

УДК 338.5
ББК 65.37

DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.315

Shumilova Yuliya Alexandrovna,
candidate of economics, associate professor
at the department of Management, Marketing and Logistics
of Tyumen State University,
Tyumen,
e-mail: ushumilova@utmn.ru

Шумилова Юлия Александровна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры менеджмента, маркетинга и логистики
Тюменского государственного университета,
г. Тюмень,
e-mail: ushumilova@utmn.ru

Zamuraeva Larisa Evgenievna,
candidate of economics, associate professor
at the department of Management, Marketing and Logistics
of Tyumen State University,
Tyumen,
e-mail: lzamuraeva@rambler.ru

Замураева Лариса Евгеньевна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры менеджмента, маркетинга и логистики
Тюменского государственного университета,
г. Тюмень,
e-mail: lzamuraeva@rambler.ru

Melkobrodova Natalia Anatolievna,
senior lecturer
of the department of Management, Marketing and Logistics
of Tyumen State University,
Tyumen,
e-mail: nam_71@list.ru

Мелкобродова Наталья Анатольевна,
ст. преподаватель
кафедры менеджмента, маркетинга и логистики
Тюменского государственного университета,
г. Тюмень,
e-mail: nam_71@list.ru

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ПАССАЖИРСКИХ ТАРИФОВ РОССИЙСКИМИ АВИАКОМПАНИЯМИ

APPROACHES TO FORMATION OF THE PASSENGER TARIFFS BY RUSSIAN AIRLINES

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье приводится анализ рынка авиаперевозок Российской Федерации на современном этапе, на основе которого выявлены тенденции в отрасли авиаперевозок на фоне некоторой стабилизации экономических показателей. Общее положение дел в отрасли гражданской авиации носит слабо позитивный характер: наблюдается подъем пассажиропотока, положительный совокупный финансовый результат авиакомпаний по итогам 2017 года, однако в сфере внутренних воздушных линий рентабельность услуг по-прежнему носит отрицательный характер, авиакомпании функционируют в режиме сокращения издержек. Такая ситуация требует от авиакомпаний проведения гибкой тарифной политики. Установление пассажирского тарифа на авиаперевозки представляет собой сложный трудоемкий процесс, который требует анализа множества тарифообразующих факторов. Определены этапы формирования тарифов на услуги авиакомпаний с учетом современного положения дел в отрасли, на основе которых предложен алгоритм формирования тарифов для регионального авиаперевозчика, учитывающий модель конкурентного рынка (монополию и олигополию). Действия авиаперевозчика согласно алгоритму включают в себя: анализ рынка авиаперевозок; выбор целевого сегмента; определение модели рынка услуг на выбранном направлении; определение цели построения тарифа на выбранном направлении; выбор стратегии тарифообразования; анализ затрат компании и выбор метода построения тарифов; расчет базового тарифа; построение конкурентоспособной структуры тарифов. Построение алгоритма иллюстрировалось примерами формирования тарифов в авиакомпании «Ямал». Данный авиаперевозчик работает и на высококонкурентных направлениях, и выполняет региональные рейсы, на которых конкуренты отсутствуют. Построенный алгоритм может быть учтен авиакомпаниями при формировании тарифной политики.

The article presents the analysis of the air transportation market of the Russian Federation at the present stage; the tendencies in the air transportation industry against the background of some stabilization of economic indicators are revealed. The general situation in the civil aviation industry is weak: there is an increase in passenger traffic, a positive aggregate financial result of airlines in 2017, but in the field of domestic air lines, the profitability of services is still negative, airlines operate in the mode of cost reduction. This situation requires airlines to implement a flexible tariff policy. Establishing a passenger fare for air transportation is a complex labor-intensive process that requires an analysis of a variety of tariff-forming factors. The stages of formation of tariffs for airline services are determined with account to the current situation in the industry. The tariffs formation algorithm for the regional air carrier was proposed, which takes into account the competitive market model (monopoly and oligopoly). Air carrier actions according to the algorithm include: analysis of the air transportation market; targeting; identifying the market model of services in the selected direction; defining a target for tariff building in the selected direction; choice of tariff strategy; cost analysis of the company and selection of tariff building method; calculation of the basic tariff; development of a competitive tariff structure. The algorithm was illustrated by examples of tariffs formation in the airline «Yamal». This air carrier operates in highly competitive directions, and at the same time operates regional flights where there are no competitors. The developed algorithm can be taken into account by the airlines in the formation of tariff policy.

Ключевые слова: пассажирский тариф, себестоимость услуг авиакомпаний, тарифообразующие факторы, стратегия тарифообразования, внутренние воздушные линии, рынок авиаперевозок, спрос на авиаперевозки, структура тарифа, региональные авиаперевозчики, ценообразование авиакомпаний.

