

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

стадии введения новых технологий и роли отдельных участников. Связи между этими стадиями делают возможным обучение в процессе деятельности, использования и взаимодействия, причем все типы обучения позволяют новаторам продвигаться по кривой освоения производства.

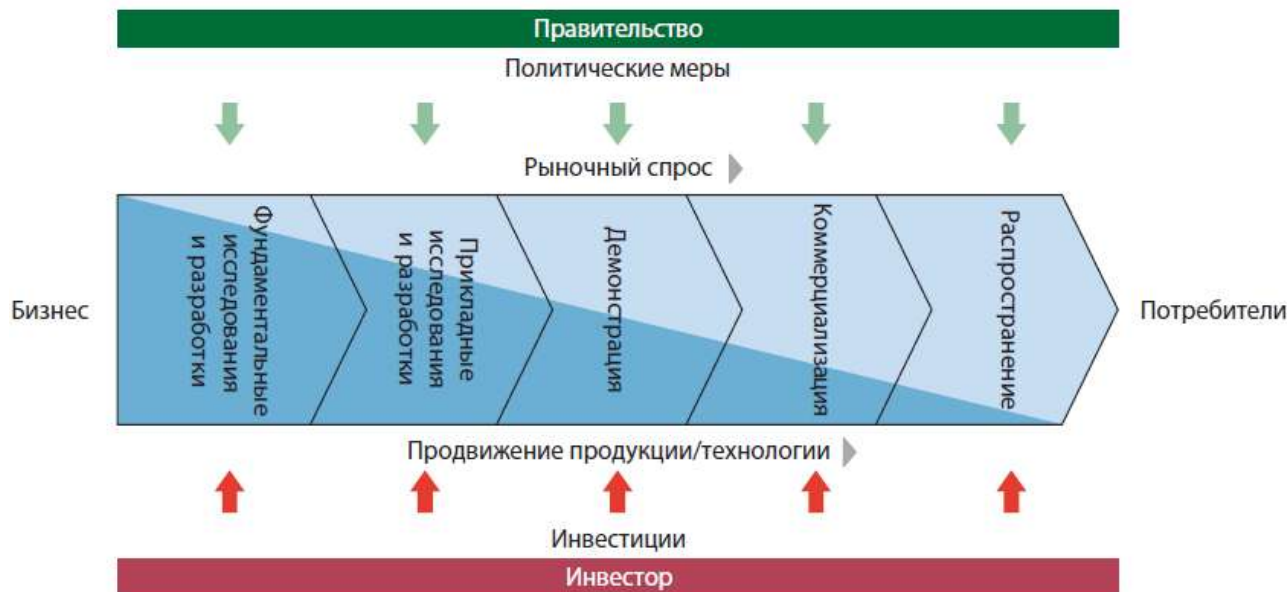


Рис. 2. Роли действующих факторов в инновационной цепи [3]

Мы полагаем, что в мире, нуждающемся в сокращении потребления энергоресурсов и выбросов парниковых газов, газификация угля будет выгодна как с экономической, так и с экологической точки зрения, особенно при использовании возможностей Киотских и пост-Киотских соглашений.

Несмотря на то, что выбросы CO₂ от сжигания угля намного превосходят выбросы от сжигания природного газа, существующий уровень знаний и технологий так называемого «чистого угля» позволяет говорить о новой эре в использовании этого ископаемого топлива.

Однако если и говорить об использовании технологий синтез газа для нашей промышленности, то с учетом излишней техногенной и экологической нагрузки на украинские промышленные регионы, то необходимо вести речь не о технологиях прошлого века, а о новых экологически чистых и энергоэффективных технологиях, которые безусловно заслуживают как государственной так и частной поддержки, которые позволят повысить энергонезависимость наших предприятий и перейти на новый технологический уровень.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. World Energy Outlook 2009, International Energy Agency
2. УкрРудПром - Снижение цены газа — это однозначный успех” /Режим доступа/ - http://www.ukrudprom.com/digest/Snigenie_tseni_gaza_eto_odnoznachniy_uspeh.html
3. Clean Coal Technologies: Accelerating Commercial and Policy Drivers for Deployment, © OECD/IEA, 2010

