

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА АВИАУСЛУГ

Дружинина М.Н.

**Научный руководитель - доцент, Филимоненко И.В.
Сибирский федеральный университет, г.Красноярск**

Авиатранспорт – это один из наиболее значимых секторов мировой экономики. Рынок услуг гражданской авиации является чрезвычайно динамично развивающимся и подверженным большому влиянию общемировой экономической конъюнктуры. Вклад рынка услуг гражданской авиации в локальную, региональную и мировую экономику складывается из прямого и мультипликационного эффекта сопряженных с ним отраслей. По оценкам Международной организации гражданской авиации (ИКАО), вклад сектора, включающего инфраструктуру и конструкторскую отрасль, в настоящее время составляет около 3 трлн. долл. США, что эквивалентно 8 % мирового ВВП.

В настоящее время в условиях отраслевого и мирового экономического кризиса, снижения спроса на авиаперевозки, авиакомпании вынуждены функционировать в режиме максимального снижения издержек, выстраивать свои стратегии с учетом нацеленности на сохранение и укрепление лояльности пассажиров. Общая ситуация на авиарынке осложняется скачками цен на нефть. Возможно, на существующую ситуацию повлияет развитие научно-технического прогресса, в частности, новые разработки в сфере альтернативных видов горючего на основе водорода или солнечной энергии. В случае, если эти разработки будут успешно завершены, авиакомпании для сохранения и повышения конкурентоспособности на мировом рынке будут вынуждены обновлять парк самолетов. Затраты на обновление воздушного парка велики, и кооперация в рамках альянсов или форм консолидации (слияния) позволят компаниям путем размещения крупных заказов снизить издержки по закупкам.

В современный период в деятельности компаний, работающих в отрасли авиаперевозок, появляются новые подходы, основанные на быстром развитии сферы информационных технологий, а так же влияния различных маркетинговых факторов. Влияние факторов внешней среды дают общую характеристику и основные тенденции развития мирового рынка авиауслуг, определяют особенности отрасли, выявляют наиболее значимые факторы конкурентоспособности авиакомпаний, тем самым дают возможность для анализа влияния макросреды на функционирование авиакомпаний, в том числе при кризисных ситуациях, либерализации авиарынка и тенденции изменения структуры собственников авиакомпаний, возможности слияний и поглощений на рынке, которые ведут к изменению показателей эффективности деятельности компаний на мировом рынке авиауслуг, создают возможность для повышения их конкурентоспособности в целом.

Конкурентные преимущества компании определяются эффективностью управления, прибыльностью, ликвидностью, рыночной устойчивостью, качеством предоставляемых услуг, экономичностью (низкими издержками), имиджем (бренд компании) и рядом других параметров. Конкурентоспособность авиаперевозки компании отражает ее способность более полно отвечать требованиям потребительского спроса в сравнении с аналогичными услугами других компаний, и для авиакомпаний, предоставляющих услуги по авиаперевозке пассажиров, определяется, в первую очередь: ценой, ассортиментом и качеством предоставляемых услуг, объемом продаж мест на свои рейсы, системой сбыта авиабилетов, эффективностью рекламы, имиджем авиакомпании.

Все факторы, влияющие на конкурентоспособность авиакомпании, можно условно разделить на внешние (факторы макросреды), к которым, в частности, относятся

рыночная конъюнктура, кризисные явления, как в целом в мировой экономике, так и непосредственно на рынке авиауслуг, слияния и поглощения, вхождение в альянс, возможность получения господдержки, в том числе льгот и субсидий, а также доступ к инвестициям, привлечение которых зачастую зависит от формы собственности авиаперевозчика; и внутренние (факторы микросреды) – осуществление деятельности на базе современных методов менеджмента, в том числе, внедрение эффективных программ по управлению издержками авиакомпании, доходами, персоналом, его мотивация, и как следствие, улучшение качества предоставляемых авиакомпанией услуг, расширение маршрутов, освоение новых географических рынков, активное внедрение новых информационных технологий, а так же использование различных методов и подходов при построении маркетинговых коммуникаций со всеми контрагентами, с которыми работает компания.

Главной отличительной особенностью современной авиаиндустрии является высокий уровень конкурентной борьбы. Этим объясняется то, что в сфере авиаперевозок самая низкая норма прибыли. Даже в успешном для авиакомпаний 2000 году она составила всего 1,7%. Это связано с тем, что авиаперевозчики существуют в монополистической среде: монополия на аэронавигационное обслуживание, монополия аэропортов, топливозаправочных компаний, сервисных компаний, поставщиков авиационной техники, монополия страховщиков.

