

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет

ГЕСЦЬ Ірина Олегівна  
ПРОКОП'ЄВА Аліна Анатоліївна

МІЖНАРОДНА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ  
НА АВІАЦІЙНОМУ ТРАНСПОРТІ

Курс лекцій

Київ 2014

УДК 656.73 (042.4)

ББК 742я7

Г 50

Рецензенти:

*О. В. Ареф'єва* - д.е.н., професор, декан факультету економіки і підприємництва Національного авіаційного університету

*М. І. Дуба* - д.е.н., професор кафедри менеджменту банківської діяльності Київського національного університету ім. Вадима Гетьмана

*Т. В. Майорова* - к.е.н., доцент, завідувач кафедри банківських інвестицій Київського національного університету ім. Вадима Гетьмана

*Затверджено методично-редакційною радою Національного авіаційного університету (протокол №7/13 від 14.11.2013)*

Геєць І.О., Прокоп'єва А.А.

**Г 50 Міжнародна комерційна діяльність на авіаційному транспорті:**  
курс лекцій / І.О. Геєць, А.А. Прокоп'єва – К.: НАУ, 2014. – 70 с.

Містить основні положення з дисципліни «Міжнародна комерційна діяльність на авіаційному транспорті». Для студентів напрямку підготовки 6.030503 «Міжнародні економіка».

УДК 656.73 (042.4)

ББК 742я7

© Геєць І.О.,  
Прокоп'єва А.А., 2014

## Вступ

**Метою** викладання дисципліни «Міжнародна комерційна діяльність на авіаційному транспорті» є вивчення теоретичних засад, організаційних принципів та практичних форм міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті.

**Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:**

- оволодіння знаннями теоретичних і методологічних засад організації комерційної діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації та лібералізації світового ринку транспортних перевезень;

- вивчення особливостей міжнародного та національного регулювання авіаційних підприємств, особливостей їх комерційної діяльності та технологій надання міжнародних транспортних послуг в умовах глобалізації;

- визначення інструментарію підвищення економічної ефективності надання міжнародних авіаційних послуг підприємствами різних видів транспорту.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- роль, значення та форми організації комерційної роботи на авіаційному транспорті;

- нормативно-правові документи з комерційної діяльності;

- структуру договору повітряного перевезення;

- багатостороннє регулювання повітряного транспорту відповідно до Чиказької конвенції;

- регулювання повітряного транспорту за нормами Чиказької конвенції;

- етапи та цілі створення організації ІКАО;

- міждержавне двох стороннє регулювання повітряного транспорту;

- регулювання повітряного транспорту на національному рівні;

- договір Interline;

- організацію чартерних перевезень;

- організацію ділової авіації;

- особовості діяльності альянсів авіаперевізників;

- механізм взаємодії авіакомпаній та аеропортів із формування комерційного завантаження повітряних суден (ПС);

- організацію роботи закордонних представництв авіакомпанії;
- оперативне планування перевезень на авіаційному транспорті;
- характеристику та види розкладу ПС;
- порядок складання розкладу руху ПС;
- особливості формування розкладу аеропорту;
- стратегічне та оперативне планування польоту за повітряними зонами;
- роботу ІАТА з координації розкладу;
- організацію рекламної діяльності на авіаційному транспорті;
- відповідальність при перевезеннях на повітряному транспорті;
- нові правила ЄС із перевезення пасажирів та багажу;
- відповідальність при перевезенні вантажів за правилами України.

**вміти:**

- поєднувати теоретичні знання і практичні навички з ефективною організації міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті;
- використовувати на практиці регуляторний апарат, комерційні угоди, документацію та технології, що застосовуються при наданні послуг із міжнародних транспортних перевезень;
- знаходити шляхи використання резервів підвищення ефективності ведення міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації ринку.

Курс лекцій підготовлено відповідно до навчальної програми з дисципліни «Міжнародна комерційна діяльність на авіаційному транспорті» для здобуття студентами знань про стан розвитку та основні напрямки діяльності авіаційних підприємств.

# Модуль I

## Сутність організації міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті»

### Тема 1.1. Предмет і завдання

Сутність міжнародного повітряного транспорту. Етапи організації роботи на повітряному транспорті. Форми організації комерційної роботи на авіаційному транспорті. Сутність комерційної експлуатації повітряних суден. Умови здійснення комерційної діяльності. Вплив основних ринкових факторів на комерційну діяльність авіакомпанії.

Міжнародний повітряний транспорт (ПТ) відіграє значну роль у поступальному розвитку міжнародних економічних відносин, у взаємодії економіки і політики окремих держав і регіонів. Зростання ролі міжнародних відносин є характерною рисою сучасної епохи.

Відображаючи основні суспільні процеси в світі, міжнародні відносини діють на них, а також і на продуктивні сили, соціальний прогрес людства, взаємодію всесвітнього господарства і світової політики.

Політичні відносини між окремими державами та їх зовнішньополітична діяльність прямо або опосередковано приховують явища економічного порядку. При цьому необхідно врахувати їх міжнародний вплив на економічний і науково-технічний потенціал, світові продуктивні сили, ступінь їх залучення до міжнародного розподілу праці, масштабів і характеру економічних зв'язків і співпраці.

Міжнародний транспорт розвивається у взаємозв'язку з міжнародними відносинами. Це вимагає вирівнювання рівня продуктивних сил транспорту й інших галузей матеріального виробництва, повної відповідності транспортній мережі розвитку міжнародних економічних, політичних і культурних зв'язків. Тому завдання розвитку міжнародної цивільної авіації набувають особливого значення.

Організація комерційної роботи на ПТ включає такі етапи:

- визначення цілей;
- вироблення стратегії і тактики роботи;

- визначення шляхів виконання поставлених завдань для вирішення конкретних проблем.

Форми організації комерційної роботи залежать від виду польотів, суб'єкта перевезень, особливостей розвитку ПТ і поставлених перед ним завдань. Природно, що організація комерційної роботи авіакомпанії значною мірою залежатиме від форми виконуваних польотів (рейсів):

- регулярних;
- нерегулярних (додаткових, замовлених, чартерних).

Причому основна відмінність форми організації комерційної роботи залежатиме від виконання польотів із комерційною метою або без комерційної мети. Звичайно, можуть виникнути питання про застосування організації комерційної роботи для польотів без комерційної мети (транспортування урядових делегацій, евакуація населення з будь-яких причин, гуманітарні рейси тощо). Проте потрібно розуміти, що забезпечення польотів без комерційної мети все одно передбачає їх організацію, яка полягає у проведенні таких дій:

- отримання необхідних дозволів для організації польоту (розробка маршруту, отримання дипломатичних дозволів у разі перетину державних кордонів, забезпечення аеронавігаційного обслуговування та визначення його оплати);

- узгодження можливості вильоту та посадки, стоянки ПС у конкретному аеропорту;

- укладання угод про наземне обслуговування завантаження ПС (оформлення, доставка пасажирів, що перевозяться, багажу, вантажу) тощо.

Ця робота стосується комерційного забезпечення роботи авіакомпанії.

Фактично комерційна робота на транспорті передбачає розробку й реалізацію комерційних планів задля підвищення ефективності роботи транспортних суб'єктів.

При виконанні регулярних і нерегулярних повітряних перевезень перевізник повинен одержати права на перевезення, які дозволяли б йому експлуатувати міжнародні повітряні лінії (траси) ефективно, економічно і з певною матеріальною вигодою для себе. Щоб одержати максимальний комерційний

ефект від експлуатації міжнародних маршрутів, перевізнику необхідно мати комплекс прав, що надають йому можливість виконувати різні варіанти перевезень до інших країн. Тісний зв'язок таких прав із комерцією обумовили формування в міжнародному повітряному праві групи комерційних прав, що декларують права на перевезення.

За своєю юридичною природою комерційні права прямо пов'язані з економікою міжнародних перевезень. Щоб одержувати від них прибуток, авіаперевізник повинен мати право висаджувати, вивантажувати й приймати на борт пасажирів, вантаж і пошту на території тих країн, куди здійснюється перевезення. Однак через суверенітет така комерційна діяльність іноземних перевізників підпадає під дію юрисдикції держави, і її проведення допускається тільки з її дозволу, який надає різні види комерційних прав. Ці права не надаються автоматично внаслідок отримання дозволу на міжнародні польоти. Все залежить від домовленостей між державами, досягнутими в рамках двосторонніх угод про повітряне сполучення.

Отже, під комерційними правами в даному контексті слід розуміти права, надані однією державою іншій, відповідно з якими призначені й уповноважені перевізники мають право перевозити пасажирів, багаж і вантаж за встановленими міжнародними повітряними маршрутами згідно з двосторонніми угодами про повітряне сполучення.

Ключовими елементами цих прав є так звані комерційні «свободи повітря». Перші дві «свободи повітря» прийнято вважати суто технічними, оскільки вони не передбачаються посадки й вивантаження пасажирів, багажу і вантажу. Усі комерційні права діють лише щодо регулярних повітряних перевезень.

Перша «свобода повітря» - право перевізника здійснювати транзитний проліт через іноземний повітряний простір без посадки. Отримання права на транзитний проліт залежить від держави, над територією якої він здійснюється. Як правило, це право надається іншій державі на еквівалентній основі. Перша «свобода повітря» закріплена в Угоді про транзит при міжнародних повітряних сполученнях 1944 р. і забезпечує транзитний проліт. Будь-яких прав на здійснення перевезень

вона не передбачає, але дозволяє здійснювати перевезення в треті країни за умови наявності домовленості з ними.

Друга «свобода повітря» - право перевізника здійснювати транзитний проліт через іноземний повітряний простір із технічною зупинкою з некомерційною метою (наприклад, для дозаправки) при експлуатації регулярного чи відмінного від регулярного міжнародного повітряного сполучення. Друга «свобода повітря» зазвичай використовується для технічного огляду й контролю стану повітряного судна, заправки його паливом, проведення непередбаченого позапланового необхідного ремонту чи здійснення аварійної посадки. Крім того, технічна посадка може бути здійснена на вимогу держави при вході в національний повітряний простір перед продовженням польоту в пункт перевезення в цій державі. Право на технічну посадку юридично походить від Угоди про транзит. При такій посадці вивантаження і завантаження пасажирів, вантажу й пошти виключаються.

Третя «свобода повітря» - право щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень, надане однією державою іншій, відповідно до якого призначений перевізник має право вивантажувати пасажирів, вантаж і пошту, взяті на борт у державі реєстрації перевізника, на території іноземної держави в кінцевому пункті маршруту. Всі міжнародні перевезення мають пункти відправки й прибуття, відповідно до яких вони здійснюються в режимі «туди» й «назад». З цього погляду третя «свобода повітря» є гарантією того, що доставлені перевізником в режимі «туди» пасажирів, вантаж і пошта будуть без будь-яких перешкод вивантажені.

Четверта «свобода повітря» - право щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень, надане однією державою іншій, відповідно до якого призначений перевізник має право приймати на борт на іноземній території пасажирів, вантаж і пошту, що прямують в державу реєстрації перевізника. Четверта «свобода повітря» безпосередньо пов'язаною з третьою і гарантує права перевізника прийняти на борт пасажирів, вантаж і пошту, що відбуваються з іноземної території, і доправити їх в режимі «назад» у пункт призначення в своїй державі.



П'ята «свобода повітря» - право щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень, надане одній державі іншою, відповідно до якого призначений перевізник має право вивантажувати і приймати на борт на території країни-партнера за Угодою пасажирів, пошту і вантаж, що прямують із третьої держави або до неї. На практиці п'ята «свобода повітря» в повному обсязі надається дуже рідко і зазвичай використовується в «урізаний формі» у вигляді «стопровера» в проміжному пункті, розташованому на маршруті польоту з правом подальшого перевезення пасажирів до пункту призначення в третій країнах.

Шоста «свобода повітря» - право щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень, надане однією державою іншій, відповідно до якого призначений перевізник має право здійснювати через державу реєстрації перевізника перевезення пасажирів, вантажу й пошту між двома іншими державами. В цьому випадку третя й четверта «свободи повітря» виступають допоміжними. Задля досягнення балансу комерційних інтересів при застосуванні шостої «свободи повітря» перевізники практикують укладення угод про пул, відповідно до яких розподіляються отримані в результаті прибутки.

Сьома «свобода повітря» - права щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень, надане однією державою іншій, відповідно до якого призначений перевізник має право здійснити перевезення пасажирів, пошти і вантажу між територією держави, яка це право надала, і територією будь-якої третьої держави без вимоги про включення до такого перевезення будь-якого пункту на території держави-отримувача права.

Восьма «свобода повітря» - право щодо регулярних міжнародних повітряних перевезень здійснювати каботажні перевезення між двома пунктами на території держави, що надає це право, за маршрутом, який починається або закінчується на території держави реєстрації іноземного перевізника або поза межами території держави, що надала це право. Зазвичай право на каботаж надається іноземній державі чи іноземному перевізнику в порядку винятку.

Дев'ята «свобода повітря» - право здійснювати каботажні перевезення за маршрутом, що повністю проходить територією держави, яка надала це право (т. зв. «автономний каботаж»).

Комерційні права надаються переважно на розсуд держави, що надає ці права, тобто по суті комерційні права є дискреційними правами. Держава може надати їх іншій державі, а може й відмовити їй у цьому, якщо не побачить кроків назустріч у цій сфері. Саме тому держави активно обмінюються «свободами повітря», і вміння це робити має велике значення для економічної ефективності міжнародних повітряних перевезень.

## **Тема 1.2. Міжнародне регулювання комерційної діяльності на авіаційному транспорті**

Учасники системи міжнародної співпраці на ПТ: авіакомпанії, аеропорти, організації-посередники, державні та недержавні організації та установи цивільної авіації (ЦА) різних рівнів. Рівні регулювання ПТ: загальносвітовий, регіональний, міждержавний, національний. Паризька конвенція. Чиказька конвенція. Створення ІКАО. Види міждержавних договорів на двохсторонньому рівні. Регулювання діяльності повітряного транспорту на національному рівні.

До основних учасників належать:

### **I. Органи регулювання діяльності ЦА:**

- міжнародні конвенції і організації з питань ЦА, зокрема на регіональному рівні;
- міждержавні угоди про повітряне сполучення;
- національна система управління діяльністю повітряного транспорту.

### **II. Авіатранспортні компанії.**

### **III. Світові аеропорти.**

Їх взаємодія є складною і суперечливою та впливає на економічний стан світового повітряного транспорту.

У 1919 р. було підписано **Паризьку конвенцію**, в якій було вирішено питання правового регулювання повітряного простору, визначено основні норми з цього питання. Для

подальшої роботи за цим напрямом було ухвалено рішення про створення Міжнародної комісії з аеронавігації (ICAN). На Паризькій сесії ICAN (1929 р.) було внесено доповнення до Паризької конвенції, які значно змінили права держав. Паризька конвенція про повітряний рух регулювала тільки питання міжнародного публічного повітряного права. Разом з тим, перетворення авіації, що почалося в 20-х роках, на самостійний вид транспорту, наполегливо вимагало розробки й уніфікації норм, що стосуються галузі міжнародного приватного повітряного права.

Основними позитивними наслідками функціонування ICAN можна відзначити такі:

1. У галузі аеронавігації було закладено основи міжнародно-правового регулювання міжнародних повітряних перевезень. Досі важливе значення мають положення, що визначають національну приналежність ПС, серед яких уніфіковані:

- знаки й позивні ПС;
- свідоцтва про придатність ПС до польотів;
- бортові журнали ПС;
- правила про бортові вогні й сигнали ПС;
- правила видачі членам льотних екіпажів посвідчень і свідоцтв про кваліфікацію;
- польотні карти й знаки;
- метеорологічне обслуговування польотів ПС;
- правила митного контролю й огляду ПС, які виконують міжнародні польоти.

2. Юридичне закріплення принципу повного й виняткового суверенітету кожної держави на повітряний простір, що стало важливою подією в історії розвитку цивільної авіації всього світу.