Keywords: passenger tariffs, cost of airline services, tariff-forming factors, tariff-setting strategy, domestic air lines, air transportation market, demand for air transportation, tariff structure, regional air carriers, airline pricing.

Введение

Авиатранспортные услуги имеют большую значимость для населения Российской Федерации. Это связано с огромной протяженностью территории нашей страны, когда перемещение на дальние расстояния без воздушного транспорта практически невозможно. Величина спроса на авиатранспортные услуги напрямую зависит от уровня тарифа, который, с одной стороны, должен покрывать расходы компании и приносить доход, несмотря на постоянный рост затрат, а с другой — должен обеспечить доступность таких услуг для населения страны. Таким образом, главным инструментом коммерческой деятельности авиакомпании на сегодняшний день остаются тарифы, которые являются отражением авиакомпании в целом.

Изученность проблемы. Система построения тарифов на воздушном транспорте, формирование тарифной политики в условиях рыночных отношений и проблемы государственного регулирования тарифов являются полем для изысканий многих отечественных исследователей. Среди авторов этих работ можно назвать Е. В. Костромину [1; 2], О. А. Немчинова, К. И. Минееву [3], Е. А. Столяревскую [4], В. П. Маслакова [5] и других.

Российский рынок авиаперевозок и поведение цен на локальных и глобальных рейсах исследуются в работе А. Ланцевой, К. Мухиной, А. Никишовой [6]. Отдельные аспекты рассматриваемой темы представлены в исследованиях зарубежных авторов, работы которых посвящены в большей степени нахождению математических моделей ценообразования авиакомпаний. Так, Д. Гиллен, Т. Хазледин [7] построили модель ценообразования, которая показывает сильное влияние конкуренции на тарифы, и нашли несколько систематических различий между тарифами на региональные и магистральные авиамаршруты в Австралии; в работе В. Билоткач, А. А. Гаггеро, К. А. Пига [8] показано использование ценообразования в качестве инструмента управления доходностью авиакомпаний; И. Нарангаявана, Ф. Дж. Гарригос-Симон, Дж. С. Гарсиа, С. Фогас-Колл предлагают динамическую модель ценообразования авиакомпаний, учитывающую стратегические и тактические аспекты [9].

Тем не менее проблемные вопросы тарифообразования и использования различных методик ценообразования авиакомпаниями остаются, в связи с чем возникает необходимость дальнейшего исследования различных подходов к формированию системы авиатарифов в условиях разных с точки зрения степени ограничения конкуренции, рынков.

В настоящее время в условиях сложной экономической обстановки жесткой конкуренции и не в полной мере устойчивого спроса на авиаперевозки авиакомпании вынуждены функционировать в режиме максимального снижения издержек, выстраивать свои стратегии с учетом нацеленности на сохранение и укрепление лояльности пассажиров. В этой ситуации для российских авиаперевозчиков усиливается необходимость более тщательно подходить к формированию своей тарифной политики.

Таким образом, сказанное определяет **актуальность исследования**, посвященного выявлению основных факторов, влияющих на образование тарифов, установлению последовательности построения пассажирских тарифов на рынке авиаперевозок с учетом целей, методов и стратегий ценообразования авиакомпании.

Целью исследования является обоснование и разработка методических рекомендаций в области построения тарифной политики авиакомпании, действующей на олигополистическом и монополистическом рынках. **Задачи** исследования включают: изучение современной ситуации на рынке пассажирских авиаперевозок в РФ, выявление основных тарифообразующих факторов, определение этапов формирования тарифов на услуги авиакомпаний с учетом нынешнего положения дел в отрасли, построение алгоритма формирования тарифов с учетом модели конкурентного рынка (олигополии и монополии).

Теоретическая значимость исследования заключается в углублении знаний в вопросах ценообразования на услуги авиакомпаний и разработке рекомендаций по совершенствованию тарифной политики региональных авиакомпаний.

Практическая значимость исследования состоит в возможности реализации его результатов, выводов и предложенных рекомендаций в ходе разработки тарифов авиакомпании.

Основная часть

Происходящие глобальные процессы не могли не повлиять и на ценообразование на услуги авиакомпаний. По итогам 2017 года отмечается активный посткризисный восстановительный рост на авиатранспортном рынке Российской Федерации как в целом по рынку, так и в сегментах внутренних воздушных линий (далее — ВВЛ) и международных воздушных линий (далее — МВЛ). В 2017 году российские авиакомпании впервые перевезли более 105 млн пассажиров, превысив цифры докризисного 2014 года на 12 млн человек [10].

