

УДК 656.7.01.078.1 (045)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВЗАЄМОДІЇ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ НА БАЗІ АВІАЦІЙНОГО ПЕРЕВЕЗЕННЯ «OPEN JAW»

Бугайко Д.О., Чепурна А.В.

Національний авіаційний університет

bugaiko@nau.edu.ua

У статті розглянуто класифікацію методів підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній, визначено місце взаємодії авіакомпаній з перевізниками інших видів транспорту, запропоновано алгоритм побудови співробітництва з ними, який базується на типі авіаційного перевезення «Open Jaw», розглянуто основні переваги й недоліки цього методу.

The classification of methods increasing the competitiveness of airlines is reviewed and the method of interaction air carriers with other modes of transport are investigated in the article; the algorithm for constructing transport cooperation, which is based on the «Open Jaw» air transportation, and the main advantages and disadvantages of this method were worked out.

Вступ

Ринок міжнародних авіаційних перевезень являє собою унікальну економічну модель ринку транспортних послуг з рисами монополістичної конкуренції. З одного боку, це обумовлено особливостями функціонування галузі авіації в цілому, а з іншого — економічною привабливістю цього ринку. Останнє зумовлює наявність великої кількості учасників на всіх етапах перевізного процесу (аеропорти, авіакомпанії, хендлінгові компанії, агенти з продажу авіаційних перевезень тощо). Велика зосередженість суб'єктів при виконанні перевезень сприяє виникненню нестандартних методів конкурентної боротьби, наприклад, наявності спеціальних програм для пасажирів, які часто літають (програм лояльності), глобальних авіаційних альянсів, низькозатратних авіакомпаній тощо [1]. Цивільна авіація України, як невід'ємна частина світового ринку повітряних перевезень, співпрацює з усіма членами ринку і відчуває вплив високої конкуренції на власну ефективність функціонування. Особливо гостро питання оптимізації діяльності стоїть перед вітчизняними авіакомпаніями, адже їх конкурентоспроможність найнижча в галузі. Авіакомпанії України виконують перевезення в умовах обмеженості ресурсів підвищення рівня якості власних послуг і при цьому постійно перебувають під тиском конкуренції з боку іноземних авіаперевізників. Економічні результати діяльності у такій ситуації є нестабільними та непевними. У разі проведення невдалої політики підвищення конкурентоспроможності вітчизняні авіакомпанії можуть бути витіснені не тільки з міжнародного, а й навіть з внутрішньоукраїнського ринку авіаційних перевезень [2].

Постановка завдання

Підвищенню ефективності діяльності авіакомпаній приділяли увагу такі науковці: Ю.Ф. Кулаєв, Н.Е. Полянська, Е.В. Костроміна, Т.Н. Шкода тощо. Вони провели всебічне дослідження процесу функціонування авіакомпаній, визначили фактори, які мають суттєвий вплив на нього, та-

кож запропонували низку методів з підвищення конкурентоспроможності авіаперевізників України. Однак у наукових працях зазначених учених більшість запропонованих методів лежить у сфері внутрішньої діяльності авіакомпанії, через що приділяється мало уваги взаємодії останньої з перевізниками на інших видах транспорту. Взаємодія різних видів транспорту є новим і перспективним напрямком розвитку українських транспортних компаній і авіакомпаній у тому числі.

Взаємодія стосується усіх рівнів діяльності — від комерційного та правового до узгодження технічних параметрів рухомого складу на всіх видах транспорту. Такий складний процес потребує значного наукового дослідження та економічного обґрунтування.

Мета статті. Аналіз ситуації на ринку міжнародних авіаційних перевезень виявив, що для утримання існуючих позицій та збільшення част-

ки ринку міжнародних авіаційних перевезень українськими авіакомпаніями необхідно впроваджувати нові інноваційні методи підвищення конкуренції й залучення нових ринків, які базуються на результатах наукових пошуків. Завданням цього дослідження є:

- 1) аналіз існуючих способів підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній;
- 2) пропонування нового інтеграційного методу;
- 3) перевірка нового методу підвищення конкуренції на реальність упровадження з боку ресурсів наявних у авіакомпаній;
- 4) дослідження економічної доцільності, ефективності методу взаємодії авіаційного та автомобільного чи залізничного видів транспорту при виконанні пасажирських перевезень.

Аналіз методів підвищення конкурентоспроможності. Як уже зазначалось, авіакомпанії, що працюють на ринку міжнародних авіаційних перевезень, використовують різноманітні методи збереження позицій на ринку та формування сегменту постійних клієнтів.

