэн Эрлайнз» и «Бритиш Эйруэйз» в последние годы несколько ослаб ввиду неудачных американо-британских переговоров об установлении режима «открытого неба». Тем не менее альянс продолжает функционировать. В него, помимо «Америкэн» и «Бритиш Эйруэйз» входят авиакомпании «Аер Лингус» (Ирландия), «Катэй Пасирик» (Гонконг), «Иберия» (Испания), «Лан-Чили» (Чили), «Квонтас» (Австралия). В 2000 г. в него вступила и авиакомпания «Финнэйр». По данным за 2000 год суммарные доходы альянса составил 49,2 млрд. долл., чистая прибыль – 2,3 млрд. долл., перевозки пассажиров составил 199,5 млн. чел., парк самолетов – 1481 единиц.

Самым крупным из альянсов является «Стар Альянс» («Звездный альянс»), главными партнерами в котором являются «Люфтганза» (Германия) и «Юнайтид Эрлайн» (США). В него входят также авиакомпании «Эр Канада», «Эр Нью-Зиланд», «Ол-Ниппон Эрлайнз» (Япония) «Аисетт» (Австралия), «Остриэн Эрлайнз» (Австрия), «Бритиш Мидленд БМИ», «Мексикана», САС, «Сингапур Эрлайнз», Тай интернейшил» и «Вариг» (Бразилия). По состоянию на 2000г. общий доход составил 69,3 млрд. долл., чистый доход превысил 2 млрд. долл., перевозки пассажиров составили 275,9 млн. чел., парк самолетов – 2002 единицы.

Самым слабым из альянсов является «Квалифлайер Груп», в который входят 12 мелких и средних авиакомпаний, такие как ЛОТ (Польша),

«Сабена» (Бельгия), «Свиссэр» (Швейцария), «ТАП Эр Португал», «Турк Хава Йоллари» (Турция) и несколько других региональных авиакомпаний.

Таким образом, в мировом воздушном транспорте продолжает развиваться тенденция к глобализации авиаперевозок. Все основные рынки уже поделены между крупнейшими авиаперевозчиками, и с помощью альянсов они стремятся покрыть сеть своих авиалиний весь земной шар. Мелким и средним авиакомпаниям ничего не остается, как найти свою «нишу» в авиаперевозках, присоединившись к тому или иному альянсу, ибо в условиях глобализации воздушного транспорта им не удастся выжить.

В условиях глобализации все большее значение приобретают региональные авиакомпании для заполнения региональных «ниш». Причем, во многих случаях крупные авиакомпании приобретают акции региональных авиакомпаний либо целиком покупают указанные компании. Таким образом, усиливается консолидация перевозчиков, которая носит форму как маркетинговых, так и стратегических альянсов. В связи с консолидацией магистральных и региональных авиакомпаний в ближайшее время ожидается всплеск заказов на региональные реактивные самолеты («регионал джетс»). По прогнозу МВФ в 2002 году будет произведено и продано 334 региональных самолетов различной величины, в том числе 175 самолетов вместимостью 50 – 65 кресел. К 2005 году будет ежегодно производиться до 400 таких самолетов.

Однако бурное развитие региональных перевозок вызывает другую проблему – перегруженность аэропортов и воздушных трасс.

Проблема инфраструктуры и в ближайшем будущем будет оставаться острой проблемой мирового воздушного транспорта. Особенно остро ощущается эта проблема в Европе и в Соединенных Штатах Америки. Государства и международные организации гражданской авиации предпринимают всевозможные меры по решению

этой проблемы. Одной из таких мер будет запрет на полеты самолетов, не сертифицированных по III категории ИКАО по шумам и вредной эмиссии. С 2002 года запрет на полеты воздушных судов типа российских ТУ-134, ТУ-154, Ил-62, Ил-86 и других уже введен в Европе, а с 2006 года – во всем мире.

II. Мировой рынок авиационных перевозок

1. Определение рынка.

Чтобы определить спрос на любую продукцию, в т.ч. авиатранспортную, необходимо знать рынок, где она может быть продана, его емкость и состояние в каждый период времени. Поэтому определение спроса включает в себя изучение рынка и анализ его конъюнктуры.

Под рынком как экономической категорией понимается сфера обмена товарами, имеющими потребительную и меновую стоимость. Обязательным условием существования рынка является наличие платежеспособного спроса на товары или услуги и предложения, способного в той или иной мере удовлетворить этот спрос. Отсюда, учитывая, что продукцией воздушного транспорта является перевозка людей или вещей по воздуху, можно дать определение рынка авиационных перевозок.

Рынок авиационных перевозок – это совокупное предложение и платежеспособный спрос на перевозки людей и вещей воздушным транспортом. Обязательным условием существования рынка авиационных перевозок является наличие общественной потребности на перевозки воздушным транспортом и перевозчиков, способных удовлетворить эту потребность. В зависимости от масштабов спроса и предложения следует различать внутренний рынок, внешний рынок и мировой рынок авиационных перевозок.

Под внутренним рынком авиационных перевозок следует понимать местный рынок, в котором имеется спрос на перевозки, непосредственно тяготеющий к удовлетворению конкретными авиалиниями. Например, внутренним рынком для авиалинии Стокгольм - Москва является рынок Швеции.

Внешним будем называть рынок, находящийся за пределами внутреннего рынка и тяготеющий к смежным авиалиниям, как в данном регионе, так и за его пределами. Этот рынок тяготеет не только к тем воздушным линиям, которые обслуживают территории рассматриваемого региона, но и к тем, которые связывают данный регион с другими районами мира. Так, для той же авиалинии Стокгольм – Москва – Стокгольм внешним рынком является вся территория Скандинавии и России, а также Западная Европа, Северная Америка, Юго – Восточная Азия и другие регионы мира, откуда имеются фактические или потенциальные пассажиро- и грузопотоки с других авиалиний, «стыкующихся» с воздушной трассой Стокгольм – Москва – Стокгольм.

Под мировым рынком авиационных перевозок следует понимать совокупное предложение и платежеспособный спрос на перевозки воздушным транспортом в масштабе мирового хозяйства. Спрос на мировые авиационные перевозки удовлетворяется всей совокупностью мировых авиационных линий.

Следует различать также понятие рынка международных авиационных перевозок, когда речь идет о международных перевозках, т.е. перевозках, при которых затрагиваются два или более государства.

В соответствии с основными видами авиаперевозок рынок подразделяется на рынок пассажирских перевозок и рынок грузовых перевозок. Существует еще рынок экспресс - перевозок, который в отличие от международных почтовых перевозок предполагает срочные отправки

посылок, экспресс – почты и мелких грузов, однако здесь мы не будем останавливаться на особенностях этого рынка.

Рынок пассажирских перевозок, в свою очередь, можно разделить на рынок деловых перевозок и рынок туристических перевозок.

Под рынком деловых перевозок следует понимать авиационные перевозки деловых людей, путешествующих как с личными, так и служебными целями, официальных делегаций, работников государственных учреждений, а также индивидуальных лиц, путешествующих с любой целью, кроме туризма и отдыха.

Рынок туристических перевозок – это рынок, где имеются потенциальные возможности для перевозки воздушным транспортом индивидуальных лиц и групп пассажиров, путешествующих с туристическими целями. Рынок туристических перевозок в настоящее время является наиболее емким потенциальным рынком авиаперевозок.

Рынок грузовых перевозок можно разделить на рынок товарных перевозок и рынок перевозки личных вещей. Под товарными перевозками следует понимать грузовые перевозки, при которых потребителями транспортной продукции являются предприятия, учреждения или фирмы, а предметом перевозок являются готовые изделия или сырье. Особенность товарных перевозок состоит в том, что в процессе перевозки добавляется стоимость к первоначальной стоимости товаров.

Под перевозками личных вещей следует понимать грузовые и багажные перевозки, в процессе которых стоимость перевозимых вещей не меняется и они потребляются не промышленными предприятиями, а индивидуальными лицами.

По виду организации перевозок и уровню цен необходимо также различать рынок регулярных авиаперевозок и авиафрахтовый рынок.

К рынку регулярных авиаперевозок относится рынок, тяготеющий к воздушным перевозкам регулярными рейсами.

Рынком авиафрахтовых перевозок можно назвать рынок, тяготеющий к нерегулярным чартерным воздушным перевозкам на специально зафрахтованных для конкретной перевозки воздушных судах.

Как уже было показано выше, авиафрахтовые или чартерные пассажирские и грузовые перевозки получили широкое распространение в мировом воздушном транспорте ввиду их относительной дешевизны по сравнению с регулярными перевозками. Выделение авиафрахтового рынка в самостоятельную категорию обусловлено тем, что к перевозкам на фрахтовых воздушных судах тяготеют такие виды перевозок, которые по уровню цен и другим условиям не были бы осуществлены регулярными рейсами (туристические перевозки больших групп, специальные грузовые перевозки и т.д.).

В западной литературе существует также деление рынка на гомогенный и гетерогенный. Но такое деление не получило распространения в отечественной экономической литературе. Гомогенный рынок – это однородный рынок, на котором имеется спрос только на однородную продукцию и соответствующее удовлетворение этого спроса. Гетерогенный рынок – значит разнovidный рынок. В соответствии с таким делением рынок авиационных перевозок можно отнести к гетерогенным рынкам, так как практически на любом рынке авиационных перевозок имеется спрос не только на перевозку пассажиров, товаров, личных вещей и почты, а также спрос на отдельный вид перевозки – авиафрахтовые или чартерные перевозки.

Следует отметить, что изучению рынка авиакомпаниями уделяется самое серьезное внимание. При этом преследуются конкретные практические цели, основными из которых являются:

- 2) определение (выявление) рынка;
- 3) анализ и прогнозирование его конъюнктуры;

- 4) изучение потенциальных возможностей авиакомпаний-конкурентов;
- 5) планирование собственных перевозок в соответствии с состоянием конъюнктуры рынка.

Определение (выявление) рынка является наиболее важным моментом исследования. Задачей изучения рынка является определение: где имеется спрос на авиаперевозки, каков этот потенциальный спрос и какова степень его удовлетворения существующими регулярными и нерегулярными рейсами. Выявление потенциального спроса на авиаперевозки должно начинаться с изучения местного рынка, затем качественному и количественному анализу должен быть подвергнут внешний рынок. Оценка емкости этих рынков должна дать ответ на два практических вопроса, важных для авиакомпании:

- 1) Между какими парами пунктов земного шара целесообразно установить воздушное сообщение.
- 2) Какова должна быть интенсивность движения самолетов по данной воздушной линии.

Кроме местных и региональных, исследуется также мировой рынок. Изучение мирового рынка авиационных перевозок данной авиакомпанией должно производиться с учетом того, что в настоящее время практически все региональные рынки поделены между крупнейшими авиакомпаниями, и ей необходимо определить, в каком географическом районе мира она может успешно вступить в конкурентную борьбу за овладение долей рынка авиационных перевозок.

Рынок международных авиационных перевозок представляет собой сложную многофакторную динамическую систему. Под системой следует понимать регулярно взаимодействующую и взаимозависящую группу отдельных составных частей, образующих единое целое. Группой составных частей, взаимодействующих в рыночной системе, являются:

транспортная продукция, система цен, инфраструктура воздушного транспорта, система продажи, система привлечения покупателей и др. Эта система взаимодействует со средой, которая ее окружает. Взаимодействие между системой и средой осуществляется посредством их внешних связей, которые характеризуют как влияние окружения на систему, так и воздействие системы на среду.

Из данного выше определения рынка следует, что рынок представляет диалектическое единство двух систем – внутренней системы и внешнего окружения. Они взаимодействуют друг с другом и оказывают взаимное влияние. При этом внутренняя система является полностью управляемой со стороны авиакомпании. Внешняя же система или внешнее окружение состоит из элементов, на которые авиакомпания может оказывать управляющее воздействие, и неуправляемых со стороны авиакомпании элементов. При этом внешняя среда окружает внутреннюю систему и ограничивает ее.

К внутренней системе относятся управляемые переменные, составляющие ядро рыночной системы авиакомпании. Основными из этих управляемых авиакомпанией переменных являются: 1) транспортная продукция, 2) система стимулирования и формирования спроса, 3) система продажи, 4) собственная инфраструктура авиакомпании.

К внутренней системе относятся также управляемые авиакомпанией переменные, не входящие в ядро рыночной системы, направленные на достижение цели по овладению долей рынка. Это людские, материальные и финансовые ресурсы авиакомпании, которые определяют положение данной авиакомпании на рынке. Это, во-первых, финансовое положение авиакомпании, ее кредитоспособность и доверие к ней со стороны банковских организаций; во-вторых, самолетомоторный парк с таким количеством располагаемых самолето-кресел, которое способно удовлетворить рыночный спрос; в- третьих, подготовленный персонал

авиакомпания, способный вести эффективную коммерческую работу и, в-четвертых, это компетентный руководящий состав авиакомпании, понимающий цели и задачи рыночной деятельности авиакомпании.

Совокупность этих факторов определяет политику авиакомпании на рынке, ее «имидж», который оказывает существенное влияние на формирование спроса. Немаловажное значение имеет и работа авиакомпании по исследованию рынка. Все эти внутренние факторы влияют на освоение рынка данной авиакомпанией и являются управляемыми элементами внутренней рыночной системы.

Таким образом, комбинация элементов, составляющих ядро рыночной системы (транспортная продукция, система продажи и формирование спроса, система цен и инфраструктура авиакомпании), вместе с элементами за пределами этого ядра (финансовые, людские и материальные ресурсы авиакомпании) составляют управляемую авиакомпанией внутреннюю рыночную систему.

Перечисленные выше управляемые компоненты рыночной системы являются взаимозависимыми, т.к. решение по одному из них затрагивает действие других. Каждый из них имеет множество вариаций. Из бесчисленного множества вариаций коммерческий руководитель авиакомпании должен подобрать их оптимальное сочетание, которое дало бы максимальный рыночный эффект, а также выгодно сочеталось бы с внешними окружающими факторами.

Транспортная продукция, с которой авиакомпания выходит на рынок, является одним из основных управляемых факторов. Это – пассажирские, грузовые, авиафрахтовые или смешанные перевозки. В зависимости от условий рынка руководство авиакомпании должно принимать решение открыть ли новые авиалинии, увеличить или сократить частоту существующих рейсов, увеличить грузовые перевозки

на пассажирских самолетах или же открыть новую грузовую авиалинию и т.д.