Однією із найзнаменніших подій у розвитку міжнародної співпраці слід вважати організацію конференції в Чикаго в 1944р., підписання Чиказької конвенції, а також створення Міжнародної організації цивільної авіації **International Civil Aviation Organization (ICAO)**.

Конференція Чикаго була скликана за ініціативою США. У якій взяли участь 52 держави, представляючи дві групи:

– держави-члени ООН, що боролися під час Другої світової війни проти Німеччини і її союзників;

– нейтральні країни Європи, Азії і Америки.

Конференція в Чикаго закінчилася 7 грудня 1944 р. підписанням усіма державами (окрім Ліберії) завершального акту, в якому підбивалися короткі підсумки роботи конференції. До завершального акта докладалися такі документи, що вимагали окремого підписання:

– Тимчасова угода про міжнародну ЦА (підписали 34 держави);

– Основна конвенція про міжнародну ЦА (підписали 32 держави);

– Багатостороння угода про міжнародні транзитні повітряні сполучення, відома як угода про «дві свободи повітря» (підписали 26 держав);

– Багатостороння угода на міжнародному повітряному транспорті, відома як угода про «п'ять свобод повітря» (підписали 16 держав).

Найбільшим досягненням цієї конференції було створення Міжнародної організації цивільної авіації.

ІКАО досліджує проблеми організації міжнародної цивільної авіації, повітряних трас, створення аеропортів і аеронавігаційних засобів, розробляє міжнародні стандарти для конструювання й експлуатації повітряних суден, правила з використання устаткування, засобів зв'язку і контролю над польотами; сприяє уніфікації митних, імміграційних і санітарних правил тощо. У рамках ІКАО розробляються проекти міжнародних конвенцій.

Статутною метою ІКАО є створення безпечного, упорядкованого розвитку міжнародної цивільної авіації у всьому світі й інші аспекти організації та координації міжнародного співробітництва з усіх питань цивільної авіації, у тому числі міжнародних перевезень. Відповідно до правил ІКАО, міжнародний повітряний простір розділений на райони польотної інформації - повітряний простір, межі якого встановлюються із урахуванням можливостей засобів навігації та контролю за повітряним рухом.

Однією з функцій ІСАО є присвоєння аеропортам світу чотирибуквених індивідуальних кодів-ідентифікаторів, що використовуються для передачі аеронавігаційної та метеорологічної інформації щодо аеропортів, планів польотів (fly-планів), позначення цивільних аеродромів на радіонавігаційних картах тощо.

ІСАО має власну систему кодів для аеропортів і авіакомпаній. ІСАО використовує чотирибуквені коди аеропортів і трибуквені коди авіакомпаній. У США коди ІСАО зазвичай відрізняються від кодів ІАТА тільки префіксом К (наприклад, LAX = KLAX). У Канаді, аналогічно, до кодів ІАТА додається префікс С для коду ІСАО. У інших країнах коди ІСАО і ІАТА не пов'язані між собою, оскільки коди ІАТА ґрунтуються на фонетичній подібності, а коди ІСАО прив'язані до місця (location-based).

ІСАО також відповідає за видачу цифрових та літерних кодів типів літаків, які складаються з 2-4 знаків. Ці коди зазвичай використовуються в планах польотів. ІСАО також надає телефонні позивні для літаків по всьому світу. Вони складаються з трибуквеного коду авіакомпанії і позивного, що складається з одного або двох слів. Часто, але не завжди, позивні відповідають назві авіакомпанії. Наприклад, код для Aer Lingus - EIN, а позивний - Shamrock, код для Japan Airlines International - JAL, позивний - Japan Air. Таким чином, рейс компанії Aer Lingus під номером 111 буде закодовані «EIN111», а винесено з радіозв'язку як «Shamrock Сто одинадцять», рейс під тим же номером компанії Japan Airlines буде закодовано як «JAL111» й винесено «Japan Air Сто одинадцять». ІСАО відповідає за стандарти для реєстрації літаків, що включають цифробуквені коди, що позначають країну реєстрації.

Вищим органом є Асамблея з представництвом усіх членів ІСАО. Збирається не рідше одного разу на три роки. Виконавчим органом ІСАО є Рада. Вона складається з представників 30 держав, обраних Асамблеєю з числа країн із найрозвиненішим повітряним транспортом. Рада є постійним органом ІСАО, підзвітна Асамблеї, нею керує президент, обраний Асамблеєю на три роки. У Раді представлено 33 держави. Забезпечує роботу ІСАО секретаріат, очолюваний Генеральним секретарем ІСАО. Місцеперебування ІСАО -

Монреаль (Канада). Секретаріат ІСАО має, у своєму складі такі управління: аеронавігаційне, авіатранспортне, юридичне, технічної допомоги, адміністративне. Є й регіональні бюро: Європа та Північна Атлантика (Париж); Африканське (Дакар); Близькосхідне (Каїр); Південноамериканське (Ліма); Азіатсько-Тихоокеанське (Бангкок); Північної Америки й Карибського басейну (Мехіко); Східно-африканське (Найробі).

Основні напрямки діяльності ІСАО:

1. Технічний напрям: розробка, вдосконалення та впровадження стандартів і рекомендацій, які застосовуються у міжнародній цивільній авіації.

2. Економічний напрям: дослідження міжнародних пасажирських і вантажних перевезень і вироблення рекомендацій із питань ставок і зборів за користування аеропортами та аеронавігаційними засобами, а також порядку встановлення тарифів, що застосовуються на міжнародних лініях; вивчення питань спрощення формальностей при міжнародних повітряних перевезеннях; надання постійної технічної допомоги країнам, що розвиваються, у створенні власних систем внутрішніх і міжнародних повітряних перевезень.

3. Правовий напрямок: розробка проектів нових документів із міжнародного повітряного права.

Угода типу Чикаго складена за стандартною формою двосторонньої угоди про повітряний транспорт, підписаної на конференції в Чикаго в 1944 р., що використовувалася як проміжна міра з обміну маршрутами і перевізними правами. Ємність і тарифи не повинні були регулюватися в рамках такого режиму, в зв'язку з чим, Чиказька угода не містить положень про ємність і тарифи. Тому їх виключення передбачає відсутність регулювання цих питань будь-якою із сторін. Проте на конференції в Чикаго широко обговорювалися два різні підходи до питання регулювання. Одні вважали, що не має бути регулювання ємності, тарифів або обмежених визначень маршрутів. Протилежна точка зору полягала в тому, що ємність має бути заздалегідь визначена, тарифи повинні регулюватися міжнародним агентством, а маршрути мають бути вказані.

**Бермудська угода** між Сполученим Королівством і США, підписана на Бермудських островах 11 лютого 1946 р., стала компромісом між захисниками конкретного регулювання і тими, хто виступав за відсутність регулювання основних питань, таких як ємність і тарифи. Угодою є компроміс між двома різними підходами до регулювання міжнародного повітряного сполучення. Це обговорювалося ще на конференції в Чикаго, але залишилося невирішеним. Згідно з цією компромісною угодою, тарифи повинні встановлювати авіакомпанії через **Міжнародну асоціацію повітряного транспорту (ІАТА)** з подальшим затвердженням обома сторонами. Ємність повинні були встановлювати авіакомпанії в рамках певних узгоджених принципів з можливістю сумісного перегляду сторонами або їх авіаційними повноважними органами після деякого терміну експлуатації. Це означало свободу конкуренції на визначених в угоді маршрутах, закріплення переваги за сильнішими з економічної точки зору партнерами (США). Маршрути були визначені. Угоди такого типу використовувалися тривалий час, хоча в багатьох випадках використовувалися не лише бермудські принципи, але й заздалегідь встановлена ємність. Цю угоду почали називати **I Бермудською угодою** після укладення нової угоди на Бермудських островах.

23 липня 1977 р. **I Бермудська угода** була денонсована Великобританією і замінена складнішою і детально розробленою **II Бермудською угодою**. Денонсацію США оцінили як удар, оскільки принципи **I Бермудської угоди** були закладені в угоду з іншими країнами, окрім СРСР. Для укладення нової угоди було проведено вісім раундів переговорів, які проходилися з 9 вересня 1976 р. по 23 липня 1977 р. Основні проблеми виникли при обговоренні порядку встановлення тарифів на перевезення і регулювання, що надаються кожною авіакомпанією об'ємів ємностей ПС залежно від частоти польотів, кількості використаних пунктів комерційних посадок тощо. **II Бермудська угода** передбачала створення постійно діючої робочої групи з питань тарифів, на яку, крім усього іншого, було покладено розробку рекомендацій за основними принципами встановлення тарифів за переліт через Північну Атлантику. На відміну від попередньої угоди в новій угоді було детально розроблено схему залежності між

частотою руху, ємностями й можливостями використовувати ті або інші договірні лінії. До угоди було введено положення, які регулювали чартерні перевезення.

Процес управління міжнародними перевезеннями в країні проводиться:

- за участю повноважних національних органів регулювання діяльності ПТ з урахуванням прийнятих норм відповідно з ухваленими законами і встановленими правилами;

- через структури авіаційних суб'єктів, до яких належать авіакомпанії, аеропорти, аеронавігаційні органи, підприємства з технічного обслуговування ПС, агенти з продажу, забезпечення хендлінгового обслуговування, паливнозаправні і кетерінгові фірми тощо.

Взаємозв'язок міжнародно-правових принципів і норм із національними нормами держав, що стосуються регулювання міжнародних повітряних сполучень, виявляється в тому, що держави при розробці й укладанні багатосторонніх і двосторонніх міжнародних авіаційних угод виходять із принципів і норм своєї національної системи, враховують вже наявні конкретні правові норми в галузі повітряних сполучень над своєю територією.

**Національним регулюванням** у галузі повітряного транспорту є регулювання діяльності як національних, так і іноземних суб'єктів і організацій на основі здійснення державою права свого суверенітету на повітряний простір над своєю територією.

При національному регулюванні міжнародних повітряних перевезень слід враховувати міжнародні зобов'язання держави відповідно до її двосторонніх і багатосторонніх угод і домовленостей. Конкретні цілі національного регулювання при цьому можуть змінюватися залежно від умов економічного стану, розмірів території, місця положення, ступеня національного розвитку, внутрішньої й міжнародної політики.

Процес національного регулювання діяльності повітряного транспорту включає три напрями:

1. Створення та ухвалення законів, розробка напрямів політики, правил і спеціальних положень.



2. Видача свідоцтв, надання дозволів, введення обмежень, відмова або заборона дії дозволів на здійснення повітряних перевезень на постійній або тривалій основі.

3. Надання спеціальних дозволів, введення обмежень, відмова або припинення дії дозволів на індивідуальні тарифи, рейси тощо, кожний із яких може доповнюватися примусовими діями, що робляться у разі потреби.

### **Тема 1.3. Комерційна співпраця авіакомпаній на міжнародних повітряних лініях**

Поняття ефективності економічного регулювання. Договір про взаємне надання послуг та про наземне обслуговування. Стандартний договір IATA «Про наземне обслуговування». Interline. Договір про Генерального агента. Агентські договори про продаж та бронювання. Договір про комерційну співпрацю. Code-sharing. Чартерні комерційні договори. Альянси авіаперевізників. Організація роботи ділової авіації.

Одним із найбільш ефективних важелів економічного регулювання повітряного транспорту є **комерційна співпраця між авіакомпаніями**, перевагами якої є:

- зниження витрат внаслідок контролю за конкуренцією через застосування єдиних авіатарифів на експлуатаційних авіалініях;
- уніфікація обслуговування пасажирів і вантажної клієнтури;
- спільний продаж, реклама, що сприяють розширенню мережі агентств із продажу без збільшення адміністративних витрат;
- спільне планування частоти польотів, що забезпечує оптимальний розклад;
- обслуговування повітряних суден в аеропортах на взаємовигідній основі.

Основні угоди про комерційну співпрацю вирішують питання взаємного визнання перевізних документів, оформлення перевезень, спільні та пульні форми експлуатації авіаліній та інші аспекти їх діяльності.

**Угода про взаємне надання послуг** підписується між авіакомпаніями, призначеними урядами держав-партнерів для експлуатації договірних авіаліній. Така угода охоплює широке коло питань:

- використання комерційних прав, що надаються;
- узгодження осягу перевезень;
- розклад польотів;
- тарифи;
- оплата за обслуговування в аеропорту та аеронавігаційні послуги ПС;
- порядок взаєморозрахунків;
- збори;
- узгодження правил перевезень;
- технічне й комерційне обслуговування ПС за переліком спеціальних ставок, які надаються партнерам;
- зусилля партнерів із забезпечення регулярності й економічної ефективності польотів;
- агентські зобов'язання тощо.

Деякі з положень такої комерційної угоди можуть входити та конкретизуватися в окремих угодах, укладених авіаперевізником і комплексом аеропорту.

**Стандартна угода ІАТА «Про наземне обслуговування»** містить такі питання:

- ціни та види обслуговування (за переліком ставок на комерційне й технічне обслуговування);
- додаткові послуги;
- взаєморозрахунки;
- зобов'язання і відповідальність;
- арбітраж;
- спеціальні умови.

Розділ «ціни та видів обслуговування» включає такі питання:

- узгодження відповідних видів обслуговування для авіакомпанії з боку аеропорту, зокрема контролю завантаження і зв'язку;
- організація обслуговування пасажирів і багажу, вантажного і поштового завантаження;
- використання перону;
- обслуговування ПС;

- надання паливно-мастильних матеріалів;
- регламентне обслуговування ПС;
- забезпечення експлуатації рейсів і управління екіпажами;
- контроль і робота адміністрації;
- забезпечення безпеки.

Додаткові послуги зазвичай включають такі операції:

- користування спеціальними залами для обслуговування деяких категорій (класів обслуговування) пасажирів авіакомпанії;

- надання в оренду стійок реєстрації пасажирів;

- додаткове сортування багажу при прильоті при порушенні правил завантаження або оформлення перевізних документів;

- надання наземних джерел електроживлення, агрегатів запуску, буксирування, пристроїв заправки водою ПС і видалення снігу та льоду, а також для зарядки гідросумішшю, повітрям, азотом, киснем;

- використання спецмашин для миття ПС, трапів;

- прибирання кабін ПС, обслуговування туалетів, переобладнання салонів ПС;

- злив авіапального перед заправкою, зняття акумуляторних батарей;

- надання метеорологічного обслуговування, підготовка й підписання fly-планів;

- індивідуальна охорона ПС і інше обслуговування, згадане в спеціальному переліку додаткових послуг технічного й комерційного характеру.

Так само передбачаються взаєморозрахунки, зобов'язання і відповідальність, ухвалення претензій і відшкодування збитків.

**Угода про Генерального агента** може входити до складу угод «Про взаємне надання послуг». Вона може прописувати призначення кожної сторони генеральним агентом свого партнера. Обов'язки генерального агента передбачають організацію і контроль продажу й бронювання перевезень, забезпечення ефективного використання рейсів перевізника та зміцнення його престижу, представлення інтересів авіакомпанії перед офіційними державними органами, пресою, клієнтурою і громадськістю.

**Агентська угода** – договір між авіакомпанією й агентом, який визначає характер і обсяг доручення, розмір комісійної винагороди, термін дії та умови припинення договору.

Авіаперевезення може здійснювати, як одна авіакомпанія, так і за комерційними угодами два чи декілька авіаперевізників.

**Кодшерінг** (code-share, буквально «обмін кодом») - це спільне використання повітряних суден однієї компанії декількома авіаперевізниками на певному маршруті, угода про спільну комерційну експлуатацію авіарейсу. Авіакомпанія, яка надає літак на спільне користування, виступає в ролі оператора (тобто виконує авіапольоти за даним рейсом і продає авіаквитки на ці рейси від свого імені), а інші авіакомпанії - маркетингові партнери (тобто продають авіаквитки на рейси авіакомпанії - оператора від свого імені). Часто можна побачити на інформаційному табло в аеропортах, що кілька рейсів різних авіаперевізників одночасно вилітають до одного й того ж міста. Авіакомпанії уклали між собою «Кодшерінгову угоду», рейс фактично виконує одна авіакомпанія, а інші мають можливість продавати місця на цей літак за своїми тарифами та під своїми кодами та номерами рейсу, ніби вони самі виконують даний авіарейс.

