

Чжан Вэньвэнь.,
студент
кафедра экономической
теории и менеджмента;
Институт социально-
гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия,

КИТАЙСКИЕ АВИАКОМПАНИИ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: СТРАТЕГИИ, ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Аннотация: На фоне усиливающейся интеграции мирового авиационного рынка китайские авиакомпании активно расширяют свою деятельность за рубежом, стремясь повысить свою международную конкурентоспособность и долю на рынке. В данной статье комплексно анализируются необходимость и стратегии выхода китайских авиакомпаний на зарубежные рынки, рассматриваются такие аспекты, как рыночная позиция, выбор маршрутов, операционные стратегии, построение партнерских отношений, управление рисками и другие. Также, с учетом анализа производственной экономики и оценки конкурентоспособности, для китайских авиакомпаний предложены практические рекомендации. Исследования показывают, что для успешного выхода на международные рынки китайским авиакомпаниям необходимо точно позиционировать себя на рынке, эффективно управлять операциями и строить стабильные партнерские отношения, чтобы справиться с вызовами и воспользоваться возможностями для развития.

Ключевые слова: китайские авиакомпании; зарубежные рынки; рыночная позиция; выбор маршрутов; операционные стратегии; управление рисками.

Zhang Wenwen,
Department of Economic
Theory and Management;
Institute of Social and Humanitarian Education,
Moscow Pedagogical State University;
Moscow, Russia,

CHINESE AIRLINES IN OVERSEAS MARKETS: STRATEGIES, CHALLENGES, AND OPPORTUNITIES

Abstract: Against the backdrop of the increasing integration of the global aviation market, Chinese airlines are actively expanding their operations abroad, aiming to enhance their international competitiveness and market share. This article comprehensively analyzes the necessity and strategies for Chinese airlines to enter foreign markets, considering aspects such as market positioning, route selection, operational strategies, building partnerships, risk management, and more. Additionally, based on an analysis of production economics and competitiveness assessment, practical recommendations are provided for Chinese airlines. The research shows that for successful entry into international markets, Chinese airlines must accurately position themselves in the market, manage operations effectively, and establish stable partnerships to cope with challenges and seize opportunities for growth.

Keywords: Chinese airlines; overseas markets; market positioning; route selection; operational strategies; risk management.

С быстрым ростом экономики Китая и увеличением его международного влияния китайские авиакомпании активно стремятся расширить свое присутствие на зарубежных рынках, чтобы повысить свою глобальную конкурентоспособность. Цель данной статьи — углубленно изучить теоретические основы и методы выхода китайских авиакомпаний на иностранные рынки, чтобы предоставить руководство и рекомендации для их международной стратегии.

Текущее состояние развития китайской авиационной отрасли и необходимость выхода на зарубежные рынки

1. Текущее состояние развития китайской авиационной отрасли

В последние годы китайская авиационная отрасль развивается стремительными темпами, став важной силой на мировом авиарынке. Китайские авиакомпании не только занимают ведущие позиции на

внутреннем рынке, но и активно расширяют свое присутствие на международных рынках, участвуя в глобальной конкуренции. Размер флота китайских авиакомпаний постоянно увеличивается, сеть маршрутов совершенствуется, а качество обслуживания значительно улучшилось, что позволяет пассажирам наслаждаться более удобными и комфортными авиаперелетами.

2. Необходимость выхода на иностранные рынки

1. Повышение международной конкурентоспособности: Входя на иностранные рынки, китайские авиакомпании могут изучать международный опыт управления и технологии, улучшать свою операционную эффективность и качество обслуживания, что позволит занять выгодную позицию в глобальной конкурентной борьбе.
 2. Расширение рынка пассажиров: Иностранные рынки обладают большим количеством пассажиров и потенциальным спросом. Вход китайских авиакомпаний на эти рынки поможет привлечь больше международных пассажиров, увеличить частоту рейсов и охват маршрутов, что повысит масштаб их бизнеса.
 3. Содействие культурному обмену: Авиаперевозки являются важным средством культурного обмена. Выход китайских авиакомпаний на иностранные рынки способствует обмену и интеграции китайской и зарубежной культур, повышая международный имидж Китая и его мягкую силу.
- ## 3. Состояние международного авиационного рынка и конкурентная ситуация

1. Тенденции развития глобальной авиационной отрасли

Глобальная авиационная отрасль сталкивается с рядом изменений и вызовов, включая постоянный рост объемов воздушных перевозок, усиливающуюся конкуренцию среди авиакомпаний и постоянные инновации в авиационных технологиях. Эти тенденции предоставляют китайским авиакомпаниям возможности для развития, но также и несут с собой серьезные вызовы.

