

9. Гоголев А. М. Налоговая политика как основополагающий элемент организационно-правового механизма концепции государственного администрирования в области налогов и сборов // Финансовое право. 2015. № 10. С. 26–33.

10. Голованова С. В. Таможенный союз. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/text/19280385/>

11. Григоров К. Н. Сравнительно-правовой анализ регулирования налогов на имущество организаций Республики Беларусь и Республики Казахстан // Финансовое право. 2015. № 5. С. 31–37.

12. Налоговая политика. URL: http://www.terver.ru/socialstudies/nalogovaya_politika.php

УДК 339

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ АВИАЦИОННОГО ТРАНСПОРТА

М. А. Селиверстова

Сочинский государственный университет (Россия)

Гражданская авиация – это многомиллиардная индустрия, направленная на высокоскоростное перемещение грузов, почты, людей, военной техники. В зависимости от географических масштабов государства национальная гражданская авиация осуществляет перевозки внутри страны и за границу или ограничивается только международными перевозками.

Непрерывный процесс эволюции авиационной отрасли был бы невозможен без постоянной конкуренции. Этим объясняется то, что в сфере авиаперевозок самая низкая норма прибыли. Это связано с тем, что авиаперевозчики существуют в монополистической среде: монополия на аэронавигационное обслуживание, монополия аэропортов, топливозаправочных компаний, сервисных компаний, поставщиков авиационной техники, монополия страховщиков.

Развитие гражданской авиации, появление новых авиакомпаний и маршрутов, а также конкуренция между перевозчиками определялась развитием гражданского авиастроения и разработкой производителями новых типов воздушных судов. Появление на рынке новых самолетов меняло роль отрасли авиаперевозок в мировой транспортной системе. Сейчас конкуренция на рынке авиаперевозок невозможна без эксплуатации высокоэффективных ВС нового поколения. Структура мировой маршрутной сети и растущая доля бюджетных авиакомпаний формируют устойчивый спрос на узкофюзеляжные самолеты. Сегодня это самый востребованный сегмент рынка.

Ключевые слова: *авиация, конкуренция, конкурентоспособность, качество продукции (услуги), авиаперевозки, авиакомпании, самолет, мировая транспортная система.*

Civil aviation is a multi-billion dollar industry, aimed at the high-speed transportation of freight, mail, people and military equipment. Depending on the geographical extent of the state, national civil aviation provides transportation within the country and abroad, and is limited only by international transportation.

The continuous process of evolution of the aviation industry would not be possible without the constant competition. This explains the fact that the airline industry is of the lowest rate of return. This is due to the fact that air carriers exist in monopolistic environment: a mo-

monopoly on air navigation services, airports monopoly, refueling companies, service companies, suppliers of aviation technologies, insurance monopoly.

The development of civil aviation, the emergence of new airlines and routes, as well as competition among carriers was determined by the development of the civil aviation industry and designing the new types of aircrafts. Market introduction of the new aircrafts changed the role of airline industry in the world transport system. Nowadays the competition in the air transportation market is impossible without the exploitation of highly efficient aircrafts of the new generation. The structure of the global route network and the increasing share of low cost airlines form a stable demand for single-aisle aircraft. Today, it is the most demanded segment of the market.

Keywords: *aviation, competition, competitiveness, quality of products (services), air, airline, airplane, world transport system.*

Конкурентоспособность любого товара складывается из комплекса его потребительских и стоимостных характеристик, одна из составляющих – качество продукции (услуги). В последние десятилетия увеличился количественный показатель в комплексе характеристик конкурентоспособности, к этому привело появление и развитие новых технологий.

Традиционные составляющие конкурентоспособности перевозчиков, появившиеся вместе с этим видом бизнеса – это качество воздушной техники (возможность в рамках заявленного расписания перевозить пассажиров между указанными пунктами, качество внутреннего оформления салона), уровень тарифов на перевозку, уровень обслуживания пассажиров на борту, количество направлений и частота полетов, по которым выполняет полеты авиакомпания.