Жесткая конкуренция в отрасли снижает операционную прибыль авиакомпаний, чтобы поддерживать ее на достигнутом уровне, им приходится наращивать оборот, что подтверждает статистика: объем авиаперевозок в 1993 году составлял 1580 млрд. пасс.-км., в 2001 году достиг 2600 млрд. пасс.-км., а в 2006 году – 3940 млрд. пасс.-км.

В 2007 году общий объем регулярных перевозок составлял приблизительно 2260 млн. пассажиров. Рост объема пассажирских перевозок в целом опережал рост предлагаемой провозной емкости в креслах. В результате средний коэффициент пассажирской загрузки на всех регулярных рейсах (внутренних и международных) возрос до 77 % по сравнению с 76 % в 2006 году. Что касается перевозок в разбивке по регионам, то 31 % общего объема перевозок (пассажирских/грузовых/почтовых) был выполнен авиакомпаниями Северной Америки, 30 % – авиакомпаниями Азии/Тихого океана, 27 % – европейскими авиакомпаниями, 6 % – авиакомпаниями Ближнего Востока, 4 % – авиакомпаниями Латинской Америки и Карибского бассейна и 2 % – африканскими авиакомпаниями.

Мировая гражданская авиация активно вовлечена в процесс либерализации и дерегулирования. Согласно оценкам процесс либерализации охватил около 30 % стран с беспосадочными пассажирскими перевозками. На региональном уровне действовало 12 либерализованных соглашений, в том числе принятые только в 2007 году: единый авиационный рынок ЕС увеличился с 25 до 27 государств в результате включения в него Болгарии и Румынии; вступили в силу Соглашение о либерализации воздушного транспорта между арабскими государствами и Соглашение о воздушном сообщении между тихоокеанскими островными государствами. В марте 2008 года вступило в силу соглашение между США и ЕС о воздушном сообщении в качестве первого этапа на пути создания открытой авиационной зоны. Данное соглашение заменит все существующие двусторонние соглашения о воздушном сообщении между государствами – членами ЕС и США. Оно предусматривает, что любая европейская авиакомпания сможет теперь осуществлять рейсы в любой аэропорт США без ограничений, но не дает право европейским самолетам совершать внутренние рейсы по Америке. Авиакомпании США, в свою очередь, могут теперь летать из США в любой европейский аэропорт и совершать внутренние перелеты между аэропортами Европы.

Либерализация обострит конкуренцию, что должно привести к снижению тари-

фов и улучшению качества сервиса. Также она устранит препятствия на пути к консолидации европейских авиакомпаний. На долю рейсов между США и Европой, объем которых составляет 18 миллиардов долларов в год, приходится 60% всего международного авиасообщения в мире. Предполагается, что новое соглашение уже через пять лет приведет к увеличению пассажирских авиаперевозок через Атлантику на одну треть - до 73 миллионов пассажиров в год. Анализируя данное соглашение, следует отметить, что оно является более выгодным для авиакомпаний США и, вероятнее всего, при дальнейшем повсеместном внедрении принципов «открытого неба», то есть отказа от регламентации воздушных сообщений, приведет к банкротству некоторых неамериканских перевозчиков.

Российская отрасль авиаперевозок повторяет в значительной степени общемировой путь, однако, со значительным отставанием: жесткого регулирования с момента официального роспуска авиакомпании Аэрофлот фактически не было; в 1993 году произошла либерализация тарифов на авиаперевозки; Воздушный кодекс принят только в 1997 г., в настоящее время на рынке около двухсот авиакомпаний (в два раза больше, чем в США).

Глобальная тенденция приватизации в сфере авиаперевозок является характерной для многих стран мира, однако, большинство рынков авиаперевозок все еще подвержены полному или частичному государственному регулированию. В частности, на рынках Восточно-европейских стран правительственная собственность национальных авиалиний составляет в среднем приблизительно 80 %; на африканском континенте – 75 %; в России – 25 %; в Австралии – 17 %; в странах Латинской Америки – 6 %; в Канаде и США – теперь полностью сфера частной собственности. В частной собственности в настоящее время находятся авиаперевозчики в Японии, Республике Корея, Брунее, Малайзии, Австралии и Новой Зеландии, а также авиаперевозчики, базирующиеся в Гонконге и в китайской провинции Тайвань. Европейские авиакомпании, как правило, «привязаны» к своим государствам, которые либо имеют долю в капитале авиаперевозчиков, либо полностью их контролируют, однако, свыше половины крупных западноевропейских авиакомпаний уже находятся в частной собственности. В странах Ближнего Востока и Африки почти все национальные авиаперевозчики принадлежат государству, хотя порядка 25 перевозчиков этих двух регионов были намечены к приватизации. Авиакомпании стран Среднего Востока и Персидского залива также начинают процесс приватизации.

В России консолидационные процессы во многом сводятся к перераспределению государственных пакетов с использованием административного ресурса. В настоящее время для поглощений интересны только контрольные пакеты авиаперевозчиков, а в России активы, представляющие наибольший интерес, находятся в госсобственности.

Существует высокая корреляция между спросом на авиаперевозки и общей экономической ситуацией в мире. Влияние экономических спадов и замедлений темпов экономического роста в мире на объемы авиаперевозок можно проследить в следующие периоды: 1974-75, 1980-82, 1990-91, 1998 и 2001 годы. События осени 2001 года оказали на развитие мирового рынка авиауслуг наибольшее влияние. После террористических атак 11 сентября 2001 года в США, вызвавших временное закрытие воздушного пространства над США, а также снизивших спрос на авиаперелеты, мировой рынок авиаперевозок в среднем сократился на 20%, а за первую половину 2002 года спад на рынке авиаперевозок составил 4,5%. По данным IATA, кризис обошелся авиаперевозчикам в 18 млрд. евро в 2001 году, а убытки авиакомпаний в 2002 году достигли 13 млрд. евро. Если учесть, что в среднем 278 авиакомпаний-членов IATA, выполняющих 95% авиаперевозок мировой коммерческой авиации, добивались лишь около 3 млрд.

долл. чистой прибыли ежегодно с 1977 по 2000 гг., то итоги 2001 года можно считать катастрофическими. После 2001 года возникли 22 новые авиакомпании, а число перевозчиков, прекративших свою деятельность, достигло 40.

Вследствие кризиса усилились конкурентные процессы, что стало причиной разорения ряда авиакомпаний. В частности, обанкротились такие авиаперевозчики как Swissair и бельгийская Sabena, под защиту по статье 11 «Закона о банкротстве» США попали US Airways, в этом положении оказалась и авиакомпания United Airlines. Поскольку традиционные перевозчики оказались не в состоянии быстро переориентировать деятельность на новые рынки и потеряли часть потребителей, на рынке активизировались авиакомпании-дискаунтеры, предоставляющие услуги по сниженным ценам, из-за чего начался передел европейского рынка авиаперевозок, а также внутреннего рынка США. Поскольку одним из конкурентных преимуществ низкобюджетных авиакомпаний является мобильность, в период кризиса они оказались более конкурентоспособными.

Тяжелое положение в отрасли привело к консолидации рынка. Конкуренция в авиапромышленности в настоящее время сфокусирована в основном между группировками, а не между отдельными авиакомпаниями. Возможность разделения расходов за счет маркетинга и увеличения доходов путем перевозки большего числа пассажиров делают альянсы наиболее привлекательной моделью функционирования. Кроме того, только авиакомпании, являющиеся членами альянса, способны создать общемировую сеть маршрутов без существенных капиталовложений. Создание альянсов позволяет крупнейшим авиакомпаниям мира занять большую долю на рынке.

Можно обнаружить тенденцию существенного повышения эффективности авиатранспортной деятельности и конкурентоспособности участников рынка на основе формирования и развития глобальных альянсов авиакомпаний. Для того, чтобы глобальный альянс был конкурентоспособным и приносил выгоду компаниям-участникам альянса, в его члены обязательно должны входить несколько европейских авиакомпаний и крупный американский авиаперевозчик. Кроме такого фактора, как показатели распределения пассажирооборота в мире, это связано и с особенностями рынков воздушных перевозок США и Европы. В настоящее время наиболее известными являются глобальные альянсы Star Alliance, oneworld, SkyTeam.

Анализируя форму сотрудничества между членами трех крупнейших глобальных альянсов, можно проследить, что, во-первых, кооперация между авиакомпаниями-членами достигла высокого уровня и, очевидно, будет развиваться. Во-вторых, альянсы достигли разной степени интеграции в различных сферах своей деятельности: если oneworld уделяет большее внимание развитию информационных технологий и совместных продаж, заключению двусторонних договоров между партнерами, то StarAlliance в свою очередь, добивается размещения «под одной крышей» в аэропортах по всему миру и активно способствует продвижению общего бренда. В-третьих, внутри альянсов возможны различные уровни интеграции между его членами: примером может служить слияние KLM и Air France, а также Delta Air Lines с Northwest в рамках SkyTeam, Airlines US Airways и America West из StarAlliance. В ближайшее время планируется объединение British Airways и Iberia из oneworld.