*Макогонова В.О.*

Магистрант группы МН-ТУ-23

АО «Академия Гражданской Авиации»

E-mail: [cherry-98-23-04@mail.ru](mailto:cherry-98-23-04@mail.ru)

+77475979014

**Показатели и факторы, влияющие на объем авиационных перевозок**

\*

**Indicators and factors affecting the volume of air traffic**

В современных условиях особое значение приобретает решение проблемы управления авиакомпаниями с учетом внешних и внутренних факторов, в которых она функционирует. Основным и наиболее эффективным инструментом является регулирование показателей и факторов, влияющих на объем авиационных перевозок. Любое расширение авиационных перевозок связывается не только с ростом экономической активности, но и с улучшением социальных условий жизни населения и сопутствующим ростом его подвижности, развитием индустрии туризма, увеличением доступности воздушного транспорта.

По исследованиям зарубежных авторов, мы можем собрать воедино ключевые показатели, которые используются при оценке эффективности при выполнении авиационных перевозок. К примеру, профессор Стамбульского технического университета Peter Belobaba, в своих статьях расписывает ключевые показатели, которые используют при оценке эффективности. Как правило, он пишет для авиакомпаний, которые занимаются перевозкой пассажиров и грузов.

К таким показателям он относит прибыль на пассажиро – километр, прибыль на кресло – километр, Затраты на кресло – километр, уровень коммерческой загрузки, объем среднего кресло-километра. Основываясь на данных рассчетах, автор проводит исследование эффективности крупных авиакомпаний, среди которых: Etihad, Emirates, Qatar, Turkish с 1984 по 2012 г.

Взяв за основу второго автора, C. Orcan, он показывает рейтинг мировых (включая Российской) авиакомпаний по результатам оценки эффективности авиационных перевозок. Данный автор к показателям эффективности, помимо финансовых, еще и операционные, среди них: количество перевезенных пассажиров, величина среднего тарифа, компоновка кресел на используемых самолетах. [2] Как базу для анализа, на которую опираюсь в данной статье, я выбрала Казахстан.

Казахстан – одно из самых крупных государств Центральной Азии, активно развивающееся во многих отраслях экономики. На данный момент авиапромышленность не достигла высот и находится на одной из начальных стадий развития. Несмотря на этот факт, за последние несколько лет, произошел прорыв и в Казахстане заметны успехи в области авиации. Данные успехи помогут добиться прогресса в будущем Республики уже в ближайшие годы.

В этом году Казахстан планировал увеличить численность авиаперевозок в стране на 15%, чему поможет расширение флота на 50 единиц и модификация уже имеющихся воздушных судов. Республика на пути к укреплению места на рынке авиационных перевозок и привлекает все большее количество пассажиров из различных регионов. [3]

Таблица №1 Перевозка пассажиров воздушным транспортом (млн.чел) [4]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Год***  ***2021*** | ***Год***  ***2022*** | ***Год***  ***2023*** | ***Статистика 2021-2022 2022-2023*** | |
| 5.1 | 5.8 | 7.3 | +13.73% | +25.86% |

Авиаперевозки груза и багажа самолетом по окончанию января – июля месяца нынешнего года осветили показатель в цифре 13.3 тыс.тонн – это прогресс на 4,2% чем в прошлом году. В городе Алматы цифры достигли 7.8тыс. тонн, в городе Шымкент 3.5 тыс.тонн, в городе Астана 1.9 тыс.тонн груза и багажа.

Общий грузооборот Республики Казахстан за январь-июль месяц текущего года составил 28.9 млн.ткм – т.е. прирост на 1.3% по сравнению с прошлым годом этого же периода. [5]

Таблица 2 Перевозка грузов и багажа воздушным транспортом (тыс.тонн) [4]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Год***  ***2021*** | ***Год***  ***2022*** | ***Год***  ***2023*** | ***Статистика 2021-2022 2022-2023*** | |
| 45.5 | 12.7 | 13.3 | -72,09% | +4.72% |

По данным Бюро нацстатистики, прибыль от пассажирских перевозок на воздушном транспорте стремительно взлетели вверх при изменении цен на авиабилеты (практически +18%) в Республике Казахстан.,

Прибыль от пассажирских перевозок в первом квартале 2023 года показали цифру 151 млрд тенге, этот показатель в 1.5 раза выше показателя прошлого года того же периода. Однако, стоимость перелета в апреле месяце возросла, и стала больше на 17.7% по сравнению с мартом месяцем этого же года (2023).

Опираясь на данные, исходящие от Бюро нацстатистики, за период январь-март месяцы текущего 2023 года, общее число пассажиров, воспользовавшихся услугами авиаперевозок, составило 2.724 млн.человек. Это число на 39.5% выше показателя прошлого года того же периода. Таким образом, можем подвести итог, что пассажирооборот нынешнего года, по сравнению с январем—мартом прошлого (2022) года увеличился в 1.7 раза, показатель которого равен 5 513.6 млн.пассажирокилометров.

Направление, которое пользуется самым большим спросом, является город Алматы. Алматы охватил в первом квартале 2023 года 893 тыс.пассажиров, за ним следует Астана с показателем в 722 тыс.пассажиров, замыкает тройку лидеров город Шымкент с показателем в 268 тыс.пассажиров. [6]

Таблица 3 Доходы предприятий воздушным транспортом (млрд.тг) [7]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Год***  ***2021*** | ***Год***  ***2022*** | ***Год***  ***2023*** | ***Статистика 2021-2022 2022-2023*** | |
| 19.6 | 20.9 | 53.9 | + 6.63% | + 157.89% |

Предоставление возможности становления предприятия Гражданской Авиации (далее ГА) как субъекта международного рынка ставит перед сотрудников авиапредприятий единую цель – овладеть модернизированными навыками управления, теорией маркетинга и его вывод в настоящий мир, а также пользование им как основным звеном производства. Маркетинг значит результативный и новый путь к регулированию авиатранспортным производством. Путь приведет к удовлетворению рыночного спроса среди потребителей, маркетинговые службы проводят исследования разных сторон рынка, с которыми непосредственно контактирует предприятие во время своей работы.

Различия маркетинга воздушного транспорта в более обоснованы направленностью рынка. Рынок авиаперевозок основывается на непростой структуре и является открытой системой, у которой элементы контактируют с внешней средой. Как и на всех видах транспорта, предметом, в качестве товара, который предлагает авиакомпания потребителю, является авиаперевозки пассажиров и грузов. Вместе с тем, авиалинии предлагают на рынке обширный спектр услуг, которые помогают удовлетворить дополнительные запросы потребителя, которые связаны с перевозкой. Перечень услуг довольно обширный и его показатели должны учитываться в расчете при оценке актуального спроса на рынке. [8]

Целью коммерческой деятельности любой авиакомпании является увеличение до максимума прибыли с помощью рационального планирования и управления авиационными перевозками на основе использования современных методик маркетинга, экономико-математических моделей, информационных технологий. [9]

Рисунок – 2 Факторы, влияющие на объем перевозок

Возьмем для примера пару факторов, которые активно влияют на объем авиаперевозок. Проведем связь между похожими, как казалось бы, сценариями и выявим перспективу, значение данной взаимосвязи. [9]

Таблица 4 Факторы, влияющие на объем перевозок

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Факторы положительные** | **Факторы отрицательные** | **Значение** |
| -Рост производства, ВВП | Спад производства, ВВП | Возможности: Казахстан активно развивается экономически, расширяя свои территориальные возможности в области перевозок |
| -Рост населения | -Рост стоимости перевозок | Риски: Население Республики увеличивается. В связи с современной обстановкой, рост стоимости на перевозку пассажиров и груза становится нереализуемой цифрой и граждане вынуждены в иной раз отказаться от услуги. |
| -Модернизация парка воздушных судов | -Рост эксплуатационных расходов | Возможности: Модернизация и расширение парка ВС способствует увеличению количества пассажиров за один рейс, что спровоцирует резкий рост прибыли авиакомпании за одно направление.  Риски: Однако, рост эксплуатационных расходов, за то же воздушное судно, которое будет объемнее предыдущего, спровоцирует рост стоимости перевозок. Что значит, что пассажиры задумаются о приобретении билета или услуги авиакомпании. |

Данных факторов великое множество, их можно бесконечно перечислять. Как итог можно сделать вывод, что сделанный большой шаг вперед авиакомпанией – значит множество проблем, которые могут возникнуть как его последствие. Как пример, расширение авиапарка равняется увеличение эксплуатационных расходов, как итог, приведя к повышению стоимости. И это означает уменьшение количества пассажиров и упадок прибыли.

В связи с этим, можно сделать вывод, что маркетинговые ступени в авиакомпании очень связаны, и каждый его маневр имеет риски оказаться в больших убытках. Поэтому, каждый шаг требует трепетного и тщательного анализа, специализированной помощи от квалифицированных специалистов области маркетинга и качества. Правильно выстроенная стратегия способна поспособствовать росту авиакомпании, в том числе, и авиации во всемирной экономике.

**Список литературы**

1. Основы внешнеэкономической и коммерческой деятельности в системе воздушного транспорта. — М.: Воздушный транспорт, 2002— 3стр.
2. Belobaba P. Introduction: Airline Industry Overview. URL: http://aviation.itu.edu.tr/%5Cimg%5Caviation %5Cdatafiles/Lecture%20Notes/Network%20Fleet%20Schedule %20Strategic%20Planning/Lecture%20Notes/1%20-%20Airline %201ndustry%200verview.pdf
3. Авиационное развитие Казахстана: планы и перспективы на 2023 год - Пища для ума URL: https://food-receptkphoto.ru
4. URL: https://food-receptkphoto.ru/aviatsionnoe-razvitie-kazahstana-plany-i-perspektivy-na-2023-god
5. За год в Казахстане численность пассажиров воздушного транспорта выросла  на 26 % - Мир финансов - URL: Wfin.kz
6. Доходы от авиаперевозок резко выросли в Казахстане URL: Arbatmedia.kz, 04.05.23
7. В январе 2023 года спрос на авиаперевозки в Казахстане вырос на 84% — Forbes Kazakhstan
8. Реферат на тему Маркетинг услуг на рынке воздушных авиаперевозок URL: https://resurs.kz
9. О. А. Немчинов, о. М. Жуков «авиатранспортный маркетинг: экономическая эффективность эксплуатационной деятельности авиакомпании» 2018 Самара