

**ВСЕМИРНАЯ АВИАТРАНСПОРТНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
"ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ"**

Монреаль, 24–29 марта 2003 года

Пункт 2 повестки дня. Изучение ключевых проблем регулирования при либерализации
Пункт 2.5 повестки дня. Распределение продукции

**КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ
АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ**

(Представили: Бахрейн, Египет, Ирак, Иордания, Йемен, Катар, Ливан, Ливийская Арабская Джамахирия, Марокко, Объединенные Арабские Эмираты, Оман, Саудовская Аравия, Сирия, Судан, Тунис и наблюдатель от Палестины)²

АННОТАЦИЯ

В настоящем рабочем документе приводится информация о последних изменениях в области, касающейся кодекса поведения при использовании автоматизированных систем бронирования, и, кроме того, особое внимание уделяется озабоченности арабских государств в отношении отрицательных последствий применения некоторых подходов к регулированию в этой области.

Действия Конференции приводятся в п. 4.1.

1. ВВЕДЕНИЕ

1.1 Международная организация гражданской авиации (ИКАО) установила кодекс поведения при использовании автоматизированных систем бронирования (АСБ) в целях регулирования и гарантирования справедливой основы конкуренции между различными авиакомпаниями, а также в целях предоставления потребителю достаточной информации о ценах на авиабилеты и условиях перевозки (к примеру, информацию об авиаперевозчике, продолжительности полета и т. д.).

1.2 Установленные ИКАО правила служат всемирной недискриминационной основой, которая призвана способствовать развитию добросовестной конкуренции, и поэтому многие государства (и регионы), используя эту основу, ввели в действие в рамках своих национальных законодательств кодекс

¹ Текст на арабском языке представлен членами Арабской комиссии гражданской авиации (АРКГА).

² Члены Арабской комиссии гражданской авиации (АРКГА).

поведения в целях регулирования использование автоматизированных систем бронирования, к примеру так поступили государства Экономической комиссии (ЕК), а также Соединенные Штаты Америки и арабские государства.

2. РАССМОТРЕНИЕ ВОПРОСА

2.1 В течение многих лет в авиатранспортной отрасли происходили существенные изменения, и этот процесс особенно ускорился после того, как некоторые авиакомпании начали использовать автоматизированные системы бронирования или другие эквивалентные каналы для реализации своей продукции, что заставило некоторые региональные полномочные органы, занимающиеся регулированием, пересмотреть некоторые стандарты внедрения таких систем и принять соответствующий кодекс поведения. Это привело к тому, что отдельные принятые подходы к регулированию способствовали отходу от принципов добросовестной конкуренции, в результате чего появилось дискриминационное отношение к некоторым авиакомпаниям. В связи с этим мы хотели бы описать нашу позицию по этому вопросу и то, что нас беспокоит в отношении таких подходов.

2.2 Доступ к альтернативным средствам распределения продукции

2.2.1 Прямые продажи авиабилетов в онлайн-режиме или путем использования других систем бронирования, независимых от международных систем распределения такой продукции, еще не достигли требуемой интенсивности, чтобы можно было намного улучшить этот новый вид реализации транспортных услуг относительно существующего в настоящее время уровня. Кроме того, большое количество систем бронирования создаются на основе таких методик автоматизированного бронирования авиабилетов, как Abodo, Amadeus, Travelocity, Sabre, Expedia and world span, которые служат примером связей между сайтами с информацией о поездках и автоматизированными системами бронирования.

2.2.2 Хорошо известно, что автоматизированное бронирование составляет более 70% от общего количества бронирования, при котором, главным образом, используются четыре всемирные автоматизированные системы бронирования. Кроме туристических агентств, задействуемых для бронирования и выдачи авиабилетов, огромное количество авиакомпаний напрямую пользуются услугами таких ведущих систем бронирования, как Amadeus и Sabre. Эти системы бронирования считаются первоклассными, так как в них используются передовые технические средства бронирования и последняя информация о рынке перевозок. Что касается авиакомпаний, которые владеют своими собственными системами бронирования, то они постепенно начинают понимать, что передача этой деятельности более крупным авиакомпаниям обеспечит им лучшее качество обслуживания и при этом им не надо делать большие инвестиции, которые необходимы для своевременного внедрения новых технологий.

