УДК 629.735.067:629.735-005.44(045)

КЛИМЕНКО Г.А.,
к.е.н., доцент
Національного авіаційного університету

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ПАРТНЕРСТВА АВІАКОМПАНІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

***Анотація**. Стаття присвячена визначенню перспектив розвитку глобальних авіаційних альянсів та пошуку можливостей створення таких форм партнерства, що були б найбільш гнучкими і сприйнятливими до швидко змінних потреб ринку авіаперевезень.*

Ключові слова: авіаційні альянси, партнерські об'єднання, ринок авіаперевезень, міжнародні авіакомпанії, авіаційна галузь.

Клименко А.А., к.э.н., доцент Национального авиационного университета

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ПАРТНЕРСТВА АВИАКОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

***Анотация**. Статья посвящена определению перспектив развития глобальных авиационных альянсов и поиску возможностей создания таких форм партнерства, которые были бы наиболее гибкими и благоприятными к быстро изменяющимся требованиям рынка авиаперевозок.*

Ключевые слова: авиационные альянсы, партнерские объединения, рынок авиаперевозок, международные авиакомпании, авиационная отрасль.

FEATURES OF INTERNATIONAL PARTNERSHIP OF AIRLINES IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Klymenko G.A., Associate Professor National aviation university, Ph.D. in Economics

***Abstract.** The article is devoted determination of prospects of development of global aviation alliances and search of possibilities of creation of such forms of partnership, which would be most flexible and receptive to the quickly variable necessities of market of air traffics.*

Key words: aviation alliances, partner associations, market of air traffics, international airlines, aviation industry.

Актуальність проблеми. Сучасні тенденції глобалізації світового господарства призвели до підвищення ролі науково-технічного прогресу та інформаційних технологій, що, в свою чергу вплинуло на трансформацію міжнародних зв'язків в авіаційній галузі.

Яким чином в умовах надвисокої конкуренції авіакомпанія може укріпити власні конкурентні позиції, тобто збільшити пасажиропотік? Головним чином, за рахунок розширення мережі маршрутів та зниження собівартості квитків. Таке завдання, як виявилось, під силу партнерським об'єднанням у вигляді авіаційних альянсів.

Але питання у тому, що міжнародні авіакомпанії не можуть так само легко проводити злиття між собою, як, наприклад, металургійні або нафтові концерни. Дещо простіше провести таку операцію, якщо йдеться про дві національні компанії. Так, американська Continental Airlines об'єдналася з United Airlines і тепер вони літають під загальною маркою United. Усередині Євросоюзу провести злиття теж практично неможливо. Наприклад, Air France і KLM вже давно з юридичної точки зору є однією компанією, але продовжують працювати кожна під своєю вивіскою. Те ж саме у випадку з British Airways та іспанською Iberia, а також німецькою Lufthansa і швейцарською Swiss. Таким чином, існує певна специфіка створення та функціонування партнерських об'єднань в цивільному авіаційному транспорті, яку необхідно враховувати компаніям, що прагнуть долучитися до глобальних авіаційних альянсів.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанню формування авіаційних партнерських об'єднань, ефективності функціонування цивільної авіації в умовах глобалізації присвячено праці ряду фахівців даної галузі, зокрема Д. Бугайко, В. Харченко [1], М. Рожко, О. Кибальникова [2] та ін.

Крім того, регулярні дослідження процесів трансформації партнерських авіаційних об'єднань, що викликані глобалізацією світової економіки, проводять фахівці Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO), Міжнародної асоціації авіаційного транспорту (IATA), Європейської конференції цивільної авіації (ECAC), Європейського агентства з безпеки аеронавігації (EUROCONTROL) та інших світових та регіональних організації в галузі цивільної авіації.

Метою статті є визначання перспектив розвитку глобальних авіаційних альянсів, що прагнуть отримати більше прав на певні маршрути в інших країнах, але змушені враховувати національні інтереси, а

також пошук можливостей створення таких форм партнерства, що були б найбільш гнучкими і сприйнятливими до швидко змінних потреб ринку авіаперевезень.