Система цен является также одной из главных составляющих внутренней рыночной системы, управляемых авиакомпанией. Руководство авиакомпании должно выработать целенаправленную тарифную политику и проводить ее применение в соответствии с условиями рынка, т.е. определить, какие цены предлагать на рынке, какие скидки и льготы предоставлять. Должна быть также отработана система льготных тарифов, система комиссионных, сверхкомиссионных, поощрительная бонусная система вознаграждений за продажу перевозок и т.д.

Собственная инфраструктура авиакомпании относится к частично управляемой составляющей внутренней рыночной системы и к частично неуправляемой со стороны авиакомпании внешней системы. Руководство авиакомпании должно максимально использовать свою собственную инфраструктуру: агентства и конторы по продаже, сеть грузовых складов, аэровокзалов, систему коммерческих связей, а также решить вопрос о расширении существующих торговых площадей, об аренде новых помещений для продажи, решить вопрос о назначении новых агентов и наладить коммерческое сотрудничество с ними.

Таковы основные управляемые составляющие внутренней системы рынка авиационных перевозок, являющиеся ядром рыночной системы авиакомпании.

Внешнее окружение рынка – это система взаимодействующих сил, которые окружают внутреннюю систему рынка и оказывают на нее воздействие. Авиакомпания планирует и проводит свою рыночную коммерческую работу в условиях внешнего окружения, которое, в свою очередь, состоит из управляемых переменных, на которые авиакомпания может оказывать определенное воздействие, и неуправляемых составляющих, на которые авиакомпания не может влиять.

Рынок как система, в которой взаимодействуют упомянутые выше внутренние и внешние силы, схематически может быть представлен в виде спирали, которая раскручивается вокруг потенциальных потребителей продукции воздушного транспорта и отражает динамику внешних и внутренних сил в их взаимодействии. Эта система не является замкнутой, т.к. крайняя составляющая внешнего окружения - мировой рынок авиационных перевозок – является теоретически неограниченным! При этом следует отметить, что рыночная система не является плоской. Она может быть представлена в пространстве в виде крутой восходящей спирали постепенно увеличивающегося радиуса, каждый виток которой представляет собой соответствующий уровень ее воздействия на непосредственного потребителя продукции воздушного транспорта.

Как мы уже отмечали, к основным элементам внешнего окружения, на которые авиакомпания может оказывать частичное управляющее воздействие, относятся: 1) рыночный спрос, 2) конкуренция, 3) техника и технология, 4) общая инфраструктура воздушного транспорта.

Рыночный спрос является одним из главных элементов внешней среды, на который направлены основные усилия рыночной коммерческой деятельности авиакомпании по его формированию и удовлетворению. Рыночный спрос имеет два аспекта – экономический и гуманитарный.

Экономический аспект включает в себя:

1) Численность населения, его возрастные группы, рождаемость, прирост населения, авиационная подвижность населения, сезонные миграции.

2) Доходы населения и его покупательную способность, а также расходы, которые могут позволить себе потребители с разным уровнем доходов. Эти экономические факторы, влияющие на спрос, находятся в неразрывной связи с состоянием национальной экономики, а также состоянием экономики в странах региона.

При анализе экономических аспектов особое внимание необходимо уделять их количественной стороне: сколько людей проживает в изучаемом регионе, каков средний доход населения и т.д., а также на его качественную характеристику: возрастные группы населения, жизненный цикл семьи, дискреционная покупательная способность и др. Остановимся на более подробной характеристике некоторых из этих сторон, которые в наибольшей, с нашей точки зрения, степени оказывают влияние на рыночный спрос на продукцию воздушного транспорта.

Возрастные группы. Все население каждого изучаемого региона может быть разделено, на следующие 5 возрастных групп:

- 1) дети, подростки и юноши (до 12 лет, 13-16 лет и 17-19 лет);
- 2) молодые люди (от 20 до 35 лет);
- 3) люди средних лет:
 - младший средний возраст (от 35 до 50 лет);
 - старший средний возраст (от 50 до 65 лет);
- 4) Пожилые люди (старше 65 лет).

Классификация населения по возрастным группам производится для анализа указанных возрастных групп как потенциальных потребителей продукции воздушного транспорта.

Проведенное исследование показывает, что дети до 12 лет пользуются воздушным транспортом, путешествуя, как правило, только с родителями. Эта категория составляет довольно большую часть (25-30%) от всех среднестатистических потребителей продукции воздушного транспорта. Существенное влияние на спрос для этой возрастной группы оказывает предоставление всеми без исключения авиакомпаниями мира на международных линиях 50%-ой скидки для детей от 2-х до 12 лет.

Подростки 13-16 лет путешествуют тоже, как правило, с родителями. Юноши 17-19 лет путешествуют самостоятельно, как правило, в специализированных студенческих группах с предоставлением

специальных молодежных льгот при путешествии воздушным транспортом.

Молодые люди (20 – 35 лет) являются наиболее занятой возрастной категорией. В этом возрасте люди учатся, начинают свою трудовую биографию, обзаводятся семьей, воспитывают детей. Молодые люди еще не имеют достаточных накоплений, поэтому с точки зрения свободного времени и денежных средств эта возрастная группа имеет наименьшую возможность для путешествия, в т.ч. и воздушным транспортом.

Младший средний возраст (35 – 50 лет) и старший средний возраст (50 – 65 лет) совершают наибольшее количество путешествий воздушным транспортом с деловыми целями.

Пожилой возраст (свыше 65 лет) характеризуется увеличением склонности к путешествиям. Пожилые люди имеют больше возможностей совершать путешествия воздушным транспортом, как с точки зрения свободного времени, так и с точки зрения накоплений. В этом возрасте люди участвуют как в общих турах, так и в специализированных турах по курортным местам и в зоны отдыха.

Доходы и покупательная способность населения. Рассмотренные факторы, относящиеся к населению изучаемого региона, являются количественной характеристикой экономического аспекта рыночного спроса. Но население само по себе не образует рыночного спроса. Люди должны иметь деньги, которые они могут потратить на оплату поездки воздушным транспортом. Поэтому изучение доходов населения и их распределение также составляет количественную сторону экономического аспекта рыночного спроса.

Доходы населения складываются из заработной платы, дивидендов, ренты, прибыли, социального обеспечения, личного подсобного хозяйства и других источников. Следует различать номинальный доход и реальный

доход. Номинальный доход – это сумма денег, которые лицо или семья получает из перечисленных выше или других источников.

Реальный доход – это фактический доход с учетом инфляции, роста цен и налогов, т.е. то, что можно фактически купить за деньги, полученные в виде номинального дохода. Так, если номинальный доход увеличивается, например, на 5%, а цены растут на 18%, то реальный доход уменьшается на 13%.

Реальный доход на душу населения – это средний реальный доход, отнесенный к численности населения в исследуемом регионе. Реальный доход на душу населения играет важную роль в определении рыночного спроса. Помимо реального дохода должна быть определена покупательная способность населения. Если из номинальных личных доходов вычесть расходы первой необходимости – на питание, жилье, местный транспорт, выплату налогов, одежду, отчисления на соцстрахование, - останется так называемый свободный личный доход, который определяет дискреционную покупательную способность человека. Дискреционная покупательная способность – это свободный личный доход, который остается у человека после выплаты им фиксированных платежей и приобретения предметов первой необходимости. Таким образом, основными элементами, составляющими экономический аспект рыночного спроса, являются факторы, относящиеся к численности и составу населения исследуемого региона, и дискреционная покупательная способность населения.

К гуманитарным аспектам изучения рыночного спроса относятся психологические, социальные и антропологические факторы. Эти факторы имеют важное значение в исследовании окружающей рынок среды с точки зрения изучения национальных особенностей населения региона, его культурных традиций, демографических проблем, классового сознания и группового социального поведения. Кроме того, исследователи рыночного

спроса авиакомпаний должны изучить, как ведет себя потенциальный потребитель авиатранспортной продукции при изменении экономической ситуации, при изменении его уровня доходов и дискреционной покупательной способности. Изучение этих гуманитарных аспектов синтезировано в особой теории человеческих решений, которая включает в себя, но не ограничивается следующими категориями.

Мотивировка принятия решения потенциальным покупателем авиатранспортной продукции, основывается на следующих экономических и психологических предпосылках:

1. Что покупатель всегда старается максимально удовлетворить свою потребность при минимальных финансовых затратах;
2. Что прежде, чем принять решение, он изучает все альтернативы для удовлетворения своей потребности;
3. Что он всегда действует рационально;
4. Что, не найдя идеальной альтернативы, он всегда идет на компромисс, находя оптимальный баланс своих желаний и возможностей их удовлетворения с учетом лимита денежных средств, которыми он располагает для удовлетворения своей потребности в перевозке.

Имея такую априорную установку, процесс принятия решения потенциальным потребителем продукции воздушного транспорта можно представить в виде 5 ступеней:

1-я ступень – осознание необходимости: нужно отправиться туда-то, отправить груз, личные вещи и т.д.

2-я ступень – изучение возможностей: можно воспользоваться железнодорожным, морским или воздушным транспортом; можно лететь одной, другой или третьей авиакомпанией.

3-я ступень – анализ альтернатив: поездом дешевле, но самолетом быстрее и удобнее; у авиакомпании А можно приобрести билеты дешевле, однако авиакомпания В представляет лучшее обслуживание.

4-я ступень – принятие решения: «полечу все-таки авиакомпанией А».

5-я ступень – оценка степени удовлетворения потребности и дальнейшее поведение: удовлетворен или не удовлетворен (. . . «как жаль, что не полетел авиакомпанией В, там такой сервис! Авиакомпания А так плохо обслуживает – больше не полечу»).

Анализ ступеней принятия решения показывает, что до прохождения третьей ступени покупатель транспортной продукции все еще остается только потенциальным покупателем. И даже дойдя до 4-й ступени, он все еще может изменить свое решение в последний момент и уйти на другую авиакомпанию или воспользоваться другим видом транспорта. Поэтому каждая авиакомпания стремится проявить заботу о потенциальном покупателе и принять все меры, чтобы потенциальный покупатель стал реальным пассажиром или клиентом данной авиакомпании.

Находясь на 5-й ступени, покупатель оценивает правильность своего решения. В зависимости от этой оценки будет складываться его дальнейшее поведение: если пассажир удовлетворен, он может оказаться постоянным клиентом данной авиакомпании и будет рекомендовать ее услуги другим людям. Если же он не получит ожидаемого удовлетворения или будет неудовлетворен совсем, то он не только сам будет потерян для данной авиакомпании, но и будет отговаривать от пользования ее услугами окружающих его людей. Поэтому авиакомпании принимают все меры к тому, чтобы удовлетворить пассажира или клиента, чтобы однажды воспользовавшийся ее услугами пассажир стал не только постоянным клиентом, но и способствовал расширению спроса авиакомпании.

Однако авиакомпаниям нелегко привлечь и удержать в сфере своего влияния пассажиров и клиентуру, так как на рынке международных авиационных перевозок идет жестокая конкурентная борьба, в которой они должны уметь выйти победителями.

Второй составляющей внешнего окружения, на которую направлено управляющее воздействие авиакомпании, является конкуренция. Авиакомпания испытывает жестокую конкуренцию в борьбе за рынки международных перевозок, как со стороны других авиакомпаний, так и со стороны других видов транспорта. Чтобы достичь успеха в этой борьбе коммерческий руководитель авиакомпании должен разбираться в механизме конкуренции, в экономическом положении своих конкурентов. Он должен изучить их структуру цен, тарифную политику, общую практику в формировании ими спроса, следить за их рекламой, а также изучить другие аспекты конкурентной борьбы, которые могут влиять на коммерческую и эксплуатационную деятельность авиакомпании. Необходимо внимательно следить и выявлять, какие скидки представляют конкуренты с объявленной ими продажной цены, какие меры принимаются ими по расширению продажи перевозок. При этом должна учитываться также возросшая конкуренция со стороны смежных компаний, учитывая тенденцию к диверсификации бизнеса. Эта тенденция к диверсификации открывает путь к сделкам на взаимной основе: например, авиакомпании покупают акции отелей и направляют пассажиров только в те отели, которые с ними сотрудничают. Отели, в свою очередь, направляют своих клиентов на сотрудничающие с ними авиакомпании; а также осуществляют продажу перевозок на авиалинии этих компаний.

Анализ существующей практики конкурентной борьбы в мировом воздушном транспорте дает возможность выделить 2 основных вида конкуренции – ценовую и неценовую.

Впрочем, деление конкуренции на ценовую и неценовую, на наш взгляд, является условным. Строго говоря, это две формы одной и той же ценовой конкуренции, т.к. предоставление дополнительных услуг за одну и ту же цену – это равноценно предоставлению скидок с тарифов. При неценовой конкуренции цена остается относительно стабильной, но искусственно варьируется такой ценообразующий фактор, как предоставляемые услуги. С другой стороны, измерение ценообразующего фактора спроса вызывает естественную реакцию цен. Таким образом, и в том и другом случае цена является основной пружиной конкурентной борьбы, т.к. повышение уровня обслуживания либо его понижение есть не что иное, как повышение или понижение цены транспортной продукции. Неценовая конкуренция является более изощренной формой борьбы за привлечение загрузки, чем ее ценовая форма. Она на первый взгляд является незаметной, т.к. предоставление повышенного обслуживания при той же цене не резко бросается в глаза конкурентам и контролирующим органам, фактически же это косвенная, завуалированная форма снижения цен.

Авиакомпании, занимающие ведущее положение в мировом воздушном транспорте, в целом предпочитают использовать неценовые средства конкурентной борьбы, что в какой-то мере позволяет средним и мелким авиакомпаниям проникать на рынок мировых авиационных перевозок и завоевывать там определенные позиции при помощи гибкой коммерческой политики в области цен. Для крупных авиакомпаний более приемлемой является неценовая форма конкуренции. Они имеют возможность в своей рекламе на практике сделать упор на повышение качества обслуживания, активизировать рекламу, увеличить число агентов по продаже. Преимущества улучшения качества обслуживания как средства конкурентной борьбы по сравнению с ценовой конкуренцией состоит в том, что аналогичные ответные меры воздействия

контролирующих органов могут быть приняты только через определенное время.