Бронюючи місця на певний авіарейс, ви дізнаєтесь назву компанії, яка безпосередньо обслуговує цей політ. Кодшерінгові рейси мають два більше кодів. Пасажирам вигідне таке співробітництво між авіакомпаніями. Через ті чи інші причини пасажир «прив'язаний» до певної авіакомпанії (наприклад, приваблива бонусна програма або політика працедавця щодо польотів своїх співробітників), тому кодшерінг - це хороша можливість вибрати більш зручні рейси для польотів, при цьому пасажир, не зраджує звичній авіакомпанії. Клієнт можете далі накопичувати милі або бали й не порушувати, наприклад, вимог свого роботодавця. За кодшерінговою угодою пасажиром можуть запропонувати більш зручні стиковки через вузловий аеропорт – «хаб».

Існує інший вид угод між авіакомпаніями - **Interline-угода**. Interline-угода - це визнання однією авіакомпанією перевізної документації іншої авіакомпанії, кожна зі сторін укладеного договору має право оформляти на своїх бланках перевезення на регулярні внутрішні та/або міжнародні лінії

Interline-партнера, і/або на трансферні авіаперевезення за обов'язкової участі двох сторін Interline-угоди. Ця угода належать до найпростішого і широко поширеного в світі виду співпраці між авіакомпаніями. Здійснювати партнерство за Interline-угодою можуть як авіакомпанії однієї країни, так і авіакомпанії різних країн.

Існує два види угод Interline:

1. Двостороння угода про визнання перевізної документації.

2. Багатостороння угода Interline (Multilateral Interline Traffic Agreement - MITA).

Здійснювати продаж авіаперевезень за Interline угодами можна як на бланках перевізника, так і на нейтральних бланках BSP (Billing and Settlement Plan) або ТКП (Транспортна Клірингова Палата) за умови, що нічого іншого не обумовлено в угоді між авіаперевізниками.

У рамках Interline-угод можуть бути прописані спеціальні прорейсові угоди (Special Proreit Agreement), на базі яких розробляються трансферні тарифи для наскрізного продажу перевезень на рейси обох партнерів, які стикаються. За всі незручності заподіяні пасажирам, відповідає авіакомпанія, яка фактично виконувала рейс. Багаж було затримано чи зіпсовано, скасовано або перенесено рейс - усі претензії висуваються лише до тієї авіакомпанії, повітряним судном якої пасажир летів.

До придбання авіаквитка на рейс, пасажир повинні отримати інформацію про фактичного перевізника і на стійці реєстрації, якщо під час авіаперевезення виникла будь-яка нестандартна ситуація. Продаючи авіаквитки, персонал авіакомпанії повинен повідомити про те, що авіарейс виконується в рамках Interline-угоди. Крім того, на самому квитку після номера рейсу повинна міститися інформація про те, яка авіакомпанія насправді його виконує. Якщо при укладенні договору перевезення пасажиру надаються оплачені послуги, то за ненадання таких послуг авіакомпанія несе відповідальність перед пасажиром, обмежену розміром суми, сплаченої за такі послуги.

Авіакомпанія не відповідає за послуги перевезення багажу (вантажу), надані третіми особами, з якими авіакомпанія не має комерційних угод. Якщо авіакомпанія самостійно перевозить

багаж (вантаж) своїх пасажирів, то ці правила застосовуються і до таких послуг. Послуги, що надаються авіакомпанією з перевезення багажу (вантажів) додатково, оплачуються пасажиром.

**Чартерні комерційні угоди** є підставою для виконання чартерних перевезень, які набули найбільшого поширення в світі. Вони виникли в Європі на початку 50-х років в Європі. Офіційно вони були визначені ІКАО в 1952 р. як польоти, що виконуються на основі отримання спеціальних дозволів. Щодо норм регулювання нерегулярних перевезень, до яких відносяться і чартерні, то фахівці передусім все пов'язують це з положеннями, викладеними в ст. 5 Чиказької конвенції, де формально передбачається право першої і другої «свобод повітря» для цих перевезень (перевізників) по території договірних сторін.

Спеціальні міжурядові угоди на виконання чартерних перевезень повинні враховувати:

- пункти, між якими вони виконуватимуться;
- перевізників, яким дозволяється виконувати ці перевезення;
- розподіл між цими перевізниками кількості рейсів, максимальну їх кількість, мінімальні тарифи.

Можна виділити такі види чартерних перевезень, визначені умовами укладених договорів:

- рейсові чартери;
- тайм-чартер;
- разові чартери.

*Рейсовий чартер* виконується згідно з угодою, в якій одна сторона (фрахтувальник) зобов'язується за винагороду надати іншій стороні (фрахтувальникові) всю або частина місткості одного або декількох ПС із екіпажем для перевезення пасажирів, багажу і вантажів або для інших цілей на певну кількість рейсів на встановленому маршруті.

*Тайм-чартер* здійснюється на основі договору фрахтування на будь-який час. Тут елемент найму, тобто орендні стосунки виявляється більш виразно, ніж у чартері.

*Разові чартери* передбачають перевезення в напрямі туди і назад з можливою тривалою стоянкою (очікуванням), або перевезення з пасажирами лише в одному напрямі. Задля

уникнення таких випадків, особливо тоді, коли замовникові необхідно перевозити пасажирів за одним і тим же маршрутом (або комбінації маршрутів) протягом тривалого часу, складається так званий чартерний ланцюжок.

**Авіаційний альянс** - партнерське об'єднання авіаліній, що дозволяє досягнути більш високого рівня міжнародного співробітництва в комерційних авіаперевезеннях. Авіакомпанії у межах альянсу зберігають свою юридичну самостійність, але при цьому уніфікують такі елементи, як система бронювання, бонусні програми авіакомпаній, вводять спільні рейси та погоджують розклад рейсів.

Причиною появи авіаційних альянсів вважається регулювання повітряного транспорту на національному рівні. Так, комерційні авіаперевезення між Європою та США регулюються договорами щодо відкритого неба та здійснюються лише авіакомпаніями країн-учасниць договору. Наприклад, авіаперевезення між США та Францією можуть здійснювати лише американські та французькі авіакомпанії. Німецька авіакомпанія не може бути присутньою на цьому ринку, але завдяки членству в альянсі німецький авіаперевізник Lufthansa може запропонувати такий рейс через код-шерінг з United Airlines.

Найбільші авіаційні альянси світу: Star Alliance (27 авіакомпаній); SkyTeam (13 авіакомпаній); Oneworld (12 авіакомпаній); WOW (4 вантажні авіакомпанії).

**Ділова авіація** - синонім англо-американської Business aviation, тому широко використовується і таке поняття, як бізнес-авіація, бізнес-перевезення.

Під ринком бізнес-перевезень розуміють авіаперевезення ділових людей, що подорожують у службових справах, офіційних делегацій тощо. Для ринку бізнес-перевезень характерні свої особливості. Від 70 до 90 % бізнес-пасажирів становлять чоловіки. Серед них виділяють три *субсегменти*:

- індивідуальні поїздки бізнесменів за власний рахунок, які вимагають високого рівня сервісу;
- поїздки співробітників корпорацій коштом фірми, при цьому велике значення має як рівень сервісу, так і сувеніри, розваги, безкоштовно надані пасажиром на рейсі авіакомпанії;
- інтенсив-поїздки бізнесменів, коли група відправляється

на конференцію, симпозіум або у відрядження, поєднуючи ділові поїздки з розвагами й відпочинком. Квитки й місця в готелі замовляються заздалегідь, причому для здешевлення подорожі пасажери нерідко користуються нічними рейсами.

#### **Тема 1.4. Організація роботи представництва авіакомпанії за кордоном**

Положення про закордонне представництво авіакомпанії. Види, завдання та звітність закордонного представництва авіакомпанії. Регіональне представництво. Основні види діяльності закордонного представництва. Забезпечення міжнародних польотів закордонним представництвом. Вивчення авіаційного ринку країни перебування закордонного представництва. Оцінка потенційного попиту на міжнародні повітряні перевезення в регіоні знаходження закордонного представництва. Організація чартерів. Організація продажу та бронювання.

**Комерційна діяльність представництв авіакомпаній за кордоном** регламентується таким документами:

- двосторонньою угодою про повітряне сполучення між своєю країною і країною перебування;
- угода про представництво авіакомпанії за кордоном;
- керівними документами ЦА;
- комерційними угодами між авіакомпанією і місцевими авіапідприємствами, туристичними фірмами, іншими організаціями. При цьому слід враховувати законодавство і правила, що регламентують відповідну діяльність у країні перебування, якщо інше не передбачене у згаданих вище угодах.

На підставі протоколів міжурядових договорів визначаються права й обов'язки закордонних представництв авіакомпанії, які включають право власного продажу перевезень або продажу через призначених агентів на території іноземної держави.

Авіакомпанія та призначені іноземні перевізники укладають такі двосторонні комерційні угоди:

- про Генерального агента;
- про взаємне надання послуг;



- про комерційну співпрацю;
- про наземне обслуговування тощо.

Відповідно до цих угод авіакомпанія здійснює свою комерційну діяльність.

Представництво авіакомпанії фінансується в межах встановленого кошторису витрат. Виробнича діяльність представництва визначається умовами роботи договірних авіаліній і планується за встановленими показниками. У встановлені терміни представництво направляє керівництву авіакомпанії звітність про виробничу діяльність.

**Польоти здійснюються на підставі урядових угод про повітряне сполучення** або спеціальних дозволів, які видають компетентні органи. Представництво вживає всіх можливих заходів:

- із забезпечення безпеки польотів ПС авіакомпанії та їх обслуговуванню;

- із своєчасного отримання екіпажами інформації про метеорологічні умови, стан основних і запасних аеропортів для прильоту і вильоту ПС авіакомпанії, забезпечення екіпажів всіма необхідними даними для ухвалення рішення на виліт і приліт;

- із своєчасної передачі відомостей про приліт, виліт, затримку або відміну рейсу, зміну маршруту відповідно до вимог табеля повідомлень про рух ПС.

У разі вимушених посадок ПС авіакомпанії на території країни перебування представництво негайно інформує про це керівництво авіакомпанії і діє відповідно до встановлених правил до прибуття офіційних представників авіакомпанії.

Представництво забезпечує екіпажі добовими за встановленими нормами, організовує відпочинок екіпажів, контролює передпольотну підготовку й готовність їх до вильоту.

Для оцінки кон'юнктури рекомендується виявити і проаналізувати такі показники:

- потенційний попит на пасажирські та вантажні авіаперевезення;

- тонно-кілометраж у всіх авіакомпаній, що здійснюють міжнародні авіаперевезення в країні й регіоні;

- виконаний тонно-кілометраж авіакомпаніями, що діють на даному ринку (реалізований попит);

- обсяги та темпи приросту міжнародних авіаперевезень у країні або регіоні;

- результат діяльності авіакомпаній, що здійснюють міжнародні авіаперевезення;

- коефіцієнти комерційного завантаження і зайнятості пасажирських крісел літаків на експлуатаційних міжнародних повітряних лініях;

- рівень тарифів на міжнародні перевезення.

Вивчення ринку авіаперевезень представництвами авіакомпанії включає два основні види аналізу:

- 1) оперативний і періодичний аналіз поточної кон'юнктури й особливостей її реалізації;

- 2) перспективний аналіз основних закономірностей, довгострокових тенденцій і проблем розвитку ринку.

Потенційний попит на міжнародні повітряні перевезення на даному ринку оцінюється з розбиттям на ринкові сектори (пасажирські й вантажні), сегменти (регулярні й нерегулярні), географічні напрями, з урахуванням прогнозування попиту, визначення ступеня задоволення ринку сукупними перевізниками.

Основними документами при продажі авіаперевезень є:

- пасажирський авіаквиток і багажна квитанція;

- квитанція платного багажу;

- авіавантажна накладна;

- ордер різних зборів (МСО).

Звітність з продажу оформлюється не рідше двох разів на місяць.

У процесі організації обслуговування рейсу представник авіакомпанії контролює три напрями:

- 1) реєстрація пасажирів;

- 2) зустріч літака й обслуговування пасажирів, що прилетіли;

- 3) наземне обслуговування ПС авіакомпанії.

При обслуговуванні пасажирів, що вилітають і прилетіли, основними завданнями представника є:

- уточнення загальної кількості пасажирів за класами обслуговування, перевірка наявності бортхарчування (за

необхідності необхідно виконувати дозамовлення), вирішення проблем і з зміною класу обслуговування, перебронюванням, доплатою понаднормового багажу;

- контроль за кількістю пасажирів, що з'явилися на посадку і пройшли реєстрацію, кількістю завантажених місць багажу, вантажу та пошти, що надійшли від Генерального агента;

- контроль за вивантаженням багажу, вантажу і пошти;

- контроль за видачею багажу пасажиром, що прилетіли, і у разі втрати багажу складання про це акта.

### **Тема 1.5. Організація дослідження ринку авіаційних перевезень**

Визначення потенційного ринку авіаперевезень. Вплив зовнішнього середовища на діяльність авіакомпанії. Фактори впливу на обсяг авіаційних перевезень. Аналіз ринку авіаційних перевезень. Методи прогнозування перевезень. Економіко-географічне дослідження ринку авіаційних перевезень. Аналіз регіональних особливостей. Сегментація ринку авіаційних перевезень. Вибір аеропорту для обслуговування перевезень. Нецінові методи стимулювання попиту. Frequent-flyer program.

Глибоке та всеохоплююче вивчення попиту на повітряні перевезення робить істотно впливає на ефективність використання повітряного парку авіапідприємств, а, отже, на кінцеві результати їх виробничо-фінансової діяльності.

Авіакомпанія повинна визначити наявність потенційного ринку, вивчити його кон'юнктуру і навіть мати відомості про його обсяги. Враховуючи, що продукцією ПТ є перевезення людей або вантажу повітрям, ринок авіаційних перевезень характеризується пропозицією і попитом на перевезення ПТ. Обов'язковою умовою існування ринку авіаційних перевезень є наявність суспільної потреби на перевезення повітряним транспортом і перевізників, здатних задовольнити її. Основні чинники, що впливають на обсяг авіаперевезень, наведено в табл. 1. Поза контролем авіакомпанії знаходяться історичні та етнічні чинники, структура населення за віком і доходом; міжнародні та ділові зв'язки підприємств, інфляція, податки.

Таблиця 1

Перелік чинників	Оцінка впливу чинників на роботу перевізників	
	Стимулююча функція	Стримуюча функція
Макроекономічні	- світове та національне зростання; - зростання особистого доходу; - поява нових сегментів ринку; - пом'якшення валютних обмежень; - зростання населення; - лібералізація ринку	- спад виробництва; - девальвація валюти; - спад ВВП; - зростання вартості подорожей; - регулювання діяльності ЦА
Мікроекономічні	- модернізація ПС; - зростання паливної ефективності ПС; - здешевлення капіталу; - зниження собівартості	- зростання цін для покриття витрат; - експлуатаційні витрати перевищують інфляцію; - витрати на контроль шуму й емісії авіадвигунів; - брак капіталу
Експлуатаційні	- розширення мережі повітряних ліній; - нові аеропорти; - поліпшення якості обслуговування клієнтів	- перевантаженість аеропортів; - погані комунікації; - використання новітніх технологій обслуговування пасажирів

Основним чинником, що відображає стан ринку, є показники роботи галузі, що характеризуються обсягом і структурою виконаних авіаційних робіт:

- обсяг перевезень (пасажиро-, тонно-кілометри);
- напрям повітряних ліній;
- сезонність тощо.

Існують два способи складання прогнозів авіаційних перевезень пасажирів за напрямками: безпосереднє прогнозування та прогнозування перевезень шляхом перемножування отриманих заздалегідь прогнозів коефіцієнта авіанізації і сумарних (авіаційних у комбінації з іншими видами транспорту) перевезень.

В основі прогнозування обсягів пасажирських перевезень доцільно використовувати комплексний метод, що базується на системному аналізі всіх чинників, що взаємодіють між собою. Також необхідно брати до уваги узгодження попиту і можливості його задоволення. Тому прогнозовані обсяги

пасажирських перевезень можуть бути підґрунтям для розробки вимог, що висуваються до парку ПС, формування мережі повітряних ліній, будівництва й реконструкції аеропортів.

