

## **АВИАЦИОННЫЕ АЛЬЯНСЫ: ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ**

Янашек Д.С., Шолохова Д.Л.

ФГБОУ ВО «Международный институт экономики и лингвистики Иркутского государственного университета», ФГБОУ ВО «Юридический институт Иркутского государственного университета»

**Аннотация:** В представленной работе подробно рассмотрены особенности коммерческой деятельности в сфере авиационных перевозок, проанализированы принципы международного авиационного права, разобраны предпосылки для формирования авиационных стратегических, глобальных и маркетинговых альянсов, сформулированы основные тенденции развития отрасли.

Осуществление международных перевозок связано с пересечением воздушного пространства иностранных государств, а также с ведением коммерческой деятельности на их территории, что обуславливает необходимость регулирования исследуемой отрасли нормами международного права.

Применение различных степеней свободы воздуха в международном авиационном праве накладывает на авиаперевозчиков ряд ограничений. В частности, авиакомпании вынуждены формировать собственную маршрутную сеть с учетом свобод воздушного пространства, что и послужило одной из предпосылок для возникновения авиационных альянсов.

Теоретическая и практическая актуальность выбранной проблемы подтверждаются тенденцией к глобализации, существующей на рынке авиаперевозок, которая выражается в росте масштабов и количества авиационных альянсов; заключении все большего числа соглашений, позволяющих оформлять багаж трансфером до конечного пункта назначения при использовании разных перевозчиков на нескольких сегментах маршрута, договоров о взаимном признании перевозочной документации и др.

Ключевые слова: Авиация, авиационные альянсы, стратегические альянсы, глобальные альянсы, маркетинговые альянсы, код-шеринг соглашения, интерлайн соглашения, соглашения о пуле.

**Abstract:** In this article describes in detail the features of commercial activities in the field of air transport, analyzes the principles of international aviation law, analyzed the prerequisites for the formation of aviation strategic, global and marketing alliances, as well as studied the code-sharing, interline agreements and agreements on the pool, analyzed the state of the world, Russian and regional air transport market, formulated the main trends in the industry.

The implementation of international transport is associated with the crossing of the airspace of foreign States, as well as with the conduct of commercial activities in their territory, which necessitates the regulation of the studied industry by the norms of international law.

The application of different degrees of freedom of air in international aviation law imposes a number of restrictions on air carriers. In particular, airlines are forced to form their own route network, taking into account the freedom of airspace, which was one of the prerequisites for the emergence of aviation alliances.

Theoretical and practical relevance of the chosen problems are confirmed by the trend of globalization that exists in the airline industry, which is reflected in the growth in the size and number of airline alliances; the conclusion of a growing number of agreements, allowing to arrange Luggage transfer to your final destination when using different carriers in multiple segments of the route, agreements on mutual recognition of transportation documentation, etc.

Keywords: aviation, aviation alliances, strategic alliances, global alliances, marketing alliances, code-sharing agreements, interline agreements, pool agreements.

В пассажирских авиаперевозках можно выделить два вида направлений: внутренние и международные. Перевозки на внутренних направлениях регулируются законодательством

страны, в которой они осуществляются [3]. Выполнение рейсов по международным направлениям регулируется нормами международного права. По сравнению с перевозками на внутренних направлениях, рейсы по международным направлениям являются более сложным процессом, поскольку осуществление такого рода перелетов связано с пересечением границ иностранного государства, с осуществлением коммерческой деятельности на его территории.

Компаний, осуществляющие свою деятельность в области коммерческой авиации, т.е. занимающиеся перевозкой пассажиров, грузов и почты за плату, имеют ярко выраженную специфику, которая обусловлена сложностью и масштабами отрасли. В связи с непрерывно растущей конкуренцией в сфере пассажирских авиаперевозок на рынке наблюдается ярко выраженная тенденция к консолидации, проявляющаяся, в частности, в создании перевозчиками авиационных альянсов.