Однако и ценовая форма конкуренции имеет определенное преимущество, т.к. для некоторых клиентов различия в качестве обслуживания играют второстепенную роль, а ценовый фактор, роль которого более наглядна, играет определяющее значение. Любой из применяемых методов конкуренции может быть выражен в определенном ценовом эквиваленте, т.к. повышение уровня обслуживания требует определенных финансовых затрат. Охарактеризованные выше две основные формы конкурентной борьбы не исчерпывают всех возможностей авиакомпаний. На практике авиакомпании активно стремятся к расширению объема продаж, сочетая приемы и методы как ценовой, так и неценовой конкуренции для обеспечения полной коммерческой загрузки своих рейсов. Однако они могут рассчитывать на успех в конкурентной борьбе, либо располагая крупными финансовыми ресурсами, либо поддержкой государства или же добиваясь более низкой себестоимости авиаперевозок по сравнению с себестоимостью перевозок конкурентов. Решающее значение при этом имеет также тщательное изучение конъюнктуры рынка и овладение всеми способами конкурентной борьбы за рынки авиаперевозок, известными в практике мирового воздушного транспорта. Немаловажное значение в конкурентной борьбе имеют и материальные ресурсы авиакомпаний.

Техника и технология. Уровень развития техники и технологии имеет существенное влияние на рынок международных авиаперевозок. Фактор технического уровня также относится к внешнему окружению рынка, т.к. этот фактор учитывает не только достигнутый уровень техники и технологии в области транспорта, который существенно изменил образ жизни населения, но и все другие достижения научно-технической революции. Например, достижения в области медицины изменили

продолжительность жизни и стиль жизни внутри возрастных групп, что оказывает положительное влияние на потенциальный пассажирский рынок. Автоматизация и структурные изменения в экономике приводят к увольнениям и массовой безработице, что отрицательно сказывается на рынке пассажирских перевозок. С другой стороны, автоматизация ускоряет производственный процесс, увеличивает пропускную способность аэропортов, улучшает обслуживание, что привлекает пассажиров и клиентуру на воздушный транспорт. Наиболее важным является уровень развития авиационной техники. Авиакомпания, если она желает иметь успех на рынке авиационных перевозок, должна иметь самые современные пассажирские и грузовые самолеты. В то же время авиакомпания, имеющая устаревшую технику и оборудование, проигрывает в конкурентной борьбе той авиакомпании, у которой это оборудование на уровне современной мировой техники и технологии.

Таким образом, достижения в области науки и техники оказывают существенное влияние на рынок международных авиационных перевозок. В свою очередь, рыночный спрос и конкуренция диктуют потребность в дальнейшем развитии не только авиационной техники и технологии воздушного транспорта, но и всей инфраструктуры воздушного транспорта.

Инфраструктура – это материальная система, с помощью которой товары и услуги попадают к потребителю. Применительно к рынку авиационных перевозок под инфраструктурой понимается система аэропортов, аэровокзалов, оборудованных авиатрасс, агентства и конторы авиакомпаний, грузовые склады, грузовые вокзалы и перроны, а также соответствующая сеть посредников и функциональных контор. Следует различать собственную инфраструктуру авиакомпании и инфраструктуру системы воздушного транспорта. К инфраструктуре авиакомпании относятся только ее собственная сеть пунктов продажи, конторы, агентства

и т.д. Только крупнейшие авиакомпании мира имеют собственные аэровокзалы и грузовые комплексы во многих аэропортах мира. Большинство же авиакомпаний арендуют части помещений и сооружений в аэропортах. И ни одна авиакомпания не имеет собственных воздушных трасс. Поэтому инфраструктура системы воздушного транспорта также относится к внешним факторам рыночной системы, и руководство данной авиакомпании может только частично оказывать управляющее воздействие на эту систему, стараясь как можно полнее использовать существующую инфраструктуру и по возможности приспособливать ее к своим нуждам. Вместе с тем инфраструктура системы воздушного транспорта оказывает существенное влияние на рынок авиационных перевозок. Даже при наличии большого спроса на перевозки в каком-либо пункте мира авиакомпания не сможет начать освоение этого рынка, если в этом районе мира нет соответствующих аэропортов и оборудованных авиатрасс.

Неуправляемые составляющие внешнего окружения рынка. К неуправляемым со стороны авиакомпании составляющим внешней среды, которые окружают рыночную систему и действуют на нее ограничивающе, относятся: 1) государственно-политическое окружение, 2) социально-этическое окружение, 3) состояние макроэкономики, 4) конъюнктура мирового рынка авиационных перевозок.

Государственно-политическое окружение. Коммерческая деятельность авиакомпаний, выполняющих международные перевозки, происходит как на территории своего государства, так и на территории других государств. Существенное влияние на эту деятельность оказывает государственно-политические и юридические системы этих государств. Государственное законодательство данной страны, а также законодательства округа, города и др. регулируют рыночную деятельность как национальных, так и иностранных авиакомпаний. Это различные нормативные акты, регулирующие цены, определяющие требования к

рекламе, продаже, обслуживанию перевозок и т.д. В США, например, на основании Федерального авиационного закона 1958 года и закона о дерегулировании 1978 г. вся деятельность авиакомпаний регулируется и контролируется специальным государственным органом Федеральной Авиационной Администрацией (ФАА). Деятельность авиакомпаний в области международных воздушных сообщений, помимо FAA, контролируется также государственным департаментом, Министерством транспорта, Министерством торговли (таможенным управлением) и другими государственными органами.

Политическая обстановка в конкретной стране и в мире в целом оказывает существенное влияние на коммерческую деятельность авиакомпаний. При этом, в ряде стран часто проводится политика протекционизма по отношению к национальным авиакомпаниям и политика дискриминации к авиакомпаниям, принадлежащим другим государствам.

Все это налагает определенные ограничения на рыночную коммерческую работу авиакомпаний. Руководство авиакомпании должно всегда внимательно следить за развитием политической обстановки в странах, куда она выполняет полеты, следить за всеми изменениями в законодательстве и в политической атмосфере и менять тактику своей рыночной коммерческой деятельности в зависимости от политического климата в той или иной стране и во всем мире.

Социально-этическое окружение. К внешнему окружению рынка относится также социальное и этическое влияние на рыночную деятельность авиакомпании. Часто неспособность авиакомпании удовлетворять этическим требованиям общества ведет к ограничительным юридическим мерам по отношению к этой компании. Поэтому руководители авиакомпаний, ответственные за рыночную коммерческую деятельность, должны знать не только юридические, но и социально-

этические требования населения различных государств, куда они совершают полеты. Они должны ясно представлять цену общественного мнения о компании, о ее «имидже». Общественное неодобрение открытых рыночных «махинаций» отдельных авиакомпаний, а также скрытых финансовых поборов, к которым они нередко прибегают, необъективная информация пассажиров и клиентуры может сильно повредить этим авиакомпаниям. При принятии рыночных решений коммерческое руководство авиакомпании должно учитывать социально-этические требования окружающего общества с тем, чтобы сохранить надлежащую репутацию авиакомпании длительное время.

Состояние макроэкономики. Одним из главных элементов внешней среды является состояние экономики стран исследуемого региона, а также мировой экономики в целом. Поэтому в рыночной коммерческой деятельности авиакомпаний должно учитываться влияние макроэкономики на конъюнктуру рынка авиационных перевозок. Важную роль в успехе рыночной системы авиакомпании имеют такие факторы макроэкономики как спад производства, инфляция, уровень банковских учетных ставок, безработица, налоговая политика государств. Важную роль играют носящие регулярный характер отраслевые или так называемые частичные кризисы, которые оказывают глубокое воздействие на экономику не только воздушного транспорта, но и смежных с ним отраслей хозяйства и, таким образом, на динамику конъюнктуры рынка международных авиационных перевозок. Так, например, частичные кризисы середины 70-х, начала 80-х и начала 90-х годов одновременно охватили целый ряд отраслей экономики: судостроение, черную и цветную металлургию, самолетостроение и др. Топливо-энергетический кризис больше всего ударил по воздушному транспорту: цены на авиационное топливо подскочили вдвое и стали составлять до 40% всех эксплуатационных расходов. Поэтому при планировании и организации рыночной

коммерческой деятельности авиакомпания должна учитывать как современное состояние макроэкономики, так и тенденции развития отдельных ее сфер.

2. Основные рынки мировых воздушных перевозок.

В соответствии со структуризацией Международной организации гражданской авиации (ИКАО) мировой рынок авиационных перевозок разделен на 6 основных регионов воздушных перевозок:

- 1) Северная Америка (США, Канада, Гавайские острова);
- 2) Европа (все европейские государства, включая Российскую Федерацию и исключая Турцию);
- 3) Азиатско-тихоокеанский регион (АТР) – Япония, Северная и Южная Корея, Китай, Таиланд, Малайзия, Сингапур, Индонезия, Филиппины, Австралия, Новая Зеландия, острова Тихого океана, Индия, Пакистан, Ньянмар, Шри Ланка);
- 4) Латинская Америка и Карибский бассейн;
- 5) Ближний Восток (включая Иран);
- 6) Африка.

Доля каждого из указанных регионов в общем объеме мировых перевозок показана на диаграмме (рис.1). Из диаграммы видно, что доля регионов в мировых перевозках постоянно изменяется. Так, если доля Северной Америки в 1970 г. составляла 49%, то в 1980 г. она уже снизилась до 41,8, а в 1990 г. произошло ее снижение до 33,8%, в 2000 г. – снова возросла до 38,8%. Доля Европейского региона снизилась незначительно. Доля Азии – бассейна Тихого океана – увеличивается быстрыми темпами: если в 1970 г. она составляла 8,3%, в 1980 г. уже выросла до 13,7, в 1990 г. – до 19,6%, а к 2000 г. уже более 20%. В остальных регионах изменения незначительные.

Регулярные пассажирские перевозки по регионам и регулярные грузовые перевозки по регионам развиваются неравномерно. Наибольший рост объемов перевозок, так же как и их доля в общем объеме мировых перевозок, характерен для региона Азии – бассейна Тихого океана.

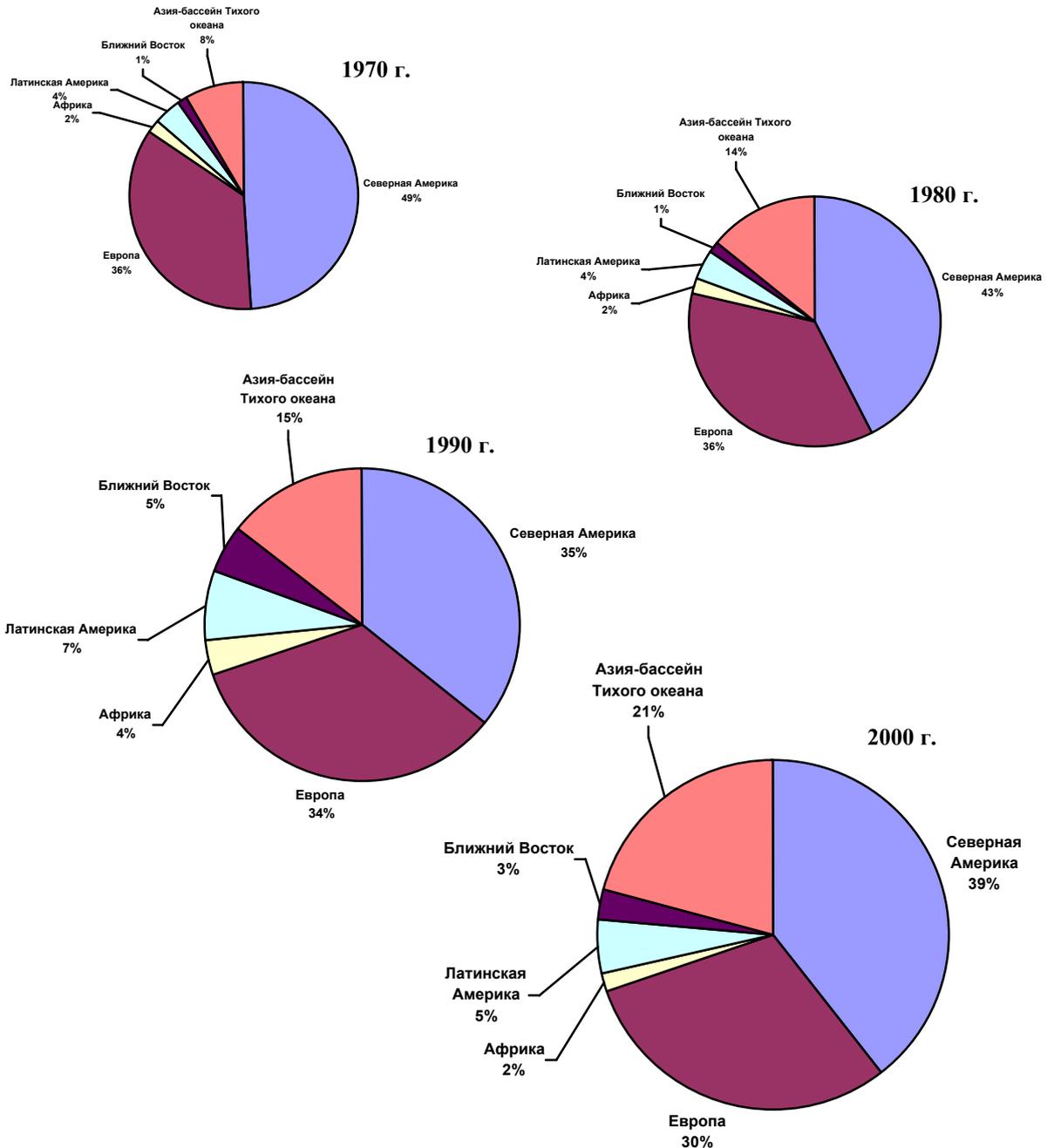


Рис.1 Распределение общего объема мировых воздушных перевозок между регионами.

Среднегодовые темпы роста пассажирских перевозок во всем мире к 2000 году снизились с 8,4 до 6% в год, а грузовых – практически остаются неизменными.

Анализ состояния и прогноз развития региональных воздушных перевозок показывают, как изменяется доля региональных перевозок. Это подтверждает необходимость изучения и прогнозирования региональных рынков воздушных перевозок для текущего и перспективного планирования развития МВЛ.

Изучение региональных рынков должно вестись на основе анализа факторов и показателей конъюнктуры, как и при изучении мирового рынка воздушных перевозок в целом.