2. Обзор основных иностранных рынков и конкурентная ситуация

США, Европа, Азия и другие регионы являются важными частями мирового авиационного рынка, и конкурентная ситуация на этих рынках сложна и изменчива. Традиционные авиакомпании, бюджетные авиакомпании и региональные перевозчики активно конкурируют на рынке. Китайским авиакомпаниям необходимо разработать эффективные рыночные стратегии для того, чтобы справиться с этими вызовами.

2. Состояние и оценка возможностей китайских авиакомпаний

1.Размер и сила авиакомпаний

Китайские авиакомпании занимают важное место в мировой авиационной индустрии, имея обширный флот и развитую сеть маршрутов. В то же время финансовое состояние китайских авиакомпаний стабильно, что обеспечивает надежную основу для их устойчивого развития.

2. Сетевая структура маршрутов и транспортные возможности

Китайские авиакомпании создали развитую сеть внутренних маршрутов и постепенно расширяют свою международную сеть. Эти маршруты предоставляют пассажирам по всему миру удобные и эффективные авиаперевозки. Также китайские авиакомпании обладают мощными транспортными возможностями, что позволяет им справляться с пассажирскими потоками в пиковые периоды.

3. Качество обслуживания и влияние бренда

Китайские авиакомпании достигли значительных успехов в области качества обслуживания и влияния бренда. Компании стремятся предоставить пассажирам полный спектр высококачественных услуг и через рекламные кампании повышают узнаваемость и репутацию бренда. Эти усилия позволили китайским авиакомпаниям завоевать широкое признание как на внутреннем, так и на международном рынках.

5. Стратегические выборы для выхода на международный рынок

1. Рыночная позиция и целевая аудитория

Перед выходом на международный рынок китайским авиакомпаниям необходимо четко определить свою рыночную позицию и целевую аудиторию. Проведя глубокое исследование и анализ целевого рынка, китайские авиакомпании могут определить подходящие сегменты рынка и целевые группы клиентов для своего развития. Например, для бизнес-пассажиров китайские авиакомпании могут предложить

эффективные и удобные бизнес-рейсы, а для туристов — специализированные туристические маршруты и услуги.

2. Выбор маршрутов и операционная стратегия

Выбор маршрутов является одним из ключевых этапов выхода на международный рынок. Китайским авиакомпаниям необходимо выбирать подходящие маршруты с учетом потребностей целевого рынка и конкурентной ситуации. Кроме того, разработка эффективной операционной стратегии крайне важна. Китайские авиакомпании могут повысить операционную эффективность и качество обслуживания, оптимизируя расписание рейсов, улучшая использование воздушных судов и снижая эксплуатационные затраты.

3. Партнеры и создание альянсов

В международной авиационной отрасли партнерские отношения и альянсы играют важную роль в повышении конкурентоспособности. Китайским авиакомпаниям следует активно искать возможности для сотрудничества с международными авиационными организациями и известными авиакомпаниями, создавая прочные партнерские отношения. Обмениваясь ресурсами и используя взаимные преимущества, можно повысить международную конкурентоспособность.

6. Анализ производственной экономики и оценка конкурентоспособности

1. Анализ структуры затрат и факторов влияния

Структура затрат является одним из ключевых факторов, влияющих на прибыльность авиакомпаний. Китайским авиакомпаниям необходимо глубоко проанализировать свою структуру затрат и факторы, влияющие на нее, включая стоимость топлива, расходы на техническое обслуживание самолетов, затраты на персонал и другие. Оптимизация структуры затрат и снижение операционных расходов помогут повысить прибыльность.

2. Управление доходами и разработка стратегии ценообразования

Управление доходами и стратегия ценообразования являются важными средствами для повышения прибыльности авиакомпаний. Китайским авиакомпаниям следует разрабатывать разумную стратегию ценообразования с учетом рыночного спроса и конкурентной ситуации, а также использовать системы управления доходами для оптимизации распределения мест и конфигурации ресурсов.