Відповідно до основних видів авіаперевезень, ринок поділяють на ринок пасажирських перевезень і ринок вантажних перевезень. Свою чергу ринок пасажирських перевезень ділиться на перевезення ділових пасажирів і перевезення з особистою метою.

На основі оцінки ринку авіаперевезень авіакомпанія розробляє розклад руху ПС. Тому актуальними є питання визначення аеропортів вильоту і прильоту. В основі такої роботи лежить оцінка привабливості аеропорту для авіакомпанії й клієнтури.

Аналіз діяльності з обслуговування перевезень значною мірою залежить від роботи комплексу аеропорту. З огляду на це необхідно проаналізувати:

- структуру існуючих і запланованих до відкриття повітряних ліній, що обслуговуються або проходять поблизу даного аеропорту;

- наявність транзиту;

- час знаходження ПС в аеропорту при початково-кінцевих і транзитних операціях;

- схему обслуговування пасажирів, багажу, вантажів, пошти, технологічний час для виконання цих операцій;

- наявність обмежень аеропорту прийому ПС;

- щільність завантаження повітряного простору аеропорту;

- наявність персоналу необхідної кваліфікації;

- найбільш сприятливий для авіакомпаній час вильоту ПС;

- наявність комунікацій (дороги, транспортні маршрути) з найближчими великими населеними пунктами;

- взаємодію аеропорту з навколишньою територією.

Показник часу виконання операцій з обслуговування пасажирів і обробки багажу та вантажів безпосередньо пов'язаний із привабливістю даного аеропорту. Особливо важливий цей показник для аеропортів, які обслуговують місцеві, ближні середньоміагістральні повітряні лінії, оскільки в цьому випадку пасажирам не потрібно приїжджати до аеропорту задалегідь. Тривалість перебування пасажирів в аеропорту негативно впливає на швидкісний ефект доставки клієнта

авіаційним транспортом. При вирішенні питання взаємодії аеропорту з навколишньою територією необхідно брати до уваги вплив можливих змін діяльності аеропорту на дану територію.

Визначення оптимального аеропорту з погляду авіакомпанії не завжди збігається з можливостями аеропортів. Тому при зверненні перевізника керівництво аеропортів повинно ухвалити рішення про обслуговування рейсів на підставі аналізу пропускнув здатності аеропорту. При цьому важливо дослідити такі питання:

- типи ПС, які може приймати аеропорт;
- пасажиромісткість аеровокзалу;
- кількість стійок реєстрації пасажирів;
- технологічні схеми обслуговування;
- оформлення і посадка пасажирів, завантаження багажу, вантажів, зміна пасажиро- і вантажопотоків за сезонами й протягом доби.

**Бонусна програма авіакомпанії** (інша назва - програма преміювання пасажирів, «мильна програма», програма для пасажирів, що часто літають, англ. Frequent flyer program) – це програма лояльності для клієнтів авіакомпанії, що заохочує пасажирів, що часто літають, користуватися послугами саме цієї авіакомпанії або її партнерів.

У більшості сучасних програм персональний рахунок учасника поповнюється за кожен політ пропорційно відстані й залежно від класу перевезення, рідше - пропорційно вартості квитка.

Першу в історії програму заохочення подарунками та сувенірами пасажирів було розроблено в 1972 р. компанією Western Direct Marketing для United Airlines. У 1979 р. авіакомпанія Texas International Airlines створила першу бонусну програму, в якій підраховувалися милі, налітані її учасниками, того ж році American Airlines почала працювати над програмою знижок для пасажирів, що часто літають, згодом вона трансформувалася в бонусну програму Advantage, запущену 1 травня 1981 р. і яка стала першою бонусною програмою, що надала можливість обмінювати накопичені на рахунку «милі» на квитки за фіксованою «ціною». Тижнем пізніше United Airlines запустила аналогічну програму Mileage Plus. Того ж року

виникла програма SkyMiles авіакомпанії Delta Air Lines, а роком пізніше - Executive Club авіакомпанії British Airways.

З погляду маркетингу бонусна програма авіакомпанії задумана як важливий інструмент прив'язки клієнта до компанії. Вона помітно розширює можливості із залучення пасажирів. Практикується підвищення нарахування «миль» за конкретний напрямок або навіть певний рейс, або навпаки, «мильні розпродажі», коли преміальні квитки в період низького попиту можна отримати за меншу кількість «миль» порівняно зі стандартним. Засобом залучення клієнта також можуть бути елітні рівні. Вони досить ефективні, адже належні рівню привілеї учасник програми може отримати лише на рейсах авіакомпанії, в програмі якої він цей рівень має, або на рейсах альянсу, до якого вона входить.

## **Модуль II**

### **Ефективності надання міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації ринку**

#### **Тема 2.1. Оперативне планування перевезень на повітряному транспорті**

Характеристика та види розкладу руху ПС. Формування плану авіаперевезень та плану руху ПС. Положення про формування, узгодження, видання та оперативне коректування розкладу руху ПС. Введення в дію проекту розкладу. Зміни діючого розкладу. Використання інформаційних систем у роботі над розкладом руху ПС. Якість складання розкладу. Формування розкладу аеропорту. Поняття slot-time та його використання. Стратегічне та оперативне планування польотів за повітряними зонами. Flight plan. Робота IATA з координації розкладу.

Розклад руху повітряних суден є програмним документом роботи авіапідприємства. Види розкладу руху класифікуються на підставі певних ознак. Так, залежно від включених до розкладу рейсів можна назвати такі види розкладу:

- внутрішніх рейсів;
- міжнародних рейсів;
- регулярних рейсів;
- нерегулярних рейсів.

За принципом приналежності до конкретного суб'єкта розклад руху ПС виділяють такі види розкладів:

- розклад руху ПС авіакомпанії;
- розклад руху ПС аеропорту.

При цьому необхідно брати до уваги, що для організації виробничого процесу суб'єкти перевезень можуть виділяти розклад Interline, транзитних і трансферних рейсів, а також внутрішніх стикувальних під міжнародні повідомлення.

Терміни дії розкладу визначаються сезонами. Всі види транспорту працюють за розкладом «ЛІТО» (high season) і «ЗИМА» (low season). Терміни дії літнього і зимового розкладів



відповідають термінам, встановленим IATA для аналогічних сезонів міжнародного розкладу:

- «ЛІТО»: початок в останню неділю березня, а кінець - в останню неділю жовтня;

- «ЗИМА»: початок в останню неділю жовтня, кінець - в останню суботу березня.

Розкладу авіакомпанії оформляється у вигляді таблиць. Розділи внутрішніх і міжнародних рейсів включають:

- таблиці пасажирських рейсів;
- таблиці вантажних рейсів;
- список рейсів, які є стикувальними до міжнародних (для внутрішніх) або до Interline-перевезень (для міжнародних);
- алфавітний перелік аеропортів і номерів таблиць за рейсами, які включені в розклад.

До кожної таблиці вносять рейси за авіалініями з вказівкою таких даних:

- номерів рейсів one way та round trip;
- типів ПС, які виконують рейси;
- частоти руху рейсів;
- періодичності навігації;
- маршрутів рейсів;
- графіка руху ПС.

Базою для складання розкладу є наявність пасажиропотоків і потенційного попиту на авіаперевезення між парами міст. При складанні перспективного планування збираються, обробляються і аналізуються дані за величиною відправок пасажирів, пошти, вантажів по існуючих маршрутах. Для наочності зміни пасажиро- та вантажопотоків складаються графіки щомісячних відправок по окремих напрямках. Для ухвалення рішення про призначення рейсів важливими показниками є величина відправок, величина комерційного завантаження рейсів за минулий період і наявність потенційного попиту.

При цьому минулий період для оцінки величини комерційного завантаження встановлюється авіакомпанією, оскільки на конкретних напрямках ситуація складається по-різному і період аналізу може бути різними від одного року (з виділенням даних по кварталах) до 2-3 років. Складаючи

зимовий розклад, орієнтуються на попит за конкретним маршрутом на підставі аналізу попередніх зимових рейсів, а при створенні літнього - відповідно по попередніх літніх рейсів.

При відкритті нових напрямів авіакомпанії проводять значну роботу по збору необхідних даних, прогнозування власного обсягу перевезень із урахуванням роботи авіакомпаній-конкурентів і інших складових, які викладені в п'ятому розділі.

Планом авіаперевезень є перелік напрямів, по яких авіакомпанія планує здійснювати рейси і кількість планованих відправок в наступному півріччі (у літній або зимовий періоди).

У плані перевезень по напрямках указують такі дані:

- кількість відправок по видах;
- тоннокілометраж (із виділенням по ділянках для транзитних рейсів);
- пасажирокілометраж;
- середнє пасажирське завантаження рейсів.

Перспективний обсяг перевезень за кожною авіалінією визначають на підставі аналізу з урахуванням темпів зростання різними методами прогнозування і з розрахунком можливостей перевізника привабити клієнтуру. Після складання плану авіаперевезень складають план руху ПС.

Регулярність польотів ПС включає в себе поняття регулярності відправлення ПС і регулярності виконання рейсів.

Регулярність польотів ПС оцінюється:

- уповноваженим органом із питань цивільної авіації - у цілому для галузі за регулярністю відправлень ПС із аеропортів України та виконанням рейсів авіаперевізниками України;
- авіаперевізниками – за регулярністю відправлень ПС та виконанням рейсів під власними позивними;
- експлуатантом аеропорту – за регулярністю відправлення ПС згідно з диспетчерським пунктом прийому аеропорту (ДППА).

Рейси виключаються з числа запланованих для обчислення регулярності польотів у разі їх відміни, незважаючи на причину.

Затримки кодуються відповідно до класифікатора затримок. В опублікованому авіаперевізником розкладі вказується місцевий час відправлення.

Рейс вважається виконаним регулярно, якщо ПС прибуло в кінцевий аеропорт:

- не пізніше часу, встановленого розкладом (ДППА);
- із запізненням відносно часу прибуття, встановленого розкладом (ДППА):
  - із запізненням не більше 10 хв. – для рейсів тривалістю до 3 год.;
  - із запізненням не більше 15 хв. – для рейсів тривалістю від 3 до 6 год.;
  - із запізненням не більше 20 хв. – для рейсів тривалістю понад 6 год.

На руління та забезпечення безпеки повітряного руху встановлюється час залежно від особливостей аеропорту, але не менше:

- при відправленні (для усіх типів ПС) – до 15 хв.;
- при прибутті для ПС із максимальною сертифікаційною злітною масою 136 т і більше – 15 хв.;
- при прибутті для ПС із максимальною сертифікаційною злітною масою менше 136 т – 10 хв.

Прибуття ПС не в аеропорт призначення, а в інший аеропорт того самого міста в установлений розкладом (ДППА) час вважається виконаним регулярно.

Регулярність виконання рейсу, початок якого передбачено ДППА в одну календарну добу, а закінчення - в наступну, проводиться в ту добу, в яку передбачено закінчення рейсу за ДППА.

Регулярність відправлення ПС авіаперевізника визначається в відсотках як відношення регулярних відправлень ПС до загальної кількості рейсів, включених до ДППА. Регулярність відправлення ПС аеропорту визначається в відсотках як відношення регулярних відправлень ПС до загальної кількості рейсів, включених до ДППА. Регулярність відправлень ПС враховується за всіма польотами, які виконуються за розкладом та поза ним із пасажирями на борту згідно з ДППА, крім рейсів авіації загального призначення. Облік відправлень та виконання інших рейсів ведеться окремо. У разі посадки ПС в аеропортах, не передбачених розкладом ДППА, регулярність їх відправлень із цих аеропортів не

враховується. Відправлення ПС вважається регулярним, якщо час початку руху ПС з МС на власній або зовнішній тязі з метою зльоту відповідає часу, визначеному ДППА, або не перевищує 15 хвилин. Затримку відправлення ПС, пов'язану з перельотом ПС або перевезенням пасажирів та багажу з одного аеропорту в інший, відмінний від аеропорту призначення, у звітності регулярності відправлень ПС позначають як причину, що вплинула на його прибуття не в аеропорт призначення.

Затримки поділяються на затримки з вини експлуатанта аеропорту; авіаперевізника; суб'єктів наземного обслуговування; служб митного, прикордонного, санітарно-карантинного та інших видів контролю, які передбачені законодавством України; підприємств обслуговування повітряного руху та з метеоумов.

За затримку відправлень ПС відповідає експлуатант аеропорту, в якому виникла затримка з таких причин:

- нестача виробничих потужностей та ресурсів;
- офіційно введені обмеження щодо діяльності аеропорту в цілому (за винятком обмежень введених через метеоумови). Підставою для оформлення затримок є повідомлення про обмеження або припинення прийняття ПС;
- збій у роботі служб аеропорту, які беруть участь у комерційному обслуговуванні ПС;
- збій у роботі автоматизованої системи контролю технологічними процесами аеропорту (АСК ТПА);
- пізня підготовка ПС до вильоту (у разі виконання операцій із наземного обслуговування службами аеропорту).

Авіаперевізник відповідає за затримки з причин: пізнього прибуття ПС; несправності ПС; нестачі резервних ПС для виконання рейсу; пізньої підготовки ПС до вильоту (у разі виконання операцій із наземного обслуговування авіаперевізником); планування бортпроводників та екіпажу за рейсами; планування ПС; прийняття до перевезення пасажирів та багажу після закінчення часу реєстрації та посадки у ПС за рішенням відповідальної особи авіаперевізника.

За затримку відправлень ПС, які виникли з вини членів екіпажу, відповідає авіаперевізник, якому підпорядковується члени екіпажу.

У разі виникнення затримки відправлення ПС з причини збою в роботі інших суб'єктів авіаційної діяльності, що задіяні в процесі обслуговування ПС, відповідальним за затримку відправлення є відповідний суб'єкт авіаційної діяльності.

Крім класифікації затримок за причинами та відповідальними за затримку відправлення ПС, застосовується класифікація за часом затримок:

- затримки до 15 хв. включно вважаються некритичними. Акт про порушення регулярності на паперовому носії не оформлюються;

- затримки від 16 до 30 хв. включно вважаються такими, що негативно впливають на виконання рейсу. Такі затримки передбачають оформлення акта про порушення регулярності та мають бути ретельно проаналізовані;

- затримки від 31 хв. вважаються критичними. Такі затримки передбачають оформлення акта про порушення регулярності, потребують поглибленого аналізу та термінового вжиття відповідних корегуючих заходів.

У разі заміни типу ПС призначається новий слот на відправлення, при цьому враховуються тип ПС, особливості технологічного графіка наземного обслуговування цього типу ПС та пропускна здатність аеропорту.

Регулярність виконання рейсу та відправлення з аеропорту зворотного вильоту враховуються, виходячи з часу, вказаного в FPL.

У разі необхідності заміни ПС двома або декількома ПС меншої пасажиромісткості перше ПС відправляється згідно з розкладом, наступні – згідно з попередніми планами польоту (після узгодження слот із аеропортом), із загальним інтервалом часу вильоту між першим та останнім ПС не більше 5 хв. синхрону. При перебільшенні вказаного часу відправлення вважається нерегулярним.

У разі необхідності заміни двох ПС одним, але більшої місткості, регулярність відправлення здійснюється згідно з розкладом відправлення першого ПС, відправлення другого виключається з плану через відсутність завантаження. У тій самій послідовності вираховується відправлення з аеропорту зворотного вильоту. У разі перенесення вильоту ПС на наступну добу регулярність його відправлення вираховується відносно

ДППА в тій добі, коли першочергово передбачено відправлення ПС у ДППА. Тривалість затримки ПС вираховується від часу, вказаного в ДППА, до призначеного строку вильоту в наступній добі.

Задля приведення нормативно-правової бази, що регулює діяльність цивільної авіації України, до стандартів Європейського Союзу і стандартів та рекомендованої практики Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), а також підвищення рівня безпеки польотів та поліпшення рівня організації роботи з формування сезонного розкладу рейсів затверджено правила виділення часових інтервалів на приліт і виліт рейсів у міжнародних аеропортах України.