По направлению пассажиро- и грузопотоков региональные рынки воздушных перевозок разделяются на внутрирегиональные и межрегиональные. Внутрирегиональные перевозки, как правило, осуществляются местными авиакомпаниями, функционирующими в соответствующих регионах. Межрегиональные перевозки представляют наибольший интерес для авиакомпаний, осуществляющих международные трансконтинентальные и интерконтинентальные перевозки по маршрутам большой протяженности.

Распределение регулярных и нерегулярных перевозчиков по регионам представлено в таблице 9. Среди авиакомпаний, сдавших свои международные позиции, оказалась и наша авиакомпания Аэрофлот, переместившаяся с 14-го на 29-е место. Представляется, что руководству коммерческих служб Аэрофлота есть над, чем призадуматься и необходимо принять неотложные меры по возвращению утраченных позиций в международных перевозках.

Среди названных крупнейших авиакомпаний мира, выполняющих международные авиаперевозки, наивысшие среднегодовые темпы роста общего объема перевозок в течение 1975-2000 годов достигнуты

авиакомпаниями: «Норсуэст» - более 20%, «Кэтэй Пасифик» - более 17, КЛМ – 17,7, «Квонтас» - 17 и «Тай Интернэшнл» - более 14%.

Таблица 9

Региональное распределение авиаперевозчиков,
осуществляющих международные регулярные и нерегулярные
перевозки

Регион регистрации	Тип эксплуатантов						Всего между- народ- ных авиа- компан- ний
	регулярные			нерегулярные			
	смешан- ные	грузовы е	итого	смешан- ные	грузовы е	итого	
Африка	62	2	64	19	11	30	94
Азия и Тихий океан	52	2	54	12	2	14	68
Европа	92	3	95	128	11	139	234
Латинская Америка и Карибский бассейн	60	13	73	39	17	56	129
Ближний Восток	12	1	13	6	2	8	21
Северная Америка	35	9	44	49	24	73	117
Всего:	313	30	343	253	67	320	663

Источник: Обзор экономического положения воздушного транспорта и перспективы развития – 2000 г. // Циркуляр ИКАО 222-АТ/90.

30 авиакомпаний владеют основной долей международного рынка авиаперевозок и основная конкурентная борьба за рынки международных воздушных перевозок развернулась между ними.

В соответствии с классификацией ИАТА основными рынками международных воздушных перевозок являются следующие рынки:

- Северная Атлантика (перевозки между США/Канадой/Мексикой и Европой);
- Центральная и Южная Атлантика (между странами Южной Америки и Карибского бассейна и Европой (Африкой));

- внутриевропейские перевозки;
- перевозки Европа – Ближний Восток/Африка;
- перевозки Африка – Азия/Тихий океан;
- перевозки Азия – Юго-Западная часть Тихого океана;
- перевозки между Северной, Центральной и Южной частями Тихого океана;
- перевозки Европа – Дальний Восток/ЮВА;
- транстихоокеанский рынок (перевозки между Америкой и Японией (ЮВА), Южной частью Азиатского субконтинента, Южной частью Тихого океана);
- панамериканские перевозки (Северная, Центральная и Южная Америка);
- рынок Ближний Восток – Азия/Тихий океан и др.

Эти рынки, в свою очередь, делятся по подзонам на субрегиональные и межстрановые рынки, а также рынки перевозок по группам маршрутов. Представление об освоении этих рынков перевозчиками может дать табл.10

Наибольшая доля международных регулярных перевозок приходится на североатлантический, транстихоокеанский и внутриевропейский рынки.

Североатлантический рынок. Рынок международных воздушных перевозок между странами Северной Америки и Европы составляет более 25% от общего объема мировых регулярных авиаперевозок.

Несмотря на относительно стабильный среднегодовой прирост пассажирских перевозок (8,6%), общего объема перевозок (9,1%) и грузовых тонно-километров (9,4%), североатлантический рынок, как и прежде, является самой ожесточенной ареной конкурентной борьбы за привлечение коммерческой загрузки. Избыточные провозные емкости заставили авиакомпании применять демпинговые цены для привлечения пассажиров на свои рейсы. Однако, несмотря на это, авиакомпании несли

значительные финансовые потери, и рост перевозок был незначительным. В последнее десятилетие перевозки стали снова возрастать и к 2000 году достигли почти 80 млн. пасс. в год.

Таблица 10

Основные показатели освоения рынков по группам
международных маршрутов
(регулярные пассажирские перевозки)

Группа маршрутов	Количество авиакомпаний	Коэффициент пассажирской загрузки, %	Средний доход на пасс.-км, цент/пасс.-км	Средний расход на пасс.-км, цент/пасс.-км	Соотношение доходы/расходы
Внутри Европы	52	64	17,6	16,0	1,10
Европа – Ближний Восток	43	58	9,2	9,8	0,95
Европа – Африка	64	63	8,6	8,7	1,00
Северная Атлантика	49	69	5,9	6,1	0,95
Центральная Атлантика	18	67	6,0	6,3	0,95
В Азии/бассейне Тихого океана	40	73	8,2	7,3	1,10
Европа – Азия/Тихий океан	56	71	6,4	6,4	1,00

Основная борьба на этом рынке развернулась между американскими и европейскими перевозчиками. Желая захватить большую долю рынка, авиакомпании стали наращивать провозные мощности, так что рост последних стал превышать спрос на перевозки на этом рынке. Американские авиакомпании, воспользовавшись возможностями, предоставленными по законам о дерегулировании, а также наличием больших парков воздушных судов, резко увеличили провозные емкости. При этом американские перевозчики получили возможность совершать полеты в Европу из 37 пунктов США. Европейские же перевозчики не имели возможности резко увеличить провозные емкости; кроме того,

согласно договорам типа «Бермуды-2», они имели доступ только в 18 пунктов США.

Следует заметить, что до начала проведения политики дерегулирования (1978 г.) перевозки в Европу осуществляли только две американские авиакомпании, а к 2000 году их стало уже 14. В результате из европейских авиакомпаний первыми почувствовали на себе «преимущества» дерегулирования те, чьи правительства приняли американскую доктрину «открытого неба» и дали полную свободу действий на своих рынках американским перевозчикам. Наиболее сильно в этом плане пострадала западногерманская «Люфтганза», доля в перевозках между США и ФРГ стала снижаться и упала с 47% в 1985 году до 39% в 2000 году. Дальнейшее наращивание провозных емкостей основными американскими перевозчиками грозит еще большим сокращением доли европейских авиакомпаний.

Чтобы удержать дальнейшее снижение перевозок, авиакомпании начали губительную для них «тарифную войну». Низкие доходные ставки в сочетании с избыточными провозными емкостями и сравнительно низкой занятостью пассажирских кресел предопределили значительные убытки ряда авиакомпаний. Своевременную переоценку конъюнктуры успели сделать такие авиакомпании, как «Бритиш эйруэйз», КЛМ, «Люфтганза», а САБЕНА, ТВА и др. понесли более серьезные потери, а «Пан Америкэн» объявила о своем банкротстве. В большом проигрыше оказались и те европейские авиакомпании, правительства которых поддались давлению США и приняли их политику «открытого неба». САБЕНА в 2002 году объявила о своем банкротстве. Обанкротилась и авиакомпания Свиссэйр.

Основными перевозчиками на североатлантическом рынке являются 33 авиакомпании. На долю перевозчиков из Северной Америки (США и Канада) приходится 49,2% североатлантических перевозок, тогда как на долю 21 европейской компании – около 50%. Таким образом,

американские компании сумели завоевать половину североатлантического рынка. Первой среди них была «Транс уорлд эйрлайнз», которая перевозила на этом рынке более 3,7 млн. пассажиров и предлагала свыше 5 млн. пассажирских кресел. Наибольший коэффициент коммерческой загрузки из всех американских компаний – у компании «Тауэр эйр» (80,7%) при среднем коэффициенте для всех американских компаний в 67,9%.

Из европейских перевозчиков на североатлантическом рынке на первом месте стоит «Бритиш эйруэйз», которая перевозит более 2 млн. пассажиров и предлагает около 3 млн. кресел. На втором месте стоит западногерманская «Люфтганза» - около 1,2 млн. пассажиров при располагаемой пассажироместимости почти 1,7 млн. кресел.

Как мы уже показали, североамериканские перевозчики фактически господствуют на рынке Северной Атлантики. Дело в том, что снижение потока пассажиров из США в Европу не так болезненно сказалось на американских авиакомпаниях, как на их европейских конкурентах, поскольку основным генератором доходов для большинства американских компаний является их внутренний рынок, тогда как для европейских основным является рынок перевозок через Северную Атлантику.

Экспансия американских компаний на североатлантическом рынке продолжается. Американские авиакомпании проявляют интерес в освоении новых североатлантических маршрутов в пункты Европы. В некоторых случаях они идут на расширение сети маршрутов, даже не имея твердой уверенности в немедленном увеличении объема перевозок.

Чтобы противостоять экспансии, Европейские а/к начали объединять свои усилия. Примеры коммерческой кооперации и альянсов не являются новинкой в отношениях между авиакомпаниями. Интересным является то, что правительства Великобритании, Бельгии и Голландии поступились

традиционными понятиями «национальных перевозчиков» и дали разрешение на такую кооперацию.

Еще дальше по пути кооперации пошла скандинавская авиакомпания SAS, предложив создать с компанией САБЕНА совместное предприятие для трансатлантических перевозок. SAS провела также переговоры с авиакомпаниями «Финнэйр» и «Остриэн эйрлайнз» о подключении к этому предприятию. Процесс коммерческой кооперации между авиакомпаниями перерастает в концентрацию производства. По мнению председателя совета директоров SAS, дальнейшая либерализация в Европе приведет к созданию нескольких наднациональных авиационных консорциумов, которые не только смогут противостоять американским компаниям, но и будут доминировать на этом рынке. Это еще раз красноречиво говорит о том, что борьба за освоение трансатлантического рынка будет обостряться и в дальнейшем.

Транстихоокеанский рынок и другие рынки авиационных перевозок. К транстихоокеанскому относится рынок воздушных перевозок между странами Азиатско-Тихоокеанского региона и Северной Америкой.

Транстихоокеанский рынок международных воздушных перевозок является третьим по величине из региональных рынков по объему перевозок (после североатлантического и внутриевропейского рынков). Пассажирские перевозки между пунктами в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Северной Америкой ежегодно превышают 18 млн. человек. Среднегодовой прирост пассажирских перевозок здесь составляет до 13%. По средней дальности перевозок этот регион занимает первое место в мире.

Основная борьба за перевозки на этом рынке развернулась между авиакомпаниями США и Японии. Японская сторона на всех двусторонних переговорах с США ставит во главу угла существующий дисбаланс перевозок в пользу американских авиакомпаний. По мнению японцев,

дисбаланс особенно усилился, когда авиакомпания «Юнайтед эйрлайнз» приобрела транстихоокеанские линии обанкротившейся «Пан Америкэн» и начала активно их расширять. «Юнайтед эйрлайнз» увеличила частоту своих полетов до 56 рейсов в неделю на 14 различных маршрутах между США и Японией по сравнению с 33 рейсами на 11 маршрутах, которые раньше эксплуатировала «Пан Америкэн». Естественно, что такая экспансия со стороны американских компаний не устраивает японских перевозчиков.

Чтобы как-то компенсировать дисбаланс перевозок, ДЖАЛ начала вести переговоры с несколькими американскими авиакомпаниями с широкой сетью внутренних авиалиний о сотрудничестве в обеспечении транзитных перевозок через пункты в США. Задача японской компании – найти среди американских компаний партнера по совместным перевозкам, что обеспечило бы успех в конкурентной борьбе с «Юнайтед эйрлайнз». Из американских авиакомпаний по меньшей мере пять перевозчиков высказали желание участвовать в транстихоокеанских перевозках, среди них даже такая компания, как «Федерал экспресс», которая раньше занималась только перевозкой мелких партий грузов, но затем с помощью скупки акций авиакомпаний превратилась в крупного международного перевозчика.

Обострилась конкурентная борьба за транстихоокеанские перевозки и между японскими авиакомпаниями. Кроме ДЖАЛ право выполнять международные перевозки получили еще две японские авиакомпании – «Ол-Ниппон эйруэйз» (АНА) и «Джапэн Эйр сервис» (ДЖАС). АНА начала выполнять перевозки между Токио и Гуамом на широкофюзеляжных самолетах, а также перевозки из Токио в Лос-Анджелес и Вашингтон на самолетах повышенной дальности «Боинг-747СП». Третья по величине японская авиакомпания ДЖАС, выполнявшая ранее внутренние перевозки, также добилась разрешения на

международные перевозки между Японией и Гонолулу и другими пунктами.

Американская сторона добивается для своих авиакомпаний уступок у японских властей по расширению грузовых и чартерных перевозок, но они пока не соглашаются на расширение коммерческих прав американских конкурентов, охраняя интересы своих перевозчиков.

Из всего объема транстихоокеанских перевозок 40% составляют перевозки, начинающиеся в США, главным образом в штатах Калифорния, Нью-Йорк, Иллинойс, Техас, Вашингтон, Флорида, Мичиган, Миннесота, Гавайи, а также в федеральном округе Колумбия (город Вашингтон). Во все эти пункты авиакомпания «Норсуэст» выполняет беспосадочные или всего с одной промежуточной посадкой полеты, что является наиболее привлекательным для пассажиров. В общей сложности «Норсуэст» уже сейчас имеет более 20% транстихоокеанского рынка перевозок между Японией и США. Ее основной конкурент – авиакомпания «Юнайтед эйрлайнз» - выполняет 70 транстихоокеанских рейсов в неделю и предлагает 36 тыс. пассажирских мест. «Норсуэст» хотя и выполняет только 62 рейса в неделю, но зато предлагает 50 тыс. пассажирских мест. Чтобы «побить» своего основного конкурента, «Норсуэст» предполагает в ближайшем будущем ввести в действие на транстихоокеанских линиях сверхзвуковой пассажирский самолет второго поколения «Восточный экспресс». Компания уже прорабатывает с НАСА вариант создания сверхзвукового самолета на 330 пассажиров для полетов со скоростью 5М.

Примером степени насыщенности рынка авиаперевозок Азиатско-Тихоокеанского региона и его освоения различными авиакомпаниями может служить один из наиболее насыщенных международных аэропортов региона – Куала-Лумпур. Полеты в Куала-Лумпур или через него выполняют 26 авиакомпаний. Наибольшая доля рынка (51%) приходится на национальную авиакомпанию Малайзии – МАС. На втором месте стоит

Сингапурская СИА – на ее долю приходится 29,7% рынка пассажирских перевозок. Остальные авиакомпании имеют долю, не превышающую 2,5%. Доля российской авиакомпании Аэрофлот на этом рынке составляет менее одного процента.

