

Международно-правовое регулирование стратегических альянсов и новых видов сотрудничества авиакомпаний

Научный руководитель – Бекашев Дамир Камильевич

Корженяк Анастасия Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный институт международных отношений,

Международно-правовой факультет, Москва, Россия

E-mail: mihkor@gmail.com

За последнее десятилетие, в результате начавшихся ещё в 1970-80 гг. процессов либерализации и дерегулирования воздушного транспорта [2] и последовавшего за этим увеличения конкуренции среди регулярных авиаперевозчиков, многократно возросло количество альянсов (добровольных союзов) авиапредприятий, что свидетельствует об адаптации последних к меняющимся условиям в авиатранспортной индустрии [5] и о поиске новых форм сотрудничества и взаимодействия на фоне экономических кризисов, что показало свою эффективность и в настоящее время, в период дестабилизации систем здравоохранения в различных государствах и массовых ограничений и приостановок полётов, в частности, вследствие пандемии коронавируса (*пример*: соглашение о стратегическом партнёрстве и код-шеринге между «Qatar Airways» и «American Airlines» [8]). Благодаря такому виду сотрудничества авиапредприятия получают возможность увеличить свою прибыль и долю на рынке, так как извлекают преимущества из ряда факторов: удобное расписание, улучшение связи и характеристик потоков воздушного движения, расширение обслуживаемых маршрутов [6], снижение расходов, улучшение качества обслуживания.

Основополагающими международными договорами в сфере международных авиаперевозок (международного авиатранспортного права) являются: 1) Варшавская конвенция для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок, 1929 г. (впоследствии дополненная Гаагским (1955 г.), Гватемальским (1971 г.) и Монреальским (1975 г.) протоколами); 2) Чикагская конвенция о международной гражданской авиации 1944 г., закрепляющая в том числе основные принципы осуществления международных авиаперевозок; 3) Монреальская конвенция 1999 г., которая в отличие от Варшавской конвенции предусматривает двухуровневую систему компенсации ущерба вне зависимости от наличия вины перевозчика. Новые виды сотрудничества авиапредприятий (в т. ч. воздушные перевозки на основе проведения политики «открытого неба») создают новые направления развития правового регулирования международных авиаперевозок.

Можно встретить различные классификации альянсов, так, выделяют две большие группы - *стратегические* и *маркетинговые (коммерческие)* альянсы, а по географическому критерию - *глобальные* и *региональные* альянсы [4], последние, в свою очередь подразделяются на 1) коммерческие соглашения, охватывающие множество маршрутов, но обычно из определённого географического региона или страны (код-шеринг, совместный маркетинг и продажи, *например*, альянс между «Malaysian Airlines» и «Thai Airways» - маршруты в пределах их стран); 2) франчайзинговое соглашение между крупным перевозчиком и меньшим региональным или фидерным перевозчиком - по определению ИКАО подразумевает предоставление одним авиаперевозчиком (индоссантом) привилегий или права использовать различные элементы обозначения его компании другому авиаперевозчику (индоссату), *например*, в 1999 г. у «British Airways» было 9 франчайзинговых партнёров, 7 из которых находились в Великобритании, а по 1 - в Дании и ЮАР.

По классификации ИКАО альянсы могут быть внутригосударственными, региональными, межконтинентальными и глобальными [3].

Некоторые авторы классифицируют альянсы на стратегические, глобальные и маркетинговые [1], однако в зарубежной литературе отмечается, что *глобальными альянсами* (global airline alliances - GALs) стали с течением времени называть три конкурирующих международных стратегических мегаальянса «Star Alliance», «oneworld» и «SkyTeam» [7] (основаны на взаимном проникновении в капиталы партнёров, вплоть до полного слияния компаний). *Стратегические альянсы* носят долгосрочный характер и представляют собой взаимное владение акциями партнёров или иные формы инвестиций в иностранные авиакомпании, обычно это подразумевает соглашение о франшизе, общий брендинг, совместные предприятия по перевозке пассажиров и грузов, полное слияние (примеры: «Air France», «American Airlines», «Lufthansa» и др.). *Маркетинговые альянсы* (также их называют *тактические* или *коммерческие* [7]): 1) соглашение по «интерлайну» («Interline Agreement» - соглашение о коммерческом сотрудничестве / «Special Prorate Agreement» - специальное прорейтовое соглашение о пропорциональном распределении доходов от продаж авиаперевозок); 2) «код-шеринг» (совместное использование кодов авиакомпаний - распределение пропускной способности между перевозчиками на конкретном рейсе, имеющем кодовое обозначение); 3) совместные предприятия («joint ventures (JVs)») - совместное использование доходов или прибыли между перевозчиками на международных маршрутах, а именно доход партнёра или прибыль, полученная от пассажира, не зависят от того, какая авиакомпания предоставила услугу (необходимо получение *антимонопольного иммунитета*, могут участвовать аэропорты и другие организации) [7]. Характеристиками данного типа альянсов часто также являются взаимное наземное обслуживание воздушных судов («ground handling»); бонусные программы и программы лояльности авиакомпаний («Frequent Flyer Programme»); блокирование мест («block space»), т. е. закупка одним авиаперевозчиком определённого количества пассажирских мест или части грузового отсека для выполнения своих перевозок на воздушном судне другого авиаперевозчика; координация расписания и пропускной способности [4]; сотрудничество в области маркетинга и ценообразования. От *нулевого сотрудничества*, при котором согласуются тарифы, делятся ёмкости и прибыль, современные стратегические альянсы отличаются созданием взаимодополняющих услуг и маршрутов, что приводит к увеличению конкурентности среды и росту эффективности [3].

В качестве вывода следует подчеркнуть, что, хотя первоначально стратегические альянсы создавались с целью повышения благосостояния авиакомпаний за счёт снижения издержек, сейчас происходит концентрация рынка, более половины которого составляет доля трёх крупнейших альянсов. Последствиями этого могут быть превращение небольших авиакомпаний в фидерных перевозчиков для более крупных партнёров по альянсу, а также образование картелей среди авиакомпаний, в результате чего сократятся выгоды для пассажиров, а главная причина дерегулирования авиапредприятий потеряет своё значение. Тем не менее в условиях жёсткой конкуренции одной авиакомпании не справиться, поэтому, чтобы получить свою долю в международных авиаперевозках, необходимо присоединиться к тому или иному альянсу.

Источники и литература

- 1) Афанасьев В. Г. Международное сотрудничество в сфере гражданской авиации. М., 2008.
- 2) Баталов А. А. Современное международно-правовое регулирование воздушных сообщений: теория и практика. М., 2008.

- 3) Руководство по регулированию международного воздушного транспорта. Международная организация гражданской авиации, 2004. Doc 9626.
- 4) Abhishek G. Strategic Alliances in The Global Airline Industry. International Management Group, Indian Institute of Management. 2003.
- 5) Cobeña M., Gallego A., Casanueva C. Diversity in airline alliance portfolio configuration. // Journal of Air Transport Management (JATM). 2019. Vol. 75. P. 16-26.
- 6) Payán-Sánchez B., Pérez-Valls M., Plaza-Úbeda J. A. The Contribution of Global Alliances to Airlines' Environmental Performance. Sustainability, 11 (17), 4606, 2019.
- 7) Tugores-García A. Analysis of Global Airline Alliances as a Strategy for International Network Development. Massachusetts Institute of Technology. 2012.
- 8) «Авиационные страницы - AviaPages.ru»: <https://www.aviapages.ru>