Положительными по итогам 2017 года оказались также и финансовые показатели отрасли пассажирских авиаперевозок, что произошло впервые начиная с 2010 года. Совокупный финансовый результат превысил 2,8 млрд руб., показатели рентабельности были также относительно невысоки — средняя операционная рентабельность деятельности авиаперевозчиков в 2017 году составила 0,3 % [10; 11]. Однако деятельность авиаперевозчиков на ВВЛ остается убыточной (средняя операционная рентабельность деятельности авиаперевозчиков на ВВЛ в ГА РФ составляет по итогам 2017 года –4,2 %). Учитывая это обстоятельство, а также непрекращающийся уже четвертый год подряд спад доходов населения РФ (по данным Росстата в 2014 году снижение составило 0,7 %, в 2015 году — 3,2 %, в 2016 году — 5,9 %) [12], авиакомпаниям следует продолжать активно работать в направлении сокращения себестоимости перевозок и оптимизации тарифов.

Структура себестоимости услуг авиакомпаний состоит из множества статей расходов, из которых к основным относят: керосин, аэропортовые сборы, наземное обслуживание, авионавигацию, лизинговые платежи, расходы на техническое обслуживание самолетов и оплату труда. При этом в структуре затрат 81 % приходится на пять основных статей затрат (см. табл. 1):

Таблица 1

Структура себестоимости услуг авиакомпаний

Статья затрат	Доля в структуре затрат, %
Аренда и лизинг СВАД (самолеты, вертолеты и авиадвигатели) и ЛПС	26
Затраты на авиаГСМ	23
Затраты на аэропортовое обслуживание	17
Затраты на ТО	9
Затраты на оплату труда	6
Итого основных затрат	81

Источник: [11].

Авиатопливо находится на втором месте в структуре расходов на авиаперевозки (23 %). Несмотря на снижение мировых цен на нефть, в результате инфляции и выравнивания внутренних и экспортных цен в России стоимость керосина не только не снизилась, но и продолжила расти. В связи с этим авиакомпаниям, чтобы ограничить рост себестоимости, приходится снижать расходы по другим статьям. Так, за счет сокращения персонала, снижения заработной платы, уменьшения расходов на питание и снижения прочих затрат компаниям удалось сдержать рост себестоимости.

Темпы инфляции с 2011 года превышали динамику роста тарифа на внутренние авиаперевозки (см. табл. 2). Темпы прироста авиатарифов в 2011–2017 годах составили 21,7 %, тогда как инфляция нарастающим итогом за семь лет превысила 44 %. В настоящий момент такие тарифы не способны покрыть затраты авиакомпаний на внутренних авиалиниях.

Таблица 2

**Средний пассажирский тариф
на пассажира ВВЛ 2011 — 9 мес. 2017 годов**

Годы	Средний тариф на ВВЛ (на 1 пасс-км), руб./пкм	Рост среднего тарифа за год, %	Инфляция за год, %
2011	7 169		6,1
2012	7 467	4,2	6,6
2013	7 590	1,6	6,5
2014	7 291	-3,9	11,4
2015	7 798	6,9	12,9
2016	8 632	10,7	5,4
2017 (9 мес.)	8 818	2,2	1,7

Источник: составлено авторами по данным [10].

Убыточность внутренних перевозок обуславливается низкой величиной среднего тарифа. Авиакомпаниям вынуждены продавать авиабилеты по цене ниже их себестоимости. Основной причиной, почему большинство авиакомпаний решили прибегнуть к снижению тарифов, является необходимость уплаты лизинговых платежей. В независимости от эффективности эксплуатации воздушных судов им необходимо привлечь пассажиров для загрузки избыточных емкостей. В условиях конкуренции даже те компании, чей парк оснащен не только иностранной техникой, вынуждены тоже снижать тарифы.

В целом, исходя из проведенного анализа конъюнктуры рынка, можно сделать вывод, что в настоящий момент авиакомпании функционируют в неблагоприятных экономических условиях. Общее положение дел в отрасли авиаперевозок носит слабозитивный характер, несмотря на попытки государства стабилизировать ситуацию (выделение субсидий, разработка антикризисных мер, ослабление налоговой нагрузки и пр.). Авиакомпания функционируют в режиме сокращения издержек, а их целью на данный момент является не столько получение прибыли, сколько выживание в условиях убыточности ВВЛ.

Результаты

Экономическая обстановка осложняет и без того трудоемкий процесс формирования пассажирского тарифа на авиаперевозки, который требует анализа множества тарифообразующих факторов. В рамках данного исследования авторами

были определены этапы формирования тарифов на услуги авиакомпаний с учетом нынешнего положения дел в отрасли.