Виклад основного матеріалу. Навіщо взагалі потрібні авіаційні альянси та який сенс авіакомпаніям долучатись до альянсів? Перед усім, авіаперевізник таким чином дістає можливість підсилити свої позиції на ринку, хоча і не збільшує власні потужності. Так, німецька авіакомпанія Air Berlin ставши учасником Oneworld, отримала додаткову можливість окрім квитків за 162 напрямами у 40 країнах, продавати квитки і на стикувальні рейси, які здійснюють партнери альянсу. Найменший з трьох провідних альянсів – Oneworld – обслуговує клієнтів за 840 напрямам у 150 країнах; щоденно це понад 9000 польотів [4]. Входження до альянсу також дозволяє компаніям уніфікувати системи бронювання, проводити спільні рейси, погоджувати час відправлення, мати загальні бонусні програми і так далі. Як наслідок, участь в альянсі значно знижує собівартість квитків для авіакомпаній і одночасно дає можливість збільшити пасажиропотік.

Але, як було зазначено вище, існує особливість створення та функціонування партнерських об'єднань в авіаційній галузі. Мова йде про національні інтереси, які доводиться враховувати альянсам. Справа у тому, що представляти країну може лише та компанія, в якій більшість власників складають фізичні або юридичні особи цієї країни. Лише за таких умов компанія може отримати права на певні маршрути та перельоти в іншій країні. Наприклад, Swiss, після того, як її купила Lufthansa, втратила в Росії частину прав на перельоти. Причина: у Москві її тепер вважають, за правом власності, не швейцарською, а німецькою компанією. Більшість країн світу законодавчо обмежують долю, яку іноземні інвестори мають право купити у національних авіаперевізників, пояснюючи це інтересами безпеки [3].

Цивільні перевізники давно думають над тим, як обійти ці правила. Перші спроби об'єднатися в партнерські організації були зроблені ще в 30-і роки XX століття. Але по-справжньому потужними альянси змогли стати на початку 2000-х років. Аналіз передумов появи сучасних авіаційних альянсів говорить про те, що саме радикальні зміни в Європі, які почалися в 1993 р., створили ситуацію, коли перевізники Європейського союзу дістали необмежений доступ до всіх маршрутів усередині ЄС. Мова йде про створення єдиного ринку повітряного транспорту і його лібералізації. Такий ринок передбачає право будь-якого громадянина держави – члена ЄС мати у власності авіакомпанію і управляти нею в іншій країні – членові Союзу. У 1997 р. європейським перевізникам було надано право каботажу між аеропортами, розташованими на території інших країн – членів ЄС. Формування єдиного європейського авіаційного ринку створило 1,4 млн. робочих місць; очікується, що лібералізація ключових маршрутів в глобальному масштабі приведе до створення 24,1 млн. нових робочих місць і залучить в економіку 490 млрд. дол. [2]

У результаті процесів глобалізації та лібералізації застосування критерію національного володіння і контролю стає все більш недоречними. Багато перевізників вже не належать державі, а деякі передали контрольний пакет акцій громадянам власних країн. Позитивним аспектом цих глобалістичних підходів без сумніву є то що на ринку залишаються та працюють більш ефективні перевізники, які відповідають необхідному рівню безпеки та надають більш привабливі з цінової та якісної складових авіаційні послуги. При цьому далеко не завжди є впевненість, що при такому володінні авіаперевізник буде в першу чергу представляти інтереси власної держави. Потужні світові авіаперевізники активно застосовують новітні форми комерційного співробітництва. Поширюється практика глобалістичних фінансових операцій, коли потужні авіакомпанії з різних регіонів світу скуповують контрольні пакети акцій іноземних авіаперевізників. Тобто існує ризик підконтрольної діяльності з боку іншої сторони, що особливо актуально при розвитку глобальних та стратегічних альянсових взаємовідносин [1].

Після лібералізації ринку Європи, але ще до початку аналогічного процесу у світовому масштабі, перевізники різних континентів почали об'єднуватися в групи, розраховуючи отримати економічну вигоду від нової форми роботи. 14 травня 1997 р. п'ять авіакомпаній – Air Canada, Lufthansa, SAS, Thai Airways International і United Airlines – створили Star Alliance, який зараз вважається старим об'єднанням на ринку. Услід за ним, 1 лютого 1999 р., з'явився Oneworld (до якого в той момент увійшли American Airlines, British Airways, Canadian Airlines, Cathay Pacific і Qantas Airways), а 22 червня 2000 р. – Skyteam у складі Aeromexico, Air France, Delta і Korean Air [2].