У результаті досліджень різних форм конкурентної боротьби запропонована така класифікація за рівнем суб'єкта, який упроваджує заходи з регулювання конкурентоспроможності авіакомпаній:

© Д.О. Бугайко, А.В. Чепурна, 2009

1. Державний рівень:

– політика протекціонізму вітчизняних авіа-перевізників;
 – створення умов для формування флагманського та регіонального (фідерного) авіаперевізників;
 – проведення регулятивної політики у сфері побудови гармонізованої інфраструктури в галузі цивільної авіації України (створення ефективної мережі аеропортів).

2. Рівень авіаційного підприємства-перевізника:

– ціновий метод підвищення конкурентоспроможності (тарифна політика, використання принципів механізму діяльності низькобюджетних авіакомпаній);
 – неціновий метод підвищення конкурентоспроможності (програми для пасажирів, які часто літають, диференціація послуг, надання додаткових послуг);
 – співробітництво, взаємодія з іншими суб'єктами ринку послуг авіаперевезень [1; 3; 4].

У даній роботі не проводилось дослідження ефективності методів державного регулювання через важкий механізм їхньої реалізації та негнучкість щодо швидкої зміни зовнішнього середовища.

Усі вказані заходи (рівень авіаперевізника) є поширеними в міжнародній практиці авіаперевезень і у більшою чи меншою мірою використовуються вітчизняними авіакомпаніями. Так, національні перевізники лідери ринку авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України» та «Аеросвіт — Українські авіалінії» пропонують спеціальні програми для пасажирів, які часто літають, формують тарифну політику у відповідності до сучасних тенденцій низькозатратних авіаперевізників та пропонують спеціальні рейси з низькими тарифами на певних напрямках перевезень, як на внутрішніх, так і на міжнародних рейсах тощо.

Дослідження методу взаємодії з іншими суб'єктами при виконанні авіаперевезень. Дослідження різних методів підвищення конкурентоспроможності виявило, що в період економічного спаду не всі вони є доцільними до використання. Наприклад, надання додаткових безкоштовних послуг пасажиром збільшує витрати авіаперевізника і має низьку стимулювальну функцію через загальне зниження фінансової активності. В таких умовах найбільш актуальним є метод, який одночасно дає додаткові економічні та стратегічні переваги авіакомпанії і не потребує значних додаткових витрат на його введення в дію. В результаті аналізу різних способів конкурентної боротьби метод активного співробітництва з іншим суб'єктами ринку вия-

вився тим, що найбільше відповідає заданим критеріям ефективності. Стратегічний альянс авіакомпаній «Українська авіаційна група» («Аеросвіт» та «Донбасаеро») — приклад внутрішньогалузевої співпраці. Однак створення авіаційного альянсу не єдиний спосіб взаємодії учасників ринку. Також сюди відносять:

– комерційне співробітництво між авіакомпаніями (*interline*, *code-share* угоди, *special prorate agreements*, угоди про пул тощо);
 – взаємодія в галузі, тобто співробітництво з перевізниками інших видів транспорту, налагодження інтермодальних сполучень [5].

Безумовною перешкодою до впровадження даного методу є конкуренція, як між авіакомпаніями, так і між перевізниками різних видів транспорту. Адже останнім часом конкуренція в транспортній галузі України головним чином спостерігається не за нові ринки та нову клієнтуру, а на рівні перерозподілу вже існуючих ринків. Однак, не зважаючи на ці перешкоди, метод взаємодії перевізників різних видів транспорту є перспективним. Адже нерідко висока конкуренція на певному напрямку перевезень призводить до його збитковості для обох конкурентів, тоді як співпраця дає можливість збільшити доходи обох компаній-перевізників. До того ж конкуренція між видами транспорту більш гостра при виконанні перевезень на невеликі відстані, а чим більша відстань пасажирського перевезення, тим менший рівень конкуренції між видами транспорту за рахунок сегментації ринку [6].

Слід зазначити, що взаємодія видів транспорту є ефективнішою, з точки зору мінімальних витрат при її впровадженні, для пасажирських перевезень, оскільки при виконанні вантажних перевезень необхідно узгоджувати обсяги перевезень між видами транспорту з урахуванням технічних параметрів рухомого складу та створювати необхідну інфраструктуру: місця стикування двох видів транспорту, спеціальні розвантажувально-навантажувальні механізми, розробка уніфікованої тари. Тоді як при виконанні пасажирських інтермодальних перевезень на перших етапах достатньо використовувати вже існуючу інфраструктуру інших видів транспорту.