Исследование и анализ рынка является основополагающим этапом. Его суть заключается в оценке потенциала компании, изучении спроса на авиатранспортные услуги и влияние на него внешних факторов. На наш взгляд, в усиливающихся условиях конкуренции на фоне общего спада пассажиропотока и политики санкций, помимо основных факторов, авиакомпаниям стоит уделить внимание следующим показателям: себестоимости, зависимости спроса от сезона, рентабельности, возможности экономии топлива, качеству обслуживания, безопасности полетов, развитости маршрутной сети, проценту занятости кресел, дальности и скорости перелетов, а также наличию альтернативного вида транспорта. Кроме детального исследования спроса на авиаперевозки, компаниям стоит провести маркетинговый анализ чувствительности потребителей к изменению стоимости услуг, особенно в случае увеличения тарифов.

Основным негативным критерием, который приводит к снижению объема перевозок, является высокий уровень тарифа. На сегодняшний день необходимо учитывать тот факт, что в связи экономическим кризисом реальный уровень доходов населения падает, а авиакомпаниям необходимо выйти на уровень безубыточности по внутренним перевозкам. Следовательно, компаниям стоит пересмотреть ранее установленные тарифы и тщательнее анализировать возможность их повышения, так как транспортные услуги становятся менее доступными, что отрицательно сказывается на транспортной подвижности населения. Поднимать тарифы авиакомпаниям необходимо, но так, чтобы не уменьшить и без того невысокий пассажиропоток.

Второй этап предполагает проведение авиакомпанией предварительной оценки объема предоставляемых услуг на рынке, конкурентной среды, политики государства и самое важное — условий для реализации транспортных услуг. Особенно важно компаниям оценивать эти параметры сейчас, так как наблюдается избыток провозных емкостей и рост конкуренции.

Проведенные два этапа исследования рынка позволяют авиакомпании определить тип рынка, в зависимости от которого будет выстраиваться процесс установления тарифа на авиаперевозку. В России в настоящее время транспортные услуги авиакомпаниями предоставляются в условиях олигополии, существует несколько авиакомпаний, которым принадлежит значительная доля рынка. Тяжелее всего на таком рынке выживать слабым и маленьким компаниям, так как они напрямую зависят от действий крупных игроков и должны подстраиваться под их условия, чтобы сохранить свою долю рынка.

После того как авиакомпанией будут определены основные цели развития и обозначены цели тарифной политики, переходят к выбору стратегии тарифообразования. Это суть четвертого этапа. Целесообразно отметить, что в условиях экономического спада применимы не все из имеющихся стратегий, поэтому к их выбору стоит подходить тщательнее. Например, стратегия высоких тарифов, направленная на максимизацию прибыли, на фоне падения уровня доходов населения не принесет эффективности.

Задача следующего этапа — определить факторы, от которых зависит уровень тарифа. По завершению этого этапа авиакомпания сможет выявить факторы, которые оказывают наименьшее и наибольшее влияние на величину тарифа.