Другими конкурентами американским и японским авиакомпаниям на транстихоокеанских линиях являются авиакомпании «Квонтас» (Австралия), СИА (Сингапур), «Кориэн эйр» (Южная Корея), «Кэтэй Пасифик» (Гонконг), «Тай интернэйшнл» (Таиланд), ПАЛ (Филиппины), «Эйр Нью-Зилэнд» (Новая Зеландия) и другие более мелкие авиакомпании, которые держатся в конкурентной борьбе на этом рынке лишь за счет дотаций государств, из-за престижных соображений, стремясь «показывать свой национальный флаг», выполняя полеты в США, добавляя и без того избыточные провозные емкости на этом рынке.

Рассматривая конкурентную борьбу на транстихоокеанском рынке, не следует упускать из виду и тот факт, что она направлена не только исключительно против американских и японских авиакомпаний. Не менее ожесточенная борьба идет между самими азиатско-тихоокеанскими авиакомпаниями. Так, новозеландская авиакомпания «Эйр Нью-Зилэнд» принимает все меры к тому, чтобы не допустить в свою страну австралийскую компанию «Ансетт», которая в свою очередь, воспользовалась провозглашенной правительством Новой Зеландии политикой дерегулирования, поглотила внутреннюю новозеландскую авиакомпанию «Ньюмаас эйрлайнз» и получила таким образом доступ на внутренний рынок Новой Зеландии. «Эйр Нью-Зилэнд», в свою очередь, пытается получить доступ на внутренний рынок Австралии, установив более тесный контакт с внутренней австралийской компанией «Транс Острэлиа эйрлайнз» (ТАА), а также приобретя 50% акций австралийской туристической фирмы «Джетсет». Однако прямого доступа на внутренний рынок Австралии она так и не получила.

Помимо названных компаний в борьбе за транстихоокеанские перевозки «Эйр Нью-Зилэнд» приходится конкурировать еще с такими «китами», как «Юнайтед», «Континентл», которые постоянно увеличивают свои провозные емкости, а также с «Кэнэдиэн Эрлайнз Интернэшнл». Единственная надежда выжить в «войне тарифов» на транстихоокеанском рынке, которая остается у новозеландской авиакомпании, - это надежда на то, «что тарифные войны когда-нибудь будут запрещены вообще».

Из других рынков наиболее быстро развивается целый ряд межрегиональных рынков. Ежегодный прирост пассажирских перевозок по ним составляет 5,5%. Наибольшей среднегодовой прирост происходил в перевозках между Северной и Южной Америкой (нижней частью) – около 9% в год. Наименьший прирост – около 6% - внутри региона Южной Америки.

Прогноз развития рынков показывает, что из межрегиональных рынков наиболее быстро развивающимся в 2000-х годах будет рынок авиационных перевозок между Западной Европой (странами – членами ЕС) и Юго-Восточной Азией. Здесь ежегодный прирост пассажирских перевозок оценивается в 13%. Наибольшей популярностью среди авиакомпаний на этом рынке пользуются перевозки в Сингапур и Таиланд. За ними следуют Сингапур и Мавритания, среднегодовой рост, у которых превышает 9%. Последними в десятке помещены США, хотя, по оценкам ИАТА, фактически они занимают 14-е место. Это еще раз подтверждает выдвинутое против США обвинение других стран в том, что США, проводя политику «открытого неба», стремятся «открыть» чужое небо для своих авиакомпаний и как можно плотнее «закрывать» свое для иностранных авиакомпаний.

Внутриевропейский рынок относится к самым концентрированным рынкам международных воздушных перевозок. Это – континентальная Европа и прилегающие к ней острова, а также Средиземноморские страны

Ближнего Востока и Северной Африки. Рынок характеризуется наиболее плотным воздушным движением, высокими расходами по выполнению международных перевозок и, отсюда, наиболее высокими тарифными ставками.

Характерной особенностью внутриевропейского рынка является то, что здесь почти половину всех пассажирских перевозок (45,7%) составляют нерегулярные перевозки, а в отношении выполненных пассажиро-километров доля нерегулярных пассажирских перевозок приблизилась к 56%. Этот феномен объясняется тем, что в Европе действуют 13 крупнейших чартерных перевозчиков; кроме того, свыше 10 регулярных авиакомпаний специализируются на чартерных перевозках. Основной пассажиропоток на чартерных рейсах составляет поток туристов из стран Северной Европы в страны Южной Европы и Средиземного моря. Среднегодовой прирост пассажирских перевозок нерегулярными рейсами на этом рынке составляет 10,1%, тогда как прирост регулярных перевозок – только 7,5%.

Таким образом, основной особенностью конкуренции на рынке внутриевропейских перевозок является борьба за пассажиров между регулярными и чартерными авиакомпаниями, которая идет с переменным успехом.

Мы уже показывали, что воздушный транспорт Западной Европы подвержен процессам либерализации, приватизации и межнациональной кооперации авиакомпаний. Здесь раздаются даже голоса о необходимости слияния региональных европейских авиакомпаний в крупные наднациональные авиакомпании. Однако пока процесс либерализации не утвердился прочно в международном воздушном транспорте региона, поэтому работники западноевропейских авиакомпаний не в такой мере испытали «блага» либерализации в социальном плане, как их американские коллеги, подвергшиеся массовым увольнениям с начала

проведения политики дерегулирования. Дело в том, что европейские авиакомпании в большинстве своем являются государственными и их профсоюзы имеют более сильные позиции, чем у американских компаний.

Конечно, и в отдельных европейских авиакомпаниях были и увольнения персонала («Бритиш эйруэйз»), например, сократила свой персонал на 17 тыс., и замораживание заработной платы, однако они не приобрели такого размаха, как в США. Тем не менее, с обострением конкурентной борьбы на рынках сокращение персонала и урезание заработной платы будут иметь место и в дальнейшем, так как авиакомпании будут принимать все меры для выживания. Кроме того, более жесткие условия конкурентной борьбы требуют от авиакомпаний крупных капиталовложений, которые не все авиакомпании могут получить в виде государственной дотации. Это, а также общая волна приватизации стали главными причинами возобладавшей тенденции денационализации и приватизации государственных авиакомпаний.

Рынок перевозок между Западной Европой и Дальним Востоком является важнейшим межрегиональным рынком. Перевозки на этом рынке осуществляются по трем маршрутам: южному (через Ближний Восток), кросс-полярному (через Северный полюс) и транссибирскому (ТСМ). Последние (через воздушное пространство РФ) являются кратчайшими и наиболее экономичными путями. Полеты по ТСМ начались в апреле 1970 года из Парижа и Лондона в Токио с посадкой в Москве. Вначале перевозки осуществлялись только четырьмя авиакомпаниями – Аэрофлотом, «Эр Франс», «Бритиш эйруэйз» и ДЖАЛ. Затем к перевозкам по ТСМ присоединились другие европейские авиакомпании, такие как САС, «Люфтганза», а также КЛМ, САС, «Свиссэр», «Алиталиа», «Ибериа», «Остриэн» и др.

За последние годы значительно возрос объем авиаперевозок, увеличилась интенсивность движения. Начиная с 1986 года часть рейсов

на ТСМ выполняется без посадки в Москве, что сокращает продолжительность полета более чем на 4 часа и является наиболее удобным для пассажиров.

После слияния «Бритиш эйруэйз» и «Бритиш Каледониэн» второй британской компанией, изъявившей желание летать на этом рынке, стала «Вирджин Атлантик». Это свидетельствует о том, что полеты между Западной Европой и Дальним Востоком по кратчайшему транссибирскому маршруту становятся все более привлекательными для многих авиаперевозчиков.

Важнейшей составной частью рынка перевозок Западная Европа - Дальний Восток являются перевозки в Южную Корею по ТСМ. По этому маршруту перевозки осуществляют Аэрофлот, «Кориэн эйр» и другие авиакомпании.

Итак, мы рассмотрели основные рынки международных воздушных перевозок, какими являются североатлантический, транстихоокеанский, транссибирский, внутриевропейский и др. Основной особенностью этих рынков, как и всех других рынков, является наиболее острая конкурентная борьба за привлечение коммерческой загрузки, которая ведется не только между авиакомпаниями, но и все больше вовлекает государства, стремящиеся защитить интересы национальных авиакомпаний.

Ш. Конъюнктура мирового рынка авиационных перевозок.

Наряду с состоянием макроэкономики важную роль в рыночной системе авиакомпаний играет состояние конъюнктуры мирового рынка воздушного транспорта. Авиакомпании должны уделять самое серьезное внимание изучению и прогнозированию конъюнктуры мирового рынка авиаперевозок, так как риск, связанный с падением спроса на воздушные перевозки в мире весьма велик: он сопряжен с крупными финансовыми затратами и в отдельных случаях может даже привести и уже нередко

приводил к финансовому краху отдельных авиакомпаний. Как пример можно привести ошибки в прогнозировании мирового рынка воздушного транспорта, допущенные крупнейшими авиакомпаниями, и связанные с ними избыточные закупки широкофюзеляжных самолетов, которые привели к избыточному предложению самолето-кресел на многих авиалиниях. Самолеты этих авиакомпаний на большинстве трансатлантических и транстихоокеанских линий совершали полеты с большой недогрузкой. Многие авиакомпании оказались на грани разорения, а такие гиганты, как американские «Пан Америкэн», «Истерн», ТВА и др. обанкротились. Здесь следует отметить, что прогнозирование конъюнктуры мирового рынка авиационных перевозок ведущими экономистами западных авиакомпаний имеет одну общую принципиальную ошибку – не учитывается циклический характер колебаний конъюнктуры мирового хозяйства. Они всячески стараются подчеркнуть случайный характер конъюнктурных колебаний, отсутствие в них внутренней закономерности. Так, не был учтен кризисный цикл 70-х годов и совпавший с ним топливно-энергетический кризис, также как и кризисы 1980-1982гг., 1989-1993 гг. 2001-2002гг. и др.

1. Определения конъюнктуры.

Цели и задачи заграничных представительств по изучению конъюнктуры рынка.

Определение конъюнктуры как экономической категории до сих пор не нашло единой трактовки. Мы предлагаем определение понятия конъюнктуры применительно к рынку мировых авиационных перевозок как совокупность факторов и условий, взятая в их взаимной связи и дающая представление о состоянии рынка авиационных перевозок в данный момент времени.

Понятие «конъюнктура» пришло в экономическую литературу исторически вместе с появлением и формированием товарного рынка. Первоначально это понятие использовалось лишь для определения наиболее характерной черты рынка – соотношения спроса и предложения. Еще К.Марс использовал понятие «конъюнктура» в своих трудах для характеристики рыночного проявления отдельных экономических законов капитализма, увязывая его с конкретными процессами экономики, представляя конъюнктуру как внешнее проявление внутреннего процесса производства.

Конъюнктура рынка формируется под воздействием многих факторов и условий, определяющих развитие товарных рынков, взятых в их диалектическом единстве. Основной чертой конъюнктуры мирового рынка является наличие постоянных колебаний и дисгармоний, вызываемых как краткосрочными, так и долгосрочными факторами. «Эти дисгармонии мирового рынка, - как указывал К. Марс, - являются лишь последним адекватным выражением тех дисгармоний, которые фиксируются как абстрактные отношения в экономических категориях и которые в своем минимальном масштабе обладают тем или иным локальным существованием».

По определению экономиста А.А. Горячева конъюнктура разделяется на общехозяйственную, когда определяется состояние всего мирового хозяйства, и товарную или рыночную конъюнктуру, когда анализируется существующее положение на товарных рынках, выделяемых в соответствии с отраслевой классификацией. В соответствии с этой классификацией, конъюнктура рынка авиационных перевозок может быть отнесена к товарной или рыночной конъюнктуре.

Следует отметить, что изучение конъюнктуры рынка международных авиационных перевозок, как правило, ведут отдельные авиакомпании, имея узкую практическую увязку с интересами данной

авиакомпаний. При этом специалисты авиакомпаний в большинстве случаев часто эмпирически подходят к анализу и прогнозу конъюнктуры, подменяя качественные явления в исследовании внутренних закономерностей конъюнктуры выявлением внешних количественных соотношений для практического использования. В процессе анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка авиакомпаний учитывают все основные факты, влияющие на формирование спроса на воздушные перевозки, - политические, социально-экономические, демографические, научно-технические, географические и т.д.

Анализ конъюнктуры рынка проводится как по отдельным местным рынкам, так и по региональным рынкам с тем, чтобы выявить состояние конъюнктуры во всех интересующих авиакомпанию географических районах, а также в мировом масштабе в целом. Оценка состояния конъюнктуры рынка воздушных перевозок выдается в виде состояния рынка на определенное время, а также в виде краткосрочных и долгосрочных прогнозов.

Изучение потенциальных возможностей компаний – конкурентов на данных рынках авиаперевозок проводится с целью выявления условий конкуренции, определяемых стихийным характером взаимодействия между авиакомпаниями, а также другими видами транспорта, действующими на данном рынке. Изучение деятельности и оценка потенциальных возможностей авиакомпаний – конкурентов на данном рынке проводится различными способами, такими, как анализ коммерческой статистики перевозок различными транспортными компаниями и фирмами, выявление финансовых и технических возможностей компаний, их кредитоспособности, анализ расширения транспортного производства в исследуемом регионе и т.д. Эти данные могут быть получены следующими способами: 1) получены из различных открытых источников, в частности, статистических сборников ИКАО, 2)

куплены у специальных фирм, которые за определенную плату могут представить данные по любой компании. При этом в практике западных компаний не исключаются возможности и 3-го способа – прямого экономического шпионажа для получения интересующих данных о деятельности конкурентов. Полученные такими способами данные заносят в специальные досье, которые ведутся на каждую транспортную компанию – конкурента на данном рынке.

Для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка авиационных перевозок используются различные методы, на которых мы остановимся ниже.

Основными задачами изучения заграничными представителями рынка международных воздушных перевозок, как и целями всех конъюнктурных исследований авиакомпаний, являются выявление и освоение рынка.

Выявление рынка заключается в определении спроса и предложения, т.е. ответа на два главных вопроса: 1) где имеется спрос на перевозки, каков этот спрос в данный момент и каков прогнозируемый потенциальный спрос; 2) какова степень удовлетворения спроса на перевозки регулярными и нерегулярными авиакомпаниями, а также другими видами транспорта.