Авиационный альянс - это соглашение, заключаемое между двумя и более авиакомпаниями. Данные глобальные партнерские объединения авиакомпаний позволяют достигать более высокого уровня международного сотрудничества авиакомпаний в коммерческих авиаперевозках, имеющего разветвленную сеть маршрутов и большой выбор тарифных программ. Вступившие в альянс авиакомпании часто координируют расписание выполняемых рейсов, совместно представляют информацию о своих услугах в компьютерных системах бронирования, соблюдают общие правила, касающиеся продаж билетов, программ лояльности и др.

По сути своей альянсы являются своего рода объединениями авиакомпаний, преследующими цели повышения конкурентоспособности, расширения географии полетов и увеличения их доли на рынке. Вступившие в альянс компании могут быть как финансово зависимы друг от друга, так и сохранять полную самостоятельность.

Альянсы несут в себе потенциал стремительного наращивания производственных мощностей, пополнения парка воздушных судов, получения коммерческих прав, принадлежавших другой авиакомпании и сокращения затрат за счет эффекта масштаба. Помимо этого, авиационные альянсы естественным образом расширяют дистрибьюторскую сеть перевозчиков, поскольку авиакомпания-член альянса может оформить перевозку на рейс, выполняемый любым из других участников альянса; также координируются усилия в области маркетинга, что позволяет повысить узнаваемость бренда компании, вступившей в альянс; зачастую на самолетах авиакомпаний-участниц альянса используется единая ливрея, придающая перевозчику особый имидж [4, с. 173].

В то же время при формировании альянсов авиакомпании сталкиваются с рядом проблем:

1. Перевозчики придерживаются различных стратегий развития.
2. Обладают различным уровнем сервиса.
3. Имеют несогласованные расписания полетов и различные системы тарифов.

Преимущества от создания авиационных альянсов могут ощутить на себе и клиенты авиакомпаний:

1. Единая система обслуживания клиентов и общие стандарты качества гарантируют оказание услуг высокого качества, которые и создают имидж альянса.

2. Расширение маршрутной сети и координация расписания рейсов создают множество стыковочных маршрутов, которые предоставляют клиенту возможность добраться в требуемый пункт назначения. Кроме того, процедура регистрации проводится единожды у стойки регистрации любой авиакомпании-члена альянса на все сегменты маршрута.

3. Оформление багажа происходит трансфером до конечного пункта назначения.

4. Авиакомпании-члены альянса используют совместные терминалы в аэропорту, что также позволяет экономить время.

5. При срыве стыковки по вине авиакомпании-перевозчика, пассажиру будет предложена перевозка рейсом любой авиакомпании, входящей в состав альянса, что позволит в максимально короткие сроки добраться до конечного пункта. В целом различного рода сбойные ситуации решаются с повышенной эффективностью.

6. Стоимость билета, включающего в себя несколько маршрутных сегментов, выполняемых авиакомпаниями-членами альянса, часто бывает ниже, чем при покупке отдельного билета на каждый сегмент.

7. Использование совместных программ лояльности позволяет пассажирам накапливать мили за совершение авиаперелетов посредством любой из компаний-членов альянса. Кроме того, это дает возможность потратить мили на приобретение билета или дополнительных услуг во всех авиакомпаниях, входящих в состав альянса.

8. Клиентоориентированный сервис предоставляет возможность разрешать

возможные вопросы в «точке первого контакта», т.е. в случае, если у пассажира, осуществляющего перелет на рейсе одной из компаний-членов альянса, возникнут любого рода вопросы, он имеет возможность обратиться для их решения к любому из представителей авиакомпаний, являющихся членами соответствующего альянса [1].

9. Снижение издержек при авиаперевозках.

10. Членство в авиационных альянсах предоставляет возможность компаниям при осуществлении перевозок «обходить» некоторые правила внутреннего национального законодательства стран.

В соответствии с данными, представленными на сайте Международной ассоциации воздушного транспорта, на сегодняшний день большое число международных авиакомпаний имеют форму стратегического альянса, глобального альянса либо маркетингового альянса [5].