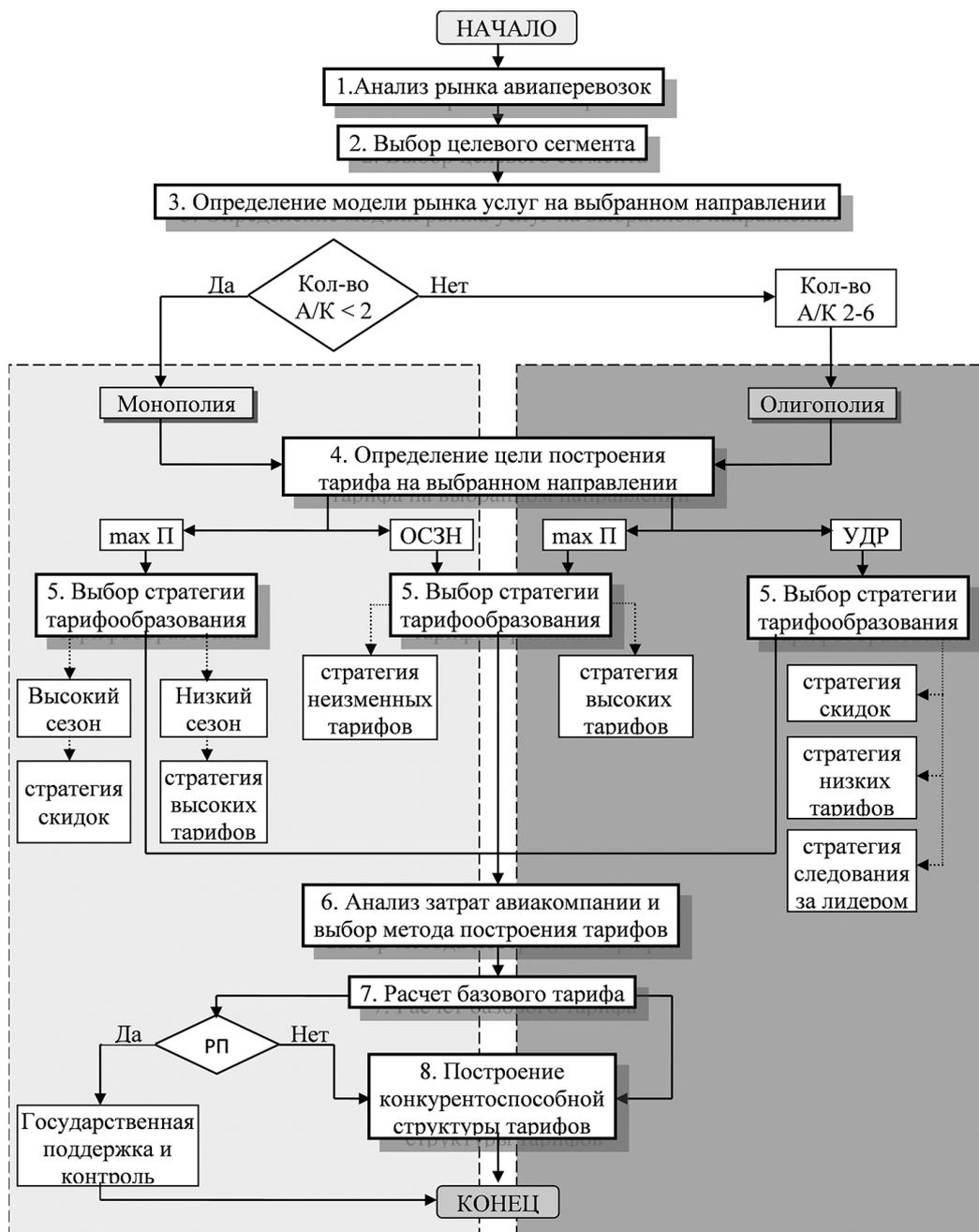
Пятый этап подразумевает проведение комплексного анализа затрат авиакомпании. Исходя из результатов анализа, компания сможет обозначить основные расходы,

которые необходимо отразить при построении тарифов на авиатранспортные услуги. Необходимость подробного рассмотрения и изучения своих затрат объясняется тем, что авиакомпания может найти резервы для снижения себестоимости предоставляемых услуг, что, в свою очередь, повлияет на величину базового тарифа. Особенно это актуально сейчас, так как первоочередной антикризисной мерой выступает именно снижение затрат на производство.

Следующий этап, шестой, заключается в расчете базового уровня тарифа. Авиакомпаниям при назначении базового тарифа стоит опираться на маркетинговый подход тарифообразования. Также при расчете необходимо внести корректировки после проведения анализа затрат и учесть сложившуюся рыночную конъюнктуру.

И на заключительном этапе авиакомпанией определяются уровни тарифа. Разрабатывается конкурентоспособная структура (сетка) тарифов для реализации услуг с использованием надбавок и скидок, а также с учетом конъюнктурных условий [13]. Для реализации этого этапа авиакомпаниями применяются разнообразные инструменты тарифного регулирования, которые направлены на увеличение спроса, поддержание социально значимых маршрутов, создание эффективных условий для своей деятельности и удовлетворения спроса потребителей.

На основе описанных выше этапов авторами был адаптирован алгоритм формирования тарифов для регионального авиаперевозчика с учетом модели конкурентного рынка (олигополии и монополии) (см. рисунок).



Примечание: А/К — авиакомпания; max П — максимизация прибыли; ОСЗН — обеспечение социально значимых направлений; УДР — увеличение доли рынка; РП — региональные перевозки.

Рисунок. Алгоритм формирования тарифов с учетом модели конкурентного рынка (олигополии и монополии)

Источник: составлено авторами.

Суть данного алгоритма — разработка конкурентоспособных тарифов на авиатранспортные услуги при помощи последовательного выполнения предложенных действий специалистами тарифного отдела авиакомпании.

Уточним некоторые действия при расчете тарифа в рамках предложенного алгоритма.

1. Анализ рынка авиаперевозок.

Провести анализ рынка авиаперевозок — основополагающая задача любой авиакомпании для того, чтобы принять решение о начале эксплуатации воздушной линии.

2. Выбор целевого сегмента.