Освоение рынка состоит в разработке и осуществлении мероприятий по формированию спроса на перевозки данной авиакомпанией и его удовлетворению на конкретном рынке страны пребывания. Сложность решения задачи по освоению рынка заключается в том, что в настоящее время практически все региональные рынки поделены между ведущими авиакомпаниями, главенствующими на том или ином рынке, и авиакомпания, вступающая на рынок, должна реально представлять, на какую долю перевозок на данном рынке она может претендовать в данный момент и каковы шансы на ее успех в конкурентной борьбе с другими авиакомпаниями и другими видами транспорта в перспективе.

Изучение рынка международных воздушных перевозок и прогнозирование его конъюнктуры позволяет установить, между какими парами пунктов целесообразно начать воздушные перевозки и какие располагаемые провозные мощности (емкость и частота движения) будут оптимальными на данном этапе и в перспективе. Ответ на эти вопросы может дать системный анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка международных воздушных перевозок.

2. Методы анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка международных воздушных перевозок.

Многолетнее изучение коммерческой деятельности крупнейших авиакомпаний позволило выявить методы, которыми пользуются в мировом воздушном транспорте для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка международных воздушных перевозок. Основные из этих методов – это факторный анализ, структурный анализ, метод «опроса экспертов», метод «глубокого интервью», метод «проектора», метод «чартов», методы «экстраполяции», метод «кластерного анализа» и др.

Факторный анализ. Для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка авиакомпании определяют основные конъюнктурообразующие факторы, влияющие на формирование спроса и развитие авиаперевозок. К ним относятся демографические, политические, экономические, социальные, географические и другие факторы, такие как численность и подвижность населения, его социальная структура, национальные особенности и традиции, средний доход на душу населения, политика государства в области туризма, авиационного и других видов транспорта, скорость и комфорт самолетов конкурентов на данной авиалинии. От выбора главных конъюнктурообразующих факторов и разумности сделанных при этом условных допущений зависит качество определения состояния рынка и достоверность прогнозов его развития.

Как известно, динамика конъюнктуры любого рынка определяется диалектическим сочетанием многих факторов. Необходимо учитывать многообразие форм проявления этих факторов в конъюнктурных условиях рынка. После выявления основных конъюнктурообразующих факторов должен производиться анализ всех аспектов формирования конъюнктуры и в их функциональном и системном сочетании.

В процессе факторного анализа формируется «банк данных» и определяются корреляционные связи между динамикой авиаперевозок и такими факторами, как прирост численности, миграция населения, региональное распределение населения и тенденции к изменению регионального распределения, географическое положение и климатические условия региона, национальный доход государства региона, способы государственного регулирования различных видов транспорта, в том числе авиационного, и рядом других факторов.

Структурный анализ. Важной характеристикой рынка является его структура. Всякий рынок авиационных перевозок по структуре состоит из двух взаимодействующих и взаимовлияющих рынков – внутреннего и внешнего. Внутренний рынок определяется спросом на перевозки, которые тяготеют к району, непосредственно обслуживаемому данной авиалинией. Внешний – это рынок, находящийся за пределами внутреннего рынка, но на котором также формируется спрос на перевозки на данной линии.

Для проведения структурного анализа необходимо, прежде всего, определение показателей, характеризующих состояние рынка воздушных перевозок и его конъюнктуры. Под показателями конъюнктуры понимается совокупность множества параметров рыночной системы, которые являются внешним проявлением внутренних процессов, характеризующих качественное состояние рынка, и могут быть представлены в количественном выражении.

Показателями конъюнктуры рынка воздушных перевозок являются: перевозки по каждому их виду, соотношение располагаемых и фактически выполненных тонно-километров, характеризующиеся средним коэффициентом коммерческой загрузки, перевозки другими видами транспорта, средние цены на воздушные перевозки, характеризующиеся соотношением нормальных и льготных тарифов, отправки пассажиров всеми видами транспорта, количество выданных виз, динамика прироста объема перевозок, коэффициенты занятости пассажирских кресел, соотношение регулярных и чартерных перевозок, средняя прибыль перевозчиков и т.д. Количественное определение показателей конъюнктуры дает возможность делать анализ структуры и динамики рынка воздушных перевозок для принятия управленческих решений по коммерческой эксплуатации МВЛ с учетом условий конкретного рынка страны пребывания.

На практике каждая авиакомпания ведет учет перевозок по их видам и на основе анализа статистики перевозок пассажиров, грузов и почты, получаемого на основе обработки купонов авиабилетов и других перевозочных документов, определяет структуру перевозок, которая в определенной мере отражает структуру рынка. Кроме того, анализируются статистические данные о перевозках другими видами транспорта, о выдаче въездных виз, загранпаспортов и т.д. Анализ данных о структуре фактических перевозок, а также других статистических данных позволяет с определенной точностью определить потенциальный рынок, а также судить о состоянии внешнего и внутреннего рынков, тенденциях их изменения и взаимного влияния.

Метод «опроса экспертов» является одним из неформальных методов изучения и прогнозирования рынка. В качестве экспертов выступают руководители и работники коммерческих служб авиакомпаний и специалисты из многочисленных консультационных фирм и научно-

исследовательских институтов, действующих на коммерческой основе. Обработка экспертных анкет производится с помощью ЭВМ. Полученные таким образом результаты анализируются, на их основе делается заключение о конъюнктуре рынка и строится прогноз вероятного спроса на авиаперевозки на данном рынке на ближайший и последующие периоды.

Примером экспертной оценки может быть оценка системы факторов, влияющих на привлечение пассажиров на рейсы авиакомпании в условиях конкуренции на рынке международных воздушных перевозок (табл. 6.). Эксперты присваивают факторам номера в порядке убывания их приоритета, т.е. самый важный с точки зрения данного эксперта фактор будет иметь №1, а каждый менее значительный фактор будет иметь больший номер.

В оценке участвуют до ста экспертов. Полученные оценки обрабатываются методами математической статистики, что позволяет получить вероятностные данные, которые используются в работе авиакомпании по освоению рынка.

Другими неформальными методами изучения и прогнозирования на основе анализа человеческих решений, используемыми для определения потенциального спроса, являются «метод глубокого интервью» и «метод проектора». Эти методы применяются в основном для исследования мотивировки потребителей авиатранспортной продукции, например, почему потребитель предпочитает тот или иной вид транспорта, ту или иную авиакомпанию.

Метод «глубокого интервью» предусматривает долгое незапланированное интервью, в течение которого спрашивающий позволяет опрашиваемому свободно высказывать свое мнение по данному вопросу без прерывания, наводящих вопросов или проявления неудовлетворенности ответом. Спрашивающий только слушает и записывает ответы на магнитофон. Таким образом опрашиваются от 50 до

200 человек. Этот метод требует квалифицированного интервьюера и глубокого анализа ответов.

Таблица 6.

Система факторов, влияющих на привлечение пассажиров на рейсы авиакомпании в условиях конкуренции на рынке международных воздушных перевозок.

Наименование факторов	Номер, присвоенный экспертом
Тариф и фактическая цена перевозки	2
Удобство расписания: время вылета (прилета), частота рейсов, возможность стыковки рейсов в пунктах пересадки и др.	3
Удобство предлагаемого маршрута полета: пункты посадки, суммарное время в пути от пункта отправления до пункта назначения	5
Регулярность полетов	6
Безопасность полетов	1
Удобство приобретения и резервирования билетов – совершенство системы продажи	8
Сервис, обеспечиваемый пассажиру (в полете, в пунктах пересадки, резервирование гостиниц, экскурсий и другие формы)	7
Реклама	9
Репутация («имидж») авиакомпании	4
Прочие факторы (какие)	10

Метод «проектора» заключается в том, чтобы заставить отвечающего направить свои мысли на совершенно безобидную ситуацию или поместить себя на место другого (т.е. спроецировать мысли отвечающего на нейтральный фон) и спросить, как бы он поступил на его месте. В этом случае опрашиваемый, поставив себя в положение постороннего, скорее всего выскажет свои собственные мысли, чувства и соображения. Интервьюер таким образом опрашивает 50, 100, или 200 человек и анализирует их ответы. После этого он делает предварительные обобщения, которые затем подвергаются дальнейшей количественной оценке.

Метод «чартов». Название этого метода пошло от английского слова chart, что означает график. Сущность этого метода заключается в использовании графического анализа динамики отдельных экономических показателей для выявления сложных моментов в их поведении с целью последующего прогнозирования динамики рынка. С помощью метода «чартов» специалисты авиакомпаний могут проанализировать соотношение спроса и предложения с учетом того предположения, что соответствующие графические построения могут определить моменты превышения спроса над предложением, предложения над спросом, а также периоды неустойчивого равновесия.

На рис.2 показан «чарт», на основании которого в качестве примера можно определить соотношение между общими расходами по выполнению рейса, общими доходами от продажи билетов и «нулевой прибылью» при данном спросе на перевозку по указанным тарифам (цены приведены условно).

Данный «чарт» получен путем наложения «чарта» «нулевой прибыли» на кривую спроса. Точка, в которой кривая спроса находится по вертикали в наибольшем удалении от линии общих расходов (в данном примере точка b), показывает максимальную прибыль при продаже по цене оптимального удовлетворения спроса.

Методы «экстраполяции» получили широкое распространение в моделировании и прогнозировании мировых товарных рынков, в том числе и рынка воздушных перевозок. Сущность различных методов экстраполяции заключается в рассмотрении отдельного показателя, одного временного ряда в изоляции от совокупности связанных и ним факторов и параметров. Она базируется на инерционности соответствующих экономических процессов, на сохранении основных закономерностей прошлого в будущем.

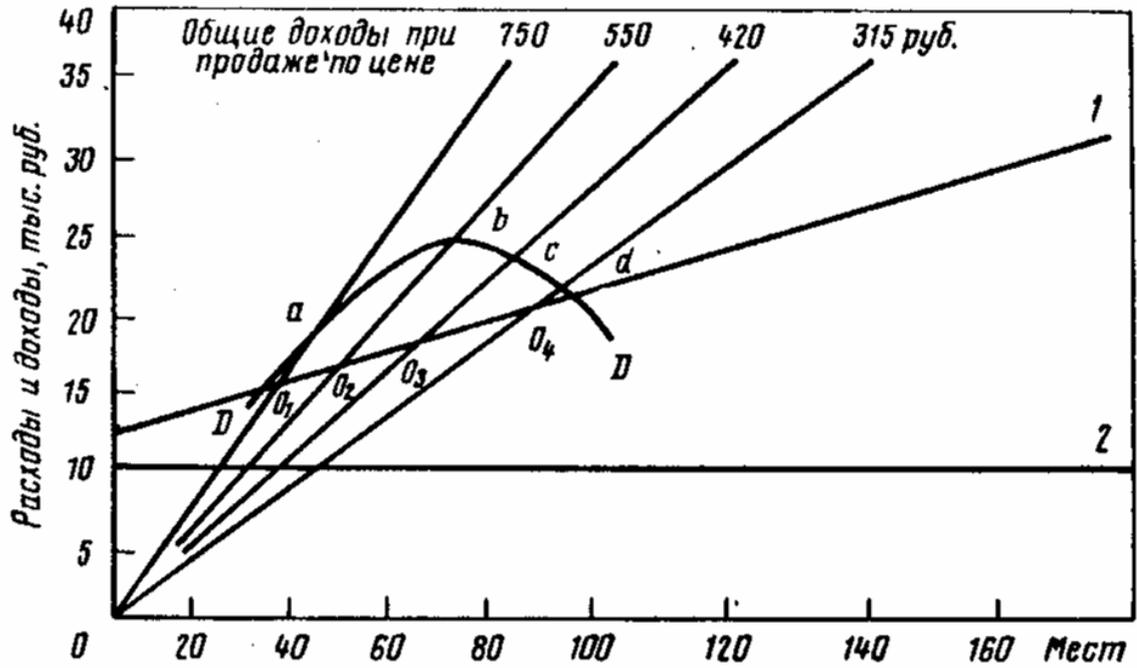


Рис.2 «Чарт» соотношения доходов, расходов и «нулевой прибыли» по выполнению рейса:

1 – общие расходы; 2 – постоянные расходы; DD – кривая спроса; $0_1, 0_2, 0_3, 0_4$ – точки «нулевой прибыли», a, b, c, d – точки удовлетворения спроса при данной цене

Методы экстраполяции применяются в основном для получения прогнозов, непосредственно используемых для принятия соответствующих решений. Преимуществом использования методов экстраполяции в прогнозировании конъюнктуры рынка авиационных перевозок является ограниченный объем необходимых статистических данных, когда отсутствует другая информация, кроме собираемых авиакомпанией статистических материалов.

Наиболее распространенными математическими моделями экстраполяции являются:

- 1) аддитивная модель

$$Y = T + C + S + I;$$

- 2) мультипликативная модель

$$Y = T \cdot X \cdot C \cdot S \cdot X \cdot I,$$

Где Y -прогнозируемый показатель; T -тренд; C - циклическая составляющая; S -сезонная составляющая; I -случайные колебания.