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПАССАЖИРСКИЕ АВИАПЕРЕВОЗКИ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Савенко С. В., ассистент кафедры международного бизнеса УО БГЭУ
Юркевич О. В., УО БГЭУ

Воздушный транспорт, имеющий свои особенности как самый быстрый, надежный и комфортный вид транспорта для перевозок пассажиров и грузов между различными городами и странами, уже стал одним из важнейших звеньев мировой инфраструктуры. В настоящее время международными воздушными сообщениями связаны свыше 190 государств. По данным ИАТА, в 2009 г. на регулярных рейсах авиакомпаний было перевезено 2,1 млрд. пассажиров, а к 2020 г. мировой пассажиропоток может достичь 7 млрд. человек. В настоящее время практически во всех странах мира существует национальная гражданская авиация, главная цель которой – обеспечить международные и внутренние авиаперевозки.

На основе изучения и анализа тематической литературы можно сделать вывод, что в настоящее время основными тенденциями в области международных пассажирских авиаперевозок являются: высокая корреляция между спросом на авиаперевозки и общей экономической ситуацией в мире; стабильность направлений перелетов; развитие бюджетных авиакомпаний; переход к использованию электронных билетов, появление новых форм сотрудничества авиапредприятий, а также распространение бонусных программ для часто летающих пассажиров. Рассмотрим их подробнее.

А. Высокая корреляция между спросом на авиаперевозки и общей экономической ситуацией в мире

В мировой авиации рост пассажиропотока напрямую связан с ростом валового внутреннего продукта государств. Наглядным примером может служить мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 г., который нанес серьезный ущерб индустрии авиаперевозок. По подсчетам ИКАО в 2009 г. объем пассажирских авиаперевозок по всему миру сократился на 3,1%, причем на международных линиях спад составил 3,9%, а на внутренних – 1,8%. По данным ИАТА, в 2009 г. убытки отрасли составили 11 млрд. долл. США. Объем международных перевозок сократился во всех регионах, за исключением Ближнего Востока, где наблюдался 10%-ный рост. Падение на 3,1% стало самым значительным в истории индустрии пассажирских авиаперевозок, что отражает 1% спад мирового валового продукта в 2009 г., Предыдущий спад в отрасли (-2,9%) наблюдался в 2001 г. и объяснялся отказами пассажиров от полетов и временным закрытием воздушного пространства над США в связи с террористическими атаками 11 сентября 2001 г.

Б. Стабильность направлений перелетов

Исследование ИАТА, проведенное в 2005 г. (аналогичные исследования в последующие годы не проводились) показало, что более 80% всех авиаперелетов совершаются между двумя странами с высоким уровнем дохода или между страной с высоким уровнем дохода и

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

страной со средним уровнем дохода. Доля стран с низким уровнем дохода в общем объеме международных пассажирских авиаперевозок регулярными авиалиниями составляет всего 1%. Выводы исследования подтверждаются статистическими данными ВТО, свидетельствующими, что лидерами в мировой торговле транспортными услугами выступают такие регионы, как Европа, Азия и Северная Америка, а ведущими странами-экспортерами и странами-импортерами транспортных услуг выступают страны ЕС, США, Япония, Китай и др.

В. Появление и быстрое развитие бюджетных авиакомпаний

Бюджетная авиакомпания — это авиакомпания, которая предлагает крайне низкую плату за проезд в обмен на отказ от большинства традиционных пассажирских услуг. Концепция бюджетных авиакомпаний получила широкое распространение в 1990-2000-х гг., особенно в Европе в зоне действия Шенгенского соглашения, где существует упрощенная система визового контроля. По данным исследований Европейской ассоциации пилотов, сравнительная экономия низкобюджетных перевозчиков по сравнению с традиционными авиаперевозчиками составляет 57%. Источниками экономии являются: большая плотность кресел, без закрепления за клиентом — 16%, экономия на аэропортовых сборах — 6%, отсутствие бесплатного питания на борту — 6%, продажи билетов через Интернет без использования глобальных систем бронирования — 3%, аутсорсинг технического обслуживания самолетов, гармонизация парка самолетов — 2%, меньшие затраты на зарплату пилотам — 3%, большая интенсивность использования самолетов — 3%, экономия на выплате комиссии посредникам — 6%, минимальные затраты на обслуживание в аэропорту — 10%, простейшие организационные структуры, минимальные административные издержки и издержки управления — 2%. В настоящее время в мире действует около 150 бюджетных авиакомпаний. В региональном разрезе больше всего бюджетных авиакомпаний насчитывается в Европе (около 50), Азии (около 40) и Америке (около 20).