Необходимо проанализировать не только рынок авиаперевозок в целом, но и изучить определенный маршрут, на котором авиакомпания планирует осуществлять авиаперевозки, оценить спрос и чувствительность потребителей к изменению цены. Пассажиропоток может варьироваться на разных направлениях. Так, например, для авиакомпании «Ямал» на направлениях Салехард — Тюмень или Тюмень — Салехард спрос на авиаперевозки всегда повышенный. В первую очередь это объясняется территориальными особенностями и отсутствием альтернативного вида транспорта. Если рассматривать такие направления, как Тюмень — Москва и Москва — Тюмень, то тут спрос зависит от сезона и может сильно варьироваться. Например, даже если на направлении присутствует множество перевозчиков, спрос в летний период существенно увеличится и, соответственно, снизится в зимний. Для рентабельной работы на таких направлениях необходимо опираться на предложения конкурентов и тщательно изучить сезонность спроса, чтобы оперативно реагировать на изменения. Относительно чувствительности потребителей к изменению цены особенных отличий на отдельных направлениях нет. Очевидно, что в условиях кризиса при снижении доходов потребитель будет чувствительнее реагировать на повышение стоимости авиабилетов, спрос будет падать как на отдельных маршрутах, так и в общем на рынке авиаперевозок.

3. Определение модели рынка услуг на выбранном направлении.

Исходя из количества авиакомпаний, которые реализуют свои услуги на выбранном маршруте, можно определить модель конкурентного рынка. Это необходимо для правильного выбора дальнейшей тактики по осуществлению авиаперевозок. В ситуации, когда на выбранном маршруте присутствует одна авиакомпания, можно констатировать, что данному направлению присуща монополия. Если количество компаний варьируется от двух до шести и им принадлежит основная доля рынка авиаперевозок, то это олигополия.

На основе анализа расписания регулярных рейсов ОАО АТК «Ямал» [14] можно сделать вывод, что при выполнении региональных рейсов компании зачастую являются монополистами на направлении по причине отсутствия конкуренции, что связано с низкой рентабельностью данного вида перевозок. В таких случаях региональные авиаперевозчики не ограничены давлением конкуренции и осуществляют свободное тарифообразование. В районах крайнего Севера, где осуществляется большинство полетов АТК «Ямал», зачастую отсутствуют также и альтернативные виды перевозок. Следовательно, спрос на услуги авиакомпании постоянный, а его снижение можно наблюдать только в низкие сезоны.

Другую тенденцию можно наблюдать на более рентабельных направлениях. Например, по направлению Тюмень — Москва, помимо региональных авиакомпаний («ЮТэйр», «Уральские авиалинии» и «Ямал»), выполняют

перелеты несколько крупных игроков рынка («Аэрофлот», S7 Airlines) [15]. Соответственно, спрос на конкретную авиакомпанию будет зависеть от правильно выбранной стратегии тарифообразования и применения методов привлечения потребителей.

4. Определение цели построения тарифа на выбранном направлении.

На разных направлениях авиакомпании могут ставить перед собой особые цели, которые они стремятся достичь. Так, например, на маршруте Салехард — Тюмень главной целью авиационной транспортной компании «Ямал» является обеспечение социально значимого направления. На другом направлении, Тюмень — Москва, целью авиакомпании выступает максимизация прибыли в краткосрочном периоде и удержание (или повышение) доли рынка. Цель, которой компания задалась в дальнейшем, повлияет на выбор стратегии тарифообразования.

5. Выбор стратегии тарифообразования.

Авиаперевозчиком на каждом определенном маршруте может быть выбрана как активная, так и пассивная стратегия. Если на рассматриваемом маршруте авиакомпания является лидером, то она предпочтет активную стратегию, но если на данном маршруте реализуют свои услуги и другие перевозчики, то выбор стратегии будет зависеть от условий, в которые поставлена компания.

6. Анализ затрат компании и выбор метода построения тарифов.

Снижение издержек в себестоимости авиаперевозок — одна из главных проблем на сегодняшний день, которую стремятся решить авиакомпании для повышения эффективности своей деятельности. Высокий уровень затрат на осуществление авиатранспортных услуг приводит к увеличению авиатарифов и, как следствие, к снижению транспортной подвижности населения.

7. Расчет базового тарифа.

Определяя величину тарифа, авиакомпании регулируют его уровень в зависимости от количества дополнительных услуг, предоставляемых пассажирам, ориентируясь не только на свои затраты и спрос, но и на потребительские предпочтения.

Социально значимые направления находятся под тщательным контролем со стороны антимонопольной службы и регулируются не только самими авиакомпаниями, но и может присутствовать государственное вмешательство, например, в форме субсидий. Чтобы снизить стоимость авиабилетов для жителей регионов, государство определенную долю затрат на выполнение рейсов берет на себя, а оставшуюся часть оплачивают потребители. Такие меры принимаются для того, чтобы компания-монополист не устанавливала (не всегда оправданно) высокие тарифы, тем самым ограничивая возможность свободного передвижения населения по территории страны.

8. Построение конкурентоспособной структуры тарифов.