Развитие гражданской авиации, появление новых авиакомпаний и маршрутов, а также конкуренция между перевозчиками определялась развитием гражданского авиастроения и разработкой производителями новых типов воздушных судов. Появление на рынке новых самолетов меняло роль отрасли авиаперевозок в мировой транспортной системе.

Увеличение вместимости новых самолетов позволило превратить авиаперевозки из сервиса для обеспеченных граждан в массовую услугу. Для авиакомпаний покупка первыми новых ВС всегда была рискованно-сложной и могла спрогнозировать возможные технические проблемы разработанной машины, которые в дальнейшем могли осложнить работу авиакомпании. Потенциальная востребованность различных новых типов ВС также никогда не была ясна до их появления на рынке, что было дополнительным экономическим фактором риска для авиакомпаний. Сейчас конкуренция на рынке авиаперевозок невозможна без эксплуатации высокоэффективных ВС нового поколения. Производители постоянно работают над тем, чтобы сократить потребление топлива самолетов, объем вредных выбросов и шумов (ограничения по этим показателям формируются ИКАО, их превышение сокращает количество потенциальных маршрутов, на которых может летать авиакомпания).

Опыт PanAmerican в середине прошлого века наглядно продемонстрировал, как компания может выиграть, сделав ставку на новые самолеты, даже если она казалась вначале очень рискованной. В то же время опыт BOAC (British Overseas Airways Corporation) показывал, что новые типы ВС могут негативно сказаться на бизнесе авиакомпании. Эта дилемма сохраняется на рынке до сих пор.

Возможность самим проектировать оформление премиум-класса позволяла авиакомпании сделать его таким, чтобы привлекать наиболее платежеспособных клиентов, которым необходим комфорт при перелете. Но в результате их изобретений приходилось пересчитывать конструкцию всего самолета, пересматривать работу различных систем: электроснабжения, кондиционирования.

Безопасность – один из главных критериев при выборе авиаперевозчика (и, следовательно, определения конкурентоспособности авиакомпании).

Воздушных перевозчиков «сортируют» особенно часто и активно: самые пунктуальные, самые комфортные, самые крупные, самые лучшие, самые худшие и так далее. Но центральное место в этом разнообразии занимают рейтинги надежности и безопасности.

Информацию об авиапроисшествиях во всем мире собирает Бюро по расследованию несчастных случаев при авиаперелетах – Jet Airliner Crash Data Evaluation Center (JACDEC). Оно же рассчитывает индекс надежности, при этом используются такие данные, как год основания компании, объем перевозок, количество допущенных ею аварий, число жертв, а также время работы без происшествий. Таким образом, на первых местах в списке оказываются авиалинии с самой лучшей репутацией (табл. 1).

На протяжении двух лет (2015–2016 гг.) первая тройка авиакомпаний не меняется, а единственная авиакомпания, представляющая Россию – «Аэрофлот» – занимает 36 место (-1).

Таблица 1

Самые безопасные авиакомпании мира 2016 г.

<i>Место (отклонение)</i>	<i>Авиакомпания (страна)</i>	<i>Индекс JACDEC</i>
1(-)	Cathay Pacific Airways (Гонконг)	0,006
2(-)	Emirates (ОАЭ)	0,007
3(-)	EVA Air (Тайвань)	0,008
4(+17)	Qatar Airways (Катар)	0,009
5(+3)	Hainan Airlines (Китай)	0,010
6(-1)	KLM (Нидерланды)	0,010
7(-1)	Air New Zealand (Новая Зеландия)	0,011
8(+2)	Etihad Airways (ОАЭ)	0,013
9(+35)	Japan Airlines (Япония)	0,015
10(+3)	TAP Portugal (Португалия)	0,015

Источник: JACDEC

Для расчетов показателя каждого перевозчика берутся данные обо всех авиационных происшествиях за последние 30 лет, в отношении к общему количеству перевезенных пассажиров и покрытому расстоянию за тот же период (пассажирооборот). Также существенную роль играют показатели аудита безопасности международных организаций IOSA (IATA Operational Safety Audit) и ICAO (International Civil Aviation Organization).