Г. Переход к использованию электронных билетов

Электронный билет — это электронный документ, удостоверяющий договор воздушной перевозки между пассажиром и авиакомпанией. Технология электронных билетов появилась в 1996 г. в США. Сейчас она широко распространена в большинстве стран мира. В 2004 г. ИАТА запустила программу «Упрощая бизнес» по реформированию индустрии коммерческих авиаперевозок. В рамках этой программы к 1 июня 2008 года успешно завершен проект «E-ticketing» по переходу всех членов ИАТА на 100 % использование электронных билетов. В отличие от бумажного авиабилета, электронный билет представляет собой цифровую запись в базе данных авиакомпании. Для электронного билета не требуется специальный бланк, потому что информация хранится в памяти компьютеров и при необходимости быстро передается с одного компьютера на другой. В аэропорту пассажиру при предъявлении документа, удостоверяющего личность, выдается посадочный талон с заранее зарезервированным местом. Развитие средств электронной коммерции и электронных платежей позволяет оплачивать авиабилеты с помощью автоматизированных устройств (банкоматы, платежные терминалы, банковские компьютерные системы).

Д. Появление новых форм сотрудничества авиапредприятий

Тенденцией последних лет, в значительной степени связанной с усилением конкуренции на рынках международных авиаперевозок, является появление новых форм сотрудничества авиапредприятий, главным образом направленных на получение косвенного доступа к рынку авиаперевозок при параллельном снижении затрат. Основными формами такого коммерческого сотрудничества выступают: интерлайн-соглашения; прорейтовые соглашения; код-шеринг; глобальные альянсы. Такую форму сотрудничества как создание авиакомпаниями глобальных альянсов представляется целесообразным рассмотреть отдельно.

Е. Создание глобальных альянсов авиапредприятиями

Авиаальянс — это объединение, в которое входят две и более авиакомпании, заинтересованные во взаимном сотрудничестве для расширения транспортных, экономических и маркетинговых возможностей на рынке авиаперевозок. В рамках таких стратегических альянсов достигается наибольшая степень координации авиатранспортных услуг. В случае если сеть авиалиний отдельной авиакомпании ограничена, без участия в подобной интеграции ей придется только той долей рынка, которую оставят более мощные предприятия в пределах, защищенных протекционистскими мерами государства. Соглашения об альянсах, как правило, предусматривают сотрудничество по следующим вопросам: а) координация расписаний; б) реклама и маркетинг предоставляемых услуг; в) совместное использование кодов; г) координация тарифов; д) грузовые перевозки; е) координация программ для часто летающих пассажиров; ж) единые стандарты обслуживания пассажиров на борту воздушных судов и в аэропортах; з) совершенствование обслуживания трансферных пассажиров; и) наземное обслуживание; к) совместное использование кодов. Самыми крупными авиационными альянсами в настоящее время являются альянсы «Star», «SkyTeam» и «Oneworld». Они занимают более 70% рынка пассажирских перевозок. Практически все крупные авиакомпании мира являются членами одного из этих трех альянсов.