С учетом модели рынка на выбранном маршруте и с использованием различных инструментов регулирования авиакомпания, основываясь на базовом тарифе, создает структуру (сетку) конкурентоспособных тарифов. Допустим, базовый тариф авиакомпании «Ямал» на направлении Тюмень — Москва составляет 8 100 руб. (авиатариф «Оптимальный эконом»). Авиакомпанией в его стоимость было заложено множество показателей, и предполагается, что при 60 % загрузки рейса по такому тарифу будет

достигнута безубыточность. Но, учитывая повышенную конкуренцию на данном направлении, компания не может себе позволить выйти на рынок только с одним тарифом, так как конкуренты могут предложить услугу дешевле и привлечь большую часть пассажиров. Поэтому, используя различные скидки, надбавки, разрабатывая особенные условия применения тех или иных тарифов, авиакомпания создает набор тарифов, благодаря которому она сможет оперативно реагировать на происходящие изменения на рынке.

Заключение

Таким образом, в настоящий момент общее положение дел в отрасли гражданской авиации носит слабопозитивный характер: наблюдается подъем пассажиропотока, положительный совокупный финансовый результат авиакомпаний по итогам 2017 года, однако в сфере ВВЛ рентабельность услуг по-прежнему носит отрицательный характер, авиакомпании функционируют в режиме сокращения издержек. Такая ситуация требует от авиакомпаний проведения гибкой тарифной политики.

Установление пассажирского тарифа на авиаперевозки представляет собой сложный трудоемкий процесс, который требует анализа множества тарифообразующих факторов. В связи с этим авторами были выявлены этапы формирования тарифов на услуги авиакомпаний с учетом нынешнего положения дел в отрасли. Опираясь на эти этапы, был адаптирован алгоритм формирования тарифов для регионального авиаперевозчика с учетом модели конкурентного рынка (олигополии и монополии). Цель, поставленная в работе, достигнута, задачи решены. Построенный алгоритм может быть учтен авиакомпаниями при формировании тарифной политики.

Несомненно, что изыскания в области рассматриваемой темы представляют теоретический и практический интерес, и авторами определены основные направления дальнейших исследований. Это в первую очередь разработка математической модели ценообразования российских авиакомпаний, учитывающей совокупность факторов, влияющих на уровень тарифов, и максимизирующей доход авиаперевозчика.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Костромина Е. В. *Авиационный маркетинг* : учебник. 2-е изд., испр. и доп. М. : ИНФА-М, 2013. 360 с.
2. Костромина Е. В. *Экономика авиакомпании в условиях рынка*. М. : Авиабизнес, 2008. 304 с.
3. Немчинов О. А., Минеева К. И. Исследование тарифной политики авиакомпании на рынке пассажирских перевозок [Электронный ресурс] // Молодой ученый. Электрон. журн. 2016. № 27. С. 471–476. URL: <https://moluch.ru/archive/131/36394/> (дата обращения: 03.05.2018).
4. Столяревская Е. А. *Управление доходами в авиакомпаниях*. М. : ЦЭМИ, 2010. 205 с.
5. *Хозяйственный механизм авиатранспортных предприятий* : учебное пособие / под ред. В. П. Маслакова. Санкт-Петербург : Питер, 2015. 368 с.
6. Lantseva A., Mukhina K., Nikishova A. Data-driven Modeling of Airlines [Электронный ресурс] // Pricing Procedia Computer Science. 2015. Vol. 66. P. 267–276. Доступно на сайте ELSEVIER. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915033815> (дата обращения: 02.02.2018).
7. Gillen D., Hazledine T. Pricing of Regional Airline Services in Australia and New Zealand, 2011–2015 [Электронный ресурс] // Economic Papers. 2016. Vol. 35. Issue. 2. P. 87–98. Доступно на сайте Wiley Online Library. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1759-3441.12133> (дата обращения: 02.02.2018).
8. Bilotkach V., Gaggero A. A., Piga C. A. Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers [Электронный ресурс] // Tourism Management. 2015. Vol. 47 P. 152–163. URL: http://www.lboro.ac.uk/departments/sbe/RePEc/lbo/lbowps/Bilotkach_Gaggero_PIGA_WP12-01.pdf (дата обращения: 02.02.2018). Загл. с экрана.
9. Narangajavana Y., Garrigos-Simon F. J., Garcia J. S., Forgas-Coll S. Prices, prices and prices: A study in the airline sector [Электронный ресурс] // Tourism Management. 2014. Vol. 41. P. 28–42. Доступно на сайте ELSEVIER. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517713001544> (дата обращения: 02.02.2018).
10. Предварительные результаты деятельности ГА РФ в 2017 году [Электронный ресурс]. Доступно на сайте Aviation Explorer. URL: <https://www.aex.ru/docs/9/2017/12/11/2694/> (дата обращения: 23.04.2018).
11. Фридлянд А. Динамика авиатранспортного рынка, экономика и цены на авиаперевозки [Электронный ресурс]. Доступно на сайте Aviation Explorer. URL: <https://www.aex.ru/docs/2/2018/4/10/2745/> (дата обращения: 23.04.2018).
12. Денежные доходы и расходы населения в 2011–2016 гг. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/9416e1004017ce639c45fec7692f4691 (дата обращения: 02.02.2018).
13. Авиакомпания «Ямал». Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yamal.aero> (дата обращения: 03.05.2018).
14. Дуброва А. А., Шумилова Ю. А. Тарифная политика авиакомпаний: разновидности применяемых тарифов // Теоретические и практические аспекты развития современной науки : материалы XV международной науч.-практ. конф. М. : Научно-информационный издательский центр «Институт стратегических исследований», 2015. С. 75–78.
15. Международный аэропорт Тюмень (Рощино) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tjm.aero/> (дата обращения: 03.05.2018).