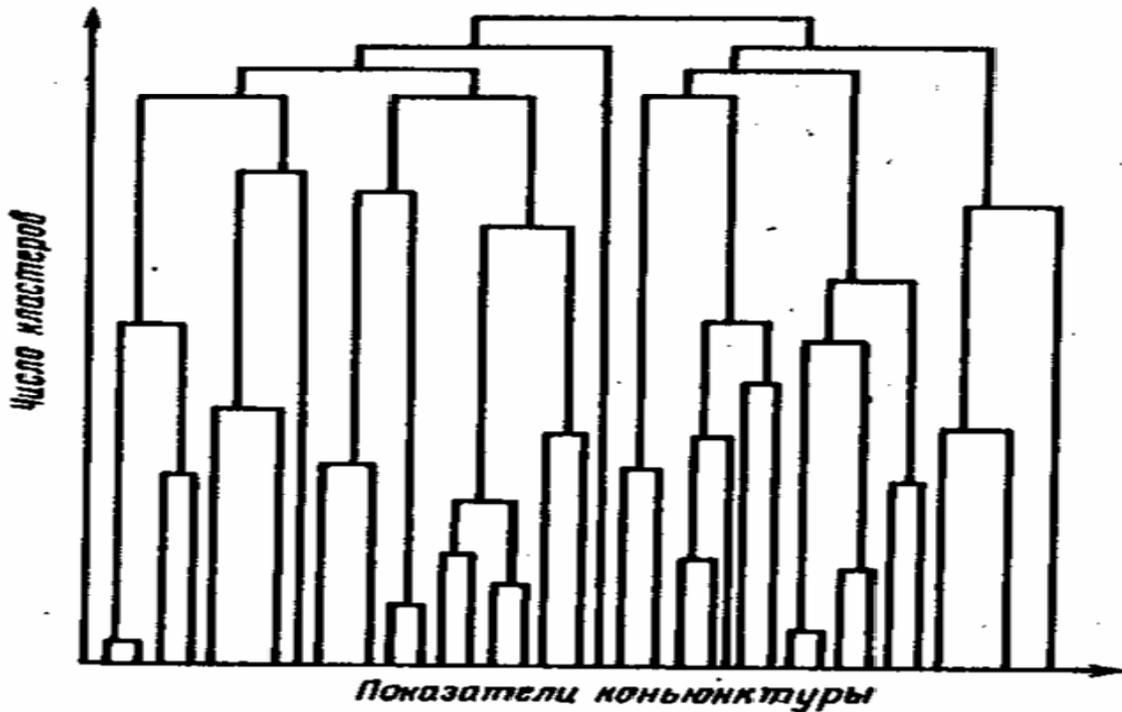


Рис.3 Пример агломеративного иерархического дерева показателей конъюнктуры рынка.

Эти модели применяются авиакомпаниями как для прогнозирования отдельных рынков, так и для определения отдельных показателей мирового рынка авиационных перевозок. Примером модели, применяемой для прогнозирования региональных рынков воздушных перевозок, может служить модель Бьеркмана:

$$T_i = T_8 \left[\frac{Y_i - Y_0}{Y_8 - Y_0} \right]^2$$

Где T_i - пассажиропоток в i -м году; T_8 - пассажиропоток в базовом 8-м году; Y_i - базовый год начала отсчета для прогнозирования; Y_0 - базовый год начала эксплуатации авиалиний с установленной частотой.

Метод «кластерного анализа», или «кластерный метод», является одним из методов многомерного анализа, которые используются для количественных исследований экономических процессов, в том числе конъюнктуры рынка воздушных перевозок.

«Кластерный метод» получил свое название от английского слова cluster, что означает пучок, кисть, куст, рой. Сущность «кластерного метода» заключается в разбивке множества исследуемых объектов или признаков на однородные группы, или «кластеры», чем достигается решение задачи классификации совокупности исходных данных и выявление существующей структуры рынка (рис.3). Достоинство этого метода заключается в том, что он позволяет производить классификацию исследуемых объектов по целевому набору признаков. В отличие от других экономико-математических методов «кластерный анализ» не накладывает никаких ограничений на вид изучаемых ответов, т.е. позволяет анализировать множество исходных данных произвольной природы.

Этот метод получил широкое применение в изучении конъюнктуры мирового рынка воздушных перевозок, когда из-за разнообразных видов, используемых для анализа данных, затрудняется применение других экономических методов. «Кластерный анализ» позволяет сжать большие массивы экономической информации и сделать их более компактными, что в значительной степени повышает эффективность изучения и прогнозирования конъюнктуры рынка авиационных перевозок.

Полученные при помощи перечисленных методов данные систематизируются, формализуются и используются для построения многофакторных экономико-математических моделей рынка и прогнозирования его конъюнктуры.

Анализ различных моделей показывает линейность зависимостей между факторами и зависимой переменной- пассажиропотоком, что

позволило в дальнейшем использовать для прогнозирования пассажирских перевозок регрессионные линейные по параметрам модели. Общий вид такой регрессионной модели может быть представлен так:

$$Y_i = X_i B + E_i$$

Где Y_i – зависимая переменная или ее функция; X_i – вектор-столбец сопутствующих факторов или их функций; B – коэффициент пропорциональности, подлежащий определению; E_i – остаточные возмущения.

Такие регрессионные модели, в частности, используются при разработке долгосрочных прогнозов пассажиропотоков по авиалиниям. Аналогичные модели могут быть построены и для прогнозирования грузопотоков. Что касается моделей для прогнозирования мирового рынка авиационных перевозок в целом, то их пока ни в отечественной, ни в зарубежной литературе нет. Существуют лишь отдельные рыночные модели, например модель поведения потребителей, модель рыночного спроса, вероятностная модель потерь, ценовая модель спроса и предложения и др., которые после соответствующей доработки могут быть применены к прогнозированию конъюнктуры рынка международных воздушных перевозок.

В соответствии с полученными данными о потенциальных возможностях, состоянии конъюнктуры рынка и ее прогнозах, а также данными о компаниях-конкурентах авиакомпания может сделать выводы о емкости рынка и степени его освоения. Далее авиакомпания производит планирование объемов собственных перевозок. На основе анализа величины неудовлетворенного спроса по объему и видам перевозок, а также собственных технических и финансовых возможностей авиакомпания разрабатывает план мероприятий по освоению исследуемого рынка. В соответствии с прогнозируемой емкостью рынка авиакомпания

планирует необходимую для удовлетворения спроса частоту рейсов и располагаемые емкости самолетов.

Изучение альтернативных видов транспорта на данном рынке производится с точки зрения изыскания возможностей переключения перевозок с других видов транспорта на воздушные перевозки рейсами данной авиакомпании. Для этой цели используются различные методы убеждения в преимуществах перевозки воздушным транспортом. Одним из методов убеждения является стоимостной анализ издержек при перевозках различными видами транспорта. При этом в расчет должны приниматься не только издержки, включающие цену непосредственно за транспортные услуги, но и так называемые дисбурсментские расходы, связанные с перевозкой другими видами транспорта. Это – расходы и потери, вытекающие из увеличения времени доставки груза, затраты на более дорогую упаковку, дополнительные складские и другие расходы по хранению, возможные потери рынков сбыта в связи с увеличением времени доставки и др.

При выборе вида транспорта для перевозки грузов, например, рассматриваются четыре решающих фактора: условия договора купли-продажи, характеристики товара (скоропортящийся, крупногабаритный и т.д.), общее время доставки с учетом качества транспортных и сопутствующих услуг и общий размер отправок. Последовательность действия факторов, влияющих на выбор вида транспорта, приведена на рис.4 Основными конкурентами воздушному транспорту при решении вопроса о выборе перевозчика являются морской, железнодорожный и автомобильный транспорт.

Морской транспорт характеризуется относительно высокими затратами по содержанию портов, что ограничивает его конкурентоспособность на коротких маршрутах. Однако при перевозках на дальние расстояния морской транспорт отличают наиболее низкие

удельные затраты на 1ткм по сравнению с другими видами транспорта. По сравнению с морским транспортом на воздушном транспорте как наиболее скоростном и дорогостоящем преимущество в скорости возрастает с увеличением расстояния, однако увеличиваются и издержки перевозки, так как эксплуатационные затраты на морском транспорте снижаются по мере удлинения маршрута в значительно большей степени, чем на воздушном транспорте.



Рис. 4. Системный анализ факторов, влияющих на выбор вида транспорта при грузовых перевозках.

Железнодорожный транспорт характеризуется наиболее высокой долей, приходящейся в общей величине эксплуатационных расходов на затраты по содержанию путей сообщения и постоянных устройств. Кроме того, маршруты перевозок этим видом транспорта ограничены и предопределены существующими магистралями. Несмотря на сравнительно невысокий уровень издержек перевозки больших партий грузов полными отправлениями по магистральным линиям, этому виду транспорта в большей мере свойственны проблемы эксплуатационного порядка, что нередко приводит к задержкам в доставке грузов.

Автомобильный транспорт имеет наиболее высокие эксплуатационные расходы, не считая воздушного транспорта, однако затраты на содержание постоянных устройств сравнительно невелики, что обеспечивает этому виду транспорта достаточно высокую конкурентоспособность при перевозках на короткие расстояния. Наибольшая гибкость этого вида транспорта в отношении возможности выбора маршрута перевозки обеспечивает ему главенствующую роль в качестве средства доставки грузов непосредственно получателю.

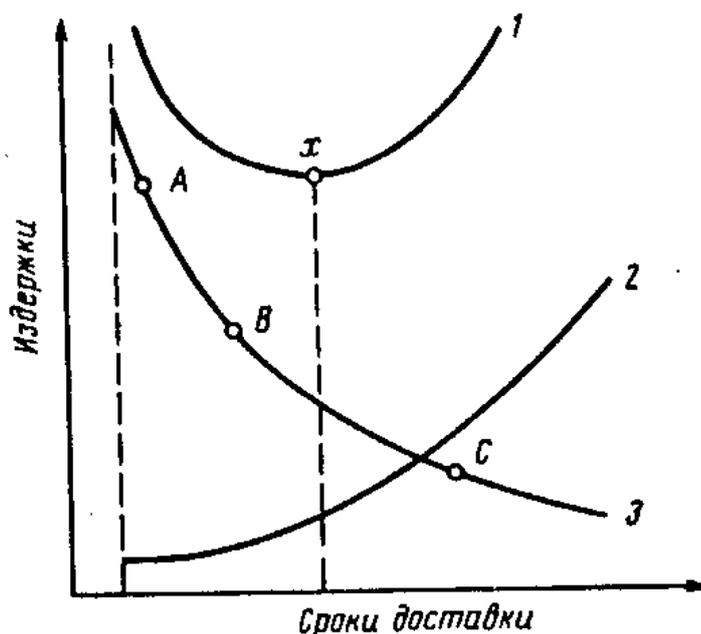
По сравнению с этими видами транспорта удельные издержки перевозки на воздушном транспорте резко снижаются по мере увеличения расстояния, и на протяженных маршрутах воздушный транспорт становится вполне конкурентоспособным по отношению к автомобильному и железнодорожному транспорту, а учитывая скорость доставки, и к морскому транспорту.

Издержки перевозок различными видами транспорта наряду с расстоянием отправок зависят также от объема отправок. Однако в принятии решения о выборе транспорта во внимание принимаются не только затраты на перевозку, но и срок доставки, от которого зависят также возможные потери от нереализованных сделок. А эти факторы как раз и имеют решающее значение при выборе воздушного транспорта.

На рис. 5 приведен в качестве примера метод «чартов» при выборе средства транспорта.

Рис.5 «Чарт» зависимости между издержками перевозок и сроками доставки груза при различных видах транспорта:

А – транспорт А; В – транспорт В;
С – транспорт С; 1 – суммарные издержки от перевозок и упущенной выгоды; 2 – потери от упущенной выгоды; 3 – издержки от перевозки



Транспорт А обеспечивает самые короткие сроки доставки, но характеризуется наиболее высокими издержками для отправителя, тогда как вид транспорта В дает меньшие затраты, однако увеличивается продолжительность доставки. Вид транспорта С дает минимальные затраты на перевозку, но наибольшую продолжительность доставки, чем увеличиваются потери от упущенной выгоды от нереализованных сделок. С учетом этих факторов наиболее подходящий вид транспорта определяется точкой X на «чарте», в которой общая величина издержек перевозки и потерь от нереализованных сделок является минимальной.

Основой для принятия решений, касающихся выбора вида транспорта, служит анализ альтернатив, который производится с помощью ЭВМ.

Таким образом, анализ всех составляющих затрат на транспортировку с учетом потерь от упущенной выгоды при перевозках

альтернативными видами транспорта может дать преферентное решение в пользу воздушного транспорта.

Учитывая то, что перевозка различных грузов может осуществляться по тарифам «корейт», затраты на перевозку воздушным транспортом будут сравнительно небольшими и величина эффекта от передачи грузов на воздушным транспорт на данной линии будет составлять внушительную сумму.

Подобные расчеты должны приниматься во внимание как при работе заграничных представительств с внешнеторговыми организациями по перенацеливанию перевозок с других видов транспорта на воздушный, так и в работе с агентами и клиентурой по привлечению загрузки на рейсы авиакомпании.

Изучение возможностей авиакомпаний-конкурентов, а также альтернативных видов транспорта на рынке страны пребывания поможет более успешно вести конкурентную борьбу за освоение рынка и позволит заграничному представительству увеличить коммерческую загрузку рейсов.

3. Особенности изучения региональных рынков.

Основными региональными и межрегиональными рынками (в соответствии со структуризацией ИАТА) являются: Северная Атлантика, Средняя Атлантика, Южная Атлантика, Европа – Африка, Европа – Ближний Восток, Азия – бассейн Тихого океана, Дальний Восток – Европа, Азия – бассейн Тихого океана – Северная Америка, Тихоокеанский Север – средняя часть Тихого океана, Южно – Тихоокеанский рынок и др.

Ввиду того, что региональный рынок перевозок Азия - бассейн Тихого океана является наиболее быстро развивающимся и представляющим несомненный интерес для развития МВЛ российских авиакомпаний, рассмотрим его в качестве примера изучения региональных рынков.

В регионе Азия - бассейн Тихого океана наибольший интерес представляет межрегиональный рынок Дальний Восток – Европа. Особенностью этого рынка является преобладание авиационных маршрутов большой протяженности с одной и более промежуточными посадками. В основу изучения рынка положены изменения показателей конъюнктуры за 10-летний период.

В состав региона включаются: Япония, Корея, КНР, Таиланд, Малайзия, Сингапур, Индонезия, Филиппины, Гонконг, Австралия, Новая Зеландия и острова Тихого океана. Всего в регионе насчитывается около 70 авиакомпаний.

Но основные воздушные перевозки в данном регионе осуществляют авиакомпании ДЖАЛ (Япония), «Тай интерэшнл» (Таиланд), ПАЛ (Филиппины), МАС (Малайзия), СИА (Сингапур), «Катай пасифик» (Гонконг), «Гаруда Индонезиа эруэйз» (Индонезия); КАЛ (Южная Корея), «Чайна эруэйз» (Тайвань), «Квонтас» (Австралия), «Эр Нью-Зилэнд» (Новая Зеландия), «Эр Вануату» (Вануату), «СПИ эруэйз» (острова в Южной части Тихого океана) и др. Кроме того, перевозки в этот регион осуществляют авиакомпании из других регионов, среди них: «Эр Ланка» (Шри Ланка), «Эр Индия» (Индия), «Ройал Бруней эрлайнз» (Бруней), «Ройал Непал» (Непал), «Саудиа» (Саудовская Аравия), ПИА (Пакистан) и др. Из европейских авиакомпаний основными перевозчиками в этом регионе являются САС (Скандинавские страны), «Бритиш эйруэйз» (Великобритания), «Люфтганза» (ФРГ), КЛМ (Голландия), «Алиталиа» (Италия), «Эр Франс» (Франция), Аэрофлот (Россия), «Чайна Саузен» (КНР), «Ибериа» (Испания) и др. Из североамериканских авиакомпаний полеты в этот регион осуществляют «Норсуэст», «Юнайтед эрлайнз», «Континентл эрлайнз» и др.