Кроме того, в формуле важным параметром является время авиационного происшествия, более поздние катастрофы имеют больший вес и наоборот. Всего для расчета используется восемь параметров:

1. Пассажирооборот за 30 лет.
2. Число жертв за 30 лет.
3. Число полностью потерянных или разрушенных самолетов, которые не подлежат восстановлению за 30 лет.
4. Число «серьезных инцидентов» за это же время. Под «серьезным инцидентом» подразумевается случай, когда аварии чудом удалось избежать.
5. Количество полных лет без единой аварий. Чем больше таких лет, тем лучше индекс.
6. Членство в международных организациях IOSA и ICAO.
7. Фактор времени. Катастрофы прошлого имеют меньший вес, чем более ранние.
8. Рейтинг страны, к которой принадлежит авиакомпания. Страны разбиты на несколько групп, по прозрачности действий контролирующего органа по расследованию авиационных происшествий.

Jacdec занимается составлением перечня самых безопасных авиакомпаний уже в течение 14 лет. Safety Index не является совершенным, но на сегодняшний день, это один из лучших инструментов сравнения авиакомпаний по безопасности полетов.

Постоянное обновление парка – еще одна необходимая составляющая конкурентоспособности авиакомпании. Более молодой парк требует меньше расходов на техническое обслуживание, как правило, новые поколения ВС более экономно расходуют топливо, по сравнению с предыдущими самолетами. Соответственно, авиаперевозчику необходимо искать баланс между экономической эффективностью эксплуатации более возрастного парка самолетов (у которого меньше стоимость самих ВС, но выше стоимость эксплуатации), и приобретением новых самолетов, которые требуют дополнительных капитальных вложений, даже если переданы в лизинг.

Стоит отметить, что при развитии международных полетов количество рейсов и частота полетов перевозчика долгие годы жестко регулировалась межправительственными соглашениями между странами, поэтому сами перевозчики нередко зависели от решения регуляторов при расширении своей маршрутной сети.

В набор характеристик, которые определяют конкурентоспособность перевозчика на рынке, в последнее десятилетие все более активно входят различные маркетинговые инструменты, которые дают возможность партнерства с другими авиакомпаниями на рынке, в частности код-шеринг («Codesharing») и соглашения о блоках мест («Blocked Space Agreement»).

Соглашение о блоках мест заключается в том, что авиакомпании договариваются о том, что одна из них выполняет рейс, получает доходы и несет все расходы по его выполнению, а другая получает блок мест на рейсе своего партнера. На это количество мест производится продажа перевозок, а авиакомпании, выполняющей рейс, перечисляются только деньги за борт-питание и пассажирский сбор. Примерно 90 % тарифа остается, таким образом, у авиакомпании, получившей блок. Такое соглашение является завуалированной формой выплаты компенсации за предоставленное право выполнения полетов на авиалинии и одновременно способствует укреплению имиджа авиакомпании, получившей блок мест, так как она также обозначается как перевозчик на указанной авиалинии.

Соглашение о код-шеринге предполагает, что авиаперевозки на рейсы продаются под кодами сразу двух перевозчиков. При этом физически выполнять полеты могут либо обе авиакомпании, либо одна из них. Вместе с возможностью проникновения на рынок партнера, соглашение о код-шеринге позволяет авиакомпаниям расширить географию полетов, не открывая дополнительных рейсов (перелеты в данном случае выполняются перевозчиком-партнером). В этом случае пассажир получает преимущество в виде оформления перевозки по единому документу в любую точку мира. Это облегчает ему задачу при бронировании сложной перевозки, состоящей из нескольких сегментов, а также дает определенные преимущества при выполнении полета. В частности, при регистрации на рейс он получает посадочные талоны на все сегменты. Если в дальнейшем рейс одного из перевозчиков задерживается, то пассажира оформляют на следующий рейс за счет авиакомпании, от него не требуется покупка нового авиабилета. Соглашение о совместной эксплуатации авиалиний представляет собой более тесную форму коммерческого сотрудничества между авиакомпаниями, чем, например, код-шеринг. Здесь используется другая форма перерасчета доходов и, кроме этого, учитываются расходы авиакомпании, т. е. фактически происходит распределение прибыли. С точки зрения пассажира, у него также появляются преимущества в виде дополнительных возможностей при бронировании полета, в частности дополнительные частоты на необходимом ему маршруте.