REFERENCES

1. Kostromina E. V. *Aviation marketing* : textbook. 2nd ed. M. : INFA-M, 2013. 360 p.
2. Kostromina E. V. *Economics of airlines in terms of market*. M. : The Airline Business, 2008. 304 p.

3. Nemchinov O. A., Mineeva K. I. Investigation of the airline tariff policy in the passenger transportation market [Electronic resource] // Young scientist. Electronic journal. 2016. No. 27. P. 471–476. URL: <https://moluch.ru/archive/131/36394/> (date of viewing: 03.05.2018).
4. Stolyarevskaya E. A. Revenue management in airlines. M. : Central Economics and mathematics Institute, 2010. 205 p.
5. Economic mechanism of air transport enterprises: textbook / under the editorship of V. P. Maslakov. St. Petersburg : Peter, 2015. 368 p.
6. Lantseva A., Mukhina K., Nikishova A. Data-driven modeling of airlines [Electronic resource] // Pricing Procedia Computer Science. 2015. Vol. 66. P. 267–276. Available on the ELSEVIER website. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915033815> (date of viewing: 02.02.2018).
7. Gillen D., Hazledine T. Pricing of regional airline services in Australia and New Zealand, 2011–2015. [Electronic resource] // Economic Papers. 2016. Vol. 35. Issue 2. P. 87–98. Available at Wiley Online Library. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1759-3441.12133> (date of viewing: 02.02.2018).
8. Bilotkach V., Gaggero A.A, Piga C.A. Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers [Electronic resource] // Tourism Management. 2015. Vol. 47 P. 152–163. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151771400185X> (date of viewing: 02.02.2018). Screen title.
9. Narangajavana Y., Garrigos-Simon F. J., Garcia J. S., Forgas-Coll S. Prices, prices and prices: A study in the airline sector [Electronic resource] // Tourism Management. 2014. Vol. 41. P. 28–42. Available on the ELSEVIER website. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517713001544> (date of viewing: 02.02.2018).
10. Preliminary Results of the Russian Civil Aviation Activity in 2017 [Electronic resource]. Available on the Aviation Explorer website. URL: <https://www.aex.ru/docs/9/2017/12/11/2694/> (date of viewing: 23.04.2018).
11. Fridlyand A. Dynamics of the air transport market, economy and prices for air transportation [Electronic resource]. Available on the Aviation Explorer website. URL: <https://www.aex.ru/docs/2/2018/4/10/2745/> (date of viewing: 23.04.2018).
12. Monetary incomes and expenditures of the population in 2011-2016. [Electronic resource] / Federal State Statistics Service. Official site. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/9416e1004017ce639c45fec7692f4691 (date of viewing: 02.02.2018)
13. Dubrova A. A., Shumilova Yu. A. Tariff policy of airlines: varieties of applied tariffs // Theoretical and practical aspects of the modern science development : materials of XV international scientific-practical conference. M. : Research and information publishing center «Institute for strategic studies», 2015. P. 75–78.
14. Airline «Yamal». Official site [Electronic resource]. URL: <http://www.yamal.aero> (date of viewing: 03.05.2018).
15. The international airport of Tyumen (Roschino) [Electronic resource]. URL: <http://www.tjm.aero/> (date of viewing: 03.05.2018).

Как цитировать статью: Шумилова Ю. А., Замураева Л. Е., Мелкобродова Н. А. Подходы к формированию пассажирских тарифов российскими авиакомпаниями // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 186–192. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.315.

For citation: Shumilova Yu. A., Zamuraeva L. E., Melkobrodova N. A. Approaches to formation of the passenger tariffs by russian airlines // Business. Education. Law. 2018. No. 3 (44). P. 186–192. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.315.