Інтеграція методу взаємодії з тарифною політикою авіакомпанії. Рівень взаємодії з іншими видами транспорту може варіюватися та мати різну пріоритетність для авіакомпаній. Так укладання угоди про перевезення авіапасажирів певною автомобільною компанією (або іншим видом транспорту) з міста до аеропорту — приклад місцевого рівня взаємодії авіаційного транспорту з автомобільним (або іншим).

Ефективнішою для авіакомпаній є взаємодія з перевізниками інших видів транспорту, як двох або більше рівноправних провайдерів послуг перевезення. При співпраці такого типу авіакомпанія виступає першою чи останньою ланкою подорожі пасажиром, а партнер на іншому виді транспорту виконує функцію фідерного перевіз-

ника, що підвозить пасажирів до аеропорту або, навпаки, розвозить їх з аеропорту до кінцевого пункту призначення.

Реалізацію моделі інтермодальних пасажирських перевезень пропонується провести на базі існуючої тарифної сітки авіакомпанії. Аналіз структури авіаційних тарифів показав, що ефективним буде кооперація з перевізниками при виконанні перевезень типу *Open Jaw*.

Open Jaw — перевезення між трьома містами, при якому друга ділянка перевезення є найкоротшою й виконується наземним або водним видами транспорту [7].

Перевага даної структури перевезення полягає у використанні вже існуючих можливостей та досягненні по них найбільших переваг. Адже такий тип перевезення вже виконується авіакомпаніями і є певна категорія пасажирів, що ним користуються. Вузким місцем є саме другий перевізник автомобільного, залізничного, водного видів транспорту, оскільки він визначається кожним пасажиром окремо у випадковому порядку. Запропонований метод є впровадженням логічної ланки у схемі авіаційного перевезення *Open Jaw*. У сучасних умовах така взаємодія між авіаційним та іншими видами транспорту є доцільною, оскільки вона не передбачає появи додаткових витрат (окрім витрат на розроблення проекту та пов'язаних з проведенням взаєморозрахунків) чи зміни існуючої тарифної політики, а базується на використанні ресурсів, які вже мають перевізники-партнери.

Для того щоб така форма взаємодії авіаційного перевізника з компаніями на інших видах транспорту мала економічну доцільність і була ефективною, необхідно запровадити не тільки технологію перевізного процесу, а й зробити доступною цю послугу для потенційних пасажирів.

Це можна досягти двома шляхами:

1) встановлення домовленості про пріоритетний продаж послуг перевезення перевізника-партнера, тобто коли в агентствах обох перевізників пропонують послуги партнера;

2) підписання угоди типу *interline* про взаємне визнання пере-візної документації — більш глибокий рівень співробітництва. В останньому випадку партнери зможуть продавати на власних бланках послуги перевезення на всі ділянки подорожі. З розвитком взаємовідносин доцільним є створення єдиного квитка, який значно полегшить для пасажирів користування даною послугою та зменшить роботу перевізників на етапі випуску перевізної документації та її обробки.

Слід пам'ятати про те, що при взаємодії між підприємствами різних видів транспорту виникають нові відносини, які в першу чергу стосуються економічних та правових аспектів. Так, при впровадженні інтермодального пасажирського перевезення перевізники повинні розробити схему взаєморозрахунків та розподілити відпо-

відальність на всіх ділянках перевезення [6].

У результаті досліджень пропонується впровадження моделі співробітництва з транспортними компаніями при виконанні перевезень *Open Jaw* за таким алгоритмом:

1. Внутрішнє дослідження авіакомпанії на предмет визначення напрямків з найбільшою часткою перевезень типу *Open Jaw*.

2. Виділення визначених напрямків як пріоритетних для стимулювання перевезень типу *Open Jaw*.

3. Дослідження ринку пасажирів, які користуються даною послугою та визначення мети їх подорожей.

4. Визначення рівня стабільності цього пасажиропотоку. Визначення факторів, які впливають на це.

5. Дослідження ринку транспортних компаній залізничних, автомобільних і водних перевізників, які здатні задовольнити потреби пасажирів авіакомпанії на наземній ділянці подорожі.

6. Визначення перевізника-партнера (або кількох).

7. Проведення переговорів з приводу співробітництва між компаніями-перевізниками.

8. Підписання *interline* угоди про взаємне визнання перевізної документації. Налагодження процесу обміну даними (створення спільної бази даних) та визначення системи взаєморозрахунків між перевізниками.