Отже, були створені три глобальні альянси, які включають зараз 52 великих і середніх авіакомпанії (або 1,5% від приблизно 3200 авіакомпаній світу), контролююча близько 60% світового об'єму пасажирських перевезень з маршрутним обхватом практично всіх частин світу: Азії, Америки, Африки, Європи, Австралії і Океанії. Авіакомпанії – члени трьох глобальних альянсів базуються в 110 міжнародних вузлових аеропортах (або 27,5% від приблизно 400 аеропортів світу, обслуговуючих міжнародні магістральні і регіональні перевезення. Левова частка загальносвітових авіаперевезень доводиться на країни реєстрації членів глобальних альянсів: США, Великобританію, Японію, Францію, Канаду, Німеччину та Італію [5, 6]. Сумарні дані за основними показниками глобальних альянсів авіакомпаній приведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні показники глобальних альянсів авіакомпаній

Основні показники	Star Alliance	SkyTeam	Oneworld
Кількість учасників	27	13	12
Кількість повітряних суден	4023	3127	2473
Кількість співробітників	402208	323759	311830
Кількість перевезених пасажирів на рік	603,8 млн	385,0 млн	335,7 млн
Кількість рейсів на добу	21000	12597	9380
Кількість салонів високої комфортності	більше 970	420	550
Кількість країн, що обслуговують альянси	181	169	150

Джерело: офіційний сайт альянсу Oneworld [4], офіційний сайт альянсу Star Alliance [7], офіційний сайт альянсу SkyTeam [8].

Головна причина формування союзів авіакомпаній за кордоном – чекання синергетичного ефекту, тобто здобуття більшої ефективності від спільної роботи, чим могли б добитися окремі компанії, а також скорочення витрат. Це має дуже важливе значення в періоди світових фінансово-економічних криз і природних катаклізмів. Крім того, консолідовані авіаперевізники прагнуть досягти ефекту масштабу, в результаті якого збільшення масштабів виробництва продукції веде до зниження собівартості авіаційних послуг. Втім, завжди існує точка насичення, в якій із збільшенням програми випуску собівартість продукції (послуги) вже не знижується, оскільки цей чинник може вичерпати себе.

Висновки. Підводячи підсумки проведеному дослідженню, можна назвати характерну особливість сучасних глобальних альянсів якою є лідирування і заняття провідних позицій в них переважно класичних магістральних перевізників і незначну питому вагу тих, що набирають силу низькотарифних авіакомпаній. Це говорить, з одного боку, про прихильність історичному корінню, адже ініціаторами утворення альянсів виступили традиційні європейські і американські перевізники, історія яких налічує не одне десятиліття, а з іншого боку, вони ж часто стають материнськими компаніями своїх низькотарифних дочірніх авіапідприємств, які гнучкіші і сприйнятливіші до швидко змінних потреб ринку авіаперевезень [2].

Таким чином, в глобальних альянсах мирно співіснують і доповнюють один одного дві моделі авіаперевізного бізнесу: класична і низькотарифна. Виробничі показники альянсів говорять про життєздатність і високу міру конкурентоспроможності такої двоякої моделі в осяжному майбутньому. При цьому слід зазначити, що прогрес, що продовжується, в розвитку високошвидкісного наземного транспорту, в першу чергу залізнодорожнього, може в довгостроковій перспективі привести до домінування на традиційному ринку вже низькотарифних перевізників та їх інтегральної кооперації з іншими видами транспорту.

Список використаної літератури

1. Бугайко Д., Харченко В. Безпека та ефективність галузі цивільної авіації в умовах глобалізації світового ринку авіаційних перевезень / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/6858

2. Рожко М., Кибальников О. Мировые авиационные альянсы: вчера и сегодня глобального партнерства / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ato.ru/content/mirovye-aviacionnye-alyansy-vchera-i-segodnya-globalnogo-partnerstva

3. Шпет А., Бушуев М. Альянсы авиакомпаний: зачем они нужны и кому они выгодны**.** http://www.dw.com/

4. Офіційний веб-сайт Альянсу Oneworld / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.oneworld.com/

5. Интернет-сайт Airlines Inform / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.airlines-inform.ru/

6. Ресурс World Chains / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://wchains.com/airlines/StarAlliance.html

7. Офіційний веб-сайт Альянсу Star Alliance / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.staralliance.com/

8. Офіційний веб-сайт Альянсу Sky Team / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.skyteam.com/