Основные конъюнктурообразующие факторы и их влияние на состояние рынка, характерные для данного региона (В сравнении с регионами Европы и Северной Америки), сведены в табл. 11.

Основными показателями конъюнктуры, характеризующими изменение состояния рынка за рассматриваемый период, являются следующие:

- 1) изменение располагаемых провозных мощностей. Источником для получения этого показателя может быть справочник ОАГ («Официэл эрлайн гайд»). На основании указанных в ОАГ расписаний, частоты полетов и типов самолетов могут быть определены располагаемые кресло-километры, предлагаемые всеми авиакомпаниями в данном регионе,
- 2) спрос на перевозки в пиковые периоды (как правило, август месяц). Фактические данные могут быть получены из статистики предыдущих лет,
- 3) количество пар аэропортов, связанных прямыми воздушными сообщениями, и его изменение за период,
- 4) доля объема перевозок, приходящаяся на главенствующие в регионе пары аэропортов,
- 5) изменение туристических потоков в данный регион и из данного региона,
- 6) изменение количества международных (выходных) аэропортов и их доля в отправлениях из региона,
- 7) изменение количества перевозчиков и их доли в объеме авиаперевозок,
- 8) Степень концентрации маршрутов, аэропортов и перевозчиков в данном регионе.

Таблица 11.

**Основные конъюнктурообразующие факторы,
влияющие на рынок региона**

Общая категория	Факторы	Влияние факторов в регионе		
		Азия-бассейн Тихого океана	Европа	Сев. Америка
Основные социально-экономические	Прирост населения региона	Да	Да	Да
	Прирост перевозок	“	“	“
	Изменение в развитии туризма	“	Нет	“
	Изменение экономического развития региона	“	“	“
	Изменение доходов на душу населения	“	Да	“
Государственно-политические	Политика государств по отношению к новым выходным аэропортам	Незначительное	Некоторое	Да
	Государственная политика по отношению к иностранным авиакомпаниям-конкурентам (протекционизм)	Нет	“	“
	Государственное регулирование перевозок	Да	Да	Нет

Кроме перечисленных, важным показателем является также изменение количества прямых маршрутов, связывающих данный регион с другими регионами. Этот показатель характеризует изменение значимости анализируемого региона в системе мирового воздушного транспорта, что в определенной степени может повлиять на планирование деятельности авиакомпании в данном регионе.

В табл. 12 показано изменение валового национального продукта и пассажирских перевозок внутри региона Азия - бассейн Тихого океана в

сравнении с другими регионами, а также с мировыми показателями за 1991-2001 гг.

Из таблицы видно, что воздушные перевозки в рассматриваемом регионе росли значительно быстрее, чем в других регионах мира.

Таблица 12

Прирост пассажирских перевозок по регионам
в сравнении с ВВП за 1991-2001 гг. (в %)

Регион	Прирост валового национального продукта	Прирост объема пассажирских перевозок
Азия - бассейн Тихого океана	70	590
Европа	40	140
Северная Америка	35	110
Во всем мире	45	170

За 10 лет объем пассажирских перевозок в АТР увеличился на 590%, тогда как во всем мире он увеличился только на 170%. Рост объема перевозок значительно опережал рост ВВП. Последний опережал рост ВВП в других регионах, хотя и не в таких размерах, как прирост пассажирских перевозок. За указанные годы в исследуемом регионе происходило изменение прироста населения, однако, изменение его соотношения с другими регионами было незначительным. Что касается туризма, то доля региона в туристических поездках за этот период снизилась с 44 до 38 %, в то время как доля туризма в регионе Европы увеличилась с 39,5 до 58 %.

Изменение спроса на перевозки воздушным транспортом связано в определенной мере с ростом доходов на душу населения. С увеличением реальных доходов на душу населения спрос на воздушные перевозки увеличивается еще быстрее. Эта тенденция, в свою очередь, оказывает влияние на открытие новых авиалиний. Рост доходов на душу населения в менее развитых странах осуществляется быстрее по сравнению с более стабильными доходами в более развитых странах. Это отчасти объясняет

более быстрый рост объема перевозок в регионах с низкими доходами на душу населения.

Рост объема воздушных перевозок, а также потребности населения в перевозках и другие причины экономического и социально-политического характера приводят к необходимости открывать новые выходные аэропорты в странах региона. Требования такого рода содержатся во многих заключаемых в последние годы соглашениях о воздушном сообщении между странами.

Количество выходных аэропортов влияет соответственно и на количество пар пунктов, между которыми осуществляются перевозки внутри региона и между регионами.

За рассматриваемый период количество пар выходных аэропортов значительно возросло по всем регионам, за исключением рынка перевозок между Азией - бассейном Тихого океана и Европой, где произошло снижение на 3 %. В остальных регионах рост составил от 45 до 94 %. Количество пар пунктов, между которыми совершаются беспосадочные транстихоокеанские полеты, почти удвоилось.

Однако, несмотря на увеличение количества пар пунктов, количество располагаемых кресло-километров не увеличилось, а наоборот, повсеместно снизилось. Так, на рынке внутри региона Азия - бассейн Тихого океана при беспосадочных полетах на расстояние более 2500 миль количество располагаемых кресло-километров уменьшилось на 27 %, а на маршрутах протяженностью более 1000 миль в том же регионе – на 13 %. На рынке между регионами Азия - бассейн Тихого океана и Северная Америка снижение произошло на 18 % при полетах по беспосадочным маршрутам на 13 % - при полетах по маршрутам с двумя или менее промежуточными посадками. Снижение располагаемых кресло-километров за истекшие годы объясняется резкими повышениями цен на авиатопливо, в результате чего авиакомпании стали отказываться от

эксплуатации многоместных самолетов и заказывать более экономичные самолеты средней вместимости.

На основании проведенного анализа показателей конъюнктуры рынка воздушных перевозок исследуемого региона можно сделать следующие обобщения. За рассматриваемый период в регионе Азия – бассейн Тихого океана (АТР) произошли значительные изменения. Действие целого ряда конкурентных сил привело к снижению насыщенности располагаемыми провозными мощностями в результате снижения провозных емкостей отдельных авиакомпаний. Вместе с тем увеличился объем перевозок и количество пар пунктов, связанных воздушным сообщением внутри этого региона и между регионами. Причиной этого являются как социально-экономические, так и государственно-политические факторы. Повышение спроса на перевозки (о чем свидетельствует увеличение фактически выполненных пассажиро-километров табл. 12), в свою очередь, вызвало изменение многих конъюнктурообразующих факторов, таких как: открытие новых маршрутов, в том числе и между ранее считавшимися второстепенными пунктами, открытие новых международных аэропортов в связи с увеличением загруженности ранее действующих, увеличение частоты полетов, появление на данном рынке новых авиаперевозчиков.

Повышение спроса на перевозки воздушным транспортом объясняется не только ростом реальных доходов на душу населения, но и дальнейшими повышением экономической активности в рассматриваемых регионах, что в свою очередь оказывает влияние на изменение предложения на рынке воздушных перевозок. Однако здесь наблюдается новое экономическое явление: с ростом спроса на перевозки предложение располагаемых провозных емкостей не увеличилось, а уменьшилось. Определенную роль в уменьшении располагаемых провозных емкостей сыграло изменение соотношения регулярных и чартерных перевозок.

Чрезвычайно высокие переменные затраты воздушного транспорта отрицательно влияют на конкурентоспособность чартерных авиакомпаний. В начале 70-х годов чартерные авиакомпании успешно конкурировали с регулярными авиакомпаниями и сумели отвоевать значительную долю перевозок. Этот успех объясняется в первую очередь более низкими эксплуатационными расходами чартерных авиакомпаний, а также более полным использованием их самолетного парка. Однако указанные расходы не включают такие статьи, как стоимость топлива, посадочные сборы, амортизационные расходы и т.д., которые, по существу, одинаковы для всех авиакомпаний.

Сильная сторона чартерных компаний заключается в более низких накладных расходах. Административные и организационные расходы у этих компаний сведены к минимуму: они имеют более скромные офисы, сравнительно старое оборудование, используют минимум вспомогательного персонала. Однако переменные и накладные расходы составляют лишь незначительную долю общих эксплуатационных расходов, основную долю в которых составляет производство полетов. А это как раз та область, где чартерные компании оказываются слабее регулярных, поэтому к концу 90-х годов, особенно после второго повышения цен и введения лимитирования на топливо, структурная конкурентоспособность этих компаний заметно снизилась. В связи с этим доля чартерных перевозок снизилась с 20 % до 5 %.

Кроме того, чартерным компаниям приходится вести еще более напряженную борьбу за полную коммерческую загрузку своих самолетов. Желая компенсировать высокий уровень расходов, авиакомпании, выполняющие регулярные полеты, стремятся к максимальной коммерческой загрузке своих самолетов, в частности, путем введения специальных, льготных блок-чартерных тарифов. Они все более активно

проникают на рынок, где в течение долгого времени почти безраздельно господствовали чартерные компании.

Одной из причин падения роли чартерных перевозчиков в последние годы явился полный развал ценообразующего механизма ИАТА, что привело к тому, что у регулярных авиакомпаний появилось больше возможностей проводить активную и гибкую коммерческую политику в области цен. В большинстве случаев им уже не нужно заключать многосторонние соглашения о тарифах, они все больше ограничиваются двусторонними или же в одностороннем порядке устанавливают монопольные цены. Это относится в первую очередь к крупнейшим авиакомпаниям, таким как ДЖАЛ и др., захватившим лидерство на данном рынке.

Таковы особенности конъюнктуры регионального рынка Азия – бассейн Тихого океана. Большинство из отмеченных тенденций развития рынка в полной мере может быть отнесено и к другим региональным рынкам. Аналогичный анализ конъюнктуры рынка может быть проведен и по отношению к другим региональным рынкам. На основании анализа тенденций развития рынка и показателей конъюнктуры строится прогноз развития мировых авиационных перевозок. Прогноз делится на максимальный (оптимистический), средний и минимальный (пессимистический). Согласно минимальному прогнозу ИКАО, мировые воздушные перевозки с 2001 по 2010 гг. будут иметь ежегодный прирост 5,5%. Согласно оптимистическому прогнозу, объем мировых пассажирских перевозок будет возрастать на 8,5% в год и к 2010 г. достигнет уровня 6000 млрд. пасс.-км. Перевозки в Азиатско – Тихоокеанском регионе будут развиваться более высокими темпами.

Анализ развития мировых воздушных перевозок дает основание предположить, что мировой воздушный транспорт будет сохранять отмеченные выше тенденции. Вероятно, будет происходить дальнейшее

изменение сети маршрутов в дополнение к существующим. Увеличится частота полетов между связанными сейчас и новыми парами пунктов. Предпочтение при этом будет отдаваться беспосадочным полетам, в результате чего большинство пунктов будет связано прямым воздушным сообщением, что приведет к сокращению перевозок по 5-й «свободе воздуха». Будет сохраняться тенденция приближения располагаемых провозных емкостей к спросу на перевозки на конкретных рынках, в связи с чем увеличится эксплуатация самолетов средней, а на отдельных рынках и малой вместимости. Указанные тенденции будут иметь место на всех региональных рынках воздушных перевозок. Снижения темпов роста эксплуатационных расходов в ближайшие 10 лет не ожидается. Эти тенденции должны учитываться всеми авиакомпаниями, их игнорирование или недооценка могут дорого обойтись компаниям, планирующим развитие своих линий без учета всех тенденций. Однако события 2001 года могут значительно изменить оптимистические прогнозы.

Изложенные принципы и методы изучения и прогнозирования конъюнктуры рынка имеют непосредственное отношение к коммерческой работе российских авиакомпаний на МВЛ. Изучение состояния каждого конкретного рынка должно стать составной частью коммерческой работы загранпредставительств и необходимым условием выработки коммерческой политики авиакомпаний на МВЛ. В разработке планов освоения новых рынков особое внимание должно обращать на прогнозирование авиаперевозок по каждому региону. При этом должно вестись как краткосрочное (1-2 года), так и долгосрочное прогнозирование (5-10 лет).

На основе прогнозов по отдельным рынкам должен составляться общий краткосрочный и долгосрочный прогноз развития всех МВЛ авиакомпании. На базе же этих прогнозов следует вырабатывать общее

направление развития сети авиалиний, а также комплексные мероприятия по освоению каждого конкретного рынка.

Улучшение рыночно-конъюнктурных исследований и повышение качества прогнозирования развития международных перевозок является важным путем повышения экономической эффективности коммерческой работы авиакомпаний.

Список литературы

1. Б.В. Артамонов, В.А. Меланин. Организация конъюнктурных исследований на воздушном транспорте – Учебное пособие. – М.: МГТУ ГА, 1997.
2. Б.В. Артамонов. Основные направления технико-экономического развития мирового воздушного транспорта, М., 1977.
3. А.А. Горячев. Проблемы прогнозирования мировых товарных рынков, М., 1981.
4. М.С. Голубев, Р.В. Сакач и др. Исследование операций в гражданской авиации, М., 1980.
5. В.Г. Афанасьев. Коммерческая эксплуатация международных воздушных линий, М. Транспорт, 1987.
6. В.Г. Афанасьев. Международный воздушный транспорт: экономика, политика, внешние экономические связи. М., Международные отношения, 1992.

С о д е р ж а н и е

Введение

I. Мировой воздушный транспорт

1. Система мирового воздушного транспорта.
2. Классификация авиакомпаний.
3. Классификация международных аэропортов.
4. Состояние и тенденции экономического развития мирового воздушного транспорта.

II. Мировой рынок авиационных перевозок

1. Определение рынка.
2. Основные рынки мировых воздушных перевозок.

III. Конъюнктура мирового рынка авиаперевозок

1. Определение конъюнктуры. Цели и задачи заграничных представительств по изучению конъюнктуры рынка.
2. Методы анализа и прогнозирование конъюнктуры рынка мировых авиаперевозок.
3. Особенности изучения региональных рынков.

Список литературы