Слот аеропорту (часовий інтервал) - визначений день і час (зазвичай в інтервалі 15 чи 30 хв.) прильоту ПС в аеропорт чи його вильоту з аеропорту.

Аеропорти, залежно від пропускної здатності поділяються на такі категорії:

- аеропорт некоординований;
- аеропорт із гнучким узгодженням розкладу;
- аеропорти з обмеженою пропускною здатністю (координований аеропорт).

Укравіатранс зараховує аеропорт до тієї чи іншої категорії здійснюється після аналізу виконання рейсів за попередній сезон ІАТА.

Залежно від пропускної здатності аеропорту правила та технології узгодження слотів регулярних і чартерних рейсів для координування аеропортів повинні базуватися на принципах рівноправності та неупередженості при їх розподілі, відаючи пріоритет регулярним рейсам.

Слот надається з урахуванням пропускної здатності аеропорту, яка визначається за такими критеріями:

- пропускна здатність злітно-посадкової смуги (ЗПС);
- пропускна здатність перонів за типами ПС, які можна розмістити на перонах одночасно;
- пропускна здатність пасажирських терміналів;
- кількість стійок реєстрації пасажирів і багажу;
- кількість виходів на посадку;

– загальна площа терміналу з розрахунку на одного пасажира.

Надання авіакомпанії переважного права на виконання посадки у відповідному аеропорту не означає надання їй права на отримання слота, а виділення авіакомпанії слота не дає їй переважного права на виконання посадки.

Авіакомпанії іншої країни при виконанні регулярних рейсів до аеропорту з обмеженою пропускною здатністю (координованого аеропорту) може бути надане право нічної стоянки повітряного судна у період з 00:00 до 06:00 місцевого часу за наявності домовленостей між авіаційними органами України та відповідної іноземної країни з цього приводу.

Проект сезонного розкладу для конкретного аеропорту повинен бути сформований за 27 днів до другої суботи червня і за 27 днів до другої суботи листопада.

Авіакомпанії, що виконують (планують виконання) регулярні або чартерні рейси, повинні направити до аеропорту телеграму встановленого формату - SSIM.

У разі відсутності заперечень слот у триденний термін надається авіакомпанії і включається до проекту сезонного розкладу. У разі наявності заперечень аеропорт повинен у триденний термін запропонувати авіакомпанії новий слот. При підтвердженні його з боку авіакомпанії слот включається до проекту сезонного розкладу. У разі не підтвердження з боку авіакомпанії запропонований слот анулюється у триденний термін.

Проект сформованого сезонного розкладу для кожного аеропорту розглядається на конференції IATA з координації розкладів. Не пізніше як за 30 діб до початку нового сезону сформований сезонний розклад авіакомпаній розглядається IATA та в разі відсутності заперечень погоджується Укравіатрансом.

## Тема 2.2. Організація рекламної роботи на повітряному транспорті

Поняття, елементи та способи передачі реклами на авіаційному транспорті. Підготовка рекламної кампанії. Поняття іміджу авіакомпанії. Ефективність реклами та її оцінка. Маркетингові канали просування продукту на ринок на авіаційному транспорті. Методи залучення найбільшої кількості клієнтів на рейси авіакомпаній.

Реклама (лат. *reclamare* - «поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати») - спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб для прямого чи опосередкованого одержання прибутку.

Відповідно до законодавства України, реклама - це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо такої особи чи товару.

Стандартне визначення реклами включає в себе п'ять основних елементів:

- оплата різних форм комунікації (особистої і масової);
- ідентифікація спонсора, який оплачує новини, запропоновані в рекламі;
- намагання ознайомити покупця з товаром або послугою та переконати його, тобто примусити прийняти рішення;
- передача рекламного повідомлення декількома різними видами засобів масової інформації (ЗМІ) з метою залучення більшої аудиторії потенційних покупців;
- відсутність персоніфікації, оскільки реклама є однією з форм масової комунікації.

Як відомо, основними засобами розповсюдження реклами є:

- 1) реклама в пресі;
- 2) друкарська (поліграфічна) реклама;
- 3) реклама на ТБ;
- 4) реклама на радіо;



- 5) зовнішня реклама;
- 6) реклама в комп'ютерних мережах (Internet);
- 7) інші засоби.

Рекламна кампанія - це комплекс рекламних та інших заходів, об'єднаних загальними метою і завданнями, погодженими за часом проведення та розрахованими на широкі верстви населення. Метою рекламної кампанії є збільшення продажу та забезпечення просування туристичного продукту на ринку послуг і отримання стабільного прибутку. При розробці стратегії рекламної кампанії необхідно провести класифікацію груп маршрутів за певними ознаками: сезонність, вид маршруту, категорія населення.

Коли рекламна кампанія проводиться самостійно підприємством, то необхідно дотримуватись таких правил:

- визначити мету рекламної кампанії;
- підібрати виконавців рекламних заходів;
- розробити теми рекламної кампанії;
- вибрати носіїв реклами;
- провести калькуляцію витрат на рекламну кампанію;
- створити рекламні макети під обрані носії;
- замовити дату появи реклами в пресі та ефірі;
- проконтролювати вихід реклами у вказаний час;
- проаналізувати ефективність реклами.

При самостійному проведенні рекламної кампанії найбільшу складність викликає створення рекламного оголошення, в якому інформація повинна бути простою, цікавою, прямою, стверджуючою, короткою, правдивою, неподібною тощо. Оголошення має бути оригінальним, виділятися і привертати увагу, повторювати найбільш важливі аргументи, надавати майбутньому клієнту чітку орієнтуючу інформацію. Важливе значення при написанні та поданні рекламного тексту в пресі має вибір шрифту. При цьому рекомендується використовувати комбінації шрифтів: основного, декоративного, збільшуючого, виділеного.

Для більшої переконливості рекламний текст може бути змонтований на фотографії, малюнку, схемі, плакаті.

Розробка рекламних матеріалів повинна бути пов'язана з групою споживачів, на яку вона розрахована.

З точки зору ефективності реклами важливим фактором є місце розташування її в друкованому органі або електронних засобах масової інформації.

Вибір часу реклами визначається також певними факторами: кількість разів публікації або показу реклами, період року, час доби, в рекламних блоках чи окремо.

Якщо в структурі рекламної кампанії передбачена усна реклама для конкретної аудиторії, то тут необхідно звернути увагу на окремі вимоги: зацікавленість аудиторії в інформації; послідовність і логічність звернення; донесення повідомлення або інформації різними методами спілкування тощо.

Реклама тісно пов'язана з іміджем туристичного підприємства. Якщо фірма має власний імідж серед споживачів, тобто своє обличчя, то реклама працює набагато ефективніше.

Імідж прийнято розуміти як позитивний образ туристичної фірми, в більшості випадків спеціально створений.

Позитивний образ кожної фірми, в тому числі й туристичної, починається з назви. Назва може бути будь-якою і залежить це лише від фантазії і смаків засновників. Але для подальшого успіху підприємства необхідно взяти до уваги певні принципи при виборі назви фірми. Серед них - незмінність назви, асоціація з основною діяльністю, неповторність, прийнятність назви для іноземців тощо.

Культура обслуговування, надійність, чіткість, швидкість - все це має важливе значення для створення позитивного іміджу туристичного підприємства.

Одним із основних засобів формування позитивного іміджу фірми, образу її торговельної марки є створення фірмового стилю.

Фірмовий стиль - це використання єдиних принципів оформлення, кольорових поєднань для всіх форм реклами, ділових паперів, технічної та інших видів документації, офісу, а інколи й одягу працівників. Зрозуміло, що фірма, яка щойно розпочала свою діяльність, не зможе охопити всю повноту такого явища, як фірмовий стиль, але не можна втрачати час, відкладаючи на майбутнє формування у споживача образу фірми.

Імідж авіакомпанії створюють також і такі чинники:

– зовнішній вигляд і привабливість уніформи;

- культура поведінки й професійний рівень персоналу, який задіяний в обслуговуванні пасажирів на землі і в повітрі;
- рівень безпеки польотів;
- вибрані аеропорти вильоту і посадки (віддалення від міста, зручні трансфери стиковки рейсів і пересадки на інші види транспорту, магазини Duty free, стійки само реєстрації (реєстрація, яка здійснюється пасажиром самостійно через автомат), можливість узяти на прокат машину по прибуттю в пункт призначення);
- зручний розклад;
- використання літаків нового покоління з низькими шумами двигунів;
- індивідуально замовлені салони ПС із урахуванням транспортування пасажирів на особливих умовах;
- програма роботи з постійними клієнтами;
- зручне розташування офісів продажу;
- можливість забронювати місце через Інтернет;
- використання електронних квитків;
- вибраний аеропорт, підбір і спеціальне навчання стюардес і іншого персоналу тонкошам обслуговування пасажирів і клієнтури, надання на борту літака вишуканих блюд і різноманітних напоїв тощо.

Широковідомий вислів власника універмагу Джона Уонамейкера: «Я знаю, що половину грошей, що я витрачаю на рекламу, я витрачаю дарма, але я ніколи не знаю напевне - яка з цих двох половин витрачається дарма». Тому слід постійно аналізувати ефективність рекламних заходів.

Проведення аналізу ефективності рекламних заходів може здійснюватись за декількома напрямками: визначення доцільності реклами в цілому, розрахунок результативності її окремих засобів, визначення умов оптимального впливу реклами на потенційних покупців.

Також ефективність реклами комерційних компаній визначається за допомогою досліджень. Вони передбачають опитування найтипівіших представників рекламної аудиторії. Зокрема, варто з'ясувати, що саме вони знають про дану фірму; у чому бачать переваги й вигоди від придбання товару чи користування послугами; як вони довідалися про існування

фірми; як вони розуміють рекламу; що їм у ній подобається, а що ні; що слід в ній змінити, доповнити.

Підрахувати економічну ефективність окремих рекламних заходів чи кампаній у цілому можна лише приблизно. Неможливо, наприклад, провести межу між ефективністю реклами і результатами контактів споживачів із іншими людьми, впливу сезонного продажу чи випадкових обставин, таких, наприклад, як зміна цін чи зникнення конкурента. Відносне економічне оцінювання ефективності реклами полягає у порівнянні:

1) обсягів реалізації чи отриманих доходів до і після рекламної кампанії;

2) співвідношенням отриманих доходів із асигнуваннями на рекламу.

На практиці економічну ефективність реклами найчастіше визначають шляхом визначення її впливу на зміну товарообігу. Щоб виявити, якою мірою реклама вплинула на зростання товарообігу, аналізують оперативні й бухгалтерські дані. При цьому варто мати на увазі, що крім реклами на реалізації товару можуть позначитись його якість і споживчі властивості, ціна, зовнішній вигляд, місце розташування торгового підприємства, рівень культури обслуговування покупців, наявність у продажу аналогічних товарів.

Зазвичай рекламодавця передусім цікавить економічна ефективність реклами, тобто вплив застосованих рекламних засобів на товарообіг та прибуток.

Додатковий товарообіг під впливом реклами визначають за формулою:

$$T_d = \frac{T_c * P * D}{100}$$

де  $T_d$  - додатковий товарообіг під впливом реклами, грн.;  $T_c$  - середньоденний товарообіг до рекламного періоду, грн.;  $P$  - приріст середньоденного товарообігу за рекламний та післярекламний періоди, %;  $D$  - кількість днів обліку товарообігу в рекламний та післярекламний період.

Економічну ефективність реклами визначає економічний результат, досягнутий від застосування рекламного засобу чи проведення рекламної кампанії. Для розрахунку економічного ефекту можна використовувати таку формулу:

$$E = \frac{T_d * H_m}{100} - (U_p + U_d)$$

де E - економічний ефект рекламування, грн.;  $T_d$  - додатковий товарообіг під впливом реклами, грн.;  $H_m$  - торгова надбавка на товар, % до ціни реалізації;  $U_p$  - витрати на рекламу, грн.;  $U_d$  - додаткові витрати, викликані приростом товарообігу, грн.

У даному випадку отриманий ефект від проведення рекламного заходу порівнюється з витратами на його здійснення. Результати порівняння можуть бути такими:

- ефект від рекламного заходу дорівнює витратам на його проведення;
- ефект від рекламного заходу більший за витрати (прибутковий);
- ефект від рекламного заходу менший за витрати (збитковий).

Проте отриманих даних для визначення економічної доцільності витрат на проведення різноманітних рекламних заходів недостатньо. Точніше доцільність витрат на рекламу характеризує її рентабельність.

Рентабельність реклами - це співвідношення отриманого прибутку та витрат, що визначається за формулою:

$$P = \frac{\Pi}{U} * 100\%$$

де P - рентабельність рекламування товару, %;  $\Pi$  - прибуток, отриманий від рекламування товару, грн.; U - витрати на рекламу цього товару, грн.

Використання запропонованих показників має певні обмеження: по-перше, неможливо виокремити вплив саме рекламних заходів на збільшення товарообігу; по-друге, неправильно зводити завдання реклами лише до збільшення товарообігу.

Оцінити ефективність діяльності з розміщення реклами, а також зробити порівняльний аналіз діяльності конкурентів дають змогу такі показники.

Базовим показником, який використовується для розрахунку інших, є рейтинг. Рейтинг відображає популярність того чи іншого телеканалу протягом певного часу. Враховуючи специфіку проведення досліджень телеглядацької аудиторії в

Україні - це відношення кількості глядачів (каналу чи програми) до всього населення обласних центрів України:

$$\text{рейтинг} = \frac{\text{Кількість глядачів}}{\text{Населення обласних центрів}} * 100\%$$

Оскільки в Україні рейтинги визначаються похвилинно, то на практиці, як правило, застосовуються середні рейтинги (середньозважені).

При розрахунку показників, що характеризують рекламну кампанію, розраховують:

$$GRP = \text{Rating } 1 + \text{Rating } 2 + \dots + \text{Rating } n$$

де n - кількість виходів.

GRP (Gross Rating Points - сумарне значення рейтингу) - характеризує інтенсивність рекламної кампанії, яка відбулась протягом певного часу. Цей показник є універсальним еквівалентом, який використовують для порівняння рекламних кампаній, які відбувалися у різні проміжки часу та які проводили різні рекламодавці. Формально GRP є сумою рейтингів для найбільш загальної цільової аудиторії (населення обласних центрів) за усіма виходами певної реклами протягом вказаного періоду часу:

Зауважимо, що певна група людей може бути включеною одночасно до декількох рейтингів, тому сума може перевищувати 100%. У рекламній практиці помітна рекламна кампанія на телебаченні набирає понад 100 GRP. Рекламна кампанія вважається потужною, якщо значення GRP перевищує 1000 GRP.

Також розраховується TRP (Target Rating Points - значення рейтингу для цільової аудиторії) подібне до GRP, проте характеризує інтенсивність впливу певної рекламної кампанії на зазначену цільову аудиторію. TRP є сумою рейтингів для даної цільової аудиторії за всіма виходами певної реклами протягом певного періоду часу.

Найчастіше TRP порівнюють із GRP. Що більше відношення TRP/GRP, то ефективнішою буде чи була реклама на обраних телеканалах. Більше значення TRP свідчить про більшу популярність засобу масової інформації для даної цільової аудиторії порівняно із загальним значенням.

Більшість рекламодавців прагнуть донести своє рекламне звернення саме до певної цільової аудиторії, яка є потенційним споживачем рекламної продукції. Тому для аналізу ефективності обраних телеканалів з точки зору досягнення певної цільової групи є важливим порівняння TRP із GRP.

Окрім цього порівняння TRP із GRP важливим є визначення ціни на розміщення реклами. Під час купівлі рекламного часу з розрахунку вартості 1 GRP при вмілому плануванні можна досягти набагато кращих показників для цільової аудиторії, ніж для всього населення, а отже досягнення 1 % цільової аудиторії коштуватиме менше.

Кількість виходів також є однією з характеристик інтенсивності рекламної кампанії. Кількість виходів - це кількість подач певного рекламного звернення протягом вказаного проміжку часу. Цей показник не враховує характеристики витрат чи популярності, однак є базовим для інших розрахунків.