2.2.3 Поэтому мы считаем, что нужно очень серьезно рассмотреть предложение об отмене недискриминационных мер контроля доступа к средствам распределения продукции, а также регулирующие расценки.

2.2.4 Единственным результатом отмены контроля за использованием автоматизированных систем бронирования будет то, что интересы крупных авиакомпаний начнут превалировать над интересами небольших авиакомпаний. В итоге крупные авиакомпании будут по-прежнему иметь возможность распределять свою продукцию повсеместно, в то время как небольшие авиакомпании потеряют возможность пользоваться каналами распределения продукции и их рыночные возможности сократятся.

2.3 **Ленты с записью информации о рынке**

2.3.1 Такие ленты стали мощным средством маркетинга для авиакомпаний, которые могут позволить себе приобрести их. В частности, это касается лент с записью всеобъемлющих данных, которые, как правило, очень дорогие и содержат разнообразную детализированную информацию. Кроме того, полномочные органы, занимающиеся регулированием, определяют содержание информации. Огромное значение для расширения конкурентных возможностей различных авиакомпаний имеет следующее:

- a) предоставить возможность всем авиакомпаниям иметь доступ к таким лентам; и
- b) согласовывать на международном уровне вопрос о том, какая информация должна включаться на эти ленты.

Определение данных для конкретного региона или государства позволяет авиакомпаниям, действующим большей частью в этом регионе, быть менее зависимыми от конкуренции и в то же время иметь высокую конкурентоспособность в других регионах в том случае, если они располагают подробными данными о продажах продукции действующих в этих регионах авиакомпаний. Это ограничивает возможность кодекса поведения служить справедливой основой содействия развитию конкуренции.

2.4 **Продажа лент с авиационными данными авиационным группам**

2.4.1 В рамках автоматизированной системы бронирования устанавливаются иногда такие цены на ленты с записью авиационных данных, что небольшие или среднего размера авиакомпании не могут позволить себе купить ленты с всеобъемлющими данными, а способны приобрести лишь ленты с записью информации о небольшой группе местных рынков, в результате чего ограничивается их способность расширять свой рынок и быть конкурентоспособными на новых рынках.

2.4.2 В Кодексе поведения предусматривается возможность для некоторых групп авиакомпаний коллективно приобретать нужные им ленты с записью данных, то есть если несколько таких авиакомпаний приобретают ленты с записью этих данных, то их не рассматривают как "группу".

2.4.3 Так как цель такого коллективного приобретения заключается в том, чтобы сделать более конкурентоспособными небольшие авиакомпании и авиакомпании среднего размера, то мы предлагаем ИКАО одобрить принцип коллективного приобретения таких лент и разработать определение для таких "групп".

2.5 **Преимущества использования автоматизированных систем бронирования для распределения продукции**

2.5.1 В целях расширения доли рынка в рамках определенной автоматизированной системы бронирования применяется программа стимулирования ее участников. Однако некоторые ее аспекты, которые ранее зависели от общих показателей бронирования, могут стать причиной широкого распространения случаев ненадлежащего использования преимуществ систем бронирования, а именно неявки забронировавших места пассажиров ко времени вылета, к отказам реальным клиентам в доступе к услугам авиакомпании, особенно в периоды "пик", вследствие избыточного бронирования некоторыми туристическими агентствами. Поэтому мы считаем очень важным ввести в действие меры контроля за надлежащим использованием систем бронирования их участниками в целях обеспечения качественного предоставления авиатранспортных услуг всем потребителям.