3. Анализ операционной эффективности и оптимизация ресурсов

Операционная эффективность и оптимизация ресурсов играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности авиакомпаний.

Китайским авиакомпаниям следует повышать операционную эффективность и качество обслуживания, внедряя передовые технологии и оптимизируя управление процессами. Кроме того, рациональное распределение ресурсов и избегание их излишнего расхода являются эффективными способами повышения конкурентоспособности.

7. Управление рисками и меры реагирования

1. Анализ рыночных рисков

Рыночные риски являются одним из важных факторов, влияющих на работу авиакомпаний. Китайским авиакомпаниям необходимо внимательно следить за колебаниями рыночного спроса, уровнем конкуренции и другими факторами рыночных рисков, а также разрабатывать соответствующие меры реагирования. Например, можно усилить маркетинговые исследования, гибко адаптировать маршрутную сеть и т. д., чтобы справиться с рыночными рисками.

2. Идентификация и реагирование на операционные риски

Операционные риски включают риски, связанные с обслуживанием и ремонтом самолетов, нехваткой кадров, управлением финансами и другими аспектами. Китайским авиакомпаниям необходимо создать эффективную систему управления операционными рисками, которая включает в себя улучшение обслуживания и ремонта самолетов, оптимизацию управления кадрами и улучшение финансового менеджмента, чтобы снизить операционные риски.

Заключение и перспективы

Выход китайских авиакомпаний на международные рынки является важным путем для повышения их международной конкурентоспособности и доли на рынке. С помощью точной рыночной, эффективного управления операциями и укрепления партнерских отношений китайские авиакомпании могут занять выгодные позиции на международном рынке. В будущем, с учетом постоянных изменений и развития мирового авиационного рынка, китайским авиакомпаниям необходимо продолжать внимательно следить за рыночной динамикой и конкурентной ситуацией, гибко адаптируя стратегию в ответ на изменения потребностей рынка. Одним из важных путей повышения международной конкурентоспособности также является укрепление сотрудничества и обмена с международными авиационными организациями.

Литература

1. Lu Jialian. *Research on the Internationalization of Chinese Airlines*[J].
2. Qi Qi. *Analysis of the Current Market Environment of Chinese Airlines and Strategic Discussion*[J]. *Civil Aviation Management*, 2010.
3. Adrian Schofield, A. Schofield. *Thailand Targeting Stronger Demand Recovery In Key China Market*[J]. *Aviation Daily*, 2024.
4. Peng Juzhen. *Research on the International Competitive Strategy of Chinese Air Transport Enterprises from the Perspective of Commercial Ecosystems*[D].
5. Li Hui. *Research on the Development Strategy of Civil Aviation Transport Enterprises in China*[J].
6. Lu Jianqiao. *Analysis and Observation of China's International Air Transport Market*[J]. *Civil Aviation Management*, 2017.
7. Ma Xiangyu. *Research on the Marketing Channels of China's GJ Airlines*[D]. (No thesis title or publication year provided)
8. Hu Ruijuan. *Empirical Study on the Market Structure and Competitive Performance of China's Civil Aviation Transport*[D].
9. Hao Yanlei. *Research on the Issue of Chinese Airlines Joining Airline Alliance — Case Study of China Southern Airlines Joining the SkyTeam Alliance*[D].
10. Huang Jianxin. *Research on the Competitive Strategy of Chinese Airlines*[D].
11. Giammario Impullitti, Alfonso A. Irarrazabal, Luca David Opromolla. *A Theory of Entry into and Exit from Export Markets*[J]. *Journal of International Economics*, 2013.
12. K. Eriksson. *Factors Affecting SME Export Channel Choice in Foreign Markets*[J].
13. Zhang Meng. *Research on the Impact of Carbon Tariffs on the Chinese Airline Passenger Service Export to the European Union*[D].
14. Wang Yu. *Research on the Competitive Relationship of Route Networks of Chinese Passenger Airlines*[J]. *Aviation Computational Technology*, 2022.
15. *Basic Introduction. China International Airlines Corporation*[J]. *Entrance Examination Communications (College Entrance Examination Edition)*, 2014.
16. *China Air Transport Series Index*[J]. *China Civil Aviation*, 2019.
17. Fan Xingli. *Analysis of the Development Trend of China's Air Freight Market*[J].

* * *