Сотрудничество перевозчиков на рынке и различные партнерские соглашения в конце 1990-х привели к появлению авиационных альянсов, которые создали перевозчики из различных стран мира. Такой союз нельзя считать слиянием или поглощением. Компании остаются юридически са-

мостоятельными, однако работают в связке. У них единая система бронирования и сбора данных, они договариваются о совместных вылетах, сообща планируют расписание, помогают друг другу решать проблемы с задержкой и отменой рейсов и так далее.

Благодаря наличию авиакомпаний из разных регионов в настоящее время маршрутная сеть каждого из таких объединений фактически покрывает весь мир (за редким исключением) и позволяет пассажиру выстраивать в рамках авиакомпаний-партнеров самые сложные перелеты. Сейчас в мире работают три крупнейших авиационных альянса: StarAlliance, SkyTeam и Oneworld.

Крупнейшим из них сейчас считается StarAlliance, в него входят 28 компаний (они имеют право голоса), плюс 32 перевозчика аффилированы к объединению. Объединение было основано в 1997 г. пятью перевозчиками – Scandinavian Airlines, Thai Airways International, Air Canada, Lufthansa и United Airline.

Годом позже появился альянс Oneworld, в который сейчас входит 12 авиакомпаний, его создавали American Airlines, British Airways, Canadian Airlines (впоследствии этот перевозчик покинул альянс после объединения с Air Canada), Cathay Pacific и Qantas.

Последним, в 2000 г., появилось объединение SkyTeam, где инициатором выступили Aeromexico, Air France, Delta Air Lines и Korean Air.

Количество перевозчиков в каждом из объединений постоянно растет, увеличивается количество регионов присутствия каждого из альянсов. Фактически альянсы с их глобальными маршрутными сетями облегчили многим пассажирам путешествия по сложным маршрутам, в неизвестные для них ранее регионы.

Процесс бронирования и покупки таких билетов стал гораздо проще, как уже отмечалось, различные формы маркетинговых соглашений позволили покупать билеты с несколькими сегментами «в одном окне», тратя при этом гораздо меньше времени и сил. Если раньше пассажиру приходилось для организации такого путешествия потратить значительное количество времени, то в последнее десятилетие время для организации и бронирования поездки сократилось, а сам этот процесс стал значительно проще.

Альянсы стали привлекать путешественников не только широкой маршрутной сетью, но также и наличием программ для часто летающих пассажиров (Frequent Flyer Program, FFP). Такие программы позволяют пассажирам получать определенную премию в виде виртуальных миль за выполненный рейс, в дальнейшем эти мили можно обменять на бесплатный билет или какую-либо другую услугу, например, ожидание рейса в зале для бизнес-пассажиров при перелете эконом-классом. Как правило, FFP унифицированы в рамках одного альянса, на карточку программы одной компании можно получать мили, если пассажир летит рейсами других авиакомпаний. Это заставляет путешественника выбирать рейсы в рамках

одного альянса, чтобы быстрее накопить бесплатные мили на дополнительную услугу.