Ж. Распространение бонусных программ для часто летающих пассажиров

Бонусная программа авиакомпании — это программа лояльности для клиентов авиакомпании, поощряющая часто летающих пассажиров пользоваться услугами именно данной авиакомпании. В современных программах персональный счёт участника пополняется за каждый полет пропорционально расстоянию и стоимости билета. Чаще всего в качестве учетной единицы выступают сухопутные мили, как наиболее распространённая единица измерения расстояния в гражданской авиации. Многие программы имеют партнеров, за пользование услугами которых можно получить начисления на счёт участника и, наоборот, конвертировать мили авиакомпаний в очки и баллы партнеров. Такая интеграция программ лояльности повышает ценность этих «условных единиц» для клиентов всех предприятий. Бонусные программы имеются практически у всех авиакомпаний, осуществляющих международные перевозки. Авиакомпании могут также договариваться между собой, предоставляя участникам своих бонусных программ возможность набирать мили на рейсах друг друга и тратить мили на полёты на их рейсах.

Исследование сферы международных пассажирских авиаперевозок в Республике Беларусь позволяет сделать следующие выводы:

- Республика Беларусь присоединилась ко всем основополагающим международным соглашениям в сфере воздушного транспорта, ею подписано более 40 межправительственных и межгосударственных соглашений о воздушном сообщении;

- сложившаяся организационная структура управления гражданской авиацией представляется достаточно эффективной, поскольку сравнительно невысокие объемы предоставляемых авиауслуг не требуют выделения Департамента по авиации (находится в подчинении Минтранса) в отдельную структуру;

- доля воздушного транспорта в общей структуре пассажирооборота Беларуси невелика (выросла с 1,6% в 2000 г. до 5,9% в 2008 г.), услуги пассажирского воздушного транспорта имеют сравнительно невысокий удельный вес в структуре экспорта-импорта услуг Республики Беларусь, на протяжении 2005-2009 гг. по этим услугам обеспечивается положительное сальдо.

В силу того, что единственным авиаперевозчиком Республики Беларусь, выполняющим регулярные международные рейсы является компания «Белавиа», представляется целесообразным проанализировать состояние сферы международных пассажирских авиаперевозок Беларуси на ее примере.

Авиакомпания «Белавиа» позиционируется на рынке как пассажирский региональный авиаперевозчик. В своей деятельности «Белавиа» ориентируется, прежде всего, на удовлетворение внутреннего спроса на перевозки (показатель экспорта авиатранспортных услуг по стране в два раза превышает показатель их импорта), стратегия предприятия строится на организации доставки пассажиров к транспортным «развязкам», откуда можно добраться в любую точку мира. Необходимо отметить, что существующий в настоящее время парк воздушных судов «Белавиа» отвечает общемировым требованиям к безопасности, не является физически или морально устаревшим и позволяет авиакомпании удовлетворять имеющийся в Республике Беларусь спрос на пассажирские авиаперевозки. «Белавиа» эксплуатирует 16 единиц воздушной техники (Boeing-737/500 — 6 ед., Boeing-737/300 — 3 ед., CRJ-100/200LR — 3 ед., TU-154M — 4 ед.), средний возраст которой составляет менее 14 лет.

Основными конкурентами авиакомпании «Белавиа» являются немецкая авиакомпания «Lufthansa» и австрийская «Austrian Airlines», а также турецкий авиаперевозчик «Turkish Airlines». Рассмотрим таблицу 2.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

Таблица 2 – Сравнительная характеристика лидеров белорусского рынка международных перевозок

	Белавиа	Lufthansa	Austrian Airlines	Turkish Airlines
Государственная поддержка	+	+	+	+
Укомплектованность современными воздушными судами	+	+	+	+
Длительный опыт работы на рынке международных авиаперевозок	+	+	+	+
Регулярность и высокая надежность	+	+	+	+
Членство в ИАТА	+	+	+	+
Наличие сертификата безопасности ИАТА	+	+	+	+
Наличие сетевых маршрутов, обширная география, большая частота полетов	-	+	+	+
Масштабные рекламные мероприятия	-	+	+	+
Наличие программы для часто летающих пассажиров	+	+	+	+
Широкая сеть партнеров по бонусной программе	-	+	+	+
Использование технологии электронного билета	+	+	+	+
Членство в авиационном альянсе	-	+	+	+

Примечание — Источник: [собственная разработка автора].