9. Проведення маркетингової роботи серед клієнтів як авіаперевізника, так і серед клієнтів перевізника-партнера.

10. Реалізація проекту на практиці [5].

Визначення сегмента ринку та еластичності попиту на ньому. Створення зазначеного вище процесу взаємодії суб'єктів ринку перевезень на базі авіаційного тарифу *Open Jaw* визначає сегмент ринку, який створюватиме попит на це перевезення. Адже сама структура такого перевезення — це більшою мірою пропозиція для пасажирів, мета подорожі яких — «Туризм». Це треба враховувати, оцінюючи ефективність даного методу: така стратегія буде доцільна для авіакомпаній, що мають вагомий частку туристичної клієнтури. Проте, з іншого боку, формування цілісної пропозиції інтермодального перевезення за єдиним квитком, безумовно, має відкрити нові ринки для авіакомпанії [3].

Слід враховувати й такий фактор, як еластичність попиту на перевезення (у даному випадку на перевезення *Open Jaw*). Бо навіть якщо частка пасажирів-туристів, які користуються послугами перевезення даної авіакомпанії, доволі висока, то це не може бути гарантом стабільності пасажиропотоку. Дослідження показали, що еластичність попиту на авіаційні туристичні перевезення є високою, тобто навіть при незначному збільшенні/зменшенні ціни величина попиту (кількість пасажирів) значно варіює — зменшується/збільшується. Це є вагомим фактором при виборі перевізника-партнера та при розробленні єдиного тарифу на інтермодальне перевезення [1].

Висновки

У результаті досліджень було запропоновано інтеграційний метод підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України, який базується на взаємодії з перевізниками інших видів транспорту при виконанні авіаційних перевезень *Open Jaw*.

Позитивні сторони співробітництва авіакомпаній з іншими транспортними компаніями:

- проникнення авіаційними компаніями у суміжні галузі дає стійку конкурентоспроможність;
- надання пасажиром послуг інтермодальних перевезень за єдиним квитком;
- економічно вигідний для пасажирів тип перевезення, ніж перевезення типу *Round Trip* (перевезення з поверненням) та *Circle Trip* (кругове перевезення);
- залучення нової клієнтури, для якої такий вид послуг є актуальним;
- можливість залучення клієнтів транспортних компаній до використання послуг авіаційного транспорту;
- об'єднання постійної клієнтури за рахунок об'єднання програм для постійних пасажирів;
- надання додаткових послуг власним пасажиром;
- створення авіакомпанією додаткового ринку авіаперевезень, який може бути «буфером» у перехідні етапи та періоди економічного спаду.

Негативні сторони співробітництва авіакомпаній з іншими транспортними компаніями:

- ускладнення процесу взаєморозрахунків;
- ускладнення процесу продажу послуг перевезення;
- вузький сегмент користувачів даною послугою;
- висока еластичність послуги інтермодальних перевезень.

Ефективність використання даного методу

залежить від значної кількості чинників і лежить

у сфері багатofакторного аналізу, потребує подальших наукових досліджень та техніко-економічних розрахунків, які планується провести у наступних розробках. Планується також провести аналіз за конкретними схемами перевезення та взаємодії авіакомпаній з перевізниками інших видів транспорту.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Костромина Е.В.* Экономика авиаконпании в условиях рынка / Е.В. Костромина. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2005. — 344 с.
2. *Бугайко Д.О.* Вплив процесів глобалізації на авіаційно-транспортну галузь України // Зб. наук. праць «Проблеми системного підходу в економіці». — К.: НАУ, 2004. — № 9 — С. 26—34.
3. *Полянская Н.Е.* Организация коммерческой работы на воздушном транспорте: Монография / Н.Е. Полянская. — К.: НАУ, 2004. — 320 с.
4. *Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України на середньостроковий період та до 2020 року.*
5. *Кулаев Ю.Ф.* Экономика гражданской авиации Украины: Монография / Ю.Ф. Кулаев. — К.: Феникс, 2004. — 667 с.
6. *Щелкунов В.И.* Механизм регулирования коммерческой деятельности авиаконпаний Украины: Монография / В.И. Щелкунов, С.А. Перверзева. — К.: Наук. думка, 2006. — 304 с.
7. *Гречникова М.И.* Расчет пассажирских тарифов на международные перевозки и правила оформления билетов: науч. пособ. / М.И. Гречникова. — М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 1999. — 105 с.

Стаття надійшла до редакції 04.06.09