Рост партнерства авиакомпаний и улучшение качества их предложений (по количеству направлений и частоте полетов) был поддержан наземной инфраструктурой авиационного рынка – аэропортами. Некоторые из них в последнее десятилетие превратились в аэропорты-хабы (узловые аэропорты, т.е. используемые авиакомпанией или альянсом авиакомпаний как пункты пересадки пассажиров и имеющие высокий процент стыковочных рейсов). Значительная часть пассажиров выбирает такие аэропорты не как конечные пункты, а как пункты пересадки между рейсами при сложном маршруте. Качество работы таких аэропортов неизменно становится одной из составляющих конкурентоспособности авиакомпаний. Как правило, для перевозчика базовыми выступают один-два аэропорта-хаба, где авиакомпания стыкует свои рейсы. В частности, Lufthansa сейчас развивает стыковки в немецких аэропортах Франкфурта и Мюнхена, British Airways – в лондонском Хитроу, группа Air France-KLM – в парижском аэропорту им. Шарля де Голля и амстердамском Скипхале. Поскольку аэропорты не находятся в прямом подчинении авиакомпаний (а отдельные службы аэропортов, такие как пограничный контроль, не находятся в прямом подчинении даже у менеджмента аэропортов, поскольку управляются государственными структурами), то авиакомпании не всегда могут эффективно влиять на развитие аэропортов, на формирование целостного продукта авиаперевозки. А именно такая услуга – поездка без чрезвычайных сложностей, без дополнительных проблем – все становится все более востребованной на рынке.

Во многом этому способствовало развитие IT-технологий в области авиаперевозок в последнее десятилетие. Без информационных технологий были бы невозможны маркетинговые соглашения, сравнительно простое формирование сложных маршрутов, трансфертные перевозки со стыковками в одном или нескольких аэропортах. Именно новые технологии позволяют в настоящее время продавать единые билеты с несколькими сегментами, проводить регистрацию пассажира на весь маршрут, эффективно искать багаж при его потере.

Консалтинговая компания Skytrax из Лондона, специализирующаяся на изучении качества предоставляемых услуг различными авиакомпаниями и аэропортами, в очередной раз определила лучшие аэропорты мира 2016 г. (табл. 2). Обладателем World Airport Awards четвертый год подряд стал аэропорт Чанги, расположенный в Сингапуре. Ежегодные рейтинги Skytrax учитывают впечатления более 13 млн авиапутешественников из 106 стран мира.

Таблица 2

Десятка лучших аэропортов мира 2016 г. по версии Skytrax

<i>Место в рейтинге</i>	<i>Название аэропорта, страна</i>	<i>Годовой пассажирооборот (млн чел.)</i>
1	Международный аэропорт Чанги, Сингапур (SIN)	54
2	Международный аэропорт Инчхон, Южная Корея (ICN)	41,7
3	Мюнхенский международный аэропорт имени Франца-Йозефа Штрауса, Германия (MUC)	38,7
4	Международный аэропорт Ханэда, Япония (HND)	72,8
5	Международный аэропорт Гонконга (HKG)	63,1
6	Центральный Международный аэропорт Нагоя, Япония (NGO)	9,8
7	Аэропорт Цюрих, Швейцария (ZRH)	25,5
8	Лондонский аэропорт Хитроу, Великобритания (LHR)	73,4
9	Международный аэропорт Кансай, Осака, Япония (KIX)	20
10	Международный аэропорт Хамад, Доха, Катар (DOH)	30

Источник: Skytrax

Skytrax – влиятельная британская частная консалтинговая компания, специализирующаяся на изучении качества предоставляемых услуг различными авиакомпаниями и аэропортами. Основана в 1989 году. Компания ежегодно проводит различные опросы пассажиров, с целью оценить качество сервиса авиаперевозчиков и аэропортов. В исследовании, направленном на выявление 10 лучших аэропортов 2016 г. и охватившем 550 аэропортов, учитывались 39 сервисных и эксплуатационных параметров, включая комфортабельность объектов, расположение туалетов, а также языковые навыки сотрудников воздушных ворот самых различных государств.