Охоплення (Reach) характеризує кількість людей, що дивилися певну рекламу протягом вказаного періоду. Іншими словами, охоплення є процентним відношенням кількості людей, які дивилися певну рекламу чи рекламну кампанію протягом певного часу та що належать до певної цільової аудиторії, до загального розміру цільової аудиторії.

Охоплення дає можливість оцінити, скільки людей отримали інформацію, що міститься у рекламі. Цей показник не може перевищувати 100 %.

CPP (Cost Per Point - вартість 1 пункту рейтингу) є показником, що характеризує ефективність розміщення реклами на телебаченні з точки зору вартості - це вартість досягнення одного відсотка цільової аудиторії. Інакше кажучи, CPP відображає суму коштів, яку слід витратити на рекламу на телебаченні, щоб ознайомити з рекламним зверненням 1 % цільової аудиторії.

$$CPP = \frac{\text{Вартість розміщення реклами}}{\text{Рейтинг}}$$

На телебаченні найчастіше використовують такий показник, як 60" (або 30") CPP, оскільки на вартість розміщення реклами впливає тривалість рекламного звернення:

$$60 * CRR = \frac{\text{Вартість розміщення } 60 * \text{рекламного звернення}}{\text{Рейтинг}}$$

CRR є одним із найважливіших критеріїв, за яким обирають засоби масової інформації, в яких планується розміщення реклами.

CPT (Cost Per Thousand - вартість тисячі контактів) є показником, подібним до CRR. Як і CRR, CPT характеризує ефективність розміщення реклами на певному телеканалі, однак одиницею порівняння є не відсоток, а чисельність населення у тисячах осіб. Отже, CPT розраховується як вартість одного виходу з певними часовими, просторовими та іншими характеристиками до середньої чисельності населення в тисячах:

$$CPT (CPM) = \frac{\text{Вартість розміщення реклами}}{\text{Чисельність осіб, що спостерігає рекламу незвернення}}$$

Використання CPT доцільне, коли дослідника цікавить не відсоток даної цільової аудиторії, а кількість людей, котрі спостерігають рекламу. Така необхідність виникає при порівнянні CPT різних цільових аудиторій.

Не слід забувати, що реклама - лише один із маркетингових інструментів, що впливає на збут товару. Саме тому при оцінці ефективності реклами враховується комплекс умов та факторів, які сприяють чи перешкоджають досягненню маркетингових цілей.

### **Тема 2.3. Розрахунок економічної ефективності відкриття нового рейсу авіакомпанії**

Показники оцінки економічної ефективності здійснення комерційної діяльності авіакомпанії. Визначення доходу від перевезення пасажирів, багажу, вантажу та пошти. Визначення собівартості льотної години конкретного типу ПС. Розрахунок рівня середнього пасажирського тарифу економічного класу обслуговування. Аеропортові збори. Витрати на авіаційне паливо та мастильні матеріали. Витрати на технічне обслуговування та ремонт. Витрати за статтею «вартісний знос та амортизаційні відрахування». Витрати на страхування ПС. Експлуатаційні витрати (виключаючи витрати на паливо). Збори



за аеронавігаційне обслуговування на маршруті. Окрема стаття витрат авіакомпанії. Собівартість пасажиро-кілометра.

У міжнародній практиці економічна ефективність діяльності авіакомпаній визначається через співвідношення доходи-витрати, середні доходи на пасажиро-кілометр та коефіцієнт зайнятості крісел.

Отже, доходи авіакомпаній визначаються за такою формулою:

$$D = D_o + D_p + D_{np} + D_{ин}, \quad (1)$$

де  $D_o$  – доходи, отримані від основної діяльності підприємства;  $D_p$  – доходи, отримані від реалізації матеріальних цінностей в результаті заміни або ліквідації основних фондів;  $D_{np}$  – доходи від позареалізаційних операцій;  $D_{ин}$  – доходи від іншої діяльності.

Доходи, отримані від основної діяльності - це загальна сума надходжень від усіх робіт та послуг: перевезень пошти; вантажних та пасажирських перевезень; вантажні, розвантажувальні та допоміжні роботи.

Доходи від реалізації матеріальних цінностей визначаються або за залишковою вартістю, або на основі ринкової ціни з врахування попиту та пропозиції.

Доходи від позареалізаційних операцій складаються з доходів, отриманих від частки участі в спільному підприємстві, орендної плати, від надання в оренду майна, від акцій та облігацій, якими володіє підприємство.

Доходи від інших видів діяльності – це доходи від операцій, які безпосередньо не пов'язані з наданням послуг та виконанням робіт.

Для розрахунку обсягу комерційної роботи застосовуються такі формули:

$$K = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m K_{ij} \cdot B_i, \quad (2)$$

де  $V_i$  – відстань, яку пролітає літак при виконанні конкретного  $i$ -го рейсу;  $K_{ij}$  – кількість пасажирів, які мають авіаційні квитки з рівнем  $j$  та на  $i$ -му рейсі.

Виконані тонно-кілометри обчислюють так:

$$\sum_{i=1}^n (P_{\text{пер.пас.}i} + P_{\text{баг.}i} + P_{\text{норм.баг.}i} + P_{\text{вант.}i} + P_{\text{пошт.}i}) \cdot V_i, \quad (3)$$

де  $P_{\text{пер.пас.}i}$  - вага перевезених пасажирів на конкретному рейсі (дані беруться із вантажної відомості);  $P_{\text{баг.}i}$  - вага багажу, який встановлений для перевезення без додаткової оплати (дані беруться із вантажної відомості);  $P_{\text{норм.баг.}i}$  – кількість понаднормово перевезеного багажу на  $i$ -му рейсі;  $P_{\text{вант.}i}$  – кількість перевезеного багажу на  $i$ -му рейсі;  $P_{\text{пошт.}i}$  – кількість перевезеної пошти на  $i$ -му рейсі;  $V_i$  – відстань, яку пролітає літак при виконанні конкретного  $i$ -го рейсу.

До складу витрат авіакомпаній входять прямі та непрямі витрати, які й становлять собівартість льотної години. Прямі витрати розраховуються за формулою:

$$V_{\text{пр}} = V_{\text{пмм}} + V_{\text{ам}} + V_{\text{рем}} + V_{\text{зп}} + V_{\text{соц}} + V_{\text{ін}} + V_{\text{зб.ап}} + V_{\text{зб.нав}}, \quad (4)$$

де  $V_{\text{пр}}$  – прямі витрати;  $V_{\text{пмм}}$  – витрати на паливно-мастильні матеріали;  $V_{\text{ам}}$  – витрати на повне відновлення повітряного судна;  $V_{\text{рем}}$  – витрати на технічне обслуговування та ремонт;  $V_{\text{зп}}$  – витрати на оплату праці членів екіпажу;  $V_{\text{соц}}$  – відрахування на соціальні потреби;  $V_{\text{ін}}$  – інші льотні витрати;  $V_{\text{зб.ап}}$  – витрати на аеропортові збори;  $V_{\text{зб.нав}}$  – витрати на аеронавігаційні збори.

Непрямі витрати залежать від діяльності кожної авіакомпанії.

Звідси маємо, що собівартість тонно-кілометра розраховуватиметься за формулою:

$$СВ_{\text{ткм}} = V_{\text{лг}} / П_{\text{п}}, \quad (5)$$

де  $СВ_{\text{ткм}}$  – собівартість тонно-кілометра;  $V_{\text{лг}}$  – вартість льотної години;  $П_{\text{п}}$  – продуктивність польотів.

На будь-якому підприємстві основними витратами є експлуатаційні витрати. Аналіз прямих експлуатаційних витрат

на одне крісло показує, що на маршрутах великої дальності ці витрати нижчі, ніж на коротких маршрутах.

Загальні, адміністративні та інші витрати становлять від 0,4 до 1,5 цента на пасажиро-кілометр і відображають відмінності в організаційній структурі авіакомпаній у різних країнах світу. Вважається, що економія, обумовлена масштабами виробництва, може бути важливим фактором, який впливає на відмінність у статті адміністративних витрат. Тобто великі авіакомпанії мають менші адміністративні витрати на виконаний пасажиро-кілометр, ніж маленькі.

Аналіз та розрахунок комерційної діяльності підприємств є одним із основних етапів комерційної діяльності авіакомпанії.

При використанні моделі розрахунку економічної ефективності міжнародних рейсів слід обов'язково враховувати тарифну політику авіакомпанії, сезонність тощо.

До моделі розрахунку рейсових витрат включають постійні та змінні витрати. До постійних витрат належать:

- витрати авіакомпанії на експлуатацію повітряних суден;
- витрати авіакомпанії на комерційне та технічне обслуговування в аеропорті;
- збори за зліт-посадку;
- наземне обслуговування;
- збір за проліт територій;
- витрати на харчування екіпажу на борту літака;
- витрати на забезпечення планів польоту;
- оренда стійок реєстрації;
- витрати на періодичну пресу в аеропортах;
- агентське обслуговування в аеропорту;
- витрати, пов'язані з навігацією.

До змінних витрат належать:

- збір за обслуговування пасажирів у терміналах аеропорту;
- збір за забезпечення авіаційної безпеки;
- збір за обробку вантажу та пошти;
- збір за забезпечення бортхарчування пасажирів.

Розрахуйте значення всіх цих витрат на рейсі у такій послідовності:

## 1. Витрати авіакомпанії на експлуатацію повітряних суден:

$$V_{\text{екпл.}} = C_{\text{б.л.г}} \cdot T_{\text{наліт}} + \text{Вартість}_{\text{страхов.}} \cdot T_{\text{наліт}}$$

Або,

$$V_{\text{екпл.}} = T_{\text{наліт}} \cdot (C_{\text{б.л.г}} + \text{Вартість}_{\text{страхов.}}), \quad (6)$$

де  $V_{\text{екпл.}}$  – витрати авіакомпанії на експлуатацію повітряних суден, дол. США;  $T_{\text{наліт}}$  – середньостатистичний наліт годин за маршрутом, год.;  $C_{\text{б.л.г}}$  – собівартість однієї льотної години без врахування прямих експлуатаційних витрат, дол. США;  $\text{Вартість}_{\text{страхов.}}$  – вартість необхідних страховок, дол. США.

Собівартість однієї льотної години складається з витрат із заробітної плати, амортизаційних витрат, витрат на соціальні відрахування, ремонтного фонду та аеропортових витрат. Значення собівартості залежить від умов комерційних договорів із постачальниками. Вона не може бути визначена в період проведення розрахунків за визначеною методикою. Оскільки величина залежить від завантаження літака, то для кожного типу повітряного судна показник собівартості є умовним.

Зазначимо, що при здійсненні міжнародних перельотів літаки повинні бути застраховані. Існує три основні види страховок для повітряних суден – страхування літака та його двигунів, страхування льотного складу та страхування збитків, які завдані третім особам на землі.

У цій роботі сума необхідних страховок умовна 90 дол. США. У розрахунках ця сума однакова для всіх типів повітряних суден.

## 2. Витрати авіакомпанії на комерційне та технічне обслуговування в аеропорті.

Визначте витрати, пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами (ПММ). Вони розраховуються за формулою:

$$V_{\text{ПММ}} = C_{\text{1т.пал.}} \cdot V_{\text{пал. за год}} \cdot T_{\text{наліт}}, \quad (7)$$

де  $V_{\text{ПММ}}$  - витрати, які пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами в аеропорті, дол. США;  $C_{\text{1т.пал.}}$  – ціна однієї тонни пального в

аеропорті, дол. США;  $V_{\text{пал. за год}}$  – погодинні витрати пального, тонн/год;  $T_{\text{наліт}}$  – середньостатистичний наліт за маршрутом, год.

За формулою 8 розрахуйте рейсові витрати на пальне за двома аеропортами для кожного типу повітряних суден:

$$V_{\text{сум}} = V_{\text{пмм.відправ.}} + V_{\text{пмм.прибуття}}, \quad (8)$$

де  $V_{\text{сум}}$  – сумарні витрати, пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами у двох аеропортах, дол. США;  $V_{\text{пмм.відправ.}}$  – сумарні витрати, які пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами аеропорту відправлення, дол. США;  $V_{\text{пмм.прибуття}}$  – сумарні витрати, пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами в аеропорті прибуття, дол. США.

3. Збори за зліт-посадку обчислюється за такою формулою:

$$Z_{\text{зліт/посадка}} = Z_{\text{баз.зліт/посадка}} \cdot \text{Вага}_{\text{зл.макс}}, \quad (9)$$

де  $Z_{\text{зліт/посадка}}$  – розмір збору за зліт-посадку в аеропорту, дол. США;  $Z_{\text{баз.зліт/посадка}}$  – базовий збір за зліт-посадку в аеропорту (за тону максимальної льотної маси), дол. США;  $\text{Вага}_{\text{зл.макс}}$  – максимальна злітна вага літака, тонн.

4. Значення величини з наземного обслуговування для вантажопасажирських літаків залежить від максимальної злітної ваги і тому визначається окремо для кожного типу літака.

5. Збір за проліт територій стягується з авіакомпаній за те, що вони користуються повітряною трасою, пролітаючи над тією, чи іншою державою. Ставки збору за проліт територій встановлюються кожною державою залежно від типу повітряного судна на 100 км польоту.

6. Витрати на харчування екіпажу на борту літака обчислюється за такою формулою:

$$V_{\text{борт.харчек.}} = K_{\text{ек.}} \cdot \text{Вартість}_1 \text{ порц.}, \quad (10)$$

де  $V_{\text{борт.харчек.}}$  – витрати щодо бортхарчування екіпажу, дол. США;  $K_{\text{ек.}}$  – кількість членів екіпажу, чол.;  $\text{Вартість}_1 \text{ порц.}$  –

вартість однієї порції бортового харчування для членів екіпажу в аеропорту, дол. США.

7. Витрати на бортове харчування пасажирів розраховується за формулою:

$$\text{Витр}_{\text{борт/харч}} = (\text{Кпас}_{\text{ек.класу}} \cdot \text{Варт}_{\text{пор.ек.класу}} + \text{Кпас}_{\text{бїзн.класу}} \cdot \text{Варт}_{\text{пор. бїзн.класу}}) \cdot \text{Коеф}_{\text{аер.збору}}, \quad (11)$$

де  $\text{Витр}_{\text{борт/харч}}$  - витрати на бортове харчування пасажирів, дол. США;  $\text{Кпас}_{\text{ек.класу}}$  – кількість пасажирів економічного класу на рейсі, чол.;  $\text{Варт}_{\text{пор.ек.класу}}$  – вартість однієї порції бортхарчування в економічному класі, дол. США;  $\text{Кпас}_{\text{бїзн.класу}}$  - кількість пасажирів бізнес-класу на рейсі, чол.;  $\text{Варт}_{\text{пор.бїзн.класу}}$  - вартість однієї порції бортхарчування в бізнес- класі, дол. США;  $\text{Коеф}_{\text{аер.збору}}$  - коефіцієнт аеропортового збору за забезпечення бортхарчуванням. Він дорівнює 1,08.

8. Витрати на забезпечення планів польоту.

9. Оренда стійок реєстрації становить.

10. Витрати на періодичну пресу у аеропортах різні.

11. Збори за обслуговування пасажирів в терміналах аеропортів розраховуються для аеропортів відправлення і розвороту.

Збори за обслуговування пасажирів в терміналах аеропорту обчислюються за формулою:

$$\text{Збір}_{\text{обсл в терм. відправ}} = \text{К}_{\text{вил.пас.}} \cdot \text{Ставка}_{\text{фікс.обсл.}}, \quad (12)$$

де  $\text{Збір}_{\text{обсл в терм. відправ}}$  - збір за обслуговування пасажирів в терміналах аеропорту відправлення, дол. США;  $\text{К}_{\text{вил.пас.}}$  – кількість пасажирів, які вилітають за першим маршрутом, чол.;  $\text{Ставка}_{\text{фікс.обсл.}}$  – фіксована ставка обслуговування одного пасажирів в аеропорту.