Анализ данных таблицы 2 позволяет сделать вывод о том, что в целом авиакомпания «Белавиа» развивается в соответствии с общемировыми тенденциями сферы международных воздушных перевозок и является вполне конкурентоспособным авиаперевозчиком.

Так, в 2009 г. завершено внедрение электронного билета на всех регулярных линиях авиакомпании. В результате проведенной работы пассажиры получили возможность оплачивать билеты через банкоматы, платежные терминалы, Интернет и SMS-банк, подключенные к банковской системе Национального банка Республики Беларусь. С января 2010 г. стало возможным оплатить авиаперевозку через сайт авиакомпании в режиме он-лайн бронирования банковскими картами международной платежной системы VISA и MasterCard.

Налаживая партнерские отношения с другими авиакомпаниями, «Белавиа» обращается к современным формам партнерства, которые используются авиакомпаниями по всему миру: интерлайн-соглашения, различные формы код-шеринговых соглашений, а также прорейтовые соглашения. В настоящее время авиакомпания «Белавиа» сотрудничает с 45 зарубежными авиакомпаниями, с которыми заключено 44 интерлайн-соглашения, 18 электронных интерлайн-соглашений, 11 код-шеринговых соглашений, 23 прорейтовых соглашения.

С 10 июля 2009 г. официально введена в эксплуатацию программа поощрения постоянных пассажиров «Белавиа Лидер». Ее задачами являются рост удовлетворенности и увеличение приверженности имеющихся клиентов компании; способствование выбору компании «Белавиа» вместо других альтернатив при пользовании услугами воздушного транспорта; рассказ участников программы лояльности о ней своим друзьям и знакомым; привлечение новых клиентов через участников и через компании — партнеры программы. Участниками программы по состоянию на апрель 2010 г. являлись более 2000 человек, в основном граждане Республики Беларусь. Баллы на индивидуальные счета участников начисляются за полеты регулярными рейсами авиакомпании. Количество баллов зависит от маршрута и класса бронирования. Программа "Белавиа Лидер" предусматривает участие как индивидуальных пассажиров, так и организаций.

Кроме того, необходимо отметить, что вопреки распространенному стереотипу авиакомпания «Белавиа» предлагает вполне конкурентоспособные тарифы по сравнению с другими традиционными (не низкобюджетными) авиаперевозчиками. Вместе с тем, тарифы авиакомпании недостаточны конкурентоспособны по сравнению с тарифами, предлагаемыми на услуги других видов транспорта (автобусное и железнодорожное сообщение).

Авиакомпаниям-конкурентам «Белавиа» также уступает по ряду параметров. Так, предоставляемые авиакомпанией услуги не получают достаточно широкого рекламного освещения в СМИ, особенно за рубежом; «Белавиа» не состоит в глобальном авиаальянсе и, как следствие, часто не может предложить потенциальным клиентам такие же удобные маршруты, как иностранные авиакомпании. Кроме того, партнерская сеть программы «Белавиа Лидер» в настоящее время представлена только отелем «Европа» (г. Минск), что не способствует формированию лояльности клиентов.

На основании проведенного исследования можно определить некоторые пути совершенствования работы данной авиакомпании: вхождение в глобальное объединение авиаперевозчиков с учетом международного опыта развития интеграционных процессов в сфере авиаперевозок; расширение партнерской сети бонусной программы «Белавиа Лидер»; совершенствование ценовой политики организации за счет стимулирования спроса на авиаперевозки посредством организации гибкой тарифной политики и др.

В настоящее время интеграция и консолидация авиатранспортной индустрии являются важнейших тенденций развития в сфере воздушного транспорта, определяющей его рабочий климат и возможности отдельных авиакомпаний в перспективе. При рассмотрении новых кандидатов на членство авиаальянсами особое внимание уделяется таким показателям, как техническая база авиакомпаний и эксплуатационная безопасность воздушных перевозок. Важным фактором является наличие пунктов в их маршрутной сети, еще не обслуживаемых авиаальянсом, а также наличие собственной программы лояльности. Необходимо отметить, что тенденции расширения авиаальянсов в настоящее время сильно отличаются от ситуации, наблюдаемой несколько лет назад. Если раньше членами альянсов становились крупнейшие авиакомпании мира, предоставляющие качественный сервис и играющие ключевые роли, как на своем локальном рынке, так и в мире, то теперь все они уже распределились по авиаальянсам. Задачей авиаальянсов стало удержание позиций на имеющихся рынках и продвижение на новые рынки. Это предоставляет большие возможности для вступления в альянсы небольшим авиакомпаниям, а также несколько смягчает жесткость требований по качеству сервиса и уровню интеграции авиакомпаний в авиаальянс.

На данный момент 7 авиакомпаний с небольшим флотом (до 30 самолетов) уже имеют членство или работают над вступлением в один из авиаальянсов (Adria Airways, Blue1, Croatia Airlines, Malev, TAROM, Middle East Airlines, Kenya Airways). Следовательно, для авиакомпании «Белавиа» размер флота не должен стать препятствием при попытке вступления в один из альянсов. Другим немаловажным требованием при вступлении в авиаальянс является безопасность перевозок. Основным показателем безопасности авиакомпании является наличие сертификата IOSA – международного аудита эксплуатационной безопасности, который проводится ИАТА. Авиакомпания «Белавиа» получила сертификат в июне 2009 г. Сбойные ситуации на воздушных судах авиакомпании возникали редко и обходились без жертв. Поскольку одновременное членство в нескольких авиаальянсах невозможно, необходимо сосредоточить усилия на вступление в конкретный альянс. Целесообразным представляется проанализировать, с каким из альянсов «косвенная» интеграция «Белавиа» в настоящее время достигла наиболее высокого уровня. С авиакомпаниями-членами альянса «Star» заключено 17 соглашений, с членами «Oneworld» - 10 соглашений, а с представителями «SkyTeam» - 21 соглашение. Следовательно, наиболее перспективным представляется вступление «Белавиа» в альянс «SkyTeam». Маршрутная сеть белорусского перевозчика увеличит частотность рейсов «SkyTeam» по популярным европейским направлениям, а также добавит два новых пункта на его карту: города Костанай и Павлодар (Казахстан), которые в настоящее время не обслуживаются авиакомпаниями-членами альянса. Программа поощрения постоянных пассажиров «Белавиа Лидер», официально введенная в эксплуатацию в 2009 г., может быть интегрирована с программами членов «SkyTeam». Кроме того, в случае

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

присоединения «Белавиа» к «SkyTeam» Национальный аэропорт «Минск-2» сможет предоставить свои мощности для организации большого количества транзитных стыковок европейских и азиатских рейсов альянса.

Общемировой тенденцией является развитие бонусных программ авиакомпаний «вширь», т.е. поиск партнеров в нескольких ключевых потребительских сегментах с целью удовлетворить как можно больше потребностей клиента. Расширять бонусные программы можно по самым разным направлениям, возможные варианты для авиакомпании «Белавиа» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Потенциальные партнеры «Белавиа» по программе «Белавиа Лидер»

Название компании; сфера деятельности	Предполагаемая форма сотрудничества
ОАО «Приорбанк», ЗАО «МТБанк» и др.; финансовые услуги.	Начисление на счет участника бонусных баллов за каждый 1 евро или его эквивалент, потраченный по карте банка-эмитента (в зависимости от типа карты).
	Предоставление скидок за счет списания бонусных баллов при оплате покупок картами партнеров.
Отели «Минск», «Crowne Plaza» и др.; гостиничный бизнес.	Начисление на счет участника бонусных баллов за каждые сутки проживания.
	Оплата проживания бонусными баллами.
ЗАО «Белросстрах», ОАО «В & В Insurance Co» и др.; страховые услуги.	Начисление на счет участника бонусных баллов пропорционально суммам, потраченным на полисы страхования выезжающих за рубеж.
	Оплата полисов страхования бонусными баллами.
ИП «Велком», СООО «Мобильные ТелеСистемы», ЧТУП «ГлобалСим»; телекоммуникации, сотовая связь.	Начисление на счет участника бонусных баллов за каждый входящий и исходящий звонок с мобильного телефона в роуминге.
	Оплата сотовой связи в роуминге бонусными баллами.
ЧП «АвтоРентГрейд», ЧП «АвтоМиля» и др.; транспортные услуги.	Начисление на счет участника бонусных баллов пропорционально времени проката автомобиля.
	Оплата проката транспортных средств бонусными баллами.
Службы такси «107», «152», «154», «156» и др.; транспортные услуги.	Начисление на счет участника бонусных баллов за каждый трансфер до аэропорта.
	Оплата трансфера до аэропорта бонусными баллами.
Печатный салон «Карандаш», сети фотосалонов «Kodak», «Fuji» и др.; фотопечать	Начисление на счет участника бонусных баллов пропорционально количеству напечатанных фотографий.
	Оплата услуг фотопечати бонусными баллами.
Периодическое издание «Туризм и отдых» и др.; СМИ.	Начисление на счет участника бонусных баллов за оформление годовой подписки на издание.
	Оплата подписки на издание бонусными баллами.

Примечание — Источник: собственная разработка автора.

Кроме того, в случае присоединения авиакомпании «Белавиа» к глобальному авиационному альянсу, баллы могут начисляться за полеты рейсами других авиакомпаний-членов альянса или, наоборот, уже накопленные баллы могут использоваться для их оплаты. Конкретные условия и схемы сотрудничества должны обсуждаться непосредственно коммерческими отделами заинтересованных сторон. В любом случае, такая консолидация позволит координировать маркетинговые усилия, а также обеспечит большую вероятность удержания платежеспособных клиентов в рамках партнерской сети в результате повышения их лояльности. Кроме того, наличие развитой бонусной программы «Белавиа Лидер» положительным образом скажется на общем имидже авиакомпании «Белавиа».

Важной частью коммерческой деятельности авиакомпании является ее тарифная политика. Часто перед потенциальными пассажирами стоит вопрос выбора не между авиакомпаниями, а между различными видами транспорта. Основным конкурентом воздушного транспорта является железнодорожный транспорт. Потенциальные пассажиры выбирают вид транспорта, наиболее отвечающий их потребностям, на основании двух показателей: время поездки и цена поездки. Единственный способ увеличить привлекательность авиаперевозок в данном случае заключается в снижении предлагаемых тарифов. Логично предположить, что в случае значительного снижения тарифов увеличится количество желающих летать и вырастут показатели коммерческой загрузки рейсов. Это может позволить авиакомпании получить доходы, которые превышают доходы, получаемые перевозчиком при тарифе, используемом на текущий момент времени. Целесообразным представляется проведение опроса потенциально возможных пассажиров на предмет определения стоимости билета, при которой они воспользовались бы воздушным транспортом (опрос желательно проводить на поезде, следующим тем же маршрутом, что и самолет) и последующая корректировка тарифной политики с учетом полученной информации.

Кроме вышеперечисленных направлений развития, необходимо систематичное проведение рекламных мероприятий различного рода для повышения эффективности эксплуатации действующих и открываемых воздушных линий, а также активизация роли представительств авиакомпании за рубежом в продвижении услуг «Белавиа».

Все эти меры будут способствовать развитию воздушного транспорта, который является наиболее мобильной составляющей транспортной инфраструктуры современного государства и в определенной степени способствует реализации предпринимательской активности и социально-экономических связей практически во всех сферах деятельности государства

РЕЗЮМЕ

У статті проводиться дослідження сучасних тенденцій розвитку ринку транспортних послуг у світі й особливості їх формування в Республіці Білорусь.

Ключові слова: світовий ринок, ринок транспортних послуг

РЕЗЮМЕ

В статье проводится исследование современных тенденций развития рынка транспортных услуг в мире и особенности их формирования в Республике Беларусь.

Ключевые слова: мировой рынок, рынок транспортных услуг

SUMMARY

This article deals with the modern tendencies of the developing of the market of transport services in the world and feature of their formation in the Republic of Belarus.

Keywords: the world market, the market of transport services