Главным событием 2000–2010-х гг. в авиационной индустрии стал полный переход к электронным авиабилетам. Электронный билет, развитие технологий бронирования, распространение платежных карт – эти три составляющих позволили авиаотрасли радикально изменить взаимоотношения с пассажиром, а путешественнику – поменять свое поведение. Следующим в этом процессе сыграет свою роль распространение мобильных интернет технологий.

Поэтому сейчас лидеры индустрии все больше инвестируют в данный сегмент, чтобы не отстать от конкурентов и получить дополнительные преимущества.

Но начинался путь упрощения бронирования билетов на авиационном рынке в прошлом веке с постепенного усовершенствования систем

бронирования и продаж авиакомпаний. При зарождении авиарынка, пока билеты были бумажными, система их бронирования и продажи была крайне неудобной как для перевозчиков, так и для путешественников. Чтобы принимать заказы на полеты, авиакомпаниям приходилось содержать отдельный штат сотрудников, которые принимали звонки от агентов по продаже билетов или самих пассажиров.

В середине прошлого века системы бронирования значительно облегчили процесс покупки авиабилета путешественником. Но еще более радикальные изменения в этом процессе произошли в конце 1990-х – начале 2000-х вместе с повсеместным развитием интернета. Глобальная сеть позволила авиакомпаниям продавать авиабилеты напрямую путешественникам, а переход авиакомпаний к электронному авиабилету упростил процесс бронирования полета и позволил сократить затраченное на него время до нескольких минут.

Под электронным билетом подразумевается цифровой образ билета, он хранится в базе данных авиакомпании. С цифровым образом проводятся все те же операции, что и с бумажным билетом, например, регистрация пассажира. Эти операции фиксируются в базе данных перевозчика, для чего предусмотрен информационный обмен между авиакомпанией, аэропортом и другими участниками авиаотрасли, такими как агенты по продаже перевозок, системы бронирования и тому подобное.

Электронный билет оказался выгоден всем сторонам: авиакомпаниям эта технология позволила сократить затраты, расширила сервис для клиентов, позволив бронировать и получать билет в последние несколько минут до вылета.

Процесс обработки и хранения бумажных бланков был исключен из практики работы агентств, что дало возможность сократить расходы на персонал. Пассажир же получал на руки не билет, а распечатанный с помощью обычного принтера маршрутный лист с данными полета, который можно было легко восстановить в случае потери.

Рост фактического бронирования авиабилетов в интернете сделал одной из самых важных составляющих конкурентоспособности авиакомпаний форму составления и компоновки ее сайта. Сложности с поиском каких-либо опций на сайте в результате могут привести к тому, что клиент уйдет в другую авиакомпанию. Даже если билет будет несколько дороже, он предпочтет не тратить лишнее время на изучение более сложного сайта конкурента.

Еще одна значительная тенденция авиационной отрасли – поиск, бронирование перелета и дополнительных услуг, изменение данных поездки: все это пассажиры теперь все чаще предпочитают делать на мобильных устройствах, а не на стационарных компьютерах. Однако пока далеко не все, кто ищет поездку на смартфоне, потом бронирует ее на этом же устройстве, предпочитая переходить на планшет или лэптоп. Это означает,

что путешественник теперь ищет и бронирует авиабилет не только в любое время суток, но также находясь в любом месте. При этом на решение такого способа покупки авиабилета будет влиять не только его цена, но также работа сайта авиакомпании или агентства адаптированного для мобильных устройств.

Различные дополнительные услуги, которые авиакомпании предоставляют путешественнику, используя как стационарные компьютеры, так и мобильные устройства (телефоны, смартфоны, планшеты), дают новые преимущества перевозчикам, поскольку позволяют формировать путешествие без препятствий. В частности, электронный билет и развитие интернет-технологий стимулировали распространение электронной самостоятельной регистрации на рейс, которая начинается, как правило, за сутки до вылета. Это дает преимущества пассажиру: он может выбрать удобное место в самолете, потом ему придется меньше стоять в очереди в аэропорту, но также это дает преимущества авиакомпании, которая может сократить затраты на регистрацию путешественников в аэропорту.