Збори за обслуговування пасажирів в терміналах аеропорту розвороту обчислюється за формулою:

$$\text{Збір}_{\text{обсл в терм.Т}} = (\text{К}_{\text{пасприл.}} + \text{К}_{\text{пас вил}}) \cdot \text{Ставка}_{\text{фікс.обсл}} \quad (13)$$

де  $\text{Збір}_{\text{обсл в терм.Т}}$  - збір за обслуговування пасажирів в терміналах аеропорту розвороту, дол. США;  $\text{К}_{\text{прил.пас.}}$  – кількість пасажирів,

що прилітають за маршрутом відправлення, чол.;  $K_{\text{вил.пас.}}$  – кількість пасажирів, що вилітають за маршрутом повернення, чол.; Ставка<sub>фікс.обсл</sub> – фіксована ставка обслуговування одного пасажира в аеропорту.

12. Збір, який стосується забезпечення авіаційної безпеки розраховується за формулою:

$$\text{Збір}_{\text{безпека}} = K_{\text{пас}} \cdot \text{Ставка}_{\text{збору безпеки}}, \quad (14)$$

де  $\text{Збір}_{\text{безпека}}$  - збір, який стосується забезпечення авіаційної безпеки, дол. США;  $K_{\text{пас}}$  – кількість перевезених пасажирів на рейсі, чол.; Ставка<sub>збору.безпеки</sub> – ставка збору за забезпечення безпеки одного пасажира.

13. Витрати на обробку вантажу та пошти розраховується за такою формулою:

$$V_{\text{обр.в. та п.}} = \text{Обсяг}_{\text{відпр.}} \cdot \text{Тариф}_{\text{обр.}}, \quad (15)$$

де  $V_{\text{обр.в. та п.}}$  – витрати по обробці вантажу та пошти, дол. США;  $\text{Обсяг}_{\text{відпр.}}$  – обсяг відправок вантажу та пошти, кг;  $\text{Тариф}_{\text{обр.}}$  – тариф за обробку 1 кг пошти або вантажу, дол. США.

14. Агентське обслуговування в аеропорту.

15. Витрати, пов'язані з навігацією.

За обраним маршрутом розрахунок доходів потрібно проводити враховуючи за двома періодами: літнім та зимовим розкладом. Необхідно визначити тариф за літнім та зимовим розкладом в економічному класі та в бізнес-класі. Варто пам'ятати, що при розрахунках доходу за рейс використовують ще й спеціальні тарифи економічного класу, наприклад, групові, екскурсійні тощо.

Формула розрахунку доходу за рейс має такий вигляд:

$$\text{Д}_{\text{прод.}} = K_{\text{пас.ек.кл.}} \cdot (T_{\text{норм.ек.кл.}} \cdot \text{Коеф}_{\text{норм.ек}} + T_{\text{спец.ек.кл.}} \cdot \text{Коеф}_{\text{спец.ек}}) + K_{\text{пас.б.кл.}} \cdot T_{\text{норм.б.к.л.}} + \text{Збір}_{\text{палн.}} \cdot K_{\text{пас.заг}}, \quad (16)$$

де  $K_{\text{пас.ек.кл.}}$  – кількість пасажирів економічного класу, чол.;  $T_{\text{норм.ек.кл.}}$  – нормальний тариф економічного класу, дол. США;  $\text{Коеф}_{\text{норм.ек}}$  – коефіцієнт, який визначає кількість пасажирів, які скористалися нормальним тарифом економічного класу;

$T_{\text{спец.ек.кл.}}$  – спеціальний тариф економічного класу, дол. США;  $\text{Коеф}_{\text{спец.ек}}$  – коефіцієнт, який визначає кількість пасажирів, які скористалися спеціальним тарифом економічного класу;  $K_{\text{пас.б.кл.}}$  – кількість пасажирів бізнес-класу, чол.;  $T_{\text{норм.ек.кл.}}$  – нормальний тариф бізнес-класу, дол. США;  $\text{Збір}_{\text{палн.}}$  – збір за пальне, дол. США;  $K_{\text{пас.заг}}$  – загальна кількість пасажирів, чол.

Спеціальний тариф економічного класу складає  $0,7 \cdot T_{\text{норм.ек.кл.}}$

Економічну ефективність нового рейсу розраховуйте за формулою 17 (розрахунки проводяться за круговим маршрутом):

$$\text{Прибуток} = D_{\text{заг за рейс}} - V_{\text{заг за рейс}}, \quad (17)$$

де Прибуток – прибуток отриманий за новий рейс, дол. США;  $D_{\text{заг за рейс}}$  - загальні доходи від продажу пасажирських перевезень за рейс, дол. США;  $V_{\text{заг за рейс}}$  - загальні витрати за рейс, дол. США.

Загальні витрати за рейс розраховуються за такою формулою:

$$V_{\text{заг за рейс}} = V_{\text{експл}} + V_{\text{сум}} + Z_{\text{зліт/посадка}} + Z_{\text{назем.обсл.}} + Z_{\text{прол.тер.}} + V_{\text{борт.харчек.}} + \text{Витр}_{\text{борт/харч}} + V_{\text{пл.пол.}} + V_{\text{ст.реєстр.}} + V_{\text{пер.преса}} + \text{Збір}_{\text{обсл в терм.}} + \text{Збір}_{\text{безпека}} + V_{\text{обр.в.тап.}} + V_{\text{агентс.обсл.}} + V_{\text{навигац.}}, \quad (18)$$

де  $V_{\text{експл}}$  - витрати авіакомпанії на експлуатацію повітряних суден, дол. США;  $V_{\text{сум}}$  – сумарні витрати, пов'язані з забезпеченням заправки повітряного судна паливномастильними матеріалами у 2-х аеропортах, дол. США;  $Z_{\text{зліт/посадка}}$  – розмір збору за зліт-посадку в аеропорту, дол. США;  $Z_{\text{назем.обсл.}}$  – збір за наземне обслуговування, дол. США;  $Z_{\text{прол.тер.}}$  - збір за проліт територій, дол. США;  $V_{\text{борт.харчек.}}$  – витрати на бортхарчування екіпажу, дол. США;  $\text{Витр}_{\text{борт/харч}}$  - витрати на бортове харчування пасажирів, дол. США;  $V_{\text{пл.пол.}}$  – витрати на забезпечення планів польоту, дол. США;  $V_{\text{ст.реєстр.}}$  - оренда стійок реєстрації, дол. США;  $V_{\text{пер.преса}}$  - витрати на періодичну пресу, дол. США;  $\text{Збір}_{\text{обсл в терм.}}$  - збір за обслуговування пасажирів в терміналах аеропортів, дол. США;  $\text{Збір}_{\text{безпека}}$  – збір на забезпечення авіаційної безпеки, дол. США;  $V_{\text{обр.в. та п.}}$  - витрати



на обробку вантажу та пошти, дол. США;  $V_{\text{агентс.обсл.}}$  - агентське обслуговування в аеропорту, дол. США;  $V_{\text{навігац.}}$  – витрати, пов'язані з навігацією, дол. США.

Річна економічна ефективність за рейс при середньому комерційному завантаженні, враховуючи сезонність (за літнім та зимовим розкладом), обчислюється за такою формулою:

$$\text{Ек.еф.}_{\text{річний}} = \text{П}_{\text{літ.розкл.}} \cdot K_{\text{рейсів/літ.розкл.}} + \text{П}_{\text{зим.розкл.}} \cdot K_{\text{рейсів/зим.розкл.}} \quad (19)$$

де  $\text{Ек.еф.}_{\text{річний}}$  - річна економічна ефективність за рейс, дол. США;  $\text{П}_{\text{літ.розкл.}}$  – отриманий прибуток авіакомпанії від перевезення пасажирів з урахуванням літнього розкладу, дол. США;  $K_{\text{рейсів/літ.розкл.}}$  – кількість виконаних рейсів за літній період;  $\text{П}_{\text{зим.розкл.}}$  – отриманий прибуток авіакомпанії від перевезення пасажирів з урахуванням зимового розкладу, дол. США;  $K_{\text{рейсів/зим.розкл.}}$  – кількість виконаних рейсів за зимового період.

#### **Тема 2.4. Відповідальність при перевезеннях на повітряному транспорті**

Роль Варшавської системи при визначенні відповідальності авіаперевізника. Регулювання відповідальності за умовами Монреальської конвенції 1999 р. Відповідальність при перевезенні пасажирів та багажу відповідно до норм України. Розміри матеріальної відповідальності при пасажирських перевезеннях за нормами України. Надання та розгляд претензій та позовів за пасажирськими перевезеннями в Україні. Новітні правила Європейського Союзу з перевезення пасажирів при надлишковому бронюванні. Рекламация на міжнародних повітряних лініях. Відповідальність при перевезеннях вантажів за правилами України. Страхування на авіаційному транспорті як спосіб забезпечення відповідальності перевізника.

В останнє десятиріччя розвиток авіаційних перевезень в Україні збільшується за рік приблизно на 20 %. Фахівці прогнозують, що навіть цього року, попри світову фінансову кризу та вкрай нестабільну економічну ситуацію в Україні, авіаційні перевезення залишаться на рівні, не нижчому за рівень

минулих років. Можна відзначити, що транспортні операції на сучасному повітряному транспорті як у світі, так і в Україні характеризуються масовістю, ритмічністю та достатньою складністю. У зв'язку з цим виникає потреба в чіткому правовому механізмі здійснення повітряних перевезень, фіксації прав та обов'язків учасників транспортного процесу і, що найголовніше, у визначенні відповідальності за безпеку перевезень, захист усіх учасників авіаційного перевезення від небажаного впливу та порушень.

На практиці транспортні операції на повітряному транспорті регулюють національне законодавство та міжнародні договори. Тривалий час ситуація з нормативними документами, що регулюють порядок здійснення міжнародних повітряних перевезень, залишалася відносно статичною. Однак останнім часом намітилася тенденція зміни правового регулювання міжнародних повітряних перевезень і більш жорсткого правового регулювання відповідальності учасників цього процесу.

В Україні наразі існує проблема зміни чинного та прийняття нового законодавства, яке регулювало б процес здійснення повітряних перевезень, у тому числі міжнародних. Правове регулювання транспортних відносин визнається вирішальним на сучасному етапі розвитку України. Так, Концепція адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, схвалена Постановою Кабміну від 16 серпня 1999 р. № 1496, визначає сферу транспортного законодавства як одну з пріоритетних, яка має бути адаптована до законодавства ЄС.

У зв'язку із проголошенням свободи підприємницької діяльності на території України з'явилася велика кількість експлуатантів повітряних суден, більшість із яких займається повітряними перевезеннями. Фактично на теренах української держави зареєстровано близько 80 експлуатантів повітряних суден. Звісно, більшість із них відіграє незначну роль у повітряних перевезеннях і транспортному сполученні України з іншими державами, проте є декілька авіакомпаній, що здійснюють комбіновані авіаційні перевезення пасажирів, вантажів і пошти на постійній основі, періодично проходячи різноманітні аудити органів авіаційної влади України та

міжнародних організацій щодо безпеки. Правовідносини авіаперевізників та інших учасників транспортного процесу підлягають належному правовому регулюванню. Особливої актуальності набуває інститут відповідальності авіаперевізника.

Однак у правовому полі, що стосується міжнародних повітряних перевезень, спостерігається складна ситуація:

- у сфері міжнародних перевезень повітряним транспортом домінують застарілі документи;

- кожна авіакомпанія має власні внутрішні правила перевезень пасажирів, багажу та вантажу (хоча ці правила й ґрунтуються на існуючих нормативних актах, у зв'язку з відсутністю впорядкованої системи останніх спостерігається розрізненість внутрішніх правил перевезень авіакомпаній);

- не всі країни є учасниками міжнародних договорів у сфері здійснення перевезень повітряним транспортом, тому виникає питання права, що підлягає застосуванню для визначення меж відповідальності перевізника.

Правовідносини у сфері міжнародних повітряних перевезень в Україні регулює чинне законодавство України та низка міжнародних договорів. Тісно переплітаються норми Повітряного кодексу України (ПК), Цивільного кодексу України (ЦК), Господарського кодексу України (ГК) та положення міжнародно-правових договорів, зокрема Монреальської конвенції 1999 р., яка набула чинності для України 6 травня цього року.

Правовідносини з приводу перевезення повітряним транспортом виникають на підставі договору перевезення, за яким обидві сторони мають права та обов'язки. Інститут відповідальності перевізника Дослідження інституту відповідальності перевізника ускладнює міжнародний характер діяльності у сфері перевезень. Оскільки перевезення вантажу здійснюються в міжнародному сполученні, тобто коли повітряні судна, вилітаючи з однієї країни, здійснюють комерційну посадку в іншій країні, а сторонами договору міжнародного перевезення частіше за все є представники різних країн, питання відповідальності перевізника регулюється не лише національним законодавством, але й міжнародними нормативними актами (багатосторонніми та двосторонніми угодами) у сфері цивільної авіації.

Юридична відповідальність як одна із форм соціальної відповідальності, згідно з фундаментальними положеннями національного права, полягає в передбаченому законом застосуванні до правопорушника з боку держави деяких санкцій за скоєне ним правопорушення. Оскільки правовідносини з приводу перевезення виникають на основі договору, до сторін договору застосовується договірна відповідальність. Вона настає для сторони договору з моменту невиконання нею своїх обов'язків, тобто порушення умов договору та настання для порушника негативних наслідків. Це положення стосується всіх суб'єктів правовідносин (як фізичних, так і юридичних осіб). Поняття юридичної відповідальності в міжнародному праві визначається терміном liability, який означає юридичну відповідальність (legal responsibility) за дії (acts) або бездіяльність (omissions).

За загальним поняттям і спираючись на норми, що визначають термін «відповідальність», поняття «юридична відповідальність перевізника вантажу» можна сформулювати так: це сукупність юридично значущих впливів на перевізника, які зумовлені недотриманням перевізником своїх зобов'язань, що виникають із договору перевезення вантажу повітряним транспортом і вимог нормативних актів у сфері здійснення перевезень.

Договори перевезення пасажирів, багажу чи вантажу містять положення про зобов'язання сторін (перевізника та вантажовідправника). Зобов'язаннями перевізника за договором перевезення є зобов'язання щодо доставки пасажирів, вантажу чи пошти в пункт призначення у встановлений строк, забезпечення безпеки пасажирів під час здійснення авіаперевезення, збереження та видачі вантажу вантажоодержувачу. Невиконання вказаних зобов'язань або неналежне їх виконання з незалежних від перевізника причин є порушенням умов договору перевезення, яке тягне за собою юридичну відповідальність.

У національному законодавстві існує низка норм, які регулюють правовідносини у сфері здійснення перевезень, і, звісно, норми, які передбачають відповідальність перевізника при здійсненні таких перевезень. Керуючись нормами українського законодавства та розглядаючи практику

здійснення повітряних перевезень вантажу, можна виокремити такі види відповідальності перевізника: ЦК передбачає, що за договором перевезення перевізник зобов'язується доставити пасажирів, багаж чи вантаж до пункту призначення за встановлену плату. Відповідальність за прострочення у доставці (ст. 919 ЦК) передбачає зобов'язання перевізника доставити вантаж, пасажирів, багаж, пошту до пункту призначення у строк, встановлений договором, якщо інший строк не встановлений транспортними кодексами (статутами), іншими нормативно-правовими актами та правилами, що видаються відповідно до них, а в разі відсутності таких строків – у розумний строк.

За загальним правилом, визначеним ЦК, відповідальність перевізника за договором перевезення встановлюється сторонами за домовленістю, якщо інше не встановлено Кодексом, іншими законами або транспортними кодексами (статутами). Стаття 923 ЦК визначає, що в разі прострочення доставки вантажу перевізник зобов'язаний відшкодувати іншій стороні збитки, завдані порушенням строку перевезення, якщо інші форми відповідальності не встановлені договором, транспортними кодексами (статутами). Відповідальність перевізника за ненадання транспортного засобу (ст. 921 ЦК): перевізник за ненадання транспортного засобу для перевезення вантажу несе відповідальність, встановлену договором, якщо інше не встановлено транспортними кодексами (статутами). Однак перевізник вантажу звільняється від відповідальності, якщо ненадання транспортного засобу сталося не з його вини, зокрема в разі припинення (обмеження) перевезення вантажу в певних напрямках, встановленого у випадках і в порядку, передбачених транспортними кодексами (статутами). Відповідальність перевізника за втрату, нестачу, псування або пошкодження вантажу, багажу, пошти (ст. 924 ЦК): перевізник відповідає за збереження вантажу, багажу, пошти з моменту прийняття їх до перевезення та до видачі одержувачеві, якщо не доведе, що втрата, нестача, псування або пошкодження вантажу, багажу, пошти сталися внаслідок обставин, яким перевізник не міг запобігти й усунення яких від нього не залежало.