Важно подчеркнуть, что при вступлении в альянс авиакомпания ощущает на себе синергетический эффект, т.е. такой эффект, который возникает при усилении совместного влияния факторов по сравнению с эффектом, получаемым при воздействии каждого из них в отдельности, приобретая как качественные преимущества, так и ощутимые финансовые выгоды. Синергетический эффект участия авиакомпании в альянсах подразделяется на внеэкономическую и экономическую составляющие эффекта.

Внеэкономический эффект заключается в:

- укреплении имиджа и развитии бренда авиакомпаний-членов альянса;
- снижении рисков бизнеса в целом за счет снижения конкуренции на рынке авиаперевозок, расширения сотрудничества между авиакомпаниями, диверсификации их деятельности, заключающейся в расширении предлагаемого спектра продуктов и услуг и создания ими общей системы страхования от сбойных ситуаций (резервные воздушные суда, резервные экипажи и пр.);
- сокращении времени и повышении качества обслуживания клиентов авиакомпаний, приводящему к повышению конкурентоспособности компаний-членов альянса на мировом рынке авиаперевозок;
- увеличении привлекательности услуг авиакомпаний, вступивших в альянс за счет сквозного распространения программ поощрения часто летающих пассажиров.

Экономический эффект от вступления в авиационные альянсы в свою очередь также можно разделить на две составляющие:

1. Сокращение себестоимости авиаперевозок за счет:

- проведение общих мероприятий в области маркетинга (изучение рынка, реклама и др.);

- создания совместных служб материально-технического снабжения авиакомпаний и общего склада материалов и запчастей;

- организации единого учебно-тренировочного центра; возможного выполнения полетов при одном свидетельстве эксплуатанта на несколько авиакомпаний, их работе под одним флагом и экономии средств на сертификацию и лицензирование.

2. Увеличение суммы получаемых доходов и объемов перевозок авиакомпаний за счет:

- построения системы сквозных авиатарифов, что повысит привлекательность рейсов авиакомпаний партнеров в глазах пассажиров, поскольку стоимость перевозки на участках станет ниже, чем при приобретении билетов на рейсы отдельных перевозчиков по участковым тарифам;

- корректировки расписания и предоставления пассажирам более удобных стыковок с рейсами на других направлениях;

- введения системы скидок для часто летающих пассажиров и учета накопленных миль при полетах пассажира на рейсах всех авиакомпаний-членов альянса.

Таким образом, во времена большой конкуренции на рынке воздушных авиаперевозок компаниям выгодно вступать в авиационные альянсы из-за взаимных интересов, синергетического эффекта от совместной работы.

На сегодняшний день в мире существует 3 глобальных альянса воздушных авиаперевозок: Star Alliance, SkyTeam и Oneworld. Помимо этой «большой тройки» существуют различные объединения компаний - перевозчиков, распространяющих свою деятельность исключительно на региональном, национальном уровнях. Тот факт, что авиационные альянсы осуществляют свою деятельность на рынке больше 10 лет, свидетельствует об устойчивости такого рода партнерств, перспективах их дальнейшего

развития [2].

#### Список литературы

1. Авиационные альянсы. [Электронный ресурс]. - URL: <http://air-bonus.ru/alianci.html> (дата обращения: 22.04.2018).
2. Афанасьев В.Г. Кризис международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА) // Вопросы повышения эффективности коммерческой работы и организации перевозок в гражданской авиации.// Межвузовский тематический сборник научных трудов. Д.: Академия ГА, 1983.
3. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ (ред. от 28.07.2012 № 129-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. - 1997. - № 12. - Ст. 1383.
4. Ощепкова Е.С. Влияние авиационных альянсов на конкурентоспособность авиакомпаний / Е.С. Ощепкова // Всероссийская научная конференция молодых ученых. – 2017. - № 32. – С. 173-175.
5. IATA. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.iata.org/Pages/default.aspx> (дата обращения: 20.04.2018).