Несколько позднее полноценного внедрения электронных билетов в авиакомпаниях начался полномасштабный переход к электронному документу, с помощью которого оформляется продажа дополнительных услуг. В дальнейшем это может облегчить пассажирам покупку необходимого сервиса и стимулировать объем продаж таких услуг авиакомпанией. Продажа дополнительных сервисов приобретает все большую важность при росте затрат перевозчиков, поскольку дает авиакомпании дополнительные доходы.

С появлением дальнемагистральных и широкофюзеляжных самолетов авиакомпании потеснили морской и железнодорожный транспорт в перевозках на дальние расстояния, а также сильно потеснили последний на среднемагистральных маршрутах. Главным преимуществом авиакомпаний в сравнении с железнодорожным и морским транспортом стало значительное сокращение времени поездки.

Для всех видов транспорта существует одно непреложное правило: всякий раз, когда время поездки из одного пункта в другой сокращается вдвое, движение между двумя этими пунктами увеличивается. Это правило появилось еще в начале развития железнодорожного транспорта.

Развитие авиационных перевозок и их конкуренция с наземным и водным транспортом привели к тому, что инфраструктурные объекты воздушного транспорта, а именно, аэропорты, стали центром притяжения для бизнеса в XXI в. и катализаторами экономического развития, в том числе поскольку обеспечили доступность, скорость и быструю адаптацию к глобальным цепочкам поставок.

Одним из конкурентных преимуществ авиатранспорта по сравнению с водным транспортом является доступность авиатранспорта в те государства, где нет выхода к морю. Для развития железнодорожного транспорта

требуются значительные инвестиции в инфраструктуру. Нередко особенности климата и географии территорий, где необходимо проложить железную дорогу, делают ее строительство дорогим, в результате в дальнейшем операторам сложно окупить сделанные инвестиции. Инфраструктура гражданской авиации, в которую входят аэропорты, топливно-заправочные комплексы, система организации воздушного движения, позволяют сейчас летать из отдельно взятой точки десяткам авиакомпаний, которые могут выполнять сотни рейсов в день. Это невозможно в случае с железной дорогой, инфраструктурой которой в определенный конкретный момент в определенной точке может воспользоваться меньшее количество операторов.

Список литературы

1. Андерссон Б. Мировые авиаперевозки : пер. с англ. М. : Международные отношения, 2013. 121 с.
2. Воронцова А. М. Совершенствование управления конкурентоспособностью авиапредприятия // Современные аспекты экономики. 2013. № 5 (189).
3. Воронцова А. М. Авиатранспортный рынок и управление его развитием // Вестник национальной академии туризма. 2013. № 1 (25).
4. Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация: Официальный сайт. URL: www.favt.ru (дата обращения: 21.09.2016).
5. IATA. International Air Transport Association: official website. URL: <http://www.iata.org/Pages/default.aspx> (дата обращения: 15.09.2016).
6. JACDEC. Source for Aviation Safety Information: official website. URL: jacdec.de/airline-safety-ranking/2016 (дата обращения: 12.09.2016).
7. Skytrax. World Airport Audit. URL: <http://www.skytraxresearch.com/airport-rating/2016> (дата обращения: 18.03.2016).

УДК 330.34

ВНЕДРЕНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ НТП В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

А. Ю. Вайчулис, Б. В. Волков

*Астраханский государственный архитектурно-строительный
университет (Россия)*

В статье представлены основные проблемы, которые на данный момент препятствуют внедрению достижений научно-технического прогресса в деятельность строительных предприятий. Сложности внедрения инноваций в строительной сфере сводятся к слабой финансовой поддержке предприятий со стороны государства, что выражается в отсутствии налоговых льгот и пониженных ставок по кредитным ресурсам для организаций, применяющих достижения НТП. Также обозначены меры государственной поддержки строительных предприятий, осуществляющих инновационную деятельность.