2.6 Отображение информации в системах бронирования

2.6.1 С помощью систем бронирования до сих пор осуществляется более 70% продаж билетов авиакомпаниями, особенно небольшими и среднего размера, которые до настоящего времени еще не смогли найти эквивалентную замену этому каналу распределения своей продукции, к примеру использовать с этой целью такое мощное средство, как Интернет. Поэтому до сих пор авиакомпаниям приходится полагаться на параллельные конкурентные каналы распределения, так как до сих пор еще не разработана единая автоматизированная система бронирования для применения на международном уровне.

2.6.2 Поэтому авиатранспортные услуги, предоставляемые в рамках систем бронирования агентов, должны быть более транспарентными для потребителя, чего можно добиться путем применения действующих правил с целью гарантировать, что поездки, предлагаемые некоторыми авиакомпаниями, не будут на неконкурентной основе превалировать над поездками, предлагаемыми другими авиакомпаниями.

3. ВЫВОДЫ

3.1 Регулирование использования автоматизированных систем бронирования в либерализованных и конкурентных условиях требует в первую очередь разработки подхода, который позволит избежать дискриминации и будет способствовать развитию добросовестной конкуренции, особенно в том, что касается тарифов и права на доступ к средствам распределения продукции.

3.2 Важное значение имеет сохранение здоровых условий конкуренции в области регулирования использования автоматизированных систем бронирования и облегчение возможности приобретения всеми авиакомпаниями лент с информацией о рынке, а также согласование на международном уровне записываемой на них информации.

3.3 Содействие применению принципа недискриминационного подхода и предоставление возможности доступа к рынкам в рамках системы автоматизированного бронирования требует, с одной стороны, утверждения положения о возможности коллективного приобретения лент с записью информации о рынке "группами" авиакомпаний, а с другой стороны, необходимо разработать определение таких "групп" и предусмотреть каждый из перечисленных ниже случаев в целях учета интересов авиакомпаний в отношении использования автоматизированной системы бронирования:

- a) объединенные авиакомпании;
- b) авиакомпании, чей общий международный пассажиропоток составляет менее 25 млн. пассажиров в год, при условии, что в любую такую "группу" не должно входить более шести авиакомпаний;
- c) авиакомпания, которая перевозит более 6 млн. международных пассажиров в год, не имеет права присоединиться к группе для закупки лент с записью информации о рынке;
- d) отдельные авиакомпании в группе могут применять такие же правила проведения анализов, как и авиакомпании в "группе".

3.4 Применение перечисленных выше правил и мер контроля в какой-то мере снимет озабоченность в отношении использования автоматизированных систем бронирования по причине взаимного сотрудничества между крупными авиакомпаниями, и если при этом будут учтены особые

потребности, связанные с приобретением лент с записью информации о рынке, то это, конечно, может сказаться на доходах от продажи лент с записью информации о рынке, но небольшие авиакомпании, которые фактически будут подпадать под это определение, получают наконец доступ к той же информации, что и крупные авиакомпании.

3.5 Что касается прозрачности, которая должна предоставляться потребителям в рамках систем бронирования туристскими агентствами, то это должно гарантироваться правилами Кодекса поведения при использовании автоматизированных систем бронирования, в которых предусматривается, что предлагаемые отдельными авиакомпаниями перевозки не должны превалировать над предлагаемыми перевозками других авиакомпаний, что имеет огромное значение для обеспечения добросовестной конкуренции.

4. ДЕЙСТВИЯ КОНФЕРЕНЦИИ

4.1 Конференции предлагается:

- a) одобрить содержащиеся в п. 3 выводы;
- b) настоятельно предложить региональным группам не вносить изменения в Кодекс поведения при использовании автоматизированных систем бронирования, так как они могут привести к дискриминации авиакомпаний и нанести ущерб применению принципа добросовестной конкуренции; и
- c) обратиться к ИКАО с просьбой рассмотреть вопрос о внесении с учетом выводов, сделанных в п. 3, соответствующих изменений в принятый ИКАО Кодекс поведения при использовании автоматизированных систем бронирования.

– КОНЕЦ –