

## ЦЕЛЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Кучинский Н. П., студент

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: старший преподаватель Корнилова К. И.

**Аннотация.** Рассматривается современное состояние рынка пассажирских авиаперевозок Республики Беларусь. Показана необходимость переориентации отрасли с учетом изменений геополитической и экономической ситуации. Определены основные целевые сегменты потребителей – транзитные пассажиры, чартерные туристы и пассажиры деловых поездок.

Современный рынок авиаперевозок Беларуси находится в состоянии активной трансформации. Под влиянием геополитических изменений и переориентации мировой экономики традиционные маршруты и бизнес-модели претерпели значительные коррективы. В этих условиях ключевым вопросом для устойчивого развития отрасли становится не просто восстановление пассажиропотока, а его качественное понимание.

Рынок пассажирских авиаперевозок Беларуси на современном этапе представляет собой динамичную систему, переживающую период глубокой структурной перестройки. Ключевым фактором, определяющим его развитие, стала кардинальная смена географических приоритетов. Если ранее маршрутная сеть была интегрирована в общеевропейское воздушное пространство, то сегодня наблюдается активная переориентация на восточные и южные направления. Данная тенденция является прямым следствием изменившихся внешнеполитических и экономических условий, что привело к сокращению сообщения со странами Евросоюза и одновременному наращиванию потенциала в направлениях Турции, ОАЭ, Китая и ряда государств СНГ.

Важной характеристикой текущего момента является изменение качественного состава пассажиропотока. Согласно исследованию целевых сегментов Национального аэропорта Минск, проведенному Корниловой К. И., транзитные пассажиры составляют значительную долю – около 33 % от общего потока [1]. Этот показатель не только подтверждает статус аэропорта Минска как регионального транзитного узла, но и указывает на необходимость выстраивания особой логистической и сервисной политики, ориентированной именно на эту категорию путешественников. Параллельно с этим отмечается устойчивый рост сегмента чартерных перевозок, что свидетельствует о смещении потребительского спроса в сторону туристических поездок, в ущерб традиционным деловым маршрутам.

Таким образом, можно выделить три основных целевых сегмента, в наибольшей степени определяющих специфику белорусского рынка:

– транзитные пассажиры. Это пассажиры, для которых аэропорт Минска является точкой пересадки, а не конечным пунктом назначения. Их ключевые потребности сосредоточены вокруг эффективности и комфорта стыковочного процесса. Для них критически важны минимальное время трансфера, понятная навигация внутри терминала, доступность зон отдыха, бесплатный Wi-Fi и возможность воспользоваться услугами duty-free без временных ограничений. Лояльность данного сегмента формируется не к авиакомпании, а к аэропорту как к удобному хабу;

– чартерные туристы. Данная группа потребителей характеризуется высокой чувствительностью к цене и ярко выраженной сезонностью спроса. Их решение о перелете является частью более крупной покупки – туристической путевки. Следовательно, их лояльность направлена в первую очередь на туроператора, а не на авиаперевозчика.

Мотивация заключается в достижении курортного направления с минимальными затратами, что делает их менее требовательными к дополнительным сервисам на борту, но более восприимчивыми к акциям и спецпредложениям;

– пассажиры деловых поездок. В условиях текущей реальности этот сегмент в значительной степени представлен специалистами, следующими в страны СНГ и Азии. В отличие от туристов, они ценят регулярность, частоту рейсов и гибкость тарифов, позволяющую вносить изменения в бронирование. Ценовая чувствительность у них значительно ниже, но требования к стабильности, пунктуальности и качеству сервиса, особенно в бизнес-классе, напротив, крайне высоки. Их лояльность завоевывается за счет надежности и программ поощрения.

Для эффективного освоения каждого сегмента необходима дифференциация маркетинговых и сервисных подходов.

Для транзитных пассажиров приоритетом должно стать развитие инфраструктуры хаба. Стратегически важными являются запуск специализированной программы лояльности аэропорта, совершенствование навигации, создание комфортабельных зон для работы и отдыха, а также организация бесплатных ознакомительных туров по Минску для пассажиров с длительной стыковкой.

Взаимодействие с чартерными туристами требует тесной интеграции с туроператорским бизнесом. Авиакомпании «Белавиа» целесообразно активно участвовать в формировании пакетных туров «все включено», предлагать гибкое ценообразование для туроператоров и развивать продажи сопутствующих услуг, таких как страховка, питание и багаж, на этапе покупки путевки.

Удержание пассажиров деловых поездок должно базироваться на безупречном качестве сервиса. Ключевыми инициативами являются развитие корпоративных программ лояльности, внедрение гибких тарифов с возможностью изменения дат без штрафных санкций, обеспечение приоритетного прохождения всех формальностей и поддержание высокого уровня комфорта в бизнес-залах. Гарантия регулярности рейсов по ключевым деловым направлениям является для этого сегмента основным фактором выбора авиакомпании.

Проведенное исследование позволило установить, что современная конъюнктура рынка формируется под влиянием транзитных пассажиров, чартерных туристов и пассажиров деловых поездок, каждый из которых обладает уникальным набором потребностей и поведенческих характеристик. Успешное развитие будет зависеть от способности авиапредприятий предложить транзитному пассажиру – бесшовный и технологичный хаб, чартерному туристу – экономически эффективный пакетный продукт, а пассажиру деловых поездок – гибкий и надежный сервис. Подводя итог, можно утверждать, что дальнейшая устойчивость и рост рынка пассажирских авиаперевозок Республики Беларусь напрямую зависят от перехода от управления направлениями к управлению потребителями, основанного на принципах сегментирования и кастомизации услуг.

#### **Список использованных источников**

1. Корнилова, К. И. Анализ целевых сегментов рынка РУП «Национальный аэропорт Минск» / К. И. Корнилова // XXI международный научно-практический семинар «Мировая экономика и бизнес-администрирование», Минск, 24–25 апреля 2025 года. Международная научно-техническая конференция «Инжиниринг и инновации в промышленности», Минск, 15 мая 2025 года : сборник материалов и докладов / Белорусский национальный технический университет. – Мн. : Четыре четверти, 2025. – С. 45–47.