Перевізник відповідає за втрату, нестачу, псування або пошкодження прийнятих до перевезення вантажу, багажу, пошти в розмірі фактичної шкоди, якщо не доведе, що це

сталосся не з його вини. Підтвердженням укладення договору перевезення пасажирів є квиток, а перевезення вантажу – так звана авіавантажна накладна. Слід зауважити, що Правила повітряних перевезень пасажирів і багажу визначають випадки, коли пасажирів може бути відмовлено в перевезенні. ГК, на відміну від ЦК, містить окрему главу, присвячену правовому регулюванню перевезення вантажів.

Відповідно до ГК, передбачена така відповідальність перевізника:

1. Відповідальність перевізника за збереження вантажу виникає з моменту прийняття вантажу до перевезення. Перевізник зобов'язаний доставити вантаж до пункту призначення у строк, передбачений транспортними кодексами, статутами чи правилами. Перевізник звільняється від відповідальності за прострочення в доставці вантажу, якщо прострочення сталосся не з його вини. Розмір штрафів, що стягуються з перевізників за прострочення в доставці вантажу, визначається відповідно до закону. Сплата штрафу за доставку вантажу з простроченням не звільняє перевізника від відповідальності за втрату, нестачу або пошкодження вантажу, що сталися внаслідок прострочення.

2. Відповідальність перевізника за втрату, нестачу, пошкодження вантажу (ст. 314 ГК): перевізник несе відповідальність за втрату, нестачу та пошкодження прийнятого до перевезення вантажу, якщо не доведе, що втрата, нестача або пошкодження сталися не з його вини. Ця стаття передбачає розміри відповідальності за шкоду, заподіяну при перевезенні вантажу:

- у разі втрати або нестачі вантажу – у розмірі вартості вантажу, який втрачено або якого не вистачає;

- у разі пошкодження вантажу – у розмірі суми, на яку зменшилася його вартість;

- у разі втрати вантажу, зданого до перевезення з оголошенням його цінності, – у розмірі оголошеної цінності, якщо не буде доведено, що вона нижча за дійсну вартість вантажу.

ПК виокремлює такі види відповідальності перевізника за порушення законодавства, що регулює використання повітряного простору України:

1. Відповідальність перевізника за збереження вантажу (ст. 92): перевізник несе відповідальність за втрату, нестачу або пошкодження вантажу з часу прийняття його для перевезення і до видачі одержувачу або передачі його відповідно до правил іншій установі (особі), якщо не доведе, що ним було вжито всіх необхідних заходів для запобігання заподіяння шкоди або що таких заходів неможливо було вжити. До того часу, поки перевізник не доведе інше, вважається, що втрата, нестача чи пошкодження вантажу сталися під час перевезення.

2. Відповідальність перевізника за прострочення в доставці пасажирів, багажу або вантажу (ст. 94): перевізник несе відповідальність за прострочення в доставці пасажирів, багажу або вантажу, якщо не доведе, що ним було вжито всіх необхідних заходів для запобігання простроченню або що таких заходів неможливо було вжити. Перевізник звільняється від відповідальності, якщо прострочення сталося внаслідок несприятливих метеорологічних умов.

3. Відповідальність за шкоду, заподіяну третім особам (ст. 96): за шкоду, заподіяну третім особам та їхньому майну при виконанні перевезень і авіаційних робіт, експлуатант авіаційної техніки несе відповідальність у порядку і на умовах, передбачених чинним законодавством України.

4. Відповідальність за невиконання вимог контролю на безпеку (ст. 100): порушення, як і невиконання або неналежне виконання вимог державних правил, норм і процедур із реєстрації та огляду на безпеку пасажирів, щодо здачі, прийому, зберігання та перевезення на повітряному судні ручної поклажі, багажу, вантажу, пошти й бортового харчування, тягне за собою відповідальність, передбачену чинним законодавством України.

5. Відповідальність за невнесення плати за аеронавігаційне обслуговування повітряних суден у повітряному просторі України (ст. 100-1): за невнесення в установленому порядку та розмірі плати за аеронавігаційне обслуговування повітряних суден експлуатант, а якщо його особа невідома – власник повітряного судна несуть відповідальність, передбачену законодавством. У разі несплати належної суми до боржника вживаються заходи щодо її примусового стягнення.

6. Відповідальність за порушення норм і правил, що регламентують діяльність авіації (ст. 101): особи, винні в

порушенні норм і правил, що регламентують діяльність авіації, несуть відповідальність згідно із законодавством України. Правила повітряних перевезень вантажів (далі – Правила), затверджені Наказом Державної служби України з нагляду за забезпеченням безпеки авіації від 14 березня 2006 р. № 186 передбачають відповідальність перевізника за знищення, втрату, ушкодження чи затримку в доставці вантажу та межі компенсації за шкоду.

7. Відповідальність перевізника при перевезеннях обмежена нормами, що встановлені в цих Правилах, договором перевезення і за будь-яких обставин не може перевищувати суми доведених збитків. Жодне положення Правил не заперечує права перевізника збільшити ліміти відповідальності або суми виплат.

Тож розглянемо докладніше види відповідальності перевізника за перевезення вантажів відповідно до норм Правил повітряних перевезень:

1. Ушкодження вантажу: перевізник несе відповідальність за шкоду, заподіяну в разі знищення, втрати, ушкодження чи затримки в доставці вантажу, якщо випадок, що призвів до шкоди, стався під час повітряного перевезення.

2. Затримка в доставці вантажу: перевізник несе відповідальність за шкоду, заподіяну в разі затримки в доставці вантажу. Однак перевізник не відповідає за шкоду, заподіяну в результаті затримки в доставці, якщо доведе, що ним, його службовцями й агентами було вжито всіх необхідних заходів для того, щоб уникнути шкоди, або що таких заходів неможливо було вжити. Слід сказати, що Правила поширюють відповідальність перевізника на агентів, службовців і представників перевізника, на будь-яку особу, повітряне судно якої використовує перевізник, а також на агентів, службовців і представників такої особи. Загальна сума, що може бути одержана від перевізника, таких агентів, службовців, представників і таких осіб, не може перевищувати встановлені обмеження відповідальності перевізника.

Договір перевезення вантажу можна вважати договором приєднання, оскільки його основні умови визначає перевізник, який, своєю чергою, при складанні проекту договору керується



нормами національного законодавства, міжнародними й особистими правилами та нормами.

Минулого року ВРУ ратифікувала Конвенцію про уніфікацію деяких правил міжнародних повітряних перевезень, що була прийнята 28 травня 1999 р. в Монреалі (Монреальська конвенція). Вона стала узагальненням нових економічних і соціальних стандартів, які застосовують до відповідальності перевізника, і модернізувала застарілі норми щодо авіаційних перевезень, що містилися у Варшавській конвенції 1929 р.

Таким чином, прийняття Монреальської конвенції мало дві основні мети: кодифікацію правил міжнародних повітряних перевезень в єдиний документ (з урахуванням найсучасніших норм Варшавської системи) і модернізацію режиму відповідальності авіаперевізника (переважно щодо перевезень пасажирів). Конвенція спростувала процедури та значно збільшила ліміти відповідальності авіаперевізника. Слід відзначити, що Монреальська конвенція набула чинності в Україні 6 травня 2009 р. та повністю замінила собою Варшавську конвенцію. Однак законодавець та авіаційна влада поки не надто поспішають привести чинне законодавство та підзаконні нормативні акти у відповідність до Конвенції, що спричиняє плутанину в тлумаченні норм та визначенні меж відповідальності перевізника. Передусім слід сказати, що Конвенція застосовується до так званих міжнародних повітряних перевезень.

Відповідно до п. 2 ст. 1 Конвенції, міжнародними повітряними перевезеннями є перевезення, у межах яких місце призначення і місце відправлення знаходяться на територіях різних держав або на території однієї держави, але з проміжною посадкою на території іншої. Не передбачено застосування Конвенції до внутрішньодержавних авіаперевезень. Монреальська конвенція передбачає створення нової концепції необмеженої відповідальності. Зберігаючи основні положення Варшавської конвенції, Монреальська конвенція забезпечує необхідну модернізацію в низці ключових напрямів. Основним нововведенням в частині відповідальності перевізника, як свідчить практика застосування положень Конвенції країнами-учасницями, є наявність так званого дворівневого режиму відповідальності авіаперевізника:

- за доведену шкоду, яка спричинила загибель або тілесне ушкодження пасажирів (у межах 100 тис. SDR – Special Drawing Rights (Спеціальні права запозичення, приблизно \$135 тис.) авіаперевізник несе абсолютну відповідальність (незалежно від вини), а відповідна сума є «попередньою виплатою»;

- відповідальність авіаперевізника за шкоду, розміри якої перевищують 100 тис. SDR, не обмежена та ґрунтується на принципі презумпції вини авіаперевізника. Перевізник не несе відповідальності за таку шкоду, якщо доведе, що вона не була завдана внаслідок необережності, іншої неправильної дії або бездіяльності перевізника, його службових осіб або агентів.

Відповідно до Варшавської конвенції, відповідальність авіаперевізника обмежувалась сумою 20 тис. дол. США. Стаття 22 Монреальської конвенції встановила межі відповідальності щодо затримки пасажирів, багажу та вантажу. У разі затримки пасажирів відповідальність перевізника обмежується сумою 4150 SDR, у разі знищення, утрати, пошкодження або затримки в перевезенні багажу – сумою 1000 SDR щодо кожного пасажирів, за винятком випадків, коли пасажир зробив у момент передачі зареєстрованого багажу перевізнику особливу заяву про зацікавленість у доставці та сплатив додатковий збір, якщо це необхідно. У цьому разі перевізник зобов'язаний сплатити суму, що не перевищує заявлену, якщо він не доведе, що ця сума перевищує дійсну зацікавленість пасажирів в доставці. Відповідальність перевізника в разі знищення, утрати, пошкодження або затримки в перевезенні вантажу обмежується сумою 17 SDR за кілограм, за винятком випадків, коли вантажовідправник зробив у момент передачі вантажного місця перевізнику особливу заяву про заінтересованість у доставці та сплатив додатковий збір, якщо це необхідно.

У цьому разі перевізник зобов'язаний сплатити суму, що не перевищує заявлену, якщо він не доведе, що ця сума перевищує дійсну зацікавленість відправника в доставці. Межі, встановлені Монреальською конвенцією, не заважають суду додатково присудити відповідно до свого закону всі витрати або частину судових та інших витрат, пов'язаних із розглядом справи в суді, яких було позивачеві, у тому числі й відсотки. При цьому строк позовної давності, як і раніше, становить два роки з моменту прибуття в місце призначення, або з дня, коли

повітряне судно повинно було прибути, або з моменту зупинки здійснення перевезень.

Порядок обчислення цього строку визначає закон держави суду, до якого подано позов. Фахівці з повітряного права вважають, що приєднання України до Монреальської конвенції забезпечить приведення норм українського законодавства у відповідність до міжнародних стандартів регулювання відповідальності авіаперевізника, а також підвищить безпеку польотів шляхом посилення відповідальності авіаперевізників. Такий підхід, своєю чергою, сприятиме зростанню привабливості послуг національних авіаперевізників у міжнародному сполученні й отриманню додаткових конкурентних переваг вітчизняними авіаперевізниками під час виконання повітряних перевезень порівняно з авіаперевізниками держав – учасниць Варшавської конвенції. З урахуванням участі всіх держав – членів ЄС у Монреальській конвенції Україна досягне гармонізації правових норм із правовим полем Євросоюзу. Приєднання до Монреальської конвенції вимагає внесення змін до Правил повітряних перевезень вантажів, затверджених Наказом Державіаслужби від 14.03.2006 р. № 186. Монреальська конвенція забезпечує необхідну модернізацію в низці ключових напрямів, що пов'язані з перевезенням пасажирів і вантажу повітряним транспортом.

## Список рекомендованої літератури

1. *Афанасьев В. Г.* Организация работы представительств авиакомпаний / В. Г. Афанасьев. – СПб. : Партнер ВЭД, 2004 – 512 с.
2. *Бугайко Д. А.* Повышение эффективности коммерческой эксплуатации рейсов трансатлантического направления авиакомпании «авиалинии Украины»: автореф. дисс. /Д. А. Бугайко. - Киев 2000. – 21 с.
3. *Букин Г. А.* Международные пассажирские авиатарифы. Теория и практика определения и применения: учеб. пособ. / Г. А. Букин. - 2002. – 320 с.
4. *Ляшкевич Н. В.* Организация коммерческой деятельности на воздушном транспорте : метод. указания / Н.В. Ляшкевич. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2008. – 22 с.
5. *Герчикова М. И.* Расчет пассажирских тарифов на международные авиаперевозки и правила оформления билетов: учеб. пособ. / М. И. Герчиков. – 2001. – 342 с.
6. *Григорьев Ю. М.* Практические аспекты эксплуатации воздушных линий: учеб. пособие / под ред. Ю. М. Григорьева. – Москва «Авиабизнес». – 2006. – 396 с.
7. *Костромина Е. В.* Экономика авиакомпании в условиях рынка: научн. изд./ Е. В. Костромина. – 5-е изд., – М. : НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2005. – 344 с.
8. *Костромина Е. В.* Авиатранспортный маркетинг: науч. изд. / Е.В.Костромина. – М. : НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2003. – 384 с.
9. *Памбухчиянц О. В.* Организация коммерческой деятельности: учеб. для сред. спец. образования/ О. В. Памбухчиянц. - 4-е изд., перераб. и доп. – 2007. – 324 с.
10. *Олянюк П. В.* Мировая система воздушного транспорта: учеб. пособ. / П. В. Олянюк. – 2-е изд., доп. – СПб., 2006. – 268 с.
11. *Полянская Н. Е.* Организация коммерческой работы на воздушном транспорте: монография / Н. Е. Полянская. — К. : НАУ, 2004. — 320 с.
12. *Кулаев Ю. Ф.* Экономика гражданской авиации Украины: монография / Ю. Ф. Кулаев. - К. : Феникс, 2004. — 667 с.

## ЗМІСТ

Вступ.....	1
Модуль I. Сутність організації міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті».....	3
Тема 1.1. Предмет і завдання .....	3
Тема 1.2. Міжнародне регулювання комерційної діяльності на авіаційному транспорті .....	8
Тема 1.3. Комерційна співпраця авіакомпаній на міжнародних повітряних лініях .....	15
Тема 1.4. Організація роботи представництва авіакомпанії за кордоном.....	22
Тема 1.5. Організація дослідження ринку авіаційних перевезень .....	25
Модуль II. Ефективності надання міжнародної комерційної діяльності на авіаційному транспорті в умовах глобалізації ринку.....	30
Тема 2.1. Оперативне планування перевезень на повітряному транспорті .....	30
Тема 2.2. Організація рекламної роботи на повітряному транспорті .....	38
Тема 2.3. Розрахунок економічної ефективності відкриття нового рейсу авіакомпанії .....	46
Тема 2.4. Відповідальність при перевезеннях .....	55
на повітряному транспорті .....	55
Список рекомендованої літератури .....	66

*Навчальне видання*

**МІЖНАРОДНА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА  
АВІАЦІЙНОМУ ТРАНСПОРТІ**

методичні рекомендації до виконання  
домашнього завдання для студентів  
напряму підготовки 6.030503 «Міжнародна економіка»

Укладачі:

ГЕСЦЬ Ірина Олегівна  
ПРОКОП'ЄВА Аліна Анатоліївна