

## РОЗРОБКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ АВІАКОМПАНІЇ З ІНШИМИ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

*Висока складність авіапослуг, яка інтегрує в собі діяльність багатьох фірм, організацій та окремих виконавців, викликає необхідність чіткої взаємодії всіх підприємств-учасників авіатранспортного процесу, на договірних основах в атмосфері партнерства.*

*Высокая сложность авиауслуг, которая интегрирует в себе деятельность многих фирм, организаций и отдельных исполнителей, вызывает необходимость четкого взаимодействия всех предприятий-участников авиатранспортного процесса, на договорных основах в атмосфере партнерства.*

*High complication of aerservices, which integrates in itself activity of many firms, organizations and separate performers, causes the necessity of clear co-operation of all enterprises-participants of air process, on contractual bases in the atmosphere of partnership.*

**Постановка проблеми.** Ефективність авіаційних перевезень визначається якістю та рівнем узгодження і синхронізації всіх етапів логістичного ланцюга перевезень. Інтегрований потік послуг авіаційних перевезень окрім чисто технічних активів, процесів і процедур основного потоку - реалізації потреб у авіаційному переміщенні авіапасажирів чи вантажу авіаційним транспортом характеризується, як відомо, відповідним фінансовим, інформаційним та сервісним забезпеченням і супроводом всіх технологічних етапів авіаперевезень [4].

Для того, щоб пасажир активніше формував свою подорож на різних видах транспорту привертаються до співпраці не тільки авіакомпанії (з яких, власне, і починався цей бізнес), але і інші види транспорту. Насамперед залізниці, автобусні компанії, фірми по оренді автомобілів. За допомогою GDS технології, які дозволять мандрівникові швидко пересідати з одного виду транспорту на іншій, а також одночасно бронювати і оплачувати всі відрізки шляху, не турбуючись в середині маршруту про придбання того або іншого квитка компанія надає своїм користувачам можливість бронювання квитків 12 залізничних компаній по всьому світу. Ряд GDS дають агентам можливість виписувати квитки на залізницю на бланках авіакомпаній. Відповідно постачальникам послуг дуже зручно бронювати все в одній системі.

Представлення двох видів транспорту в одній системі бронювання може принести авіаперевізникам як певні переваги, так і деякі складнощі. Багаторічний досвід показав, що така ефективна співпраця, яка є начебто

вигідною для всіх в той же час підвищує конкуренцію між залізничними компаніями і цивільною авіацією на ринку ділових поїздок [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Прикладом роботи такої системи є маршрути семи європейських залізничних перевізників (Norwegian Railways, Swedish Railways, Skanetrafiken, Britrail, Austrian Railways, Dutch Railways, Deutsche Bahn), які можуть продаватися на бланках авіакомпанії Hahn Air, що спеціалізується на інтерлайнах [4].

Відомо, що глобальні функції логістики завжди спрямовані на досягнення максимального ефекту при мінімальних витратах по усьому шляху проходження логістичного потоку. Тому основне правило логістики – необхідний товар, необхідного якості, в необхідній кількості повинен бути доставлений у заданий час у потрібне місце з мінімальними витратами – можна застосовувати і при управлінні вантажо- та пасажиропотоками на повітряному транспорті [1].

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Авіакомпанії кооперують свою діяльність також і з іншими посередниками, зокрема, агентами, оскільки це дозволяє розширити коло потенційних споживачів, зменшує власні витрати на збут і продаж перевезень [3]. Проте, авіакомпанії та агенти, хоч і кооперують діяльність із задоволення попиту кінцевих споживачів, можуть мати різні точки зору відносно способів досягнення цих цілей. Вони намагаються отримати прибуток, загальна величина якого в системі збуту повинна бути розподілена між ними, що може стати причиною конфлікту. Існує ризик недоотримання або несвочасного отримання доходів від агентів, а також загроза переорієнтації агентом частини потоку пасажирів на рейси авіакомпанії-конкурента [5].

**Мета статті (постановка завдання).** Отже, висока складність авіапослуг, яка інтегрує в собі діяльність і багатьох фірм, організацій та окремих виконавців, формує необхідний комплекс сервісних продуктів. Це, в свою чергову, викликає необхідність у підприємств, учасників авіатранспортного процесу чіткої взаємодії на договірних основах в атмосфері партнерства.

**Викладення основного матеріалу.** При розгляді даного питання необхідно врахувати ряд особливостей, які виникають при управлінні потоками пасажирів та вантажу на повітряному транспорті.

По-перше, у логістичному ланцюзі при вантажних перевезеннях завжди присутні три елементи: вантажовідправник, вантажоодержувач і матеріальний потік (потік вантажів), що підлягає транспортуванню. На відмінну від цього, при управлінні пасажиропотоками кожний пасажир одночасно є клієнтом, що замовив послугу, клієнтом, що споживає цю ж послугу, та одиницею, що приймає безпосередньо участь у перевізному процесі.

По-друге, пасажир, на відміну від неживого предмета (вантажу), грає активну роль у здійсненні перевезення, тобто самостійно приймає рішення про те, послугами якої авіакомпанії скористатися, який вибрати маршрут і тип повітряного судна, він також може перервати політ або змінити маршрут вже в ході поїздки, прийнявши до увагу, наприклад, комфортабельність поїздки, можливість заїхати в пункти, які його цікавлять та інші обставини.

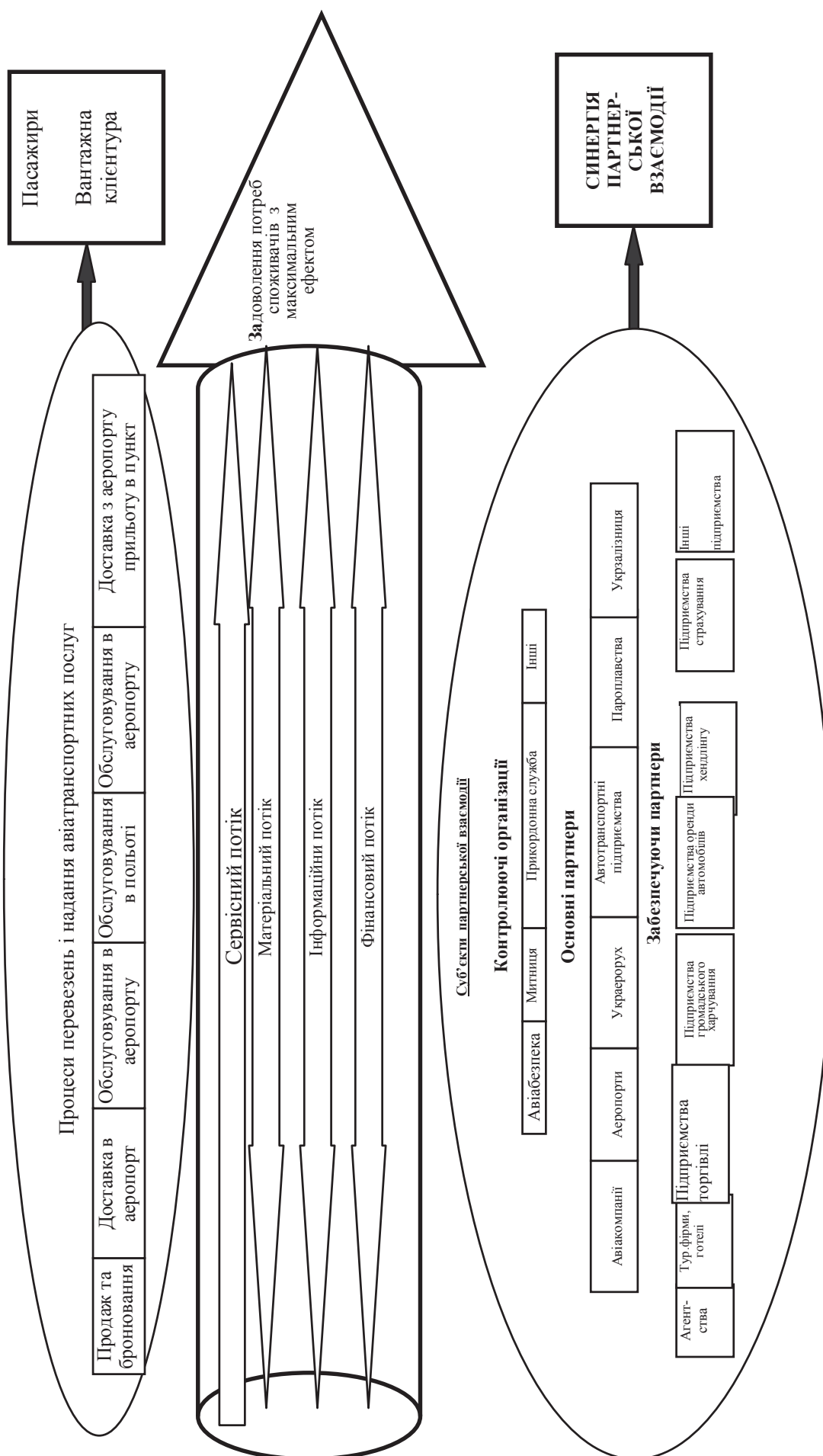
Що ж стосується самого логістичного ланцюга товарного руху, то при пасажирських перевезеннях з нього випадають складські, тарно-пакувальні й супутні їм маркувальні та інші операції, що грають значну роль при організації вантажних перевезень. При переміщенні товару по логістичному ланцюзі та виконанні всіх необхідних операцій відбувається збільшення його вартості. У випадку пасажирського сервісу такого явища не може бути, тому що об'єкт переміщення не має вартісної оцінки.

Узагальнена структура логістичного ланцюга авіаперевезень представлена на рис. 1.

Принципова відмінність розробленої бізнес-моделі взаємодії авіакомпанії з іншими суб'єктами ринку авіаційних перевезень полягає в тому, що представлені логістичні ланцюги орієнтовані на конкретного споживача авіатранспортної продукції і повинні забезпечити *плавний і неперервний рух продуктів чи послуг* від постачальників до клієнтів. Це означає, що фірми-учасники ланцюгу, які спеціалізуються на виконанні основних або допоміжних функцій, що знаходяться в їх компетенції, повинні сприяти цьому плавному і неперервному.

Ланцюг перевезень відображає не тільки послідовність технологічних процесів і процедур, а і визначає місце, час і особливості їх стикування і переходів синхронізації всіх дії. Саме їх координація, взаємозв'язаність та ефективність функціонування в єдиному комплексі за загальносистемними критеріями є об'єктом логістичного управління.

Паралельно вирішується внутрішня проблема спеціалізації виконавців, окремих підрозділів, організацій і процесів, партнерська взаємодія яких забезпечує ефективність авіаційних перевезень, шляхом створення найкращих умов виконання авіарейсів, нормативного і правового регулювання взаємодії зацікавлених і конкуруючих підприємств, оптимізації відносин між авіакомпаніями, аеропортами та іншими підприємствами.



**Рисунок 1. Логістичний ланцюг авіаперевезень**

Взаємодія між будь-якими системами (при наявності певних суперечливих цілей в системі управління матеріальними та супроводжуваними потоками) призводить до необхідності пошуку деяких компромісів. Логістичний підхід дозволяє розробити чітку і однозначну стратегію досягнення головної мети і визначити ефективність функціонування кожної ланки у відповідності до вибраної стратегії.

Основна трудність полягає в узгодженні локальних цілей і задач з глобальною метою. Крім того, необхідно взяти до уваги, що в кожній ланці логістичної системи діють і трансформуються певні ринкові взаємовідносини, які укрупнено можна розподілити на кооперацію, конфлікти та конкуренцію.

Кооперація проявляється в тому, що ланки, які виконують однакові або різні логістичні операції, об'єднують свої зусилля для досягнення спільної мети на сегменті ринку.

### **Висновки:**

1. Розроблена схема логістичного ланцюга перевезень дозволила виявити різні типи взаємодії авіакомпанії з суб'єктами ринку авіаційних перевезень.

2. Принципова відмінність розробленої бізнес-моделі взаємодії авіакомпанії з іншими суб'єктами ринку авіаційних перевезень полягає в тому, що цей ланцюг орієнтований на конкретного споживача авіатранспортної продукції і повинен забезпечити плавний і неперервний рух продуктів чи послуг від постачальників до клієнтів. Це означає, що фірми-учасники ланцюгу, які спеціалізуються на виконанні основних або допоміжних функцій, що знаходяться в їх компетенції, повинні сприяти цьому плавному і неперервному просуванню послуг з передполітного, під час польоту та післяполітного обслуговування авіаційної клієнтурі.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Бакаєв, О.О. Теоретичні засади логістики: [Текст] підруч. для студ. екон. спец.: / О.О. Бакаєв, О.П. Кутах, Л.А. Пономаренко; Київський ун-т економіки і технологій транспорту — К. : Фенікс, 2005. — 528с.

2. Григора, М.Ю. Оцінка конкурентоспроможності інтегрованих об'єднань підприємств в умовах єдиного європейського простору [Текст] / М.Ю. Григорак., М.Т. Деркач // Збірник тез доповідей Другої міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації". – Тернопіль: Економічна думка, 2005. - С.230-237.

3. Гуріна, Г.С. Основні мотиви створення стратегічних авіаційних альянсів [Текст] / Г.С. Гуріна, Л.В.Бровенко // Економіка, підприємництво та менеджмент. – К.: НАУ, 2007. –№ 10 – С. 16-20.

4. Полянська, Н.Є. Организация коммерческой работы на воздушном транспорте: [Текст] : монографія / Н.Є. Полянська. – К.: НАУ, 2004. – 320с.

5. Украинцев, В.Б. Конкуренция и логистика [Текст] / В.Б. Украинцев – М.: Экспертное бюро